

**Dirección General de Relaciones
Económicas Internacionales
PROCHILE**

**ESTUDIO E IDENTIFICACIÓN DE CLUSTER EXPORTADORES
REGIONALES, REGIÓN DE O'HIGGINS.**

INFORME PRINCIPAL

Consultor: Felipe Ortega Melo

Noviembre 2006

INDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	5
I. RESUMEN Y CONCLUSIONES	7
II. CARACTERIZACIÓN ECONÓMICO-PRODUCTIVA DE LA REGIÓN DE O'HIGGINS	12
1. Antecedentes generales de la región	12
2. Actividad económica de la región	13
III. DEFINICIÓN DE POTENCIALES CLUSTER REGIONALES DE EXPORTACIÓN (CER) EN LA REGIÓN DE O'HIGGINS	17
1. Elementos teóricos para la definición de un CER	17
2. Análisis y priorización de potenciales CER en la Región de O'Higgins	19
IV. CLUSTER EXPORTADOR REGIONAL VITIVINÍCOLA	27
1. Principales Antecedentes de la Oferta Vitivinícola del cluster	27
1.1. Producción Vitivinícola (nacional, regional y territorial)	27
1.2. Antecedentes de las Exportaciones de vino nacional y regional	29
1.3. Mercado Mundial del vino y presencia de Chile	32
1.4. Características de los territorios del cluster: Valles de Colchagua y de Cachapoal	33
1.4.1. Valle de Colchagua	33
1.4.2. Valle de Cachapoal	36
2. Características generales del cluster	36
2.1. Análisis de los criterios para identificación de un cluster	36
2.2. Definición línea base de productos y empresas del cluster	40
2.3. Potencial de competitividad del cluster	47
2.4. Potencial del cluster para aprovechar las oportunidades que abren los acuerdos comerciales	52
2.5. Grado de gobernabilidad y asociatividad del cluster	54
2.6. Potencialidad para el desarrollo de encadenamientos productivos y/o asociaciones entre empresas localizadas en un área geográfica determinada	56
2.7. Análisis FODA del cluster	58

V. CLUSTER EXPORTADOR REGIONAL FRUTÍCOLA	61
1. Principales Antecedentes de la oferta frutícola del cluster	61
1.1. Producción Frutícola (nacional y regional)	61
1.2. Antecedentes de las Exportaciones de fruta fresca y productos procesados	63
1.3. Situación de Chile en el Mercado Mundial	67
2. Características generales del cluster	69
2.1. Análisis de los criterios para identificación de un cluster	69
2.2. Línea base de productos y empresas del CER frutícola	73
2.3. Potencial de competitividad del cluster (Desarrollo del análisis a través del Diamante de Porter)	79
2.4. Potencial del cluster para aprovechar las oportunidades que abren los acuerdos comerciales	82
2.5. Grado de gobernabilidad y asociatividad del cluster	84
2.6. Potencialidad para el desarrollo de encadenamientos productivos y/o asociaciones entre empresas localizadas en un área geográfica determinada	86
2.7. Análisis FODA del cluster	87
VI. INSTRUMENTOS DE FOMENTO PARA PRODUCTORES Y EXPORTADORES, DISPONIBLES EN LA REGIÓN Y SUCEPTIBLES DE SER APLICADOS POR LOS CER	89
1. Desarrollo Territorial	90
2. Productividad de las Empresas	92
3. Micro y Pequeñas Empresas (MIPES)	98
4. Agricultura	102
5. Comercio Exterior	128
6. Innovación y Desarrollo Tecnológico	143
7. Intermediación Financiera y Garantías Solidarias	159
8. Capacitación y Empleo	181

VII. NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DEL CAPITAL HUMANO EN LA REGIÓN DE O'HIGGINS A PARTIR DE LOS CER IDENTIFICADOS	187
1. Antecedentes Generales	187
2. Definición de la oferta de formación y capacitación para los CER	189
2.1. Formación para los CER	189
2.2. Capacitación para los CER	190
3. Definición de la demanda por formación y capacitación de los CER	191
VIII. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS SOCIAL Y AMBIENTAL GENERADOS POR LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA, A PARTIR DE LOS CER IDENTIFICADOS	196
1. Impacto Social	196
2. Impacto Ambiental	201
IX. HORIZONTE DE TIEMPO EN QUE LOS CLUSTER PODRÍAN ACCEDER EXITOSAMENTE A LOS MERCADOS CON ACUERDOS COMERCIALES	207
1. Antecedentes Previos	207
1.1. Sobre los acuerdos comerciales	207
1.2. Sobre la relación entre los acuerdos comerciales y los CER identificados	209
1.2.1. Cluster Vitivinícola	209
1.2.2. Cluster frutícola	210
2. Principales consideraciones sobre el desarrollo de los Acuerdos y la proyección de horizonte de acceso de los cluster	211
2.1. Unión Europea	212
2.2. Estados Unidos	215
2.3. Corea del Sur	219
2.4. MERCOSUR	221
2.5. Canadá	222
2.6. México	223
2.7. EFTA	223
ANEXOS	225

INTRODUCCIÓN

El presente documento forma parte del estudio encargado por la Dirección General de Relaciones Económicas internacionales, a través de ProChile, el cual tiene como objetivo principal, "Identificar y analizar los Clusters Exportadores Regionales (CERs), su nivel de asociatividad, potencial exportador, empresas de servicios vinculadas, productos exportados y su posicionamiento en los mercados, de acuerdo a las oportunidades regionales que surgen a partir de los acuerdos comerciales". Se incluye también dentro del objetivo de este estudio, el desarrollar un plan de acción para el desarrollo de los cluster identificados, el cual se presenta en un documento aparte del presente, pero complementario.

Este documento consta de dos partes. La primera se orienta a caracterizar en general los cluster, desarrollando un análisis teórico para la definición de éstos, el cual se utiliza después en la identificación y análisis de los potenciales cluster existentes en la región de O'Higgins. Con posterioridad se realiza un análisis por separado de los dos cluster existentes en la región de O'Higgins, el Vitivinícola y el Frutícola, entregando antecedentes generales de lo oferta existente y su situación en el mercado mundial y luego se especifica para cada cluster en; la línea de base de productos, empresas y destino de las exportaciones; un análisis FODA de los cluster; el potencial de competitividad de los cluster; la potencialidad para aprovechar las oportunidades que abren los acuerdos comerciales; la potencialidad de desarrollar encadenamientos productivos y/o asociaciones entre empresas localizadas; y el grado de gobernabilidad del cluster;

En la segunda parte del documento, se presenta de manera completa la totalidad de los instrumentos de fomento productivo y exportador disponibles en la región, haciendo una breve descripción de éstos, de sus características y requisitos para postular y beneficiarios a los cuales se orienta el instrumento. Adicionalmente se presenta en esta segunda parte, información referida a las necesidades de capacitación y formación de capital humano; sobre el análisis del impacto social y ambiental generado por la actividad productiva de los CER; y la identificación del horizonte de tiempo en que los CER podrían acceder de manera exitosa a los mercados con acuerdos comerciales.

Adicionalmente en este documento se presenta como anexo una discusión bibliográfica sobre la información disponible para sustentar los análisis que se incluyen en este Informe de cluster, y una serie de cuadros estadísticos que sustentan la información presentada en este documento.

Creemos que este documento entrega una valiosa información sobre la realidad y características de los cluster exportadores regionales, su nivel de desarrollo y las brechas existentes entre la realidad y las definiciones teóricas sobre cluster que han sido establecidas para este estudio. Las brechas existentes indican la distancia entre el óptimo y la realidad, sin embargo, hay que considerar que éstas son subjetivas, ya

que reflejan la opinión que se ha formado el consultor a partir del levantamiento de la información realizada.

Lo anterior es consecuencia que, en general, en Chile el tema de los cluster no es un tema suficientemente estudiado ni analizado, que tampoco existe una lógica de intervención del aparato público que incorpore la perspectiva de cluster y que, dado que no ha sido un tema relevado suficientemente, tampoco existe en los diferentes actores públicos y privados la auto-percepción que, eventualmente, pueden formar parte de un cluster. Por lo tanto, tanto el conocimiento existente entre los diferentes actores sobre este tema como la información disponible, en general, no es demasiada.

Es así como la información secundaria disponible fue particularmente relevante en términos de generar un referente para abordar cada temática. Sin embargo, esta revisión permitió constatar la mayor disponibilidad de información general, y la escasez de información particular, que se relacionara con los territorios de análisis y que, además, fuera coherente con el enfoque de cluster que sustenta la presente consultoría.

Desde esta perspectiva, ha sido de particular importancia la información que se ha recabado a través de las entrevistas a informantes calificados, cuyas apreciaciones han permitido definir claramente cuáles son los puntos críticos que encuentra el desarrollo de los CER y, por tanto, facilitar la generación de líneas de acción consistentes, lo que se expresa con detalle en el Tercer y último informe de esta consultoría

Finalmente, es necesario reiterar el gran aporte que ha significado el apoyo entregado por la dirección regional de ProChile, especialmente en términos de enriquecer la discusión sobre las líneas de análisis desarrolladas y su proyección futura.

1. RESUMEN Y CONCLUSIONES

Para concluir sobre la existencia de cluster exportadores en la región de O'Higgins se utilizó diversa información sobre la realidad económico-productiva de la región, información recopilada a través de fuentes de información secundaria existente, e información a partir de entrevistas realizadas a diferentes personalidades tanto del ámbito público como privado.

Tal como se señala la primera parte de este documento, esta información fue cruzada con algunos criterios que el consultor definió para identificar un cluster, de acuerdo a las especificaciones dadas en los términos de referencia de la consultoría, y de bibliografía especializada que fue consultada.

Un criterio central para abordar el estudio, fue identificar los principales productos que componen la canasta exportadora de la región¹, y que para el 2004, en total, suman más del 94% del total de las exportaciones, siendo éstos en primer lugar, "minerales, cátodos de cobre y concentrado de molibdeno, los cuales en conjunto alcanzan el 61,5% del total de exportaciones; en segundo lugar, fruta fresca, que alcanza al 17,21% del total exportado; en tercer lugar carnes, con un 9% del total de exportaciones; en cuarto lugar, agua, vino, cerveza y licores, con un 4,64%; y en quinto lugar, jugos de frutas y otros, con un 2,29%.

En lo que respecta a productos minerales, dada la importancia y el nivel de desarrollo y consolidación que tiene este sector, no sólo en la región, sino también en el conjunto de la economía del país, claramente constituye un sector que escapa a la dimensión que puede tener una propuesta de planes de acción para cluster regionales, a elaborar en el marco de esta consultoría. Dado lo anterior, este sector fue descartado como objeto del estudio por la propia dirección regional de ProChile y por el consultor.

Del resto de los sectores que siguen en importancia en la canasta exportadora de la región, aplicados los criterios identificados para la definición de un cluster, el sector Carnes quedó también descartado para el estudio por no cumplir con los criterios básicos. Pero por otro lado se concluyó, que claramente el sector vitivinícola, y en menos medida el sector frutícola, incorporando en este la fruta fresca y los derivados industriales de ésta, tenían las características de cluster o potenciales de cluster. Con respecto al sector Carnes, según datos de Pro Chile, sólo existe una empresa regional (Agrosuper) que exporta productos cárnicos (cerdo y ave).

1 MIDEPLAN (2005). "Canastas Exportadoras regionales y país, período 1992-2004". División de Planificación Regional. Diciembre 2005. Santiago.

Esta empresa, según información entregada por sus propios ejecutivos, dadas las características del producto final, el cual requiere de estrictas condiciones de producción y comercialización para cumplir con los requisitos internacionales, y dada también una forma de gestión centralizada de la empresa a partir de una cultura organizacional existente, se ha definido que gran parte de servicios e insumos sean aportados por la propia empresa, lo cual significa finalmente que todas las etapas de la cadena de valor se realicen dentro de la empresa.

La cadena de valor central de la carne de cerdo y ave integra, como fases principales: Reproducción y Crianza, Producción, Faena y Empaque y Comercialización (Exportación). Hay, por lo tanto, un alto nivel de agregación de valor, implicando el requerimiento de diversos insumos y servicios a lo largo de todo el proceso, el cual si fuera externalizado podría entregar elementos importantes para generación de otras empresas que prestaran servicios al sector, sin embargo como ya se señaló todo se concentra al interior de la misma empresa, por lo que no se da uno de los criterios centrales para hablar de un cluster, el cual es la existencia de varias empresas.

Respecto del cluster del vino, en general, la región presenta una importante producción vitivinícola, constituyéndose en la segunda región del país en términos de superficie plantada con vides de vinificación, producción de vino y guarda, después de la séptima región del Maule. Entre las dos regiones, para el 2005, sumaron el 80% de la producción nacional, correspondiendo el 48% a la región del Maule, y el 32% a la región de O'Higgins.

Se concluyó considerar este sector como un cluster luego de analizar la importante concentración territorial de empresas de diferente tamaño en torno al sector; las relaciones de competitividad y cooperación que se dan entre las empresas vitivinícolas ubicadas en la región; la generación de economías de escala a partir del traspaso de información e innovación; la existencia de diferentes sectores, rubros o productos que se integran a la cadena de valor; las existencias de relaciones público-privadas tendientes a aumentar la competitividad del sector; y, finalmente, la existencia de un producto diferenciable, además de la existencia de condiciones naturales exclusivas para su producción.

Los diferentes aspectos mencionados hacen que este cluster tenga importantes fortalezas, siendo particularmente relevante la vinculación que se ha venido dando entre la producción vitivinícola y la actividad turística asociada a este sector. Esta situación ha comenzado a generar un conjunto de actividades económicas y productivas que han dinamizado los respectivos territorios, y ha permitido constituir un sello adicional a la producción vitivinícola, incorporando un valor agregado adicional, el cual, a la larga, puede permitir mejorar la competitividad de este sector en los diferentes mercados. Esto ha permitido, además, la existencia de dos cadenas de valor en el cluster con sus respectivas actividades asociadas, la vitivinícola y la del turismo.

Sin embargo, a pesar de las fortalezas que, queda de manifiesto, tiene este cluster, también se visualizan algunas debilidades y amenazas importantes, siendo éstas, principalmente, el escaso nivel de cooperación de las empresas que componen la principal cadena de valor del cluster, y entre éstas y las empresas proveedoras e instancias de apoyo; todo lo cual redundaría de la dinámica individualista del empresario vitivinícola.

Ambos aspectos están relacionados con la falta de un modelo mental compartido entre los diferentes actores, que les permita enfrentar de manera conjunta los desafíos y riesgos que tiene el sector. Esta situación, sin embargo, creemos que no es una particularidad de los actores vinculados a este sector productivo, sino que, lamentablemente, se ha constituido en una característica de la dinámica económica y productiva prevaleciente en la sociedad chilena en los últimos años.

Esto, por lo tanto, debe ser considerado en las futuras líneas de trabajo que se formulen para apoyar el sector, sobre todo cuando existe un potencial como el existente en este cluster, que si bien es cierto aún tiene brechas con respecto a las características que se desprenden de las definiciones teóricas sobre cluster, tiene otras que, con un articulado y pertinente apoyo estatal, puede aumentar considerablemente la competitividad de las diferentes empresas existentes en el cluster.

Con respecto al sector frutícola, se concluyó que el sector potencialmente podía presentar características de cluster, en la medida que se visualizan varias cadenas productivas (fruta fresca, jugos concentrados y ciruelas u otras frutas deshidratadas) con potencialidad de generar una red entre empresas de la cadena, y entre éstas y las empresas de soporte e instituciones de apoyo.

A partir de ello, se pueden diferenciar varias tipologías de empresas que son parte central de un potencial cluster, de acuerdo a su avance en las cadenas productivas y su participación en una o más de ellas. De esta manera, nos encontraremos, entre otras modalidades, a productores de fruta que sólo realizan el proceso productivo primario; otros que realizan la cadena completa hasta la exportación de fruta fresca; productores que procesan industrialmente su producto hasta llegar al producto elaborado y lo exportan, industrias que sólo realizan el proceso hasta exportación del producto y, finalmente, empresas que sólo se dedican a la comercialización exterior de los productos finales, sean éstos fruta fresca o productos industriales (jugo concentrado y deshidratados, para el caso del cluster en análisis).

Sólo con esta visión sistémica se lograrán solventar debilidades importantes tales que se aprecian en el sector, como una cadena de valor corta para la fruta fresca o la inexistencia de una concentración de empresas para la industria procesadora, y permitirán aprovechar a inequívoca relevancia del sector como exportador y como dinamizador de la economía regional.

En la segunda parte de este documento, se profundiza en la proyección de ambos CER en el corto, mediano y largo plazo, a partir de lo cual se fortalece la idea de que los espacios más interesantes para promover su desarrollo están en su identificación territorial, en la interrelación efectiva y permanente de sus actores, y en la diferenciación de sus productos.

En primer término, el cluster vitivinícola, que mostró una significativa correspondencia con los criterios especificados para la definición de un CER, deja en evidencia un núcleo de acción centrado en la experiencia del Valle de Colchagua, a partir del cual el turismo enológico se establece como el espacio más interesante de desarrollo, según el enfoque cluster.

En segundo término, el cluster frutícola, que con una menor correspondencia con los criterios para definir un CER, reveló un potencial especialmente interesante para nuevas especies y variedades de fruta fresca, y también para fruta procesada industrialmente, especialmente jugos concentrados y deshidratados de fruta, nuevamente desde la perspectiva de cluster.

La revisión de los instrumentos de fomento para productores y exportadores de los cluster, permite dar cuenta de la diversidad de recursos disponibles, de acuerdo a los distintos tipos de actores que están implicados (productores primarios versus exportadores, MIPES versus mediana y gran empresa, etc.). El desafío, en este sentido es cómo, a partir del enfoque cluster, es posible avanzar en la difusión de estos instrumentos para que lleguen a un universo más amplio de beneficiarios y, además, cómo se puede avanzar en la coordinación de la entrega de los mismos.

Las necesidades de capacitación y formación que se perfilaron para ambos CER, a través del análisis integrado de la oferta y de la demanda, mostraron la situación carencial existente en términos cuantitativos y especialmente cualitativos, escenario que se mostró espacialmente crítico para los mandos medios de ambos cluster.

En relación con la oferta de formación y capacitación, se deja ver la escasez de centros regionales y territoriales que se avoquen a las temáticas relevantes para el desarrollo de ambos cluster y, más aún, que consideren una modalidad de enseñanza que permita generar tanto capacidades técnicas como aquellas “transversales”, que le den a los alumnos las condiciones de innovación, flexibilidad y visión integradora, que requiere el enfoque de cluster. En este sentido, se valoran especialmente algunas iniciativas que se han generado a partir de la actividad vitivinícola en la región, como la existencia de la carrera técnica de “vitivinicultura”, dictada por un CFT de Colchagua, y el proyecto de la creación de la “Universidad del Vino”, en el mismo territorio.

Sobre la demanda por formación y capacitación, se da cuenta de cierto doble estándar entre los empresarios. Ésta se relaciona con que si bien se valora la mejora del capital humano a partir de formación y capacitación, en la práctica se observa que son limitadas las oportunidades de este tipo para sus trabajadores. En otras

palabras, se aprecia una brecha importante entre la “demanda real” que existe en la actualidad, y la “demanda potencial” que debería generarse como para solventar los requerimientos de las actividades productivas, según el enfoque de cluster.

La definición de los impactos social y ambiental de los CER, de acuerdo a los estudios e información disponibles, evidencia el gran efecto de ambos cluster en el escenario regional, de acuerdo a la importancia del sector silvoagropecuario en el que se circunscriben ambos cluster.

El impacto social de las actividades productivas ligadas a los CER es innegable, si se consideran aspectos como: el aporte de estas actividades a la economía regional y nacional, el importante número de empresas que están implicadas, y el nivel de empleo que se genera a partir de ellas, este último con la positiva referencia que significó ser la tercera región con nivel de desempleo más bajo del país en 2005 (5,8%). Todo ello se proyecta en niveles de pobreza e indigencia decrecientes, pero con un ritmo de disminución más bajo que el promedio-país, lo que por cierto es necesario mejorar.

Respecto del impacto ambiental, ambos cluster aún representan fuentes de riesgo y contaminación efectiva, en el marco de una conciencia ambiental que no está desplegada entre todos los empresarios y trabajadores involucrados, donde el tema ambiental aún es visto más como un requisito que como una necesidad. Sin embargo, deben destacarse los importantes esfuerzos que han puesto en práctica actores públicos y privados en pro de ir solventando esta situación, tales como la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas, la sustentación de sistemas de gestión ambiental, y la creciente certificación de predios y productos, según los requerimientos que el propio mercado externo demanda.

Finalmente, el análisis de los acuerdos comerciales suscritos por Chile, y su relación con los CER, muestra que la mayor generación de oportunidades no dice relación con la rebaja arancelaria -que se expresa fundamentalmente en el período inmediatamente posterior a la entrada e vigencia de los acuerdos-, sino con los espacios de encuentro y cooperación que se abren, a partir de ello.

En este sentido, se hace hincapié en desarrollar una oferta adscrita a los principios de diferenciación e identificación territorial de los procesos productivos y sus productos, a partir de lo cual se potencie la “imagen territorial”, en el marco del fomento de las iniciativas de fortalecimiento de la “imagen-país” que se están promoviendo de instancias como ProChile. Para esta misión se hace especialmente necesaria la concatenación de esfuerzos privados y públicos, lo que es plenamente coherente con el enfoque de cluster.

II. CARACTERIZACIÓN ECONÓMICO-PRODUCTIVA DE LA REGIÓN DE O'HIGGINS

1. Antecedentes generales de la región

La Sexta Región del Libertador Bernardo O'Higgins cuenta con una superficie de 16.347,11 Km², lo que corresponde al 2,2% del territorio nacional continental. La región está dividida en las provincias de Cachapoal, Colchagua y Cardenal Caro, con 17, 10 y 6 comunas respectivamente, lo que suma 33 comunas en la región.

Según el Censo de 2002, la región registra 780.627 habitantes, población de la que el 70,3% es considerada urbana, aunque un número importante de estos habitantes viven en pequeñas localidades ubicadas en el Valle Central, con muchas características rurales. La densidad poblacional es de 47,63 habitantes por kilómetro cuadrado, siendo la provincia de Cachapoal la que concentra el 65,9% de la población regional, lo que se debe, fundamentalmente, a que en esta provincia se encuentra Rancagua, la capital regional.

El clima predominante en esta región es templado cálido con oscilaciones térmicas moderadas, distinguiéndose claramente las cuatro estaciones del año. Las precipitaciones alcanzan cifras cercanas a los 823,5 mm anuales, mientras que la temperatura media anual alcanza a los 12,6° C, con una amplitud térmica anual de 4,8° C y diaria de 6,4° C, aunque se aprecian diferencias entre los diversos sectores de la región, que generan una gran amplitud térmica en los valles intermedios a diferencia de lo que acontece en la costa, donde la nubosidad marina es una tónica durante todo el año.

La relación entre clima y relieve redundante en que el promedio de lluvias y la alta humedad en algunas épocas del año se relacionen con suelos más aptos para la agricultura y la crianza de ganado de diversos tipos, pero la diferencia entre la costa y la depresión intermedia es notoria, tanto en la cantidad de lluvias, la humedad y oscilación térmica, siendo los suelos más aptos para el desarrollo de la agricultura, los que se encuentran en la zona de Rancagua.

El sistema hidrográfico de la Sexta región está constituido, principalmente, por el sistema del río Rapel, formado por la confluencia del Cachapoal y el Tinguiririca, que nacen en el sector andino. En su curso inferior recibe al Estero Alhué, que tiene su origen en la Cordillera de la Costa, dentro del ámbito de la Región Metropolitana. Los ríos Cachapoal y Claro son los más importantes en términos de su aprovechamiento para el riego de los cultivos, ya que son los principales responsables de la riqueza agrícola de la región.

El río Rapel y el Estero Alhué, en su confluencia en el sector denominado La Junta, dan origen al embalse Rapel. El embalse Rapel posee una capacidad de almacenamiento de 433 millones de metros cúbicos, y la central hidroeléctrica tiene

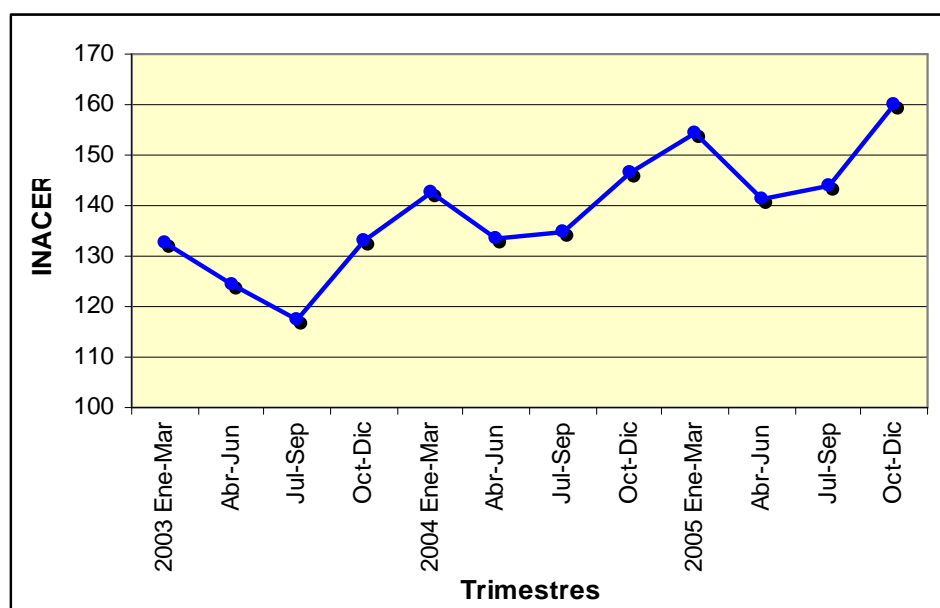
una potencia instalada de 350.000 kW. La presencia de este embalse o permite el desarrollo de una intensa actividad turística de balnearios y deportes náuticos.

El aprovechamiento de las aguas del sistema Rapel - Cachapoal - Tinguiririca se basa en el riego, la producción de energía eléctrica, la industria, la minería y el consumo por parte de la población.

2. Actividad económica de la región

El INACER (Índice de Actividad Económica Regional, que define periódicamente el INE para evaluar la actividad económica de las regiones) de la región de O'Higgins permite dar cuenta del crecimiento sostenido que está experimentando la actividad económica de la región, ya que se registró una expansión del 8,8% el cuarto trimestre de 2005, respecto a igual período de 2004, con lo cual se ha mantenido el comportamiento positivo observado desde el trimestre octubre - diciembre de 2003, como puede observarse en el Gráfico 1.

GRÁFICO 1. INDICE DE ACTIVIDAD ECONÓMICA INACER VI REGIÓN. PERÍODO 2003 – 2005.



Fuente: Elaboración propia con información del INE.

Durante 2005 la región experimentó un crecimiento del 7,3%, registrándose un avance en todos los sectores durante el último período de este año, siendo los de mayor dinamismo: la industria, el comercio y los servicios financieros. El fuerte crecimiento del sector Industria es explicado, fundamentalmente, por los rubros de: elaboración de alimentos para animales, industria vinícola, bebidas alcohólicas y aguas gaseosas, y fábrica de productos de cemento para la construcción.

A partir de los datos del PIB regional, se puede cotejar que el manejo de los recursos existentes en la región definen una actividad económica que está dada, fundamentalmente, por los sectores silvoagropecuario, minero, industria manufacturera y construcción, los que concentran el 67% del PIB regional calculado para 2002 (Cuadro 1, en Anexos).

El sector silvoagropecuario, con un PIB de más de 325 mil millones de pesos (de 1996) en 2002, aporta el 21,1% al PIB regional, con una tendencia al alza que especialmente marcada en los últimos años, y que se explica principalmente por la producción frutícola de manzanas, uvas, peras y carozos.

La construcción se sitúa como el segundo sector más relevante, ya que con un PIB de más de 293 mil millones de pesos representa el 19% de la cifra total regional. La industria manufacturera, en tanto, aportó al PIB con 16,2% en 2002, incluyendo industrias básicas del cobre, alimentos y agroindustria.

La minería, con su principal producto que es el cobre, alcanzó en 2004 a las 435.658 toneladas de fino, siendo el 8% de la producción nacional, mientras que el aporte al PIB 2002 fue de 10,7%. Finalmente, los sectores Servicios Personales y Comercio aportan el 6,9% y el 6,5% al PIB regional, respectivamente.

La actividad económica de la región también se puede proyectar según un indicador de los principales productos de exportación (dado por los datos que maneja la División Regional de MIDEPLAN, sobre la canasta exportadora regional). Este indicador muestra que en el año 2004 la canasta exportadora regional contenía siete productos, cuya participación fluctuaba entre el 31,5% para los “cátodos de cobre”, y el 2,3% para los “jugos de frutas y otros” (Cuadro 2).

Los datos aportados por MIDEPLAN del año 2004 indican que, en relación a 1992, se mantienen tres grupos de productos (frutas frescas, minerales finos, y cátodos de cobre), pero hay cambios significativos respecto del peso de su participación, incrementándose la importancia de las frutas, y disminuyendo el aporte de los minerales finos y los cátodos de cobre. Por otra parte, el “concentrado, tostado de molibdeno” pasa de tener una participación de un 2% en 1992 a un 23% en el 2004, y el grupo “carne” de 1,3% llega a 9,1% en 2004.

La Sexta Región aporta un 9,63% al total exportado por el país en el año 2005, ubicándose en la quinta posición con mayor monto exportado, lo que significa un total de US\$ 3.718.234.910,35 FOB por exportaciones, y un crecimiento del 52,13% respecto del año anterior, según datos del Banco Central² (aportados por ProChile VI Región).

² Las estadísticas económicas oficiales del país tienen como fuente original al Banco Central, información que es utilizada por las distintas reparticiones públicas, incluyendo el Servicio Nacional de Aduanas, ProChile, CORFO, ODEPA y otras que son citadas en este estudio.

Los principales productos exportados por la región de O'Higgins son: cobre y sus derivados (70,9%), fruta fresca (10,75%), Carnes y Despojos (8,1%), un fruta seca o deshidratada (3,32 %) y vinos (3,28%), según datos de ProChile VI Región con información del Banco Central.

Respecto de los mercados de destino de la región, el principal es Asia³, con un 39,3% del total, seguido por la Unión Europea con un 27,2% y Estados Unidos con un 13,3%, según datos de ProChile VI Región con información del Banco Central. Es interesante destacar que, además de ser el principal socio exportador de la región de O'Higgins, Asia presentó el mayor crecimiento porcentual en la participación de las exportaciones regionales (100,5%) con respecto a igual período del año 2004, seguido por EE.UU. con un crecimiento del orden de un 68,5%.

En términos de países destinos de exportación, Japón, EE.UU., Holanda y China, son los principales mercados de los envíos de la zona, con un 19,8%, 13,3%, 10,5% y 10,5%, respectivamente en 2005 (ProChile VI Región con información del Banco Central).

La Corporación Nacional del Cobre es la principal empresa exportadora de la región, ya que representa un 69,3% del total exportado regional. Le sigue Agrosuper Comercializadora de Alimentos y Nippon Meat Packers INC, con participaciones de un 4,6% y 3,2% respectivamente (ProChile VI Región con información del Banco Central).

En términos del comercio exterior silvoagropecuario regional, en 2005 la Sexta Región realizó exportaciones por un valor de 1.123.252 US\$ FOB, lo que representó un crecimiento del 8,9% respecto del año precedente (ODEPA según datos del Servicio Nacional de Aduanas), con lo cual se mantuvo la tendencia al alza que se ha observado en la última década -y especialmente en los últimos años-, considerando que entre los años 2000 y 2005 se ha más que duplicado tal cifra.

La cifra total de las exportaciones silvoagropecuarias regionales se divide muy equitativamente entre las exportaciones primarias e industriales, con un 49% y 51%, respectivamente. Entre las exportaciones primarias las de origen agrícola son, claramente, las más importantes, ya que con más de 550 millones US\$ FOB representan el 97,6% de las exportaciones primarias totales, correspondiendo la cifra restante a productos primarios pecuarios y silvícolas (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas).

³ Los países considerados en el mercado Asiático fueron: China, Japón, Corea del Sur, Taiwán y Hong Kong.

En relación con las exportaciones industriales, en cambio, son los productos pecuarios los más relevantes, ya que con una cifra superior a los 305 millones US\$ FOB representa al 53,3% del total de exportaciones industriales, aunque seguido de cerca por las exportaciones industriales agrícolas, que con casi 263 millones US\$ FOB significan el 45,9% de las exportaciones industriales. Respecto de las exportaciones silvoagropecuarias industriales, es destacable que la cifra correspondiente, de casi 573 millones US\$ FOB, más que duplica los 274 millones de US\$ FOB que se registraron en 2003 (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas).

De los productos silvoagropecuarios exportados, como se puede observar en el Cuadro 3, la carne porcina es el producto de mayor relevancia en 2005, ya que con casi 209 millones US\$ FOB como resultado de las exportaciones, desplazan a un segundo lugar y tercer lugar, respectivamente, a las exportaciones de uvas y manzanas frescas. El vino con denominación de origen se posiciona en un cuarto lugar, con una exportación de más de 96 millones US\$ FOB (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas).

Cabe relevar, también dentro de los productos exportados en alza, el néctar y jugo de manzana; los purés y jugos de tomate; y los jugos de frutas y hortalizas, todos ellos con un gran crecimiento de los valores entre 2004 y 2005, con niveles de variación positiva de alrededor del 100%. Ello habla de un mercado promisorio para este tipo de productos, a pesar de que su participación actual en el total de exportaciones regionales sea del 2,28% en el 2004, cifra muy inferior en relación con otros productos (datos de MIDEPLAN, 2005).

Por el contrario, las exportaciones de miel fresca, manzanas frescas y uvas frescas han tendido a la baja, lo cual es particularmente importante en el caso de los dos últimos productos, dada su alta participación -en volúmenes y valores- en las exportaciones silvoagropecuarias.

III. DEFINICIÓN DE POTENCIALES CLUSTER EXPORTADORES REGIONALES (CER) EN LA REGIÓN DE O'HIGGINS

1. Elementos teóricos para la definición de un CER

Existiendo numerosas definiciones sobre cluster, para la realización de este trabajo se considerarán aquellos elementos contenidos en las dos definiciones incorporadas en los antecedentes conceptuales y de la pauta metodológica, entregados como parte de los términos de referencia para este estudio.

Una de las definiciones se refiere a lo señalado por Porter, el cual indica que, “las ventajas competitivas de las empresas surgen de un conjunto de factores que él clasifica en cuatro grupos, los cuales conforman el diamante. Estos grupos de factores de competitividad se refuerzan unos a otros y constituyen un sistema competitivo. Este carácter sistémico hace que las empresas beneficiadas constituyan un cluster, en el cual las empresas se relacionan a través de vínculos verticales (comprador-vendedor), horizontales (clientes, tecnologías, servicios) y tienden a estar agrupadas regionalmente. Las industrias participantes se apoyan recíprocamente, porque las ventajas competitivas que desarrollan unas se transmiten a las otras”⁴.

La segunda definición entregada corresponde a lo señalado por Evert-Jan Visser, quien “define el cluster a partir de algunos conceptos previos como la cadena de valor, que se refiere a las empresas que agregan valor sucesivamente a través de la manufactura, el marketing y la distribución y transporte de productos; el sistema de valor, que agrega a la cadena de valor la contribución que hacen otros actores estratégicos, mediante servicios tecnológicos, financieros u otros. El cluster es una agrupación de varios sistemas de valor, los cuales tienen vínculos territoriales e institucionales y generan redes de cooperación cruzadas entre distintas cadenas de valor. Quizás el rasgo más fundamental del cluster es que sus actores comparten modelos mentales, enfrentan riesgos comunes, intercambian información de interés común y enfrentan problemas de gobernabilidad al interior del cluster”⁵.

Adicionalmente, se señala en los términos de referencia del estudio que “el cluster desarrolla economías de aglomeración y externalidades, como también aprendizajes tecnológicos y organizacionales. El cluster es producto de un desarrollo empresarial a través del mercado, pero puede verse fortalecido por una red de apoyos institucionales que potencien su capacidad competitiva (especialmente centros

⁴ Cita extractada de los antecedentes conceptuales y pauta metodológica incorporados en los términos de referencia de este estudio. Michael Porter. “The competitive advantage of nations, Hartar Business Review, marzo-abril 1990.

² Cita extractada de los antecedentes conceptuales y pauta metodológica incorporados en los términos de referencia de este estudio. Evert-Jan Visser, A Chilean Wine cluster? Governance and upgrading in the phase of internationalization, en CEPAL, serie de Desarrollo productivo N° 156.

tecnológicos y de capacitación, de financiamiento, de transmisión de información, de acceso a mercados y por supuesto por las condiciones competitivas generales de la economía”⁶.

Por otro lado habría que señalar, de acuerdo a la literatura adicional consultada y a los objetivos que persigue esta consultoría, que en un cluster debe existir un sector eje (central o predominante) que dinamice de manera sistémica el entorno y, además, que por tratarse de un cluster exportador ese sector eje debe tener una importancia creciente y relevante en la actividad exportadora de la región.

Finalmente, en lo que se refiere a los elementos teóricos para la definición de un cluster exportador regional, se debe considerar la característica de lo regional, como elemento distintivo de un cluster. Al respecto, se entiende que el estudio busca identificar conglomeraciones de empresas en territorios definidos, pero tomando como referente las regiones, y para este estudio en particular la Región de O'Higgins.

Lo anterior tiene que ver con la división política administrativa del país y, a partir de ello, con cómo se expresa el Estado en el territorio a través de sus órganos descentralizados y desconcentrados, para asumir responsabilidades sobre el desarrollo de un espacio geográfico determinado. Dado que finalmente este estudio debe concluir con una propuesta de apoyo por parte del sector público para el desarrollo de los cluster, la forma de ordenarse el Estado en el territorio limita a una primera aproximación de carácter regional de los cluster, para articular adecuadamente estos apoyos.

A pesar de lo señalado, debe quedar claro que dado que los sectores productivos pueden traspasar las delimitaciones jurídicas administrativas establecidas, éstos pueden expresarse en más de una región. Lo anterior requerirá tener una mirada más amplia, de tal manera de generar esfuerzos interregionales para dar cuenta de una realidad que es común a más de una región, lo cual significa, también, sintonizar adecuadamente al aparato público de las diferentes regiones.

Sin embargo, como ya se señaló en esta etapa, los diferentes estudios se abocarán a la identificación de cluster exportadores en cada región, lo cual deja abierta la puerta para, a partir de los resultados logrados, identificar acciones que de ser necesario deberán traspasar el ámbito exclusivamente regional.

Tomando como base los análisis de varios autores⁷ se establecieron siete criterios que nos permiten identificar, en un análisis de diferentes sectores económicos, si se

⁶ Cita extractada de los antecedentes conceptuales y pauta metodológica incorporados en los términos de referencia de este estudio, Pág. 2.

está o no en presencia de un cluster en la región de O'Higgins. Estos criterios son los siguientes:

Criterios para identificar cluster

- La existencia de sectores, rubros o productos que sean relevantes en la oferta exportadora de la Sexta Región. Esto es relevante dado que el estudio trata de identificación de cluster exportadores.
- Que exista una concentración territorial de empresas de diferente tamaño en torno un sector, rubro o producto eje (central o prioritario).
- Que existan (o potencialmente puedan existir) relaciones (formales o informales) de competencia y cooperación entre las empresas concentradas en un territorio; competencia para lograr una mayor participación en el mercado, y cooperación para el intercambio de información, el aprendizaje conjunto y la acción colectiva.
- Que se produzcan economías de escala que disminuyan los costos del proceso productivo y de gestión, de la innovación y el aprendizaje tecnológico.
- La existencia de bienes, productos, servicios e insumos que se inserten en una cadena de valor tal, que efectivamente se posibilite la interrelación vertical y horizontal de carácter estratégico de las empresas concentradas en un territorio.
- Existencia (o potencial existencia) de relaciones público-privadas que potencien la capacidad competitiva del sector.
- Existencia de un producto diferenciable, que se potencia a partir de la existencia de condiciones naturales exclusivas.

2. Análisis y priorización de potenciales CER en la Región de O'Higgins

Para identificar los Cluster Exportadores de la Región de O'Higgins, de acuerdo a la metodología propuesta por el consultor, en esta primera etapa se realizó una recopilación de información de fuentes primaria y secundaria, y se realizaron entrevistas con informantes calificados de instituciones públicas y privadas⁸.

Con los antecedentes que se recogieron en esta etapa, se realizó un análisis por sector sobre los potenciales cluster exportadores existentes en la región. Este análisis de información por sector fue cruzado con los criterios que nos permitirían identificar si se está en presencia de un cluster, ya señalados en el punto 3.1, estableciendo la consistencia de estos criterios en los diferentes sectores, y la intensidad con que ellos se presentaban.

⁷ Porter (1998), Evert-Jan Visser (2004), Montero (2004), Olivieri (2003), San Román (2004), PROEXPANSIÓN (2003), Competitiveness (2005), entre otros (ver detalles en Documentos Consultados).

⁸ Ver anexo con información de entrevistas realizadas e información revisada.

Para iniciar el análisis, y dado que se trata de un cluster exportador, se revisó la composición de la canasta exportadora de la región para el período 1992-2004, y la participación de los diferentes productos en dicha canasta, lo cual se muestra en el Cuadro 2. Además, y para una mayor desagregación en el caso de las exportaciones silvoagropecuarias, se consideraron las cifras correspondientes.

Tal como se indica en el Cuadro 2, los cinco principales productos que componen la canasta exportadora para el 2004 y que, en total, suman más del 94% del total de las exportaciones, son, en primer lugar, "minerales, cátodos de cobre y concentrado de molibdeno, los cuales en conjunto alcanzan el 61,5% del total de exportaciones; en segundo lugar, fruta fresca, que alcanza al 17,21% del total exportado; en tercer lugar carnes, con un 9% del total de exportaciones; en cuarto lugar, agua, vino, cerveza y licores, con un 4,64%; y en quinto lugar, jugos de frutas y otros, con un 2,29%.

En lo que respecta a productos minerales, dada la importancia y el nivel de desarrollo y consolidación que tiene este sector, no sólo en la región, sino también en el conjunto de la economía del país, claramente constituye un sector que escapa a la dimensión que puede tener una propuesta de planes de acción para cluster regionales, a elaborar en el marco de esta consultoría. Dado lo anterior, este sector fue descartado como objeto del estudio por la propia dirección regional de ProChile y por el consultor.

Puesto que el resto de los principales productos identificados en la canasta corresponden al sector silvoagropecuario, para hacer un análisis más detallado de éstos productos nos basamos en lo señalado el Cuadro 3, cuya fuente es ODEPA según información del Servicio Nacional de Aduanas. Para este análisis preliminar se consideraron tres potenciales cluster: cluster frutícola, Cluster del vino y cluster de la carne. En la siguiente matriz se sintetiza el análisis realizado.

CRITERIOS	SECTOR FRUTÍCOLA	SECTOR VITIVINÍCOLA	SECTOR CARNES
<p>Sectores relevantes en la oferta exportadora de la Sexta Región.</p>	<p>La exportación de fruta fresca significó el 17,21% de las exportaciones regionales en 2004 (Cuadro 2). Mientras que los jugos concentrados llegaron al 2,28%.</p> <p>Ocho de los 20 productos de exportación regionales más importantes corresponden a fruta fresca (42% del total de exportaciones silvoagropecuarias regionales, Cuadro 3); los jugos suman el 6% del total de exportaciones silvoagropecuarias, mientras que las ciruelas deshidratadas llegan al 2%.</p>	<p>El “vino con denominación de origen” se sitúa como el cuarto producto en importancia entre las exportaciones regionales silvoagropecuarias en 2005, mientras que la categoría “los demás vinos” se posiciona en el lugar número 13. La suma de las exportaciones de ambas categorías alcanza a más de 119 millones US\$ FOB (11% del total, Cuadro 3).</p>	<p>El sector de la carne (cerdo y ave) es el principal producto de exportación silvoagropecuario regional, representando el 25% de estas exportaciones. Es especialmente importante la carne de cerdo, que es el líder de las exportaciones con el 19% de las exportaciones regionales. La carne de aves el producto de exportación regional que se ubica en el 5º lugar, con el 6% de las exportaciones regionales silvoagropecuarias.</p>
<p>Concentración territorial de empresas en torno al sector eje.</p>	<p>La exportación regional de fruta fresca registra, según datos de ProChile, a 21 empresas que durante 2005 sacaron sus productos al comercio exterior, aunque se estima que el número llega alrededor de 40, gran parte de las cuales se ubican alrededor de la Carretera de la Fruta.</p>	<p>Las principales empresas ligadas directamente a la producción de vino (viñas y bodegas) se concentran en los Valles de Colchagua y Cachapoal, sumando 75 empresas exportadoras en 2005, según datos de Prochile.</p> <p>Además, entre las actividades de viñas y bodegas surge, con gran fuerza, el turismo</p>	<p>Según datos de Pro Chile, sólo existe una empresa regional (Agrosuper) que exporta productos cárnicos (cerdo y ave).</p> <p>Dadas las características del producto final, que requiere de estrictas condiciones de producción y comercialización para cumplir con los requisitos internacionales, y dada también</p>

CRITERIOS	SECTOR FRUTÍCOLA	SECTOR VITIVINÍCOLA	SECTOR CARNES
	<p>En relación con los jugos concentrados, en 2005 hubo seis empresas que exportaron su producto. Las ciruelas deshidratadas tienen igual número de empresas en la región.</p> <p>Gran parte de las empresas proveedoras de servicios e insumos son de la misma región.</p>	<p>enológico, al cual se relacionan otras tantas empresas proveedoras de insumos y servicios. Participan 14 empresas en la Ruta del Vino de Colchagua, y 7 en la de Cachapoal.</p> <p>Gran parte de las empresas proveedoras de servicios e insumos son de fuera de la región, especialmente proveedoras de equipos e insumos.</p>	<p>una forma de gestión centralizada de las empresas del rubro, se ha propiciado que gran parte de servicios e insumos sean aportados por la propia empresa o entidades asociadas a ésta.</p>
<p>Relaciones de competencia y cooperación entre las empresas concentradas en un territorio.</p>	<p>Existe alto nivel de competencia entre las empresas que se relacionan con la exportación de fruta fresca, dado el gran número de productores y exportadores en la región y el país, y, además, por las complejas condiciones de mercado existentes para este producto. En el caso de la industria de la fruta la competencia regional llega a un grado claramente menor, dado el limitado número de empresas existentes en la zona.</p>	<p>La competencia entre viñas y bodegas es una realidad, enmarcada en un mercado de gran dinamismo, donde la calidad del producto y la adecuada relación calidad-precio son aspectos de suma relevancia, aunque también lo son la generación de un producto innovador, con agregación de valor y asociado a un carácter identitario de cada empresa y/o territorio.</p> <p>Se visualizan algunas instancias de cooperación entre</p>	<p>La existencia de sólo una empresa exportadora en la región define la imposibilidad de establecimiento de relaciones entre empresas en el ámbito regional.</p>

CRITERIOS	SECTOR FRUTÍCOLA	SECTOR VITIVINÍCOLA	SECTOR CARNES
	En términos de cooperación es importante la existencia gremial: ASOEX regional, Federación de Productores de la VI Región y, recientemente, ASPROEX.	las empresas asociadas a la producción vinícola, especialmente en torno al turismo enológico.	
Generación de economías de escala.	Se advierte la escasa generación de economías de escala, a partir del perfil individualista del empresario al que se ha hecho mención. Existen algunas iniciativas que permiten augurar que en el mediano y largo plazo esta situación podría revertirse, con esfuerzos de CORFO, ProChile e INIA.	El dinamismo del mercado del vino define la necesidad de un traspaso de información entre las empresas productoras, el que si bien se enmarca en redes más bien informales, cumple el rol de potenciar la producción regional y territorial a partir del compartir experiencias en torno a un mismo negocio.	La inexistencia de concentración territorial de empresas exportadoras, y más, el hecho que gran parte de servicios e insumos sean aportados por la propia empresa, limita la eventual generación de economías de escala en el escenario analizado.
Bienes, productos, servicios e insumos que se inserten en una cadena de valor que posibilite la interrelación vertical y horizontal entre las empresas concentradas	Cadena de valor más limitada para la fruta fresca, por tratarse de un producto primario, que da menos espacio para la agregación de valor y de interacción con otras empresas. La cadena de valor de los jugos concentrados sí poseen una cadena de valor más amplia, como sucede con otros productos industriales de la fruta (deshidratados,	La generación final del producto vino supone la superación de diversas etapas del proceso productivo, desde el establecimiento de las vides para vinificación hasta la implementación de sistemas post-venta para el producto en el exterior, todo lo cual se inserta en un sistema de agregación de valor permanente, que permite la	La cadena de valor central de la carne de cerdo y ave integra, como fases principales: Reproducción y Crianza, Producción, Faena y Empaque y Comercialización (Exportación). Hay, por lo tanto, un alto nivel de agregación de valor, implicando el requerimiento de diversos insumos y servicios a lo largo de todo el proceso.

CRITERIOS	SECTOR FRUTÍCOLA	SECTOR VITIVINÍCOLA	SECTOR CARNES
en un territorio.	congelados, conservas, confites-mermeladas, etc.)	integración con variados tipos de empresas en las perspectivas horizontal y vertical.	No es posible hablar de interrelación cuando existe sólo una empresa exportadora, la que ha absorbido la mayor parte de servicios e insumos requeridos.
Relaciones público-privadas.	Se verifica la existencia de algunas instancias de trabajo público-privado (empresarios e instancias públicas de apoyo tales como CORFO, ProChile, Ministerio de Agricultura (INIA, SAG, etc.) y otros, del mismo modo que instancias de gobierno local (Gobierno Regional, SEREMIs, Municipalidades y otras).	Existencia de algunas instancias de trabajo público-privado concertado para la promoción del producto y del sector: CORFO (PTI Colchagua Tierra Premium y PROFO con vinculación directa al tema vitivinícola), ProChile (Misiones comerciales, ferias, etc.), Ministerio de Agricultura (INIA, SAG, etc.) y otros, del mismo modo que instancias de gobierno local.	Las relaciones que se establecen son efectivas, aunque el hecho que se trate de sólo una empresa, impide una relación gremial.
Existencia de un producto diferenciable.	No hay un producto claramente diferenciable y con potencialidad de vinculación con un territorio (y que potencie, por tanto, su imagen). En los diferentes mercados de destino podría existir cierta identificación de la fruta con el país, particularmente por sus características de ser un producto de contra-estación en	Uno de los valores del vino de alta calidad es, precisamente, que sea diferenciable, tanto en sus características organolépticas como en aspectos de imagen y marketing que reforzarán la calidad de “único” que se busca con los vinos. Esta situación se da plenamente para la D.O. “Valle de Colchagua”, y menos	La carne de cerdo y de ave que es exportada desde la región no reviste características particulares asociadas al proceso productivo, ni tampoco a la región o territorio al que pertenece. Dado que esta oferta regional responde a sólo una empresa, el producto sólo se diferencia por la marca correspondiente, destacando la

CRITERIOS	SECTOR FRUTÍCOLA	SECTOR VITIVINÍCOLA	SECTOR CARNES
	algunos mercados, pero difícilmente se plantea una asociación del producto con condiciones naturales exclusivas o de procedencia de alguna región en particular. Los productos industriales podrían tener mayor posibilidad de diferenciación.	para las D.O. el “Valle de Cachapoal” y el “Valle de Rapel”.	calidad del producto asociado al propio proceso productivo.

De todos los sectores analizados, el sector vitivinícola es el que muestra mayores consistencias con los criterios definidos para establecer si se está, o no, en presencia de un cluster, de tal manera que este sector vitivinícola constituirá el objeto de estudio base de esta consultoría.

Se debe destacar del análisis que uno de los aspectos más relevantes para definir al sector vitivinícola como un cluster, es la existencia de un producto claramente diferenciable y con potencialidad de vinculación con un territorio (y que potencie, por tanto, su imagen) constituyéndose, ello, en uno de sus principales valores. Esta diferenciación del producto eje, el vino, se expresa a través del establecimiento de Denominación de Origen y Terroir.

En segundo término, se ha considerado que el sector frutícola presenta ciertas potencialidades para desarrollarse como cluster, aunque menores a las identificadas para la actividad vitivinícola, y que resulta interesante realizar un análisis más profundo que permita definir en qué áreas se deben realizar acciones para promover el que este sector pueda desarrollarse, en el futuro, como cluster.

Entre los aspectos más llamativos para este sector destaca su presencia como exportador actual en el caso de fruta fresca y, en bastante menor medida, productos industriales como los jugos concentrados y deshidratados. La concentración de productores primarios de fruta, como primer eslabón de la cadena, y de exportadores de fruta fresca, en menor medida, hablan de potencialidades para la conformación de cluster, sin embargo, la escasa presencia de empresas industriales limita la definición de un cluster, especialmente cuando son las cadenas productivas de los productos industriales las que presentan condiciones de agregación de valor tal, que posibilita la generación de redes en relación con instancias de apoyo.

Finalmente, y de acuerdo al análisis realizado a partir de los criterios para definir un cluster, se ha considerado que el sector de la carne no posee las condiciones básicas para posicionarse como cluster en la región.

De acuerdo a lo anterior, se descarta del análisis que se presenta a continuación el sector de la carne, y sí se desarrolla el análisis correspondiente para la actividad vitivinícola, por ser la que presenta mayores potencialidades para la generación de un cluster, y para la actividad frutícola la que, aún con potencialidades menos claras, podría constituir una base de cluster a más largo plazo.

En los capítulos siguientes se presentará un análisis pormenorizado de estos sectores desde una perspectiva de cluster, de tal manera de mostrar sus diferentes características, su estructura -en la que podremos reconocer su cadena de valor principal y las otras actividades económicas productivas que se han ido desarrollando a partir del denominado sector eje, su nivel de desarrollo y, en definitiva, sus potencialidades efectivas de desarrollo.

IV. CLUSTER EXPORTADOR REGIONAL DE DEL VINO SEXTA REGIÓN

1. Principales Antecedentes de la Oferta Vitivinícola del cluster

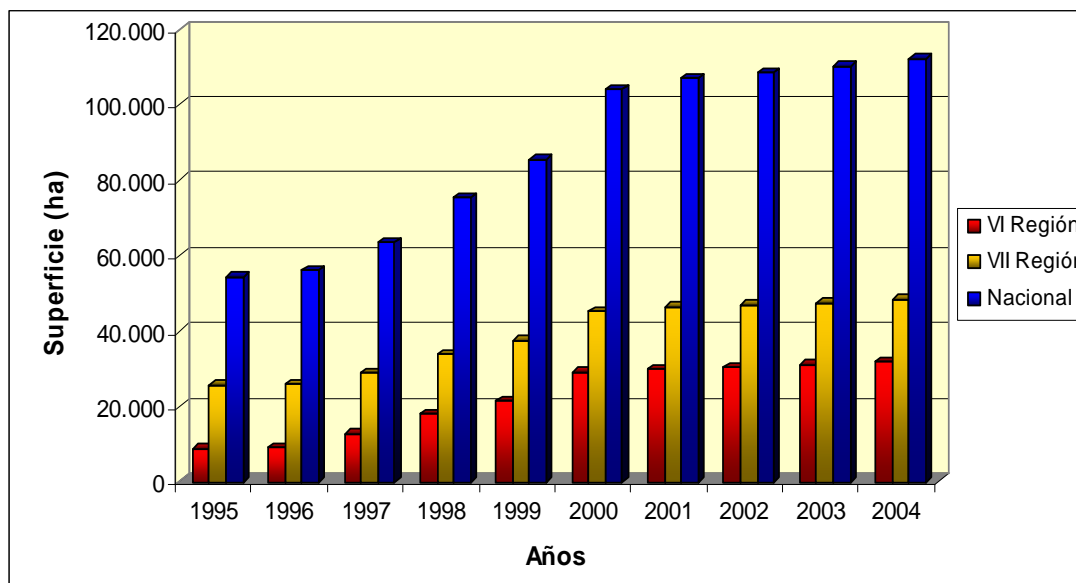
De acuerdo a la situación que se presenta en la región, y también a las características del presente estudio y lo solicitado en los términos de referencia, se considerará que el cluster del vino integrará a las empresas de toda la región, sin perjuicio de lo cual no puede desconocerse la existencia de diferencias evidentes entre los dos principales valles vitivinícolas de la región, Colchagua y Cachapoal, a las que se hará referencia según se requiera.

1.1 Producción Vitivinícola (nacional, regional y territorial)

Superficie

De acuerdo al último Catastro Vitícola disponible (SAG, 2004), la superficie nacional plantada con vides para vinificación ha crecido exponencialmente durante la última década -y especialmente en los últimos 5 años-, pasando de 53.093 ha en 1994 a 112.056 ha en 2004, como se observa en el Gráfico 2.

GRAFICO 2. SUPERFICIE PLANTADA CON VIDES PARA VINIFICACIÓN, NACIONAL Y REGIONES SEXTA Y SÉPTIMA. PERIODO 1995-2004



Fuente: Elaboración propia con información del Catastro Vitícola 2004, SAG.

La Sexta Región, a pesar de ser la segunda en términos de superficie plantada con vides para vinificación -luego de la Séptima Región, que cuenta con 43% de esta superficie y 48.274 ha-, es la región que muestra el mayor crecimiento,

cuadruplicando su superficie entre 1995 y el 2004, al pasar de 8.804,2 ha a 31.816 ha, con un 28% del total nacional en el 2004 (Catastro Vitícola SAG, 2004).

En relación al tamaño de las propiedades vinícolas de la Sexta Región, el Catastro Vitícola 2004 señala un porcentaje de alrededor de 20% para cada uno de los rangos intermedios de superficie (1,1 a 5 ha, 5,1 a 10 ha, 10,1 a 20 ha y 20,1 a 50 ha), mientras que la existencia de propiedades en los rangos extremos es muy menor (menor a 1 ha o superior a 50 ha).

Respecto de la distribución de la superficie vinícola de la región por provincias y comunas (Cuadro 4), existe un fuerte predominio de la Provincia de Colchagua con un 64,8% del total regional, seguida de la Provincia del Cachapoal, con un 27,2% de la superficie regional, y con una participación marginal de la provincia de Cardenal Caro.

Cabe señalar que las comunas con mayor superficie vinícola son aledañas a las carreteras hacia Rancagua, San Fernando y Pichilemu, destacando la comuna de Requinoa en Cachapoal, Palmilla y Santa Cruz en Colchagua y Marchigue en Cardenal Caro. Esta última comuna, Marchigue, es la única comuna importante en superficie en la provincia Cardenal Caro, de tal manera que por su cercanía geográfica se incluye dentro del Valle de Colchagua para el análisis del CER.

En términos de los cepajes plantados, un 76,3% de la superficie nacional plantada en 2004 correspondía a cepajes tintos, mientras que el restante 23,7% estaba plantado con cepajes blancos. En el marco regional, para el mismo año, un 89% (28.296,8 ha) corresponde a cepas tintas y un 11% (3.519,2 ha) cepas blancas (Catastro Vitícola, 2004).

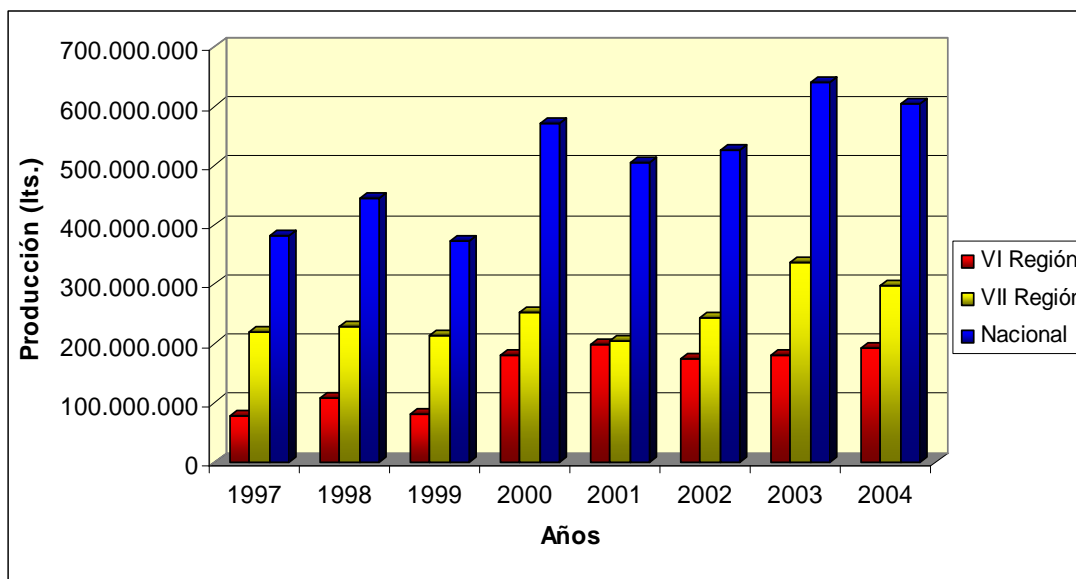
El cepaje que ha experimentado un mayor crecimiento a nivel nacional y regional es Cabernet Sauvignon, seguido de Merlot y Carmenere de los tintos, y de Chardonnay y Sauvignon Blanc de los blancos. En la región la distribución es la siguiente: entre los cepajes tintos, Cabernet Sauvignon 56,1%, Merlot 18,1%, Carmenere 10,6%, Syrah 4,9% y Tintoreras 3,7%; y entre los cepajes blancos, Chardonnay corresponde al 46,8%, seguido de Sauvignon Blanc con 32,1 5 y Semillón 12,1% (Catastro Vitícola, 2004).

Producción

De la producción nacional de vino para 2005, el 80% fue producido entre las regiones Sexta (32%) y Séptima (48%), como se observa en el Gráfico 3. La producción de la Sexta Región alcanzó a los 192.110.815 lts. en 2004, cifra que es algo menor a los más de 198 millones de litros que se elaboraron en 2001, año en que se alcanzó el mayor volumen histórico. Además -como se evidencia en la gráfica-, en coherencia con la tendencia de la superficie antes descrita hubo un mayor crecimiento de la

producción regional de la Sexta en comparación a la Séptima región, y también en relación con la producción nacional.

GRÁFICO 3. PRODUCCIÓN VINÍCOLA, NACIONAL Y REGIONES VI Y VII. PERÍODO 1997-2004



Fuente: Elaboración propia con información del Catastro Vitícola 2004, SAG.

Finalmente, el Catastro Vitícola 2004 muestra que la capacidad de guarda nacional alcanzó a los 1.440 millones de litros durante la temporada 2004, capacidad que se concentró especialmente entre las regiones VII (41%), VI (24%) y metropolitana (18%), las que suman el 83% de la capacidad de guarda total nacional. La capacidad de guarda de la Sexta Región implicó, en 2004, más de 340 millones de litros, capacidad que es especialmente interesante si se considera que representa la mayor capacidad de guarda en acero del país.

1.2. Antecedentes de las Exportaciones de vino nacional y regional

Los buenos resultados de las exportaciones de la industria chilena del vino están sostenidos, principalmente, por el buen desarrollo de las exportaciones del vino con D.O. El volumen de vino con D.O. exportado se incrementó desde 55 millones lts (correspondiente a 123 millones US\$ FOB) en 1995 a 241 millones lts. (691 millones US\$ FOB) en 2005, lo que significa un incremento del 436,4% en volumen y de 559,8% en valor en este período (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas).

El incremento del valor de exportación de vino con D.O. y la disminución del volumen que se produjo durante el último año implicó que el precio medio de exportación se

incrementara en un 19,2%, situándose entre enero y octubre de 2005 en US\$ 2,08 por litro, cifra que es la cuarta más alta registrada, sólo superada por los altos valores del vino con D.O entre 1998 y 2000 (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas). Este comportamiento al alza de los precios del vino con D.O. debería atenuar el efecto negativo sobre los precios de compra de la uva para vinificación que se registraron en la última temporada y que se prevé que continuarán durante la próxima temporada, como consecuencia de un mercado bien abastecido y un valor del dólar disminuido.

En lo que se refiere a los vinos embotellados, que en 2005 constituyeron el 79% del valor total de las exportaciones de vinos, su valor aumentó en un 12,3%, y su volumen en un 8,4%. En este mismo año el nivel de exportaciones de vinos con D.O. alcanzó los 242.480.336 litros, correspondiente a 696.084.612 US\$ FOB, lo que significó un incremento del 3,6% con respecto al año anterior (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas).

En relación con el destino de las exportaciones hacia las grandes áreas o países del mundo, los datos que aporta el Servicio Nacional de Aduanas (recopilados por ODEPA, 2005) son que la Unión Europea representa el principal destino, ya que con 455 millones de US\$ FOB en 2005 implicó el 51,5% de las exportaciones totales de vino, mientras que Estados Unidos se sitúa en un segundo lugar, con un más lejano 16,7% del total. ALADI sólo representa un 9,9% y Asia un 7,8% del total exportado en 2005. Respecto del año 2004 se produce, en general, un leve incremento de las exportaciones, del orden del 5 al 10%, y sólo Asia registra una disminución de este valor, del orden del 10%.

El Cuadro 5 se muestra los 20 países que concentraron, a nivel nacional y de la Sexta región, el mayor volumen de vino con D.O. exportado en 2005. La información contenida en este cuadro evidencia que las dos principales destinaciones de las exportaciones nacionales y regionales son el Reino Unido y Estados Unidos, mientras que los países de destino que se sitúan a continuación describen un orden similar tanto a nivel nacional como regional, aunque en este último destacan Dinamarca, Japón, Corea del Sur y Suiza.

Además, es importante señalar que aparecen como destinos regionales importantes Hong Kong, Taiwán y Polonia en los lugares 16, 17 y 18 respectivamente, y no son parte de los 20 países de destino principales a nivel nacional. Por el contrario, Finlandia, Suecia y Noruega son destinos que ocupan los lugares 12, 13 y 20 del nivel nacional, y no figuran dentro de los 20 principales destinos regionales. La región de O'Higgins exportó, en el 2005, a 81 de los 121 países a los que llegaron los vinos chilenos en total (66,9%).

En relación a cómo han ido evolucionando los países de destino para la exportación de vinos con D.O. de origen a nivel nacional y de la Sexta región, en el Cuadro 6 se observa que tanto el Reino Unido como Estados Unidos se han mantenido en el primer y segundo lugar, respectivamente, para ambos niveles.

A nivel nacional, destaca Japón que ha ido descendiendo de las primeras posiciones para ubicarse en un 9º lugar en el 2005. También destaca Corea del Sur, que ha avanzado desde el lugar 41 en 2001 hasta el 16 en el 2005. Para ambos países se da la misma tendencia a nivel regional.

A nivel regional, y relacionando este cuadro con el anterior (Cuadro 5), es de especial interés observar que los destinos exclusivos regionales (Hong Kong, Taiwán y Polonia), han sostenido una tendencia al alza, particularmente marcada para Taiwán.

Finalmente, y en relación a la evolución de los precios del vino, es importante considerar que las exportaciones han crecido, pero éstas lo han hecho en un grado mayor en el valor recibido por el producto, lo que se debe principalmente a que la exportación se ha estado fomentando a través de vinos embotellados con D.O. de alta calidad, ganadores de concursos internacionales, lo que genera un aumento del valor.

En lo referente al precio obtenido por las exportaciones de vinos chilenos, los datos que aporta el SAG (2005) indican que una caja de vino, considerando los principales destinos, alcanzó un precio promedio de US\$ 26.08 en la temporada recién pasada, siendo el mercado canadiense el que registra un mayor valor promedio (US\$ 31.86). En relación con los precios en base a cepas, la que obtiene un mayor precio en promedio es la caja de Cabernet Sauvignon, con un valor de US\$ 27.78 por caja.

La evolución de los precios del vino chileno de exportación indica que, desde fines de la década de los '90 y hasta 2001, el precio promedio presentó una tendencia a la baja, situación que refleja la creciente competitividad de la industria vitivinícola mundial, caracterizada por un aumento en la producción y una demanda que crece marginalmente, además de la entrada al mercado de nuevos países productores que están llevando los precios a la baja, especialmente en aquellos segmentos de precios importantes para Chile, es decir, básico, *Premium* y *popular Premium* (SAG, 2005).

En el año 2002 y hasta 2003, el precio promedio del vino chileno continuó disminuyendo, registrándose una baja de un -11,8%: el nivel de precios, sin embargo, subió durante el año 2004 y el 2005. Esta favorable tendencia se explica no sólo por el alza generalizada de los precios en casi todas las categorías de vino que se exportan, sino que también por la mayor importancia de los envíos de vinos con D.O., que son los de mayor precio (SAG, 2005).

En definitiva, el actual mercado mundial del vino presenta una situación que mantiene en alerta a sus actores, dados factores como: una alta oferta mundial creciente (ya se habla de sobrestock) asociada fundamentalmente a los productores del "nuevo mundo"; una demanda estancada que sólo se hace positiva para segmentos de consumidores jóvenes y de elite y para un producto de calidad superior, identificado con un territorio y diferenciado; niveles de precio críticos para la

uva (como el que se obtuvo en la temporada pasada) e inciertos para el vino, de acuerdo a su calidad, y la caída del precio del dólar.

En este marco, sin embargo, las oportunidades siguen siendo promisorias para Chile y sus productores, en la medida que se genere un producto de calidad y características acordes a los segmentos de consumidores en alza a nivel mundial, que siga siendo eficiente en la generación de un producto de buena relación precio-calidad. Según manifiestan varios de los exportadores de vino de la región y del país, la difícil situación actual más se refiere a una situación coyuntural que hay que enfrentar, más que a un problema estructural insoslayable.

1.3. Presencia de Chile en el Mercado Mundial del Vino

La Organización Internacional del Vino (OIV, 2005) indica que la tendencia incremental de la producción mundial de vino tuvo un revés importante en el período 1986-1990, pasando de una producción anual de 333,6 Mhl a 304,2 Mhl, con lo cual se verificó una merma del 9%, retroceso que se mantuvo hasta 1995. En 1996 la tendencia volvió a ser positiva, lo que se repite hasta ahora, sólo con algunas bajas puntuales como las registradas en 1998 y 2002.

Entre los principales mercados productores destaca la Unión Europea, que en el año 2004 produciría más del 62% del volumen total de vinos del mundo. Francia, como líder histórico de las exportaciones mundiales de vino hasta la actualidad, ha ido perdiendo significativamente su cuota del mercado mundial, pasando de un 51,8% de participación en 1986 a un 40,9% en el 2000, mientras que Italia, Portugal y Alemania también han decrecido en relevancia, aunque en un grado menor, del orden del 2 al 5%, llegando en 2000 a porcentajes de 18,7%, 3,5%, 3,2%, respectivamente (OIV, 2005).

En una situación contraria, es decir, de incremento de su cuota del mercado mundial, países que se convierten en los “exportadores emergentes” o del “nuevo mundo”. Se encuentran Australia, que ha aumentado su participación desde un 0,5% en 1986 a 7,1% en 2000; Chile, que en ese mismo período registró un incremento desde un 0,3% a un 4,6%, y Estados Unidos, cuyo ascenso de participación fue del 0,6% a 4,5%. En menor grado también han incrementado su cuota del mercado Argentina, Sudáfrica y Nueva Zelanda (OIV, 2005).

El consumo mundial de vino se mantuvo alrededor de los 280 millones de hl desde comienzos de la década del 70 y hasta 1983, año en que registró una caída significativa, iniciando una tendencia decreciente que duró 11 años, hasta 1994, para luego volver a una tendencia incremental. Esta tendencia se repite hasta la actualidad, llegando el consumo mundial a 235,6 Mhl en 2005, un 1% superior al consumo de 2004, según datos de la OIV (2006).

Las proyecciones realizadas por la OIV, contemplando la evolución y las tendencias más recientes, indican que para el año 2008 el consumo mundial de vino podría situarse entre los 237 y 245 millones de hl, vale decir, se mantendría un incremento de alrededor de 1 Mhl por año.

Entre los países que consumen mayor cantidad de vino per cápita/año se encuentran Luxemburgo (63,4 l/hbt), Francia (56,1 l/hbt) e Italia (48,2) l/hbt, según datos de consumo de 2002. Otros países relevantes como consumidores, y que están incrementando su nivel de consumo, se pueden mencionar a Suiza (43 l/hbt), Dinamarca (31,9 l/hbt), Alemania (24,5 l/hbt), Australia 20,5 (l/hbt), Nueva Zelanda (17,1 l/hbt) y Japón (2,2 l/hbt), según datos de la OIV (2005).

En definitiva, en el marco de productores históricos que mantienen o disminuyen su presencia en el mercado mundial, tales como Francia, Italia o España, Chile se posiciona en un lugar privilegiado con sus exportaciones, convirtiéndose en uno de los principales exportadores de los países del nuevo mundo, entre los cuales encuentra a competidores como Argentina, Sudáfrica y Nueva Zelanda.

1.4. Características de los territorios del cluster: Valles de Colchagua y de Cachapoal

1.4.1. Valle de Colchagua

Las cifras del último Catastro Vitícola (2004) dan cuenta de una tendencia incremental de la superficie con vides viníferas a nivel nacional, regional y también en el territorio en análisis, ya que en el transcurso de sólo siete años la superficie plantada con vides viníferas del Valle de Colchagua creció desde las 5.768 ha registradas en 1997, a las 21.991 ha cuantificadas en 2004, superficie que se distribuye en 933 propiedades, como se observa en el Cuadro 7.

De las comunas que integran el Valle de Colchagua, las que representan una mayor superficie para la producción de vino son: Peralillo, Palmilla, Santa Cruz, Marchigüe y Nancagua, que en conjunto reúnen el 67,2% de la superficie total del valle y al 58,9% del total de propiedades (Cuadro 7).

En términos de cepas para vinificación, el Catastro mencionado indica que 19.830 ha corresponden a variedades tintas y 2.161 ha a variedades blancas. La distribución por comuna, como se observa en el Cuadro 7, establece una mayor concentración en las comunas de Peralillo y Palmilla, seguidas por Santa Cruz y Marchigüe. Las cepas blancas, en tanto, muestran una mayor concentración en las comunas de Marchigüe y Nancagua, secundadas por Peralillo, Santa Cruz y Palmilla.

Para la producción de vinos con DO⁹, las variedades tintas más importantes en el Valle de Colchagua son Cabernet Sauvignon, Merlot, Carmenere y Syrah, según se puede observar en el Cuadro 8. Las cepas blancas con mayor presencia en el Valle, en tanto, son Sauvignon Blanc y Chardonnay.

A partir del “Diagnóstico Tecnológico del Rubro Vitivinícola del Valle de Colchagua”¹⁰, elaborado por INIA (2003), se establece que la gran mayoría de la superficie destinada a la producción de vinos se corresponde con la modalidad DO (93% de la muestra considerada en el estudio), lo que sería indicativo del grado de especialización de los productores y del potencial comercial del producto apuntando a mercados de vinos superiores situación que, se indica, “se reflejaría sólo parcialmente, en la actualidad, lo que determina un potencial no explotado por la mayoría de los productores en el Valle”.

Otro de los aspectos que aborda este estudio, y que es interesante de destacar en el contexto del presente análisis, dice relación con la tecnología, dejándose ver un nivel de mejora que podría calificarse de medio en la tipología de productores más precarios, que son los más numerosos y entre los cuales se incluyen a los productores de cepas sin DO, considerando que un 46,8% de los encuestados para este Diagnóstico, declaró haber hecho algún tipo de inversión tecnológica. Este nivel de mejora se incrementa en los productores de mayores recursos –entre los cuales se incluyen aquellos que desarrollan tanto la producción vitícola como la vinífera-, ya que un 100% de los encuestados declaró haber realizado algún tipo de inversión tecnológica.

El estudio del INIA citado en los párrafos precedentes concluye, en relación con la adopción tecnológica¹¹, que los productores encuestados demuestran sensibilidad hacia el tema, lo que se reflejaría en una tendencia hacia la búsqueda y la implementación de nuevas tecnologías. Se detecta un buen nivel de adopción

⁹ Son los vinos provenientes de alguna de las regiones vitícolas señaladas en el artículo 1° de la Ley 18.455, elaborados con las cepas que se indican en la letra b) del artículo 3° y que cumplen con los demás requisitos establecidos para esta categoría en el Decreto N° 464.

¹⁰ Este estudio fue elaborado por INIA (CRI Rayentué), en el marco de una del funcionamiento del PTI Colchagua Tierra Premium (CORFO como institución pública promotora y COPEVAL, como operador). El objetivo principal de este estudio es “identificar y caracterizar los niveles tecnológicos de las empresas vitivinícolas ubicadas en el Valle de Colchagua, en la VI Región y determinar los puntos críticos para el establecimiento de un Centro de Transferencia Tecnológica (CTT) Vitivinícola en el Valle de Colchagua”. Se encuestó un universo de 209 productores del Valle de Colchagua, que cultivan 5.726 hás. con vides (34% del total, correspondiente a 611 productores). Estos productores se dividieron en cinco Grupos, donde en el Grupo 1 se encuentra el 78% de los productores y manejan el 48,5% de la superficie plantada; luego el Grupo 2, representa el 7,2% de los productores y manejan una superficie plantada que corresponde al 30,0%. Por otra parte, los Grupos 3, 4 y 5 en conjunto representan el 14,8% de los productores y manejan el 21,5% de la superficie de viñas.

¹¹ La adopción tecnológica se define en el estudio citado como la “incorporación a las prácticas de manejo agronómico y enológico de una propuesta tecnológica ofrecida en forma parcial o total por especialistas vitivinícolas”.

tecnológica especialmente en los productores que pertenecen a la tipología con mayores recursos, de los cuales el 75% declara interesarse en temas de tecnología para el manejo integrado y cuidado del medio ambiente.

En relación a los productores pertenecientes a la tipología con mejores recursos y el nivel tecnológico que alcanzan, el estudio citado establece que poseen un nivel tecnológico alto, de modo que el requerimiento de servicios de apoyo sería en términos de la actualización de tecnologías de punta y de un programa de capacitación para los mandos medios (técnicos de campo, bodegueros, entre otros).

Los desafíos que se proyectan a partir de los resultados del estudio del INIA señalado y que se corroboraron con lo señalado por los empresarios y profesionales entrevistados, entonces, se enmarcan en la efectiva implementación de la innovación tecnológica, capacitación para el mayor desarrollo productivo, el riego como uno de los temas prioritarios, manejo de información y registros, y promoción de la asociatividad entre empresas -especialmente vinícolas, que se muestran más reacias-.

En términos del proceso de elaboración del vino, propiamente tal, el “Diagnóstico Vitivinícola” elaborado por el INIA establece diferencias entre dos tipologías. La primera de ellas corresponde a las bodegas de mejores recursos y cuya producción es comercializada tanto en el mercado nacional como en el internacional, presentan, en general, buenas condiciones de producción tales como: buen equipamiento tecnológico, control de calidad suficiente de la materia prima y del producto vino, utilización de los materiales más adecuados para la conservación y el envejecimiento de los vinos -preferentemente acero inoxidable y madera- y buen envasado de vinos, todo lo cual los posiciona con alta vocación exportadora.

En términos de capacidad de almacenamiento, el valle alcanzó los 185.321.376 litros en 2004, siendo el acero el principal material de las cubas de guarda (54%), mientras que el cemento, con un 33% de la capacidad es el segundo material en importancia. La madera, en tanto, sólo llega al 11% de la capacidad del Valle (Catastro Vitícola 2004, SAG).

En términos de la calidad del producto vino, el Valle de Colchagua describe una situación inmejorable. Dan prueba de ello el importante número de medallas que han obtenido sus caldos, así como la designación como el Mejor Valle Vinícola del Mundo 2005, por la revista americana Wine Enthusiast.

Según las estadísticas de exportación de vinos con DO, manejadas por Pro Chile (Base de Datos), en 2005 la Viña Los Vascos figura como la viña con mayor valor exportado en el año, con más de 13 millones US\$ FOB exportados, como se aprecia en el Cuadro 9.

1.4.2. Valle de Cachapoal

Según los datos consignados en el Catastro Vitícola 2004, elaborado por el SAG, la Provincia de Cachapoal concentra 398 propiedades plantadas con vides para vinificación, totalizando 9.276 ha plantadas, como puede observarse en el Cuadro 10. La mayor presencia de superficie con cepas tintas es evidente, ya que ésta representa el 89,3% de la superficie total de la provincia, correspondiendo el restante 10,7% a cepajes blancos.

De las comunas que son parte del Valle, Requinoa es la más importante, con 78 propiedades y 1.982 ha plantadas. Le siguen Rancagua, Rengo y San Vicente, en términos del mayor número de propiedades existentes, pero también Peumo en términos de superficie plantada, alcanzando las 1.373 ha en 2004 (Cuadro 10).

Con respecto a los cepajes más importantes en el Valle de Cachapoal, Cabernet Sauvignon es el mayoritario, tal como ocurre en el Valle de Colchagua, con un 51,3% del total de la superficie de la provincia. Le sigue Merlot con un 19,5% de la superficie, y bastante más lejanos están Carmenere, Sauvignon Blanc, Chardonnay y Syrah, según se observa en el Cuadro 11.

La Provincia cuenta con 398 predios y con 19 viñas con etiqueta: Anakena, La Rosa, La Ronciere, Torreón de Paredes, Misiones de Rengo, Casas del Toqui, Chateau los Boldos, Morandé, Santa Mónica, Gracia y Porta, por mencionar algunas. Tiene 62 bodegas, con una capacidad de moler 7.444 toneladas diarias, una capacidad teórica de producción de 154 millones de litros, y 186 millones de litros de guarda. El 40% de la capacidad de guarda regional pertenece al Valle de Cachapoal.

Según las estadísticas aportadas por Pro Chile VI Región, de las empresas exportadoras del Valle de Cachapoal fue la Viña La Rosa la más importante en 2005, con más de 13 millones US\$ FOB como monto exportado según se observa en el Cuadro 12.

2. Características generales del cluster

2.1. Análisis de criterios para identificación el cluster

Según lo planteado en el capítulo 3, la condición de cluster está dada por la satisfacción de los criterios definidos a partir de lo planteado por varios autores¹². En base a estos criterios a continuación se realiza una descripción más detallada del cluster de exportación regional CER vitivinícola de la Sexta Región.

¹² Ídem a nota al pie de página 4.

- a) Existencia de sectores, rubros o productos exportadores importantes en la Sexta Región

Entre las exportaciones silvoagropecuarias regionales, el “vino con denominación de origen” se sitúa como el cuarto producto en importancia en 2005, mientras que la categoría “los demás vinos” se posiciona en el lugar número 13 (Cuadro 3). La suma de las exportaciones de ambas categorías alcanza a más de 119 millones US\$ FOB.

Destaca el explosivo crecimiento de las exportaciones de vino en la última década, existiendo una enorme diferencia entre los casi 18 millones US\$ FOB que se obtuvieron por la exportación de vinos con denominación de origen en 1996, y los más de 96 millones US\$ FOB que se registraron en 2005, más que quintuplicándose las exportaciones en este período (Cuadro 3). En tanto que las exportaciones de los demás vinos siguieron la misma tendencia, aunque el grado fue menor, llegando a triplicarse el valor en este período.

- b) Concentración territorial de empresas en torno al un sector, rubro o producto eje.

La industria vitivinícola de la Sexta Región claramente es una de las más relevantes del país, posicionándose en un segundo lugar tras la Séptima Región en términos de superficie plantada, producción y guarda del vino; y estableciéndose como uno de los líderes a nivel nacional e internacional en términos de la calidad del producto.

Las principales empresas ligadas directamente a la producción de vino (viñas y bodegas) se concentran en los Valles de Colchagua y Cachapoal, y en torno a ellas se pueden distinguir diversas empresas proveedoras de servicios, insumos, maquinarias y otros, tanto para la producción de uva para vinificación como para la de vino.

Además, entre las actividades de viñas y bodegas surge, con gran fuerza, el turismo enológico, al cual se relacionan otras tantas empresas proveedoras de insumos y servicios.

- c) Existencia (o potencial existencia) de relaciones de competitividad y cooperación de las empresas concentradas en un territorio.

La competencia entre viñas y bodegas de la Sexta Región, y de los valles mencionados en específico, es una fuerte realidad enmarcada en un mercado de gran dinamismo, donde la calidad del producto y la adecuada relación calidad-precio son aspectos de suma relevancia, aunque también lo son la generación de un producto innovador, con agregación de valor y asociado a un carácter identitario de cada empresa y/o territorio.

Al mismo tiempo, se visualizan algunas instancias de cooperación entre las empresas asociadas a la producción vinícola, especialmente en torno al turismo enológico, ejemplo de lo cual son las asociaciones de empresas para manejar las Rutas del Vino de Colchagua y de Cachapoal, respectivamente. Quizá la cooperación en el marco del propio proceso productivo del vino sea un desafío pendiente, ya que en la actualidad se enmarca en redes más bien informales y/o circunstanciales.

- d) Generación de economías de escala a partir del traspaso de información. Innovación.

El dinamismo del mercado del vino, al que ya se ha hecho alusión, define la necesidad de un traspaso de información entre las empresas productoras. Los tipos de información que son más relevantes, en este sentido, son las informaciones tecnológica y comercial. Sobre la información tecnológica se debe indicar que es especialmente crítica, dado que prima el “secreto industrial”, en el marco de un producto que requiere especiales avances tecnológicos para situarse como un producto de excelencia identificado con el territorio y diferenciado. La información comercial, en tanto, también es crítica dado que la gestión que se realiza en la actualidad es marcadamente individual, por empresa.

Este traspaso de información se enmarca, para temáticas productivas de la vitivinicultura, en redes más bien informales, vale decir, que se potencia la producción regional y territorial a partir de compartir experiencias en torno a un mismo negocio, pero sin la continuidad y compromiso que implica la pertenencia a redes o asociaciones formales.

En este sentido, la innovación en la producción se establece como una preocupación importante por parte de los empresarios entrevistados, sin embargo, éstos manifiestan que suele suceder que esta preocupación sea superada por otras necesidades productivas y comerciales más inmediatas –que no más importantes-. Un buen ejemplo de la búsqueda de información y de innovación es la existencia de un PROFO tecnológico que está promoviendo CORFO en la región, en el que participan 10 empresarios, y el PROFO de Agricultura de Precisión, también con 10 empresarios participantes (información aportada por COPEVAL, entidad operador CORFO de ambas iniciativas).

En términos de traspaso de información e innovación en el sector vitivinícola, el funcionamiento de redes efectivas y formales en torno al turismo enológico -tal como la Ruta del Vino de Colchagua- sí generan un espacio efectivo para que los empresarios compartan información y decisiones.

En definitiva, la principal condición que se debería dar para que el traspaso de información requerido sea una realidad, es que los empresarios logren visualizarlo como una necesidad para sus actividades, en el sentido que efectivamente son un aporte para mejorar su gestión. Ello debe ser la base para que los empresarios se

motiven a participar de espacios de encuentro, información y decisión, sin perder la individualidad y particularidades de cada uno de ellos.

- e) Existencia de sectores, rubros o productos que se inserten en una cadena de valor

La generación final del producto vino supone la superación de diversas etapas del proceso productivo, desde el establecimiento de las vides para vinificación hasta la implementación de sistemas post-venta para el producto en el exterior, todo lo cual se inserta en un sistema de agregación de valor permanente, que permite la integración con variados tipos de empresas en las perspectivas horizontal y vertical.

Por lo demás, como se verá con mayor detalle en el punto 4.3. referido a la definición de una línea de base de productos y empresas del cluster, este sistema de agregación de valor responde al dinamismo del mercado e incorpora permanentemente nuevas acciones. El turismo enológico, como ya se ha mencionado, constituye un espacio de actividad que ya es una realidad, pero que aún supone un gran potencial a desarrollar.

- f) Existencia (o potencial existencia) de relaciones público-privadas.

En el territorio existen se identifican algunas instancias de trabajo público-privado concertado para la promoción del producto y del sector, a saber, relaciones entre empresarios individuales o asociados e instancias públicas de apoyo tales como CORFO, ProChile, Ministerio de Agricultura (INIA, SAG, etc.) y otros, del mismo modo que instancias de gobierno local.

Entre ellas destacan dos Programas Territoriales Integrados Vinícolas en la región, promovidos por CORFO, el primero de los cuales se está ejecutando en el Valle de Colchagua, con el objetivo de “Aumentar la competitividad internacional de la industria vitivinícola de la zona y de actividades conexas (turismo) a través de la conformación de un esquema de articulación público-privada coordinada, que posibilite aprovechar fortalezas y oportunidades que hoy día se presentan para el rubro, insertando resueltamente en este objetivo la dimensión territorial con sus componentes, entre otros, de protección ambiental y de desarrollo humano y ordenamiento productivo, lo que significa una mejoría de la imagen en el extranjero del producto vino chileno con denominación de origen valle de Colchagua”. Un segundo PTI, del Valle de Cachapoal, que está en etapa de elaboración.

Otra de las líneas de CORFO con gran impacto en la zona y en el sector son los PROFO con vinculación directa al tema vitivinícola, ya se en temas productivos (BPA vitivinícola Colchagua o Gestión Integrada Bodegas Valle Rapel), comerciales (Wines for Asia) o de turismo enológico (Ruta del Vino Colchagua y Cachapoal).

También han de relevarse varios esfuerzos de ProChile para promover el sector en el exterior e ir en apoyo directo de los exportadores regionales de vino, actuales y potenciales. Ejemplo de ello es la promoción de varias misiones y eventos internacionales, con participación activa de los empresarios.

g) Existencia de un producto diferenciable

Uno de los valores del vino de alta calidad es, precisamente, que sea diferenciable, tanto en sus características organolépticas como en aspectos de imagen y marketing que reforzarán la calidad de “único” que se busca con los vinos. Esta situación se da plenamente en este caso, donde el Valle de Colchagua, el Valle de Cachapoal y el Valle de Rapel -que involucra a ambos valles-, son D.O. que permiten identificar y diferenciar al producto que sale de la zona. En esta misma línea de diferenciación está la iniciativa de productores de los valles para la definición de un Terroir o de una cepa emblemática del territorio.

Esta búsqueda de diferenciación del vino se relaciona, por lo demás, con una clara identificación con el territorio y sus recursos naturales, humanos y culturales. Esto mismo es lo que ha promovido, con grandes expectativas, el desarrollo del turismo enológico.

2.2. Definición línea base de productos y empresas del cluster

La cadena de valor base del CER del vino de la Sexta Región, que está diagramada en la Figura 2, tiene su base en la línea de producción principal que se forma en torno a la producción vitícola y, posteriormente, a la producción vinícola, vale decir, las empresas base de cluster son las viñas y las bodegas, de tal manera que se pueden visualizar tres tipos de empresas: empresas productoras de vino para vindicación (sólo viña), bodegas que se avocan sólo a la producción de vino (sólo bodega) y, por último, empresas que llevan a cabo ambos procesos (viña y bodega).

Esta cadena de valor definirá dos grandes áreas de acción. Por una parte, se considera la producción vitivinícola como tal (cuyo producto final es el vino de exportación), que en la Figura 2, se enmarca en tonos amarillos, mientras que como una segunda gran área de acción se ha especificado el turismo enológico, que en la figura se enmarca en tonos anaranjados.

Para cada una de estas dos grandes áreas se especificarán las empresas proveedoras de servicios y proveedoras de insumos -y maquinarias e infraestructura, según sea el caso-. A este respecto, se debe indicar que se han incluido la mayor parte de los tipos de empresas que se relacionan con la cadena de valor principal aunque, en lo concreto, no todas sean empresas que estén presentes en el territorio en la actualidad; ello se plantea de esta forma a objeto de plantear un espacio para proyectar la potencialidad de desarrollo del cluster.

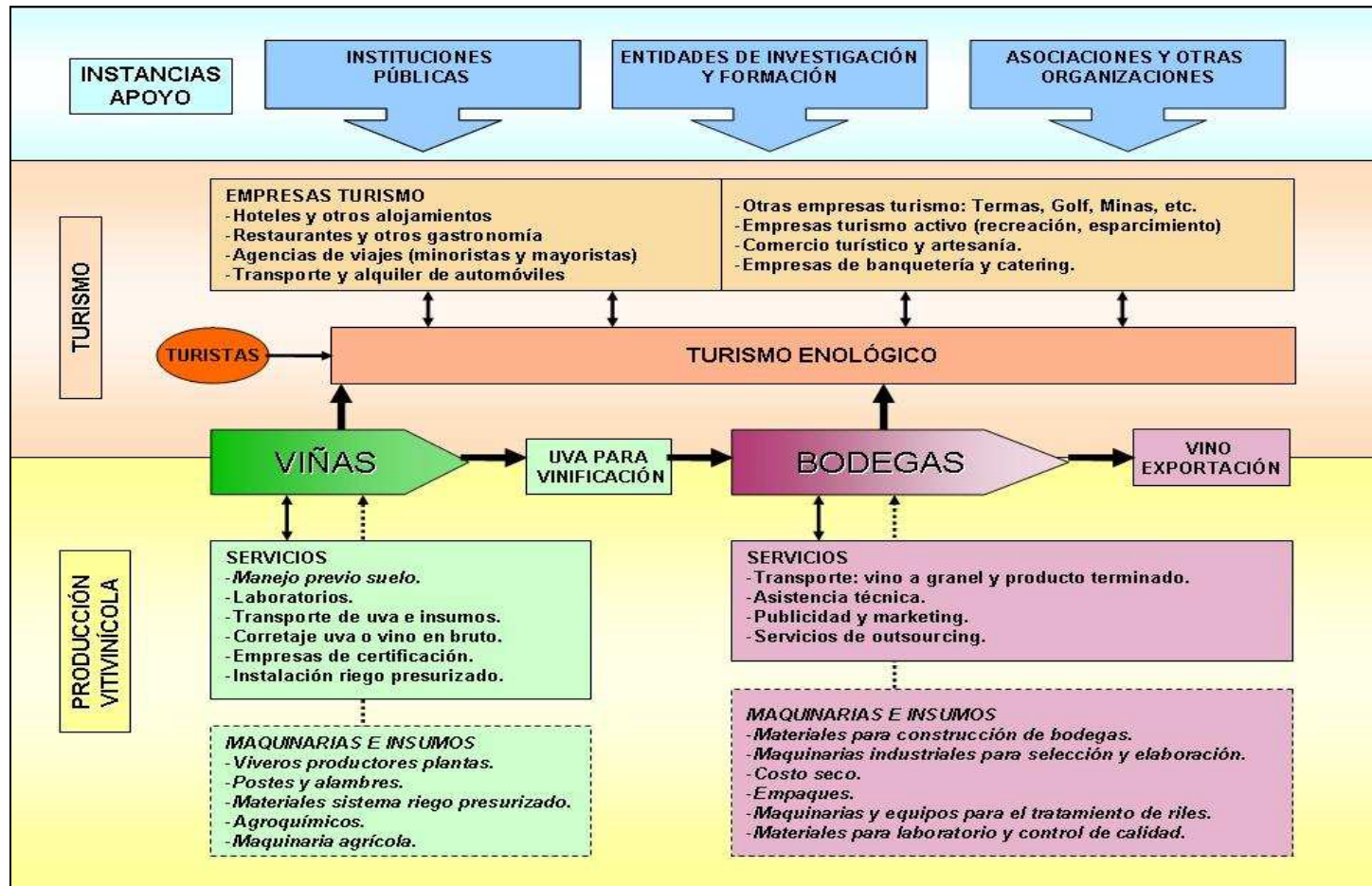
En relación con la producción vitivinícola, la primera etapa corresponderá a la acción de las viñas y culminará con la cosecha del vino para vinificación, y la segunda corresponderá a la acción de las bodegas y culminará con la elaboración -y puesta en mercado- de vino, en este caso, para exportación.

Según datos de ProChile Sexta Región, durante 2005 fueron 75 las empresas de la región que exportaron vino. Entre ellas, las líderes en términos de mayores montos exportados son: Viña La Rosa S.A., con más de 13.833 mil US\$ FOB exportados seguida por Viña Los Vascos, cuya exportación fue del orden de 13.379 mil US\$ FOB. A continuación están Casa Lapostolle S.A., Viña Ventisquero Ltda., y Viñedos y Bodegas Córpora, todas ellas con exportaciones por montos superiores a los 8 millones US\$ FOB. Se debe hacer hincapié en que entre las empresas exportadoras existen las tipologías de productores y exportadores, y sólo exportadores.

En términos de las empresas que muestran un liderazgo claro en lo que se refiere a aspectos comerciales, búsqueda de mercados y marketing, los profesionales de apoyo consultados y empresarios hacen referencia a Viña Casa Montes, Viña Casa Silva y Casa Lapostolle en Colchagua. Un liderazgo distinto, relacionado con el fomento de la actividad gremial, especialmente a través del turismo enológico, estaría dado, también a juicio de profesionales y empresarios pares, a Viña Casa Montes, Viña Casa Silva y Viu Manent y Cia. Ltda.

En materia de turismo enológico no puede dejar de mencionarse el notable liderazgo de las empresas Cardoen a través de las distintas iniciativas que se enmarcan en "Almacruz" y la Fundación Cardoen. Al respecto cabe señalar que esta aseveración es sustentada por gran parte de los entrevistados correspondientes al sector público, en los cuales existe una amplia valoración de las inversiones de diversa índole, hoteleras, gastronómicas, culturales y viñas propiamente tal, llevadas a cabo por este empresario. Al respecto se resalta particularmente aquellas inversiones relacionadas con la instalación de un hotel de excelencia en la Comuna de Santa Cruz, y la creación del museo de Colchagua, los cuales han contribuido a resaltar los aspectos culturales del valle, potenciando con esto determinadas particularidades que se han asociado de manera exitosa al producto eje de este cluster, que son sus viñas.

FIGURA 2. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL CLUSTER DEL VINO SEXTA REGIÓN



Fuente: Elaboración propia.

Así, en el proceso correspondiente a las viñas, en primer término, se pueden requerir los siguientes servicios de empresas:

- Manejo previo del suelo: despedrado previo, requerimientos de macro o micronivelación, drenajes, estudios topográficos, determinación de nivel de nemátodos.
- Asistencia técnica: para la implementación y mantención del proceso productivo.
- Laboratorios: para la realización de análisis de suelo, foliar, u otros necesarios.
- Transporte de insumos y/o de uva ya cosechada al finalizar el proceso.
- Corretaje uva para vinificar o vino en bruto (que está en franca disminución).
- Empresas de certificación del predio y producto (agentes fiscalizadores SAG).
- Instalación de sistema de riego presurizado: incluye la instalación, la construcción de zanjas, instalación eléctrica.

En términos de maquinarias e insumos para esta parte del proceso, las empresas proveen de lo siguiente:

- Viveros productores plantas de vides, aunque gran parte de las viñas generan sus propias plantas.
- Postes y alambres.
- Materiales diversos para el sistema de riego presurizado.
- Agroquímicos.
- Maquinaria agrícola.

La segunda gran etapa de la cadena de valor principal, que corresponde al proceso de elaboración de vino, define la necesidad de las siguientes empresas de servicios:

- Transporte: vino a granel y producto terminado. También se considera el transporte a puerto para exportación.
- Asistencia técnica enológica.
- Publicidad y marketing.
- Servicios de outsourcing varios: subcontratistas para faenas productivas, para cosecha mecanizada, servicios de vinificación, de envasado y etiquetado, de bodegaje de vinos, sistemas de gestión integrados, etc.

En relación con los proveedores de infraestructura, maquinarias e insumos para esta segunda gran etapa del proceso de producción que corresponde a las bodegas, las empresas que se relacionarían con ello son:

- Materiales para la construcción bodegas: bodegas vinificadoras, de guarda, elaboración, envasado y de acopio de insumos y productos terminados.
- Maquinarias industriales para selección y elaboración del vino: despalladora-estrujadora, prensa, intercambiadoras de calor, tanques buffer y fermentación, filtros, rinzer, transportadora botellas, llenadora, encorchadora, etiquetadora.

- Vasijas: acero, cemento, madera, barricas.
- Costo seco: botellas, corchos, cápsulas, etiquetas y contraetiquetas, caja cartón.
- Productos enológicos y materiales filtrantes.
- Empaques.
- Maquinarias y equipos para el tratamiento de riles.
- Materiales para laboratorio y control de calidad del producto.

A este respecto, se debe señalar que es posible encontrar más empresas proveedoras de servicios afincadas en la región que proveedoras de insumos, lo que se sustenta en que éstas habitualmente se originan a partir de iniciativas personales de profesionales y técnicos que conforman equipos de trabajo para proveer de los servicios que se van requiriendo en el proceso productivo y que, frecuentemente, tienen alguna relación previa con el mundo vitivinícola.

La continuidad de este tipo de empresas de servicios en la región, y en los territorios específicos, se enmarca en la relación de confianza que se genera con los empresarios vitivinícolas. Este alto nivel de confianza, sumado al dinamismo del proceso -que evidencia la necesidad de permanente especialización e innovación-, promueven el hecho que se desarrollen empresas, por ejemplo, la empresa Servicios Terroir Humbser y Humbser, que tienen entre sus servicios la certificación de D.O. para predios y vinos, y análisis de vinos de exportación.

En términos generales, la mayoría de las empresas proveedoras de la industria vitivinícola de la Sexta Región son empresas nacionales o importadoras que operan con insumos nacionales o importados, según sea el caso¹³. En lo que respecta a maquinaria, casi la totalidad es importada, lo mismo que los insumos como corchos y algunos materiales enológicos (tierras filtrantes como la bentonita), según entrevistas realizadas.

La mayoría de las empresas proveedoras tiene ubicación en Santiago y en la VII Región, desde donde despachan los insumos requeridos por de las empresas vitivinícolas de la región, transacciones que se ven facilitadas por la cercanía a estos centros. Se da una segunda situación de empresas que tienen su sede central en Santiago o Talca, pero que tienen sucursales en la región. Finalmente, están las empresas distribuidoras pertenecientes a la región las que son bastante más escasas que las foráneas, según lo indicado por empresarios y profesionales entrevistados.

¹³ Los empresarios entrevistados mencionan diversas empresas que proveen insumos desde fuera de la región, incluyendo todos los tipos de insumos que son requeridos en el proceso vitivinícola, especialmente en lo que respecta a insumos para a elaboración de vino: barricas y duelas, botellas, etiquetas, envases, plásticos, cápsulas y corchos y artículos de laboratorio,

Sin embargo, a juicio de empresarios y profesionales del sector entrevistados, esta situación podría estarse revirtiendo con la instalación de nuevas empresas de apoyo par la actividad vitivinícola. Una muestra de ello es el proyecto de instalación de una fábrica de botellas, en Cachapoal, iniciativa que tiene impulsores y detractores, dadas las implicancias medioambientales negativas que podría significar.

En relación con la otra gran área de desarrollo, el turismo enológico, las empresas primarias de la cadena de valor siguen siendo las viñas y las bodegas, con la salvedad que, para efectos de esta área, debemos considerar estas empresas en forma individual y también asociativamente.

Lo anterior se da de esta manera ya que varias de las iniciativas más importantes de la región en términos de turismo enológico responden a la asociación de empresarios vitivinicultores -especialmente aquellos de pequeño a mediano tamaño-, siendo la Ruta del Vino de Colchagua un buen exponente de esta situación; la Ruta del Vino de Cachapoal, en tanto, constituye una experiencia de menor data y notable menor desarrollo hasta el momento.

A partir del desarrollo que ha tenido el turismo enológico en los últimos años, sin embargo, ha surgido la necesidad, por parte de algunas empresas vitivinícolas -especialmente las de mayor tamaño-, por desarrollar esta área individualmente, lo que ha significado, en lo concreto, la incorporación de especialistas en el tema a algunas empresas.

Establecida esta situación marco del turismo enológico, se debe señalar que las empresas que se relacionan con esta área son las siguientes:

- Hoteles y otros alojamientos.
- Restaurantes y otros relacionados al rubro gastronómico.
- Agencias de viajes (minoristas y mayoristas).
- Transporte y alquiler de automóviles.
- Otras empresas relacionadas con el turismo: termas, campos de golf, paseos a
a
- minas, etc.
- Empresas turismo activo (recreación, esparcimiento).
- Comercio turístico y artesanía.
- Empresas de banquetería y catering.

En relación a estas empresas proveedoras de servicios e insumos para el turismo, se debe señalar que se han materializado variadas y estrechas relaciones, cuyo buen resultado ha impulsado claramente el establecimiento de relaciones con nuevas empresas y, además, la generación de varios proyectos interesantes como sería el “spa del vino”.

Por lo demás, asociado al carácter distintivo y de asociación identitaria al territorio del vino, surge facilitada la inserción de empresas de la propia región, y más, de cada

territorio dado, de modo de potenciar esta imagen del vino, a la que suscribe el turismo enológico, de acuerdo al tipo de demanda especializada y/o de elite, que existe para este tipo de turismo.

En este sentido, una instancia especialmente relevante e relación con el turismo en la región, y específicamente en el Valle de Colchagua, está dada por las empresas Cardoen, que están promoviendo y desarrollando varios proyectos relacionados con el tema del turismo, tales como el Hotel Santa Cruz, el Museo de Colchagua, una cadena de alojamiento de menor envergadura, restaurantes distribuidos en el valle, y otros, que han permitido convertir el valle en un punto de atractivo a nivel nacional e internacional.

Estas empresas son reconocidas y valoradas por varios de los entrevistados de la zona -especialmente del sector público-, en términos de su rol dinamizador del turismo, y especialmente, del turismo enológico, el que se ha transformado en un elemento diferenciador de los proyectos que están impulsando, incorporando elementos de identificación cultural y territorial. Desde esta perspectiva, se establece una relación de cooperación tácita entre estas empresas Cardoen, lo que, ciertamente, mejora la dinámica de competitividad-cooperación en el conjunto de empresas.

Finalmente, se debe consignar a las instancias que brindan servicios de apoyo al cluster y que, a partir de ello, generan las bases de los espacios público-privados del cluster. Entre ellos se consideran a las instituciones públicas con asiento en la región y en los territorios, las instancias de investigación y formación y, finalmente, organizaciones y otras entidades asociativas.

En relación con el ámbito tecnológico, cabe destacar el esfuerzo existente para instalar el “Centro Tecnológico del Vino”, en Colchagua, en cooperación con la Universidad de Talca, misma que ha desarrollado varios proyectos de investigación y desarrollo tecnológico en conjunto con instancias empresariales del Valle de Colchagua, en el marco de un convenio de cooperación.

Otra iniciativa tecnológica interesante que se encuentra en proyecto, es la generación de la “Universidad del Vino”, iniciativa que estaría promovida por la U. de Talca y las empresas Cardoen.

Otra instancia interesante en términos de desarrollo tecnológico es la acción del INIA, cuya relación con el rubro es aún insipiente (se indica que el CRI regional aún no cuenta con un enólogo, por ejemplo), pero existirían las voluntades para ir mejorando esta situación.

Se debe destacar, finalmente, la existencia de la “Asociación de Enólogos” con acción en la región, espacio que se vislumbra como muy interesante para promover la generación y difusión de desarrollo tecnológico e innovación en el territorio, en un marco que, como se ha indicado, es sumamente cerrado en el área productiva y comercial.

2.3. Potencial de competitividad del cluster (Análisis según Diamante de Porter)

Porter plantea que la competitividad a nivel nacional puede conseguirse a través del adecuado planteamiento y desarrollo de cuatro elementos clave: las condiciones de los factores de producción base del país o territorio; la estrategia, estructura y rivalidad entre las empresas; las condiciones de la demanda a la que se enfrentan las empresas; y la relación con las empresas de apoyo o soporte.

Para el análisis del potencial de competitividad de un cluster del vino en la región de O'Higgins, entonces, se verán las principales consideraciones que surgen para cada uno de ellos.

Condiciones de los factores de producción:

a) Recursos Naturales

Existen condiciones edafoclimáticas adecuadas privilegiadas para la producción vitivinícola, hecho que se refleja a partir de la denominación del Valle de Colchagua como el "Mejor Valle Vinícola del Mundo", según la revista americana Wine Enthusiast. El mayor punto de debilidad está en el tema medioambiental, que aún requiere de mayores y más amplios esfuerzos, que se sumen a iniciativas como el proyecto de "Aguas limpias para Colchagua", promovido por los actores y la CONAMA.

Lo anterior se desprende de la opinión entregada por la mayoría de los actores públicos y privados vinculados al tema. Al respecto de manera relevante se señala la necesidad que exista una verdadera conciencia ambiental tanto en empresarios como en los trabajadores, y que ésta finalmente se materialice en innovaciones en los procesos productivos que cautelen el impacto en el medio ambiente, no solo como una imposición de los mercados, como lo ha sido la introducción de las buenas prácticas agrícolas, y certificación de denominación de origen.

Infraestructura. Infraestructura productiva apta, que debe seguir desarrollándose, ya que aun existen un importante número de viñas que todavía no ha realizado las nuevas inversiones requeridas para generar un producto de calidad, esto se ha producido por el paulatino y aun inconcluso paso entre las viñas familiares y aquellas que han incorporado un enfoque comercial mas competitivo. En lo que se refiere a infraestructura vial, ésta es bastante adecuada, con cercanía a centros de distribución (Puertos y Aeropuerto Santiago), y con modernas carreteras que han significado una cantidad importante de nuevas inversiones.

Recursos Humanos y Mano de Obra. Se advierten limitaciones en términos de la existencia de mano de obra calificada en la región, que en el marco de la actividad agrícola es más crítica, dado que se requiere un nivel de especialización importante.

En relación con el área vitivinícola existen aún pocos espacios de formación y capacitación, especialmente para mandos medios y profesionales, hecho que se revertiría con iniciativas como la “Universidad del Vino” en Colchagua, para generar profesionales especializados, o la sumatoria de más CFT que vengan a solventar la gran demanda que en la actualidad existe. Estos se detallan en el Segundo Informe, en relación con las necesidades de capacitación y formación del capital humano para los cluster.

Nivel tecnológico e innovación: existen grandes avances en este sentido, en los cuales se basa la industria vitivinícola nacional y, especialmente, la que se desarrolla en el Valle de Colchagua. Sin embargo, se establece como un elemento clave y crítico a desarrollar, especialmente desde la perspectiva de cluster, ya que permitirá generar avances más sustantivos para obtener un producto con calidad superior e identificado con el territorio.

b) Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas

La actividad vitivinícola nacional ha experimentado una notable transformación en el último tiempo. Ha dado un salto hacia la calidad a través de la conversión tecnológica, la que abarcó tanto al sector agrícola como al industrial. Asimismo enfrentó una demanda creciente de vinos finos, no sólo desde el punto de vista interno sino que externo, lo que potenció la transformación del sector.

En este marco, en el país, en la región y, particularmente en el Valle de Colchagua, se visualiza la existencia de un grupo de empresarios innovadores, que siguen atentamente las tendencias mundiales de la vitivinicultura.

La estrategia de estas empresas, entonces, tiene una buena base en la experiencia adquirida, pero el avance que requiere se debe sustentar no sólo en la visión individualista de cada empresa, que es la que ha primado hasta ahora, sino en la conjunción de sus estrategias comunes, y las que se relacionan con las estrategias de otros actores del contexto que pueden transformarse en sus aliados efectivos.

La rivalidad o gran nivel de competencia entre las empresas asociadas al vino es una realidad, que ha facilitado la perpetuación de una gestión individual, especialmente en lo que a gestión de mercado se refiere y a la mantención del “secreto industrial”.

Tal como lo señalan los profesionales de COPEVAL, empresa que ha trabajado para el desarrollo del PTI Tierra Premium, el turismo enológico está siendo un espacio para el encuentro de los actores, viñateros y bodegueros, y para la generación de visiones y objetivos comunes, y que también podría abrirse al campo productivo y comercial.

Desde esta perspectiva, el mercado del turismo enológico es más reciente, pero en su dinamismo promueve rápidamente la competencia con otros valles del país o del

mundo, lo que significa la necesidad de mejorar, ampliar y diversificar la oferta existente en alianza con otros actores del turismo territorial.

c) Condiciones de la demanda

La demanda por productos asociados a un cluster del vino, vale decir, un producto con D.O. de calidad superior, tiende a aumentar en el mundo, en la medida que se va generando un nivel de consumo más especializado y que busca, también crecientemente, condiciones de diversidad e identificación.

Frente a esta situación, que promueve muy positivamente un cluster como el potencial de la región, se encuentra, sin embargo, con una fuerte competencia de otros mercados de origen de condiciones similares a las chilenas, son los llamados “mercados emergentes” como Australia y Argentina.

Ante lo indicado, las acciones deberían ser tanto para la generación de una oferta competitiva, como para buscar formas de incidir en la demanda, según lo que han indicado a este consultor tanto líderes de los empresarios como instancias de apoyo público y privado.

d) Industrias de soporte y relacionadas

El hecho que una parte importante de las empresas proveedoras de servicios y la mayor parte de las proveedoras de equipos e insumos se encuentren fuera de la región, constituye un elemento que limita la competitividad de un potencial cluster del vino en la región, ya que no permite la generación de redes territoriales que optimicen la actividad vitivinícola propiamente tal, pero que también dinamicen al territorio en el que están insertas. Esta situación se hace más crítica al primar el carácter de informalidad en las relaciones que se plantean entre las empresas principales y las de soporte que sí existen en el territorio.

Adicional al análisis de competitividad realizado a partir del Diamante de Porter, se puede realizar un análisis de la competitividad según lo que plantea Francisco Albuquerque¹⁴, y que se sustenta desde una perspectiva local y sistémica, en el entendido que un cluster sólo tendrá posibilidades de desarrollo y sostenibilidad en la medida que efectivamente responda a las necesidades de un territorio dado y de sus actores, y que asuma integradamente los factores de diversa naturaleza que intervienen en este marco.

Albuquerque plantea, en estos términos, la existencia de tres tipos de actuaciones de las que depende la competitividad empresarial:

¹⁴ Francisco Albuquerque, 2004. “El enfoque del Desarrollo Económico Local”. Cuadernos DEL, Número 1. 58 páginas.

1. Las realizadas al interior de la empresa en la búsqueda de eficiencia organizativa y calidad en la producción.
2. Las llevadas a cabo con la red de proveedores y clientes que conforman la cadena de valor a la que pertenece la empresa, y
3. Las orientadas a construir en “entorno territorial” propicio para el acceso a los servicios de desarrollo empresarial.

Proyectado este planteamiento al ámbito del cluster, deberemos evaluar, en primer término, el comportamiento en la cadena de valor principal del cluster, dado por las actuaciones de viñas y bodegas. En segundo término, la competitividad del cluster se relacionará con las actuaciones que se establecen entre las viñas y bodegas, y las empresas proveedoras de servicios e insumos, tanto para el área de producción vitivinícola como para el turismo enológico. Finalmente, la competitividad del cluster se relacionará con cómo interactúan las empresas principales y secundarias de las cadenas de valor, y las instancias de apoyo públicas y privadas, presentes en el territorio.

En el primer espacio de viñas y bodegas se puede hablar de empresas que desarrollan procesos productivos en forma generalmente eficiente, donde el accionar individual es la tónica, especialmente en relación al proceso vitivinícola, en que son muy escasos los espacios de cooperación entre empresas. Sólo el turismo enológico permite visualizar iniciativas de cooperación efectivas, aunque cabe preguntarse si esta situación variará en los próximos años, en la medida que este tema sea asumido también en forma individual, por cada una de las empresas de la cadena.

El segundo ámbito de relación entre empresas principales y proveedoras de servicios e insumos-maquinarias, da espacio para la identificación de vínculos reales y efectivos entre ambos tipos de empresas, basados en las necesidades mutuas, la creación de relaciones de confiabilidad y la inexistencia de la fuerte competencia que prima entre las empresas de la cadena vertical. Sin embargo, y pese a que estas relaciones son reconocidas y valoradas por los actores implicados, ciertas veces falta una perspectiva estratégica para establecer y manejar estas relaciones, de manera que efectivamente se puedan ser un espacio para la generación de alianzas e iniciativas de interés mutuo, pero en un horizonte de más largo plazo, del que hoy suele carecerse.

El tercer ámbito de relación público-privada define aún limitadas iniciativas conjuntas, y más aún, se advierte la carencia de espacios de encuentro, pero avocadas no sólo a la información, sino especialmente a la discusión y a la decisión. Sí resulta alentador, como potencial de competitividad del cluster, el hecho que exista la voluntad por parte de diversos actores por ser partícipes de este tipo de espacios y actuaciones.

En relación con los tres tipos de actuaciones para la competitividad ya señalados, Alburquerque también plantea que ésta se desarrollaría a partir de los siguientes factores:

- Diferenciación de productos
- Calidad de productos y procesos
- Diseño de productos
- Información de mercados
- Certificación, normalización
- Entrega a tiempo
- Servicios postventa

En esos términos, la competitividad del cluster está en un buen pie a partir de un producto vino – turismo enológico que, precisamente, busca diferenciarse de modo de responder adecuadamente a una demanda especializada y de elite. El proceso productivo y sus resultados también sugieren un excelente nivel de competitividad, el prestigio de la región y de los Valles en particular constituyen un plus innegable, que debe seguirse desarrollando aún más. Quizá sea la información de mercados uno de los temas en que aún deben ponerse mayores esfuerzos, especialmente dada la coyuntura de que muchas empresas comienzan a desempeñarse en el difícil escenario del mercado internacional, donde son muchos los factores que se desconocen y/o son incontrolables para los empresarios, especialmente cuando enfrentan esta tarea de forma individual.

Finalmente, Alburquerque relaciona la competitividad con factores impulsores de la productividad, que son los siguientes:

- Sistema educativo y de capacitación orientado por las necesidades.
- Infraestructuras básicas de calidad (Energía, Agua, Transportes, Telecomunicaciones).
- Relaciones laborales favorecedoras del involucramiento de trabajadores.
- Tecnologías apropiadas.
- Organización empresarial eficiente.
- Acceso al crédito para MIPYMES.

A este respecto, debe rescatarse la evidente evolución de las empresas vitivinícolas, que han pasado de empresas familiares tradicionales a sistemas empresariales más innovadores, tanto en el marco productivo como en el de gestión, donde quizá el recurso humano sea efectivamente el principal punto de avance, con la profesionalización de las distintas áreas de las empresas. En términos de la disponibilidad de infraestructura adecuada, se debe mencionar como elemento positivo la existencia de vías de transporte adecuadas y la cercanía a Santiago u a puertos, como puntos clave para la colocación de los productos.

Quizá sean los temas referidos al sistema educativo el acceso a créditos para las MIPYME los que aún plantean desafíos en el futuro próximo, ambos factores de

productividad que se enmarcan en el espacio público-privado que, como ya se señaló, se plantea como uno de los que requiere importantes esfuerzos.

2.4. Potencial del cluster para aprovechar las oportunidades que abren los acuerdos comerciales.

Los Acuerdos Comerciales vigentes entre Chile y los países consumidores de vino le proporcionan a Chile la posibilidad de disminuir gradualmente el arancel que pagan o, en otros casos, no pagar arancel. Por otro lado los mismos acuerdos permiten a Chile importar productos que también tienen ventajas arancelarias, y que sean requeridos por la industria vitivinícola.

Entonces, las potencialidades que se plantean para el cluster del vino de la Sexta región, según los acuerdos comerciales suscritos, se circunscriben, por una parte, a la priorización de la exportación hacia aquellos mercados que, a partir de los acuerdos comerciales suscritos por Chile -e impulsados por las estrategias macroeconómicas adoptadas por el país-, ofrecen mejores condiciones arancelarias, sumado a buenas condiciones del mercado *per se*. Esta potencialidad, luego, tendrá directa relación con las empresas de la cadena de valor principal, vale decir, las vitivinicultoras.

Así, a partir del Acuerdo de Libre Comercio entre Chile y la Unión Europea, Chile dispone de un arancel preferencial para la exportación de vinos chilenos a ese destino, que en lo concreto significará un menor arancel en 2006, respecto del que se debe pagar en 2005, para desaparecer el 1 de enero de 2007. Este acuerdo es especialmente interesante si se considera que es el primero que suscribe la Unión Europea con países de la región y competidores del mercado del vino, como podría ser Argentina.

La operación del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Estados Unidos, por otra parte, define la mantención de un arancel especial (aplicable a las mercancías de la categoría 22042150) hasta 2015 (año 12 del Acuerdo), cuando estas mercancías quedarán libres de derechos. En relación con los otros países norteamericanos también se tiene una situación privilegiada a partir de los acuerdos suscritos con cada uno de ellos, que definen la entrada del producto sin arancel.

En términos de la relación con el mercado Asiático, en el caso de Corea del Sur el arancel aplicable se reducirá en los próximos 5 años, hasta llegar a 0% en el año 2009. Sin embargo, se mencionaba que ello no ha significado un impacto de importancia en los volúmenes de vinos importados desde Chile, considerando que la economía coreana pasa por un momento difícil que ha impedido un crecimiento más activo del mercado.

Finalmente, el Acuerdo y Complementación Económica (ACE 35) entre Chile y Brasil le otorga a Chile preferencias arancelarias, de forma que se puede acceder a una

reducción en la alícuota del impuesto de importación del vino chileno, en el caso de los vinos Premium.

Por otra parte, para que el cluster funcione adecuadamente y entregue productos de calidad, se hace necesario adquirir maquinarias e insumos, los cuales generalmente se deben importar. Es así que se pueden obtener ventajas arancelarias para la compra de estos productos y, con ello, traspasar esos menores costos a las producciones de los diferentes componentes de la cadena de valor del cluster del vino. Este ámbito, por tanto, compete fundamentalmente a empresas proveedoras de insumos y maquinarias, que se sitúan en la línea secundaria del cluster.

Una forma de sacar provecho de esta potencialidad es que se generen alianzas estratégicas entre las empresas vitivinicultoras y las proveedoras de insumos y maquinarias, a semejanza las alianzas que se han establecido entre empresas chilenas y canadienses, con resultados exitosos según la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, Departamento ALCA y América Del Norte.

Se debe considerar, sin embargo, que varios de los países que son competencia para Chile en este mercado del vino también tienen privilegios de este tipo, producto de los propios acuerdos que éstos han generado, por lo tanto se debe aprovechar al máximo esta condición para tener reales posibilidades de llegar con mejores relaciones de precio-calidad que sus competidores. Una de las estrategias con las cuales se puede estar en mejor posición es, como ya se mencionó, las alianzas estratégicas, pero para llegar a lograr esto es necesario que existan empresas afiatadas y organizadas, para que sí sean consideradas como una verdadera oportunidad de negocio para las empresas extranjeras.

Uno de los aspectos más relevantes al dimensionar la potencialidad de la demanda es la definición adecuada del producto a exportar, dado que los mercados actuales y potenciales buscan satisfacer necesidades distintas y específicas. Estas necesidades dependen de la edad, ubicación geográfica y características socioculturales, por lo tanto los acuerdos comerciales permiten a las distintas empresas acercarse y conocer a estas comunidades de mejor manera.

2.5. Grado de gobernabilidad y asociatividad del cluster

La cooperación y la asociación entre las diferentes empresas involucradas en un cluster, y entre éstas y otras instancias público-privadas de un territorio, constituyen factores fundamentales para la conformación del cluster pero además, son especialmente importantes en términos de procurar la sostenibilidad del cluster el mediano y largo plazo.

Como se ha indicado en capítulos anteriores, un cluster del vino en la Sexta Región muestra potencialidades y limitantes, a partir de iniciativas exitosas y menos exitosas que se han visualizado en este marco, y de los principales aspectos de la cultura con que los actores locales enfrentan estas temáticas.

Como se sugirió en el epígrafe 4.4., es conveniente analizar este tema considerando como referentes a los tres grandes espacios en que se manifiestan las relaciones de los actores, vale decir, entre empresas de la cadena de valor principal, entre éstas y las proveedoras de servicios e insumos, y entre ambas y las instancias públicas y privadas del territorio.

En términos de las empresas de la cadena de valor principal, viñas y bodegas, se ha hecho referencia a su perspectiva de trabajo marcadamente individualista, que se expresa en la existencia de escasas instancias de cooperación y asociatividad, que o bien se insertan en la informalidad o responden a iniciativas promovidas desde el Estado.

La otra gran diferencia resulta, justamente, de la diferenciación entre las actividades de producción vitivinícola y turismo enológico, donde la primera no muestra espacios efectivos -ni tampoco intencionalidad por parte de los actores- de expresión y solución de conflictos, sólo existen algunos espacios informales de información, pero que usualmente reúnen a pequeños grupos que no alcanzan a proyectar la diversidad territorial. El turismo enológico, en cambio, ha abierto la posibilidad de generar organizaciones formales y, a partir de ello, instalar espacios de permanente comunicación y decisión conjunta; en este sentido, debe considerarse como una oportunidad para el cluster del vino la existencia de este espacio, que podría eventualmente proyectarse positivamente al complejo y cerrado campo de la producción vitivinícola.

Se debe recordar, a este respecto, que las viñas y bodegas protagonistas del cluster son de pequeño a mediano tamaño y que, por tanto, el requerimiento de cooperación se hace más evidente. Según indican algunos entrevistados, la relación de estas empresas con las de gran tamaño prácticamente no existe.

En términos de las relaciones de las empresas principales con las proveedoras, se visualiza la inexistencia de redes formales y, más bien, se trata de relaciones particulares. En este marco, y dado el dinamismo propio de la actividad vitivinícola, se hace evidente la necesidad de promover, también, la generación de espacios de encuentro, que posibiliten la generación de alianzas estratégicas que comiencen a sentar las bases de redes de cooperación que operen, como tales, en forma ascendente y descendente, e involucrando a los distintos actores involucrados.

Finalmente, entre las iniciativas público-privadas que han sido claves para revertir la situación de individualismo entre los empresarios vitivinícolas o, al menos, sentar precedentes que permitan ir modificando este escenario, destacan la ejecución de varios PROFO directamente relacionados con el ámbito de interés y el PTI "Tierra Premium" en el Valle de Colchagua, y, ambos tipos de iniciativas correspondientes a instrumentos CORFO.

En relación con los PROFO, que llevan implícito un componente asociativo importante al ser ejecutados a partir de la acción de grupos de empresas, en la región se han desarrollado varios PROFO, operados tanto por COPEVAL como por la Corporación Chilena del Vino:

- COPEVAL: de acuerdo a lo señalado por el Subgerente y el Jefe Zonal VI Región de la División de Servicios de Intermediación, se están ejecutando 5 PROFO relacionados directamente con la actividad vitivinícola: dos PROFO turísticos, dos PROFO Tecnológico (Incorporación de tecnologías de producción y Agricultura de Precisión), un PROFO relativo a las BPA y un PROFO para la construcción de una bodega, todos ellos orientados hacia el Valle de Colchagua.
- CCV: indicó, a través de su gerente regional, que en la actualidad se están llevando a cabo los siguientes PROFO en relación directa con el sector: Wines for Asia (6 empresas participantes), Gestión Integrada bodegas Valle Rapel 2 (6 empresas participantes) y Viñas del Alto Cachapoal (5 empresas participantes).

En relación con el PTI Tierra Premium, debe hacerse hincapié en que el hecho de estar en segundo año de ejecución, y el que se realizara un trabajo de preparación con los actores locales durante dos años, según indicaron sus principales responsables (COPEVAL) implica una situación de notorio mayor desarrollo del Valle de Colchagua en términos de asociatividad, liderazgo y gobernabilidad. Es más, las bases del PTI (desarrollo territorial, enfoque sistémico, protagonismo de los actores locales, fomento de relaciones privadas-privadas y público-privadas), coinciden precisamente con la perspectiva de cluster que se desarrolla en la presente consultoría.

Hechos como los señalados, en definitiva, promueven una diferencia fundamental entre los Valles de Colchagua y Cachapoal, el primero de los cuales muestra un nivel de desarrollo mayor y más experiencias asociativas con buenos resultados, muestra de ello es la buena marcha de la Ruta del Vino de Colchagua, la primera en operar en el país -desde 1997- y otras iniciativas de turismo enológico que han surgido a partir de ésta. Cabe destacar, por ejemplo, la creación -en 1999- de la Asociación Viñas de Colchagua, que es la primera asociación vitivinícola regional y además, la primera en velar por la denominación de origen de un valle vitivinícola, en este caso, el “Valle de Colchagua”.

Lo decisivo en el caso del Valle de Colchagua, en lo que a liderazgo y a gobernabilidad se refiere, es que se ha logrado que los actores locales promuevan un desarrollo a partir del propio territorio, vale decir, a través de elementos de identidad se busca posicionar el Valle y, a partir de ello, dar sustento en la vitivinicultura, lo que claramente permite aunar a todas las otras áreas de desarrollo económico y social.

La actividad asociativa de Cachapoal, en cambio, muestra un desarrollo más incipiente que, en lo sustantivo, no ha logrado sentar aún las bases de carácter identitario y territorial, y más bien, se sustenta en iniciativas de inversión e torno al vino, que son atractivas, pero individuales y escasamente promotoras de la mejora local. La Ruta del Vino de Cachapoal, por ejemplo, hasta ahora se ha enmarcado en una entidad organizativa más bien cerrada, que pareciera querer revertir esta situación buscando vías para facilitar la acción conjunta con otras empresas vitivinícolas más pequeñas, y también con empresas proveedoras e instituciones público-privadas, sin embargo, ello aún no se ha materializado.

En definitiva, la asociatividad, liderazgo y gobernabilidad del potencial cluster deben cruzar tanto la relación actividad vitivinícola-turismo enológico (y la potencialidad de este último para promover acciones asociativas que se deriven al ámbito más productivo), con el enfoque y nivel de desarrollo claramente diferente entre los Valles de Colchagua y Cachapoal. Este análisis supone que las condiciones actuales posicionan al Valle de Colchagua con las condiciones adecuadas para el desarrollo de un cluster, mientras que el Valle de Cachapoal debería seguir mostrando avances sustantivos como para constituir una opción clara de potencial cluster.

2.6. Potencialidad de desarrollo de asociaciones entre empresas localizadas en el área geográfica del cluster

Señalados los principales aspectos de la situación asociativa actual y potencial entre los diversos actores locales, surge lógica la necesidad pero también la potencialidad de la existencia de asociaciones entre empresas de la cadena de valor principal. Como se ha indicado, actualmente existen asociaciones de viñas tanto en Colchagua como en Cachapoal, pero se enmarcan casi únicamente en el turismo enológico, de manera que sería una estrategia a considerar proyectar esta asociatividad hacia otros ámbitos del cluster, puntualmente en el tema del comercio exterior.

Por lo demás, se debe considerar que las asociaciones que son base de ambas rutas del vino (Colchagua y Cachapoal) se inician en una dinámica más bien cerrada, a partir de cuotas de incorporación y mantención que no son accesibles a empresas más pequeñas, ni tampoco abren espacios para las empresas proveedoras.

A este respecto, cabe destacar que los pequeños productores de uva para vinificación se posicionan como proveedores de materia prima para las bodegas, con las cuales no suelen tener relación contractual, lo que afecta directamente la situación de estos productores, y podría ir en contra, además, del carácter territorial marcado que lleva un vino con D.O. Esta realidad es la que refleja la “Red del Vino de la VI región”, entidad que agrupa a pequeños productores usuarios de INDAP. En este marco, también hay un espacio pendiente a la hora de generar encadenamientos, para un sector que aportaría aproximadamente un 5% la materia prima que se utiliza para la elaboración del vino en la región, según indicó el profesional de apoyo de la Red del Vino que fue entrevistado.

En el ámbito de relación de las empresas de este cluster y otras a nivel nacional, se observa que la asociatividad surge a partir de la incorporación de las empresas a instancias como la Corporación Chilena de Vino, asociación gremial que reúne a 300 empresas en el país; Chilevid, otra asociación gremial que integra a 46 viñas; o Viñas de Chile, que suma 55 viñas asociadas. La operativa de este tipo de asociaciones, sin embargo es, más bien, de arriba-abajo, y no supone la generación de espacios de decisión estratégica.

Las asociaciones interregionales en el terreno el turismo enológico son aún inexistentes, y sólo se habla de algunos indicios de información pero que más obedecen a iniciativas personales que organizacionales. En términos operativos, las relaciones entre asociaciones (como las que son base de las distintas rutas del vino o iniciativas similares en las regiones Séptima, Metropolitana y Quinta) ocurren a través de los operadores mayoristas, de modo que la estrategia y el control radica en éstas, y no en las propias asociaciones de los empresarios vitivinícolas.

Finalmente, la asociatividad internacional se expresa a través de algunos acuerdos de cooperación o hermanamiento que se han establecido, por ejemplo, con instancias paralelas de la industria vitivinícola argentina –mendocina-, sin embargo, estos espacios hablan de relaciones más nominales que operativas, y más operativas que estratégicas.

Parte de las acciones que se deberán plantear en la etapa siguiente del presente estudio, dicen relación con generar alianzas estratégicas en los ámbitos interregional e internacional. El turismo enológico, por ejemplo, abre espacios para establecer relaciones y/o asociaciones con instancias de países más desarrollados en el tema, como pueden ser Francia, Italia o España, aprovechando las oportunidades que abre el acuerdo suscrito con la Unión Europea, que no sólo se refiere a aspectos arancelarios, sino también a propuestas culturales o artísticas que podrían potenciarse en este marco.

2.7. Análisis FODA del CER del vino

El Análisis FODA del cluster se presenta, a continuación, a modo de síntesis de las principales características que se han analizado en los puntos anteriores y, por tanto, integra los elementos que señalan la mayor o menor competitividad del cluster.

Fortalezas

- La Región de O’Higgins es la segunda en importancia en el país en términos de superficie, producción y guarda (alrededor del 35%, en cada caso, del

total), como tal, se constituye como una oferta relevante a nivel nacional y mundial,

- Posicionamiento de Chile como exportador de vino, encontrándose actualmente en un 5º lugar a nivel mundial.
- Existe una alta competitividad entre las empresas vitivinícolas que forman parte del cluster.
- Existencia de dos valles (territorios) que implican una oferta que tiende a la diferenciación de su producto. En este marco, el Valle de Colchagua se constituye como uno de los principales a nivel nacional y mundial, y como el núcleo de desarrollo del CER vitivinícola.
- El vino que, predominantemente, se genera en los valles -especialmente en términos de cepajes y características organolépticas-, se corresponde con el tipo de demanda que está creciendo en los principales mercados de destino (vinos con D.O., identificados con un territorio o terroir y diferenciado).
- Nivel tecnológico e innovación de medio a alto. Alta calidad del proceso productivo y del producto eje del cluster (vino), con prestigio de ambos valles, especialmente Colchagua.
- El turismo enológico de la región ha sentado bases en la región, aunque aún existe un gran potencial de crecimiento por materializar.
- Existen condiciones edafoclimáticas adecuadas de los valles, lo que permite la generación de productos de calidad.
- Entorno facilitador del desarrollo en términos de vías de transporte, cercanía a Santiago y puertos, etc.

Oportunidades

- Demanda internacional creciente de vino con D.O., especialmente de aquel proveniente desde países emergentes como Chile, y de características como el producido en la región (cepajes emblemáticos, características organolépticas, relación calidad-precio, etc.).
- Acuerdos comerciales con la mayor parte de los mercados de interés para el producto del cluster, que más allá de favorecer una situación privilegiada en el pago de aranceles –que es importante, pero no decisiva-, abre potencialidades en términos de cooperación con otros mercados.
- Los principales mercados de destino de las exportaciones de la región son los más promisorios en términos de demanda actual y potencial, (destaca Reino Unido, en el marco de la UE completa), de manera que se facilita la expansión de la colocación en ellos (economía de escala).
- Fortalecimiento de generación de productos diferenciados y con identidad territorial.
- Turismo enológico como actividad emergente.

- Turismo enológico abre posibilidades de promover asociatividad entre empresas de la cadena de valor principal del cluster, entre éstas y los otros actores.
- Relaciones público-privadas que aún no se han desarrollado o lo han hecho parcialmente. Entre ellas se consideran las instituciones de fomento y apoyo públicas, pero también instancias de Gobierno Regional y local, donde las municipalidades podrían tener un rol bastante más activo.

Debilidades

- Escaso desarrollo de cooperación entre empresas de la cadena de valor, y entre éstas y las empresas proveedoras e instancias de apoyo.
- Existencia aún escasa de redes de interrelación entre empresas.
- Escasos espacios público-privados de decisión.
- Las empresas proveedoras de insumos para la industria vitivinícola suelen tener asiento en las regiones Metropolitana y del Maule, y no en la región o territorio.
- Faltan centros educacionales que entreguen formación y capacitación especializada.

Amenazas

- De continuar la tendencia al crecimiento exponencial de superficie, producción y guarda de vino regional de los últimos años, se podría generar una oferta que dificulte su puesta en el mercado internacional, de acuerdo a la actual forma de gestión comercial internacional.
- Existencia y crecimiento de otros mercados emergentes, con condiciones de competitividad equivalentes.
- La dinámica individualista de los empresarios vitivinícolas, y el “secreto industrial” persistente en el proceso, pueden dificultar la materialización de iniciativas de mejora tecnológica e innovación conjuntas y/o de intercambio de este tipo de información.

V. CLUSTER EXPORTADOR REGIONAL FRUTÍCOLA

1. Principales Antecedentes de la oferta frutícola del cluster

1.1. Producción Frutícola (nacional y regional)

Superficie

Según los datos del último Catastro Frutícola elaborado por CIREN (2005), Chile cuenta con una superficie de más de 221 mil hectáreas plantadas con especies frutales -mayores y menores-, distribuidas entre las regiones I y a la X (Cuadro 13). La región de O'Higgins es la que tiene la mayor superficie del país, llegando casi a las 60 mil hectáreas, seguida de la Región Metropolitana, que cuenta con más de 48 mil hectáreas. La sumatoria de las superficies correspondientes a las regiones V, VI, VII y Metropolitana representa el 81% del total nacional, lo que da cuenta de la concentración frutícola en la zona central del país, aunque también es cierto que las otras regiones han experimentado crecimientos notables.

La uva de mesa es, claramente, la especie con mayor superficie en el país, llegando casi a las 60 mil hectáreas, que corresponden al 25% de la superficie nacional, secundada a bastante distancia por el manzano (rojo y verde), que ocupa la segunda posición con casi 35 mil hectáreas (17% de la superficie nacional), mientras que el palto se ubica en un tercer lugar con más de 26 mil hectáreas en todo el país (13% de la superficie nacional), según información del último Catastro Frutícola.

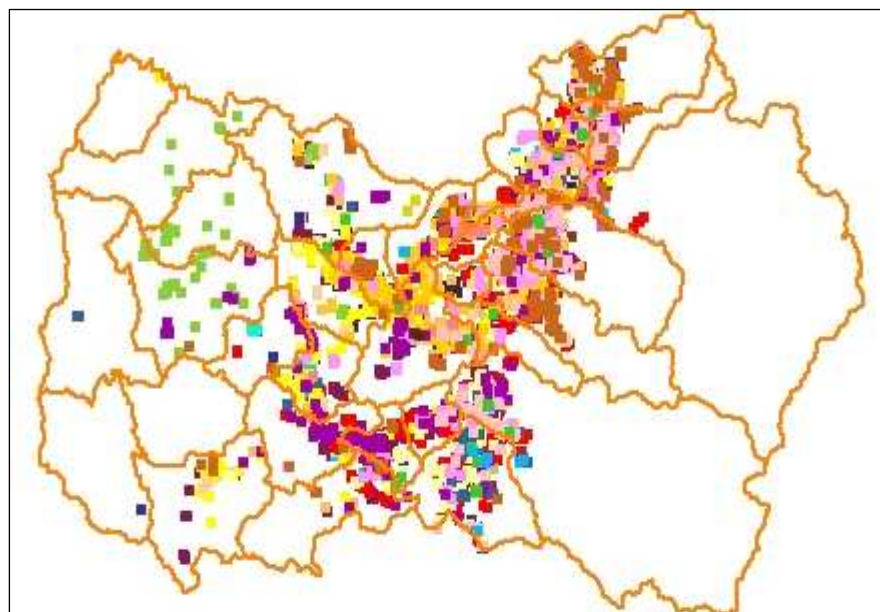
La distribución de la superficie con frutales en la región de O'Higgins mantiene los dos primeros lugares a nivel nacional, ya que la uva de mesa es la principal especie con más de 12 mil hectáreas (21,1% de la superficie regional), mientras que el manzano supera las 10 mil hectáreas (16,9% de la superficie regional). Las especies que se sitúan a continuación, para esta región, son nectarín, naranjo y ciruelo japonés (CIREN, 2005).

La evolución de la superficie plantada con frutales a nivel regional se evidencia con un crecimiento del 11,6% respecto del anterior catastro frutícola, realizado por CIREN en 1996. La variación por especies, sin embargo, es disímil, ya que mientras la uva de mesa registra un aumento del 28%, el manzano muestra un descenso del orden del 17%. Los crecimientos porcentuales más llamativos son el olivo, con un incremento del 473%, seguido del cerezo, que registró un aumento del 212%. El descenso más importante de superficie, en tanto, es el peral, cuya superficie decrece en alrededor de un 40%.

La superficie regional señalada se distribuye entre 3.218 explotaciones según el Catastro Frutícola 2003, de las cuales el 73,7% se encuentra en la Provincia de Cachapoal, totalizando más de 47 mil hectáreas (76,2%), el 25,3% en Colchagua, y menos del 1% a Cardenal Caro. Ello da clara cuenta de la concentración frutícola en la Provincia de Cachapoal, aunque también se debe considerar la concentración

alrededor de la Carretera Panamericana Sur (Ruta 5) y otras rutas tales como la Carretera de la Fruta (Ruta 66), H30 (une Rancagua, Doñihue y Peumo), lo cual se puede observar en el Mapa Frutícola de la Región de O'Higgins (Figura 3)

FIGURA 3. MAPA FRUTÍCOLA DE LA REGIÓN DE O'HÍGGINS



Leyenda		
● Almendro	● Arandino Americano	● Avellano
● Castaño	● Cerezo	● Chirimoyo
● Ciruelo Europeo	● Ciruelo Japonés	● Clementina
● Damasco	● Duraznero Consumo Fresco	● Duraznero Tipo Conservero
● Frambuesa	● Frutilla	● Guindo Agrio
● Higuera	● Kiwi	● Lima
● Limonero	● Lúcumo	● Mandarino
● Manzano Rojo	● Manzano Verde	● Membrillo
● Moras	● Naranja	● Nectarina
● Níspero	● Nogal	● Olivo
● Palto	● Papayo	● Peral
● Pera Asiática	● Pistacho	● Pomelo
● Tuna	● Vid De Mesa	● Zarparrilla Negra

Fuente: elaborado por Geodata, CIREN.

El Catastro 2004 muestra que el mayor número de explotaciones se encuentra en el rango entre 5 a 49,9 hectáreas (54,4%), seguido por el número de explotaciones de menos de 5 hectáreas (36,8%), lo que refleja la importancia de los pequeños productores en términos numéricos. En términos de superficie total, sin embargo, la superficie se distribuye fundamentalmente en los rangos de 5 a 49,9 hectáreas, y de 50 a 499,9 hectáreas, con 50,6% y 41,6% de la superficie regional frutícola, respectivamente.

Producción

La producción nacional de fruta ha seguido la tendencia incremental de la superficie dedicada a este sector, de manera que se ha experimentado un crecimiento sostenido desde las 2.994 Ton que se produjeron en la temporada 1996/1997 hasta las 4.152 Ton que se estima se produjeron en la temporada 2004/2005, lo que representa un incremento del 38,6%. La mayor producción es la de manzanas, con más de 1.300 mil Ton en la temporada 2004/2005, secundadas por la uva de mesa, con alrededor de 1.150 mil Ton; la ciruela, como tercera especie producida, se aleja bastante en volumen de producción ya que alcanza a las 250 mil Ton (Catastro Frutícola 2003).

Según datos de la producción informada para el Catastro Frutícola 2003 (Cuadro 14), la situación regional sigue la misma tendencia nacional, ya que la sumatoria de manzanas rojas y verdes define la especie más importante, que significa el 36,7% del total de la producción regional, mientras que la uva de mesa es la segunda en importancia, con un 24% del total regional. Bastante más alejadas se encuentran peras, kiwis y ciruelas, con 9%, 8% y 8%, respectivamente. Estas cinco especies, entonces, suponen el 86% de la producción frutícola regional.

En términos de la producción agroindustrial frutícola se debe indicar que ha recuperado su condición de ser uno de los sectores dinámicos de la economía nacional, ya que en el último trienio consiguió índices notables de crecimiento, en una producción orientada principalmente a la exportación.

En el Cuadro 14 se hace referencia al destino de la producción frutícola regional, que establece que el 67,8% de esta producción se orienta hacia la exportación, mientras que el 21,5% se dedica al mercado interno, y el 10,3% se destina a la agroindustria. Este porcentaje agroindustrial ha seguido la tendencia creciente de la experimentada en los últimos años a nivel nacional, especialmente orientada al comercio exterior, como se verá en el siguiente punto. A partir de la producción regional, los derivados de la manzana son los productos más importantes, siendo el jugo concentrado de manzana el producto más importante.

1.2. Antecedentes de las Exportaciones de fruta fresca y principales productos industriales

La exportación nacional de fruta totalizó US\$ 2.705 millones el año 2005, lo que representó un incremento de 8,1% respecto del año precedente constituyendo, además, el principal rubro de exportación agropecuario, con un aporte de 52,4% del total. Al considerar el período 1990-2003, se tiene que el valor de las exportaciones de fruta ha crecido a una tasa promedio anual de 7%, mientras que el volumen exportado lo ha hecho a un 5% (ODEPA en base a Servicio Nacional de Aduanas).

Fruta Fresca

La fruta fresca es el principal sector de la exportación frutícola nacional, ya que constituyó el 78,6% de la fruta exportada por el país en 2005, con un valor de US\$ 2.128 millones, lo que significó un crecimiento del 5,6% respecto de 2004 (ODEPA en base a Servicio Nacional de Aduanas). Todas las demás modalidades de exportación de fruta, con excepción de la congelada, muestran tasas de crecimiento superiores al promedio de la fruta fresca, destacando especialmente las exportaciones de la categoría *las demás* (principalmente almendra y nuez sin cáscara) y *deshidratados*, con crecimientos del 86,6% y 29,9%, respectivamente.

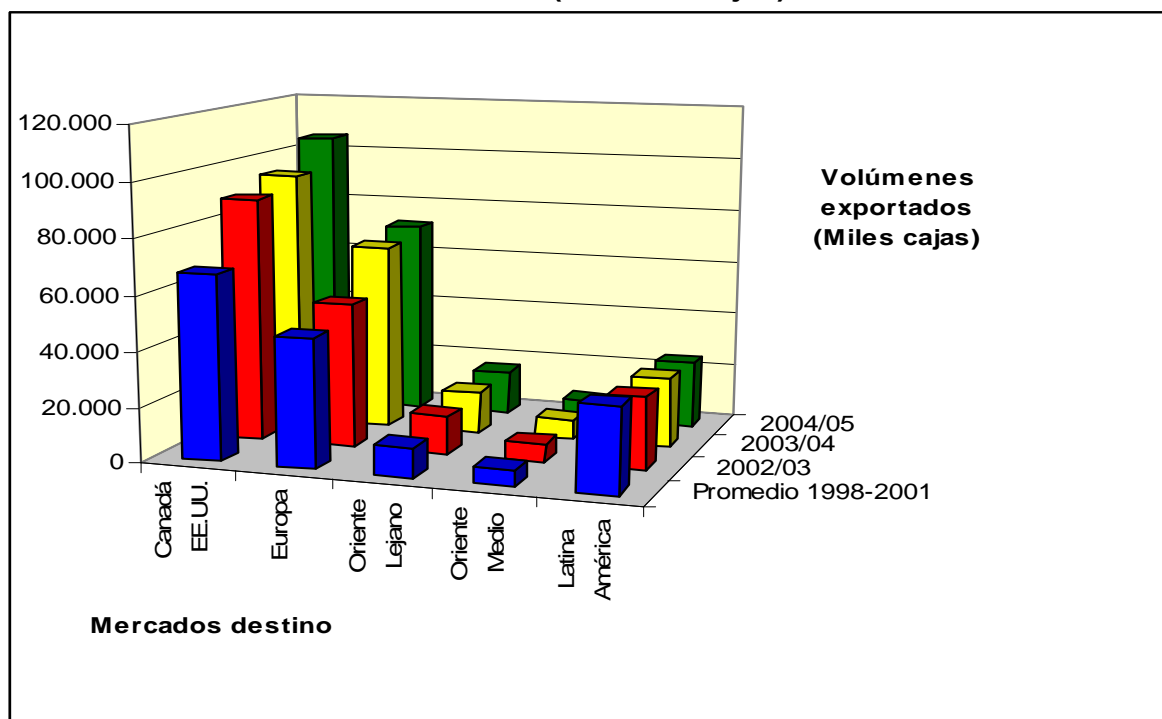
Si en superficie y producción nacional las principales especies frutales son, primero la manzana y segundo la uva de mesa, en exportaciones se revierte esta tendencia, de manera que la uva de mesa se convierte en la principal especie de fruta fresca exportada en la temporada 2004/2005, como se observa en el Cuadro 15, ya que con más de 91 millones de cajas representa el 43% del total y un incremento del 6,9% respecto de la temporada anterior. Las manzanas, en tanto, representan el 16% del valor de exportación de fruta fresca nacional, con un descenso en el valor de los envíos del 13,9%, dada la situación de mercados con producciones locales normales y, como consecuencia, stocks normales que definieron una oferta aumentada con menores precios. Las especies que se sitúan a continuación son kiwis, ciruelas y nectarines (ASOEX, sobre la base de antecedentes del SAG).

Las exportaciones de la región de O'Higgins fueron las más importantes a nivel nacional, ya que superaron las 62 millones de cajas en la temporada 2004/2005 (Cuadro 15), lo que significó el 27,1% de las exportaciones regionales. Esta región es la única que experimentó un leve descenso respecto de la temporada anterior, dado el fuerte aumento que se en el período anterior.

En términos de las principales especies exportadas a nivel regional, se verifica la tendencia de superficie y producción, posicionando a la uva de mesa como principal especie, con el 35% de los envíos, y a la manzana como segunda especie -incluyendo especies rojas y verdes-, con el 21% de las cajas exportadas, lo que da cuenta de la mayor presencia de la manzana en esta región, respecto de la situación país. La ciruela, en el contexto regional, se sitúa como la tercera especie, con alrededor del 10% de los envíos.

Según datos de ASOEX, los principales destinos de las exportaciones de fruta nacionales y regionales son EE.UU. y Canadá, superando la sumatoria de ambos las 105 millones de cajas en la temporada 2004/2005 (47% del total), mientras que la Unión Europea constituye el segundo gran mercado de destino, con el 32% de las exportaciones, como se puede apreciar en el Gráfico 3. A continuación se ubican: Latinoamérica, Lejano Oriente y Oriente Medio.

GRÁFICO 3. EXPORTACIONES DE FRUTA SEGÚN GRANDES MERCADOS DE DESTINO (Miles de cajas)



Fuente: elaboración propia según información de ASOEX (que utiliza datos del SAG).

El gráfico anterior muestra la evolución de los volúmenes de fruta fresca exportados hacia los principales mercados de destino entre 1998 y 2005, visualizándose incrementos en las exportaciones hacia Norteamérica, Europa y el Lejano Oriente. El Oriente Medio también sigue la tendencia incremental de las exportaciones, sólo con un leve descenso del 7% en la última temporada. Latinoamérica, por el contrario, ha visto disminuir los envíos constantemente.

En cuanto al número de mercados, según se puede observar en el Cuadro 17, los envíos de fruta chilenos llegaron a 78 mercados diferentes en los cinco continentes durante la última temporada, siendo EE.UU. el principal destino, ya que por sí solo aporta alrededor de 45% de las divisas que generan las exportaciones de fruta. Entre

los países de la UE, Holanda mantiene su rol de país de ingreso y distribución de fruta a otros países europeos, y Reino Unido, España, Italia, Alemania y Francia son crecientes destinatarios de las nuestras exportaciones. Rusia es un mercado en expansión.

Entre los países del Lejano Oriente destacan Taiwán, Hong Kong y Japón, seguidos más atrás por Corea del Sur, que avanza rápidamente. Entre los países latinoamericanos lidera México, si bien con este país están presentándose algunas exigencias para arancelarias, como la detección de ciertas plagas que, aunque de fácil control, han comenzado a dificultar el ingreso de algunas frutas como manzanas y algunos carozos. Colombia, Ecuador, Venezuela y un parcialmente recuperado Brasil son los principales representantes de América del Sur. Finalmente, entre los mercados del Medio Oriente, que mantienen en conjunto una moderada participación en las compras de fruta chilena, Arabia Saudita es el principal mercado, seguida bastante más atrás por los Emiratos Árabes Unidos.

Si se observa la evolución de las exportaciones en las últimas temporadas se verifica que los aumentos de volumen no han afectado negativamente los precios de retorno, como solía augurarse. Pero en términos generales se puede argumentar que la calidad comercial de la fruta chilena se ha ido diversificando y ha experimentado cierto mejoramiento, a lo que se une el permanente esfuerzo del sector productor y exportador para satisfacer las condiciones de la demanda de los mercados y las exigencias crecientes en cuanto a seguridad e inocuidad de los productos para el consumidor.

La tasa anual de variación de precios unitarios del período 1999-2005 muestra lo que se puede considerar un comportamiento normal, resultado de las ventas en la mayoría de los mercados destinatarios. Según lo que se señala en el Cuadro 16, se aprecia que se logran aumentos de diferente magnitud, como los alcanzados por algunos cítricos, kiwis y manzanas. Los descensos son moderados en carozos y altos en paltas, por el aumento de la oferta y frecuente menor calibre y regular condición.

A excepción de ciruelas, damascos, duraznos y nectarines entre los carozos, y las mandarinas entre los cítricos, el resto de las especies muestran precios promedios inferiores a los de igual período del año anterior. Diferente es el comportamiento de las frutas de naturaleza seca, como nueces y almendras, que han logrado precios promedios superiores, tanto con como sin cáscara. En ello están incidiendo mercados relativamente desabastecidos por el decrecimiento de la cosecha de algunos países y baja de las cosechas por condiciones meteorológicas.

La relativa estabilización de la mayoría de los precios deriva de diversos factores, como condiciones económicas más favorables en la mayoría de los mercados de destino, a lo que se adiciona la buena calidad y condición de la fruta en general, y una distribución más espaciada de los envíos.

Productos Industriales de la fruta

En el Cuadro 18 se observa que tanto los volúmenes como los valores de las exportaciones nacionales de los productos industriales de la fruta han mostrado un sostenido aumento en los últimos años, destacándose frambuesas congeladas, pasas, jugo de manzana, ciruelas secas y duraznos en conserva, todos los cuales superan los 50 millones US\$ FOB. Se debe destacar la posición privilegiada del jugo de manzana, que se origina fundamentalmente en la región de O'Higgins, también es el caso de las ciruelas secas.

La bonanza de este sub-sector habla de mayores volúmenes exportados, mejores precios -resultantes de condiciones económicas más favorables en los mercados de destino-, mejoramiento de la calidad de los productos frutícolas en general y perfeccionamiento de la distribución de los envíos. La rentabilidad del negocio industrial se mantuvo favorable en gran parte de las empresas, resultado de economías de escala y mejoramiento de la gestión, lo que compensaría la caída del tipo de cambio dólar - euro y dólar - peso chileno. Este panorama hace que el sector agroindustrial tenga una visión favorable de la evolución en los próximos años, aunque la proyección promedio para el año 2010 es más moderada que las cifras de los dos años recientes.

a) Jugo concentrado de frutas

El rubro de jugo de frutas es uno de los más interesantes para la región, y con 121 millones US\$ FOB por las exportaciones del país en 2005 (según datos de Banco Central-SOFOFA), representa el 2,1% de las exportaciones industriales alimenticias nacionales.

Para los jugos concentrados, EE.UU. es el destino del 63,2% de los volúmenes exportados (más de 76 millones US\$ FOB), seguido de Japón, con el 15,5% (más de 20 millones US\$ FOB). En tercer lugar se encuentra Canadá, con el 7,1% del volumen exportado.

Entre los jugos de frutas exportados el de manzanas es el más importante, con volúmenes que han alcanzado los 51 millones US\$ FOB en 2005 según ODEPA, en base a información del Servicio Nacional de Aduanas. Le sigue el jugo de uva con más de 20 millones US\$ FOB este mismo año, y más atrás frambuesa, pera y ciruela. El resto de los jugos de fruta se exporta en volúmenes inferiores a mil toneladas y valores cercanos a los 500 mil US\$ FOB.

Respecto de los precios de estos productos, se debe indicar que ha habido recuperación y/o incrementos en varios productos, como en los congelados de frambuesas y frutillas.

Los jugos han tenido un comportamiento errático en sus precios, por la alta competencia existente. La mejor temporada del producto chileno fue 1996, cuando el

valor unitario FOB bordeaba US\$ 1.760 por tonelada, llegando a un valor de 67 millones de US\$ FOB. Sin embargo, la competencia creciente del jugo de manzanas de China desde fines de la década de los 90, unida a la participación de los países de más reciente integración a la UE, como Hungría y Polonia, ha reducido los precios, que hoy oscilan entre US\$ 850 y US\$ 1.050 por tonelada.

b) Fruta deshidratada

En términos de los productos más interesantes a nivel regional y, por ende, para el cluster, se debe destacar la importancia que mantienen los deshidratados como categoría de frutas exportadas, aunque el aporte nacional continúa siendo relativamente marginal, dadas las grandes magnitudes del intercambio mundial.

Las frutas deshidratadas superaron los 182 millones US\$ FOB como valor por las exportaciones del país en 2005 (3,2% de las exportaciones industriales alimenticias), según datos del Banco Central-SOFOFA.

Entre las exportaciones nacionales de frutas deshidratadas lideran las de pasas y ciruelas secas, con montos en 2005 de US\$ 81,2 y US\$ 79,6 millones, y volúmenes de 52 mil y 33 mil Ton, respectivamente (según datos de Chilealimentos). Les siguen nueces, manzanas, duraznos, peras y damascos.

Tal como ocurre para la fruta fresca, EE.UU. es el principal mercado destinatario de frutas procesadas, participando con la cuarta parte de los retornos por ventas de frutas industrializadas. Le sigue México, que lidera a los países latinoamericanos, compensando las bajas de los vecinos del cono sur. Interesante crecimiento exhiben países de Europa, tales como Alemania y Rusia. Entre los asiáticos, Japón muestra cierta recuperación.

En el caso de la fruta deshidratada EE.UU. es el principal destino con el 16,3% del volumen exportado (alrededor de 46 millones US\$ FOB), seguido por México con el 14,2% de las exportaciones (alrededor de 42 millones US\$ FOB). En tercer lugar se ubica Alemania, con casi el 10% de volumen exportado.

1.3. Situación de Chile en el Mercado Mundial

Las últimas estadísticas de exportaciones de fruta fresca chilena representan a nivel mundial, un 11,8 % en sus principales especies. Actualmente Chile es líder de exportaciones del hemisferio sur, sobrepasando a sus principales competidores Nueva Zelanda, Sud África y Australia, representando un 48,5% del total exportado desde el hemisferio sur.

Chile ocupa los primeros lugares como exportador de una serie de frutas, considerando en primer lugar la uva de mesa, ya que Chile es el principal exportador a nivel mundial, y representa el 21% de los envíos de este producto. Los principales

destinos para este producto chileno son Estados Unidos (62%), Holanda (8%), e Inglaterra (6%).

Como exportador de ciruelas Frescas, Chile ocupa el segundo lugar del ranking de exportadores de este producto, representando el 16% de los envíos. Los principales destinos para este producto Chileno son Estados Unidos (39%), México (11%), y Holanda (10%).

También Chile ocupa el segundo lugar entre los exportadores de palta, gracias al notable crecimiento de los últimos años, considerando que entre 1993-2003 las exportaciones crecieron a una tasa promedio anual del 22%. Chile representa el 17% de los envíos de este producto, ocupando la segunda posición del ranking de exportadores mundiales. Los principales destinos para este producto Chileno son Estados Unidos (95%), Francia e Inglaterra (con 2% cada uno).

Chile es el tercer exportador a nivel mundial tanto para kiwis como para arándanos. En el caso del kiwi Chile representa el 9% de los envíos de este producto, siendo los principales destinos para el producto Chileno Italia (21%), Estados Unidos (15%), y Holanda (14%). Para los arándanos, los principales destinos para el producto Chileno son Estados Unidos (82%), Japón (5%), Inglaterra (4%).

Para el caso de las manzanas, Chile ocupa el cuarto lugar entre los exportadores a nivel mundial, siendo los principales destinos Unidos (14,9%), Arabia Saudita (10,1%), y Holanda (10,0%).

En términos del mercado de los productos industrializados de la fruta que son interesantes para el cluster, para el jugo de manzanas la oferta de Chile ocupó el quinto lugar a nivel mundial, y participó con 6% del volumen exportado en 2004 (FAOSTAT), el cual alcanzó 871 mil toneladas a nivel mundial. A este total se adicionan 1,14 millones de toneladas de jugos no concentrados, en los cuales no aparece Chile. Los precios fluctúan entre US\$ 0,85 y US\$ 1,20 por Kg. entre los exportadores más importantes. El precio del producto chileno se ubica en un nivel medio.

Los principales oferentes son países europeos: Polonia, Suiza, Austria y Hungría, y después de Chile se sitúan Alemania, Argentina y Turquía. En general todos muestran tendencia de alza, a excepción de Argentina y Alemania, cuyos comportamientos son más erráticos. China lidera las exportaciones de jugo no concentrado, participando con un 42% de ellas. La sigue Alemania, con 25% de esos volúmenes, mostrando ambas tendencias crecientes. Los precios de los principales abastecedores varían entre US\$ 0,60 y US\$ 0,80. Por su parte, el mayor importador de jugo concentrado es EE.UU., seguido muy lejanamente por Alemania, Japón y Reino Unido. El intercambio de jugos no concentrados se realiza preferentemente entre países de la misma región, en este caso, Europa.

Respecto de las ciruelas deshidratadas, Chile se ha ubicado como un importante proveedor a nivel mundial, ocupando el segundo lugar en volumen exportado. Esta posición la ha ganado gracias a la mejor calidad del producto y a las ventajas arancelarias logradas en las negociaciones con los grandes mercados, como EE.UU. y la UE. No obstante, los precios medios que obtiene son algo menores que los de sus principales competidores, pero con una tendencia creciente.

El comercio mundial de ciruelas deshidratadas representa alrededor de 25% de los volúmenes producidos. Los mayores importadores de este producto a nivel mundial son Rusia, Japón y algunos países europeos, en particular Alemania, Italia y Reino Unido, seguidos por Brasil y México.

La participación de Chile en la oferta bordea el 20%, lo que lo sitúa como un país relevante en el comercio mundial de ciruelas deshidratadas. En el cuadro 13 se muestran los países destinatarios de las exportaciones nacionales de ciruelas secas, donde lidera México, seguido por países europeos, donde se encuentran Alemania, Rusia y Reino Unido. Más atrás se sitúa EE.UU., con un notorio incremento, pero a partir de cifras iniciales bastante bajas. Aumentos destacables presentan también Polonia y Australia, en tanto que el resto de los países latinoamericanos muestran fluctuaciones.

2. Características generales del cluster

2.1. Análisis de criterios para identificación de un cluster

En base los criterios definidos en el punto 3 para definir un CER, a continuación se realiza una descripción más detallada del cluster de exportación regional CER frutícola de la Sexta Región.

- a) Existencia de sectores, rubros o productos exportadores importantes en la Sexta Región.

En relación con la fruta fresca, según se puede observar en el Cuadro 3, ocho de los 20 productos de exportación regionales más importantes corresponden a esta categoría, siendo éstos: uvas, manzanas, kiwis, peras, ciruelas, cerezas, nectarines y melocotones -según orden de importancia-, totalizando un 42% del total de exportaciones silvoagropecuarias regionales. (2005)

Los jugos concentrados y similares, en tanto, logran ubicarse en 3 de estos 20 lugares de preferencia, sumando un 6% del total de exportaciones silvoagropecuarias en 2005, según se puede observar en el Cuadro 3. Otro aspecto interesante de destacar es el gran crecimiento que han experimentado las exportaciones en los últimos años, siendo el nivel de variación entre 2004 y 2005 del orden del 100% de crecimiento, y la categoría “néctar y jugo de manzana” la más importante y la que ha experimentado el mayor crecimiento.

Según se puede constatar con los datos mostrados, la fruta fresca constituye un rubro exportador claro en la actualidad, mientras que los derivados industriales, entre los que destacan los jugos concentrados, muestran un potencial exportador, pero que aún debe desarrollarse para constituirse como uno de los principales productos regionales de exportación.

- b) Concentración territorial de empresas en torno al un sector, rubro o producto eje.

La producción primaria de fruta en la región es, como ya se ha hincado, uno de los sectores más importantes de la economía regional, lo que se condice con la gran cantidad de productores primarios en la región, exactamente 3.218 según datos del Catastro Frutícola 2003 (CIREN-ODEPA), los que constituyen el punto de partida para las cadenas de valor exportadoras relacionadas con la fruta. Según se desarrollará en el siguiente epígrafe, estos predios se ubican, preferentemente, en cercanías a la Ruta 5 Sur, la Carretera de la fruta y la H-30, entre otras, lo que hace que se concentren fundamentalmente en la Provincia de Cachapoal.

La exportación regional de fruta fresca registra, según datos de la base de datos de ProChile Central (a través de la Web), a 21 empresas con domicilio en la región, que durante 2005 sacaron sus productos al comercio exterior, gran parte de las cuales se ubican en la Provincia de Cachapoal. Se trata de grandes empresas que exportaron entre 10.643 mil US\$ FOB y 285 mil US\$ FOB en 2005 (según datos aportados por ProChile VI Región), siendo las más importantes: Exportadora Pacific S.A., Exportadora Cerro Poqui Ltda. y Sociedad San Francisco Lo Garcés Ltda., las que superan los 4 millones US\$ FOB cada una por sus exportaciones.

Se debe indicar que para la exportación de fruta, tal como se da con otros productos, existen diferentes modalidades de empresas: productoras que sólo generan productos para la exportación, exportadoras que sólo se encargan de la comercialización de los productos en el exterior, y aquellas que desarrollan ambas etapas. Esta situación define que, según lo señalado por ProChile, el número de empresas exportadoras de fruta fresca de la región debería ser mayor al indicado, considerando que algunas empresas (especialmente las solamente exportadoras) registran dirección principal en Santiago, en circunstancias que operan en la región; esta situación es corroborada por datos aportados por ASOEX, que estima que el número de empresas exportadoras (productoras-exportadoras y sólo exportadoras) de fruta fresca es de alrededor de 40 empresas.

En relación con los jugos concentrados, según datos de la base de ProChile y de Chilealimentos, existirían 6 empresas que durante 2005 exportaron jugo concentrado de frutas desde la Sexta Región.

Respecto del tercer producto de importancia exportadora relacionada con la fruta, los deshidratados, los antecedentes de la base de datos de Prochile señalan 4 empresas

dedicadas a la exportación de ciruelas deshidratadas. Chilealimentos, en tanto agrega otras 2 empresas, con las que se totalizarían 6.

En consecuencia, existe una alta concentración interesante de empresas asociadas a la fruta fresca, sin embargo, el número de productoras y exportadoras de productos industriales, sin embargo, es aún bastante limitado.

- c) Existencia (o potencial existencia) de relaciones de competitividad y cooperación de las empresas concentradas en un territorio.

Las empresas que se relacionan con la exportación de fruta fresca presentan una fuerte competitividad entre ellas, dado el gran número de productores y exportadores en la región y el país, los que presentan permanentes mejoras en sus productos y su relación calidad-precio. Además, por las complejas condiciones de mercado existentes para este producto, fundamentalmente cuando, a juicio de los propios exportadores regionales, están surgiendo otros productores a nivel mundial que también están aprovechando la situación de contra estación, tales como Sudáfrica, Nueva Zelanda o incluso algunos latinoamericanos como Perú.

En el caso de la industria de la fruta la competencia regional es menor, dado el limitado número de empresas existentes en la zona para los diferentes tipos de productos de la fruta procesados. La competitividad, entonces, se establece en relación con empresas de otras regiones, con lo cual no se cumple con la condición de competitividad en el marco de una la concentración territorial de empresas.

En términos de cooperación entre empresas relacionadas con la exportación de fruta fresca y productos procesados, se debe hacer referencia a las asociaciones de productores y/o exportadores de la región, tales como la Federación de Productores de la VI Región y la Asociación Gremial de Productores y Exportadores de la Región de O'Higgins (ASPROEX). Sobre esta última asociación es interesante destacar que, desde su creación en 2003, se ha constituido como un espacio de cooperación que une a 13 empresarios de diversos rubros exportadores, a partir de lo cual se han desarrollado diversas acciones de materias de investigación, difusión y capacitación en pro de sus asociados y de la actividad exportadora y económica regional en general.

Valorándose la existencia y funcionamiento de organizaciones como las señaladas, debe destacarse la preocupación de empresarios y profesionales entrevistados por el carácter más representativo que estratégico u operativo de algunas asociaciones de este tipo. Otra preocupación es que una forma de gestión individualista, lo que se acrecienta considerando que se trata de empresas que, en su mayoría, son de mediano a gran tamaño, lo cual les permite sustentar sus propios profesionales tanto en la labor comercial como en la productiva. Ambas preocupaciones, entonces, constituyen elementos a tener en cuenta dado el efecto negativo que pueden generar para el desarrollo de la cooperación efectiva en un eventual cluster.

- d) Generación de economías de escala a partir del traspaso de información. Innovación.

El dinamismo que prima en el mercado de la fruta define la necesidad de un traspaso de información entre las empresas productoras, especialmente considerando que el éxito de su gestión futura radicará en una fuerte demanda tecnológica, no sólo para generar productos de mejor calidad-precio, sino que también para la producción de nuevas variedades y especies, que les permitan “adelantarse” a otras regiones y otros países, en la llegada al mercado de productos llamativos que creen nuevas posibilidades. Ello, en el escenario de un mercado que se hace limitado, ante la creciente producción y exportación mundial.

En este marco de suma necesidad, sin embargo, se advierte la escasa generación de economías de escala a partir del perfil individualista del empresario al que se ha hecho mención. Se debe indicar, de todos modos, que existen algunas iniciativas que permiten augurar que, en el mediano y largo plazo, esta situación podría revertirse, iniciativas que se enmarcan en el marco privado-público, con esfuerzos de CORFO y ProChile, o el reciente convenio de cooperación firmado entre el INIA y ASPROEX.

- e) Existencia de sectores, rubros o productos que se inserten en una cadena de valor

Como se detallará en el epígrafe 5.3., se plantea una cadena de valor más limitada para la fruta fresca, por tratarse de un producto primario, que da menos espacio para la agregación de valor y de interacción con otras empresas. La cadena de valor principal incluye, como principales actores, a productores y exportadores. La mayor parte de los proveedores de insumos y servicios, como empresas de soporte o apoyo, se encuentran en la propia zona, y sólo el transporte hasta los puertos involucra a empresas de fuera de la región.

La cadena de valor de los productos industriales es más amplia que la de fruta fresca, ya que incorpora a la industria propiamente tal, que desarrolla un nivel más de agregación de valor respecto de la fruta fresca. Para estos casos también se debe hacer referencia a la relación con empresas proveedoras de servicios e insumos radicadas en la región, salvo para alguna tecnología más de punta que pudiera involucrarse en el proceso de la producción de jugos concentrados.

La existencia de una cadena de valor significativa, entonces, se establece a partir de la integración de las cadenas productivas asociadas a la fruta, y la consiguiente interrelación entre actores y etapas.

- f) Existencia (o potencial existencia) de relaciones público-privadas.

Se verifica la existencia de algunas instancias de trabajo público-privado concertado para la promoción del producto y del sector, a saber, relaciones entre empresarios e instancias públicas de apoyo tales como CORFO, ProChile, Ministerio de Agricultura

(INIA, SAG, etc.) y otros, del mismo modo que instancias de gobierno local (Gobierno Regional, SEREMIS, Municipalidades y otras).

En relación a Prochile, se debe hacer referencia al apoyo para la realización de diferentes acciones, entre las que los propios empresarios destacan las Misiones Comerciales y difusión apoyadas por esta instancia. En el caso de CORFO, se destacan las Misiones Tecnológicas, y la aplicación de instrumentos como PDP y PROFO.

Si bien este tipo de relaciones es una realidad, se advierte una brecha que aún se debe solventar a partir de esfuerzos de actores públicos y privados.

g) Existencia de un producto diferenciable

No hay un producto claramente diferenciable y con potencialidad de vinculación con un territorio (y que potencie, por tanto, su imagen). La fruta fresca, en general, no se asocia a un territorio determinado, que la haga presentarse con características particulares a partir de condiciones naturales exclusivas.

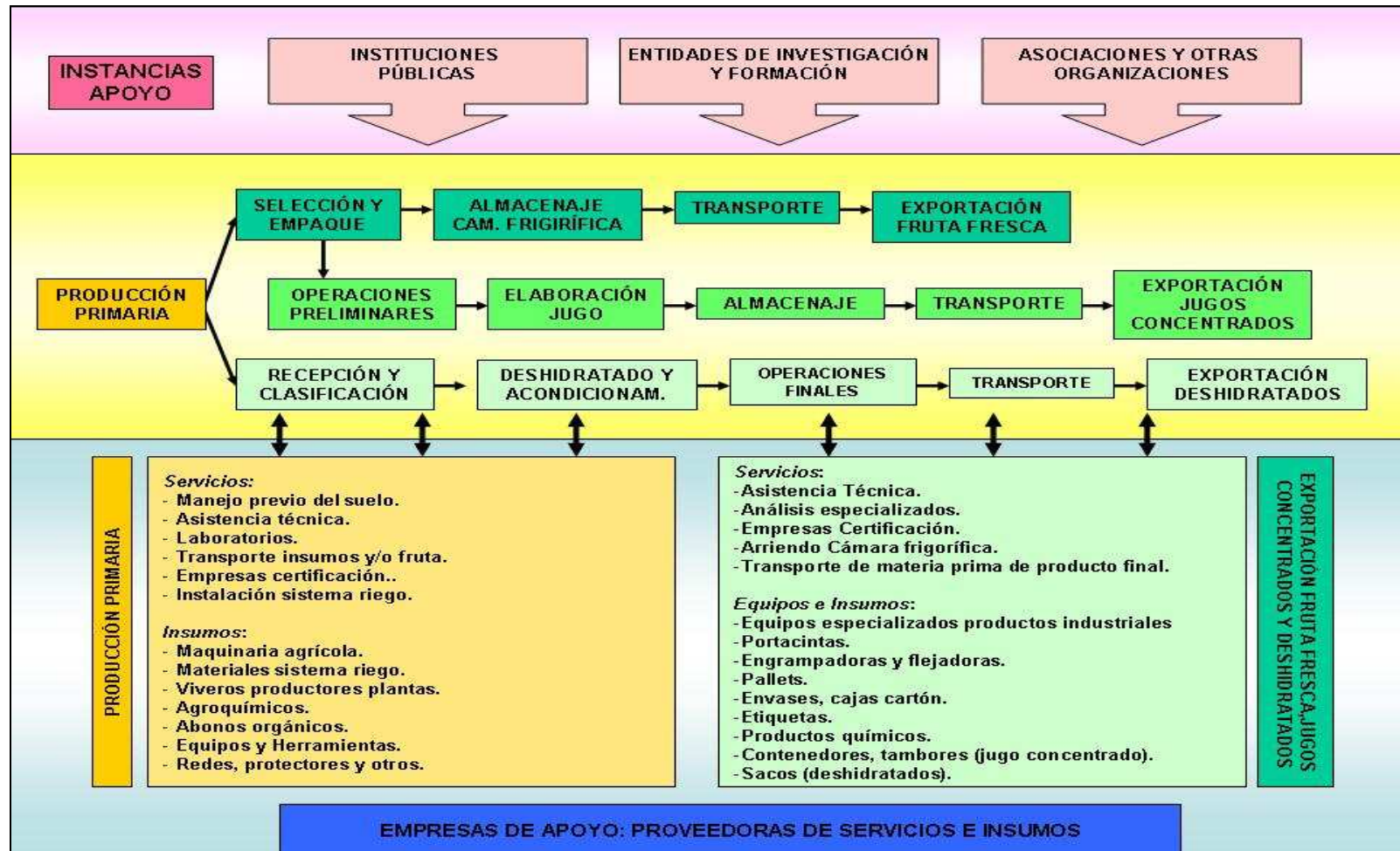
En los diferentes mercados de destino podría existir cierta identificación de la fruta con el país, particularmente por sus características de ser un producto de contrastación en algunos mercados, pero difícilmente se plantea una asociación del producto con condiciones naturales exclusivas o de procedencia de alguna región en particular. En el caso de los productos industriales, tampoco se observan mayores esfuerzos de diferenciación, ni menos que se asocien al territorio y a sus características.

Se debe destacar, sin embargo, el convenio de cooperación establecido entre ASPROEX y el Instituto de Galilea (MIGAL), instancia a partir de la cual se pretende desarrollar acciones que, entre otros propósitos, busquen la diferenciación de los productos locales de acuerdo a las necesidades de específicas de los consumidores, lo cual se traducirá en la incorporación de nuevas tecnologías para la búsqueda de nuevos productos, especies o variedades.

2.2. Línea base de productos y empresas del CER frutícola

La línea base de producción del potencial CER frutícola de la Región de O´Higgins, que se presenta en la Figura 4, se conforma a partir de las cadenas productivas de: fruta fresca, jugos concentrados y deshidratados (fundamentalmente ciruela), según la importancia de estos productos entre las principales exportaciones regionales.

FIGURA 4. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL CLUSTER FRUTÍCOLA REGIÓN DE O'HIGGINS



Fuente: elaboración propia.

A partir de ello, se pueden diferenciar varias tipologías de empresas que son parte central de un potencial cluster, de acuerdo a su avance en las cadenas productivas y su participación en una o más de ellas. De esta manera, nos encontraremos, entre otras modalidades, a productores de fruta que sólo realizan el proceso productivo primario; otros que realizan la cadena completa hasta la exportación de fruta fresca; productores que procesan industrialmente su producto hasta llegar al producto elaborado y lo exportan, industrias que sólo realizan el proceso hasta exportación del producto y, finalmente, empresas que sólo se dedican a la comercialización exterior de los productos finales, sean éstos fruta fresca o productos industriales (jugo concentrado y deshidratados, para el caso del cluster en análisis).

En primer término, se debe considerar que el punto de partida para la línea base está dado por la producción primaria de fruta, en la que están comprometidos empresarios, de diverso tamaño que poseen 3.218 predios frutícolas existentes en la VI región, según datos del Catastro Frutícola de 2003 (CIREN-ODEPA). En orden a describir a los productores primarios de fruta de la región y sus explotaciones se debe indicar que el 91% de los predios están entre los 0,1 y 49,9 hectáreas, mientras que sólo el 9% registra más de 50 hectáreas; la mayor parte de la superficie (92%), sin embargo, se encuentra en predios entre 5 y 499,9 hectáreas.

En relación con la producción primaria de fruta, se establece un primer espacio de requerimiento de empresas de apoyo, proveedoras de servicios e insumos. En términos generales, vale decir, sin identificar aquellos requerimientos que son específicos de acuerdo a especies y/o variedades se deben considerar:

- Servicios para la producción primaria de frutas:
- Manejo previo del suelo: despedrado previo, requerimientos de macro o micronivelación, drenajes, estudios topográficos, determinación de nivel de nemátodos.
- Asistencia técnica: para la implementación y mantención del proceso productivo.
- Laboratorios: para la realización de análisis de suelo, foliar, u otros necesarios.
- Transporte de insumos y/o fruta ya cosechada al finalizar el proceso.
- Empresas de certificación del predio y producto.
- Instalación de sistema de riego presurizado: incluye la instalación, la construcción de zanjas, instalación eléctrica.
- Subcontrato empresas de servicios de mano de obra para tareas específicas.

Insumos para la producción primaria de frutas:

- Maquinaria agrícola.
- Materiales diversos para el sistema de riego presurizado.
- Viveros productores plantas de árboles.

- Agroquímicos.
- Abonos orgánicos.
- Equipos y Herramientas.
- Redes, protectores y otros.

A continuación de la generación del producto primario, se da la primera cadena productiva para la exportación de fruta fresca. En esta línea se identifica la existencia de 21 empresas con dirección registrada en la región que, según datos de ProChile, exportaron fruta fresca durante 2005 (ver Cuadro 19). Estas empresas responden a diferentes tipologías, a saber, las que se dedican sólo a la exportación (como Exportadora Pacific S.A., la mayor exportadora), y otras que también están involucradas en el proceso productivo (Sociedad San Francisco Lo Garcés, tercera exportadora regional).

Actualmente, empresas agrícolas que se sitúan entre los principales exportadores de la región son: Sociedad San Francisco Lo Garcés Ltda. y Agroindustria San Vicente S.A., lo que los constituye como indiscutibles líderes en la región. Entre las empresas eminentemente exportadoras destaca la Exportadora Pacific S.A., que en 2005 exportó más de 10 millones US\$ FOB, secundado por Exportadora Cerro Poqui Ltda. y Exportadora Agrícola Andes Chile S.A.

En términos de liderazgo empresarial, además, es necesario hacer mención a las que están haciendo grandes esfuerzos por promover la asociatividad entre empresas y también la relación con entidades de apoyo público y Gobierno Regional. Entre ellas se puede citar a ASPROEX, la Asociación de Exportadores de la región que actualmente reúne a 52 socios, cuyo directorio reúne a empresas líderes como PROCHEX (Productos Chilenos de Exportación) y a la Sociedad Comercial Cincosur S.A.

Las etapas más importantes de esta primera cadena productiva, como se ve en la Figura 4, establece:

- Producción primaria de la fruta.
- Transporte de la fruta a los parking para la selección y empaque, según las exigencias para exportación.
- Almacenaje en cámaras frigoríficas, etapa que tiene además la función de regular la salida del producto de acuerdo a las condiciones de mercado más favorables.
- Transporte desde el almacenaje hasta los puertos de salida para la fruta.
- Finalmente, salir a exportación.

En la exportación de jugos concentrados sólo existen tres empresas exportadoras durante 2005, según datos de Prochile: Jugos Concentrados S.A. (JUCOSA), Invertec Nacional Juice y Agroindustria Nacional S.A. (AGRONA), las tres ubicadas en Cachapoal. Los datos que maneja la Asociación de

Empresas de Alimentos de Chile (Chilealimentos) coinciden con estos datos y permiten agregar otras tres empresas que tienen parte de sus plantas procesadoras en la sexta región, estas son: Viñedos Errázuriz Ovalle S.A. (mostos de frutas), Agrícola y Comercial Superfruit Ltda. y, finalmente, IANSAFRUT. Entre las empresas señaladas las que son consideradas líderes por empresarios y profesionales de entidades de apoyo público, dado su carácter iniciador del negocio y su posicionamiento en el mercado, son JUCOSA y AGRONA.

La línea de producción para la exportación de los jugos concentrados, en tanto, supone las siguientes etapas:

1. Se inicia a partir de la llegada de materia prima a las plantas procesadoras de la región, materia prima procedente de descartes de las etapas de selección y empaque y, eventualmente, del almacenamiento de la fruta en cámaras frigoríficas. Esta materia prima pasa por varias operaciones preliminares, entre las que se consideran: limpieza e inspección; trozado, deshuesado, eliminación de fallas y cortado; pelado y preparación y transporte.
2. Elaboración del jugo concentrado: blanqueo; pulpado y colado; cocción; mezclado e incorporación de aditivos; inspección final.
3. Almacenamiento del jugo resultante, en tanques de gran volumen. Envase en contenedores o envases brick. Proceso térmico en el caso que se requiera (envases en lata).
4. Transporte hacia puerto, en camiones refrigerados para jugo a granel o normales para jugo envasado.
5. Finalmente, salir a exportación.

Finalmente, y en relación con la exportación de deshidratados, según datos de ProChile existen 4 empresas que durante 2005 exportaron, específicamente, ciruelas secas; éstas son: Agrícola y Comercial Superfruit Ltda., Sociedad Adbo Deshidratados S.A., Comercio e Inversiones Huelén Ltda. y María Teresa Ubilla Alarcón. Según los antecedentes aportados por Chilealimentos, a éstas deben agregarse otras empresas exportadoras tales como Sociedad Comercial Sunagro Limitada y Deshidratados Graneros, con una orientación de exportador neto.

La cadena productiva, en este caso, como se muestra en la Figura 4, reviste las siguientes etapas:

1. La materia prima, tal como para la generación de fruta fresca para exportación, llega a la planta procesadora. Esta materia prima es recepcionada y clasificada.
2. Deshidratado: que puede realizarse en cámaras o túneles de aire a una temperatura cercana a los 75°C y humedad relativa de entre el 15 y 20%.

3. Acondicionamiento: la fruta se apila y remueve para lograr una humedad uniforme.
4. Operaciones finales: tiernizado, descorazado, clasificación y envasado.
5. El producto es almacenado, en caso que se requiera y posteriormente transportado a los puertos de embarque.
6. Finalmente, salir a exportación.

Para las cadenas de producción de fruta fresca, jugos concentrados y deshidratados, las empresas de apoyo deberán proveer los siguientes servicios, equipos e insumos:

Servicios:

- Asistencia Técnica.
- Análisis especializados.
- Empresas Certificación.
- Arriendo Cámara frigorífica.
- Transporte de materia prima de producto final (para este último, camiones refrigerados).

Equipos e Insumos:

- Equipos especializados: elaboración jugos concentrados y deshidratados.
- Portacintas.
- Engrapadoras y Flejadoras.
- Pallets.
- Envases.
- Etiquetas.
- Cajas cartón.
- Productos químicos.
- Contenedores, tambores (jugo concentrado).
- Sacos (deshidratados).

Según lo indicado por empresarios de la fruta de la región, la mayor parte de servicios e insumos que se requieren para la exportación de frutas frescas, jugos concentrados y deshidratados se produce en la misma región. Sólo los equipos especializados se traen desde Santiago o se importan desde países que los producen; ello supone que se establezcan relaciones más estrechas entre empresarios de la cadena de valor principal y las empresas de apoyo, que se enmarcan frecuentemente en la informalidad, pero que se consideran adecuadas en la medida que se enmarcan en la confianza mutua.

Se debe indicar, a este respecto, que dada a cercanía de la zona de producción de la fruta a la Región Metropolitana, la delimitación administrativa entre ambas es ciertas veces inexistente a la hora de considerar si las empresas de apoyo pertenecen a una u otra región, de manera que una empresa que en rigor se

ubica en Santiago (Valle del Maipo), puede ser considerado “del territorio” por el empresario frutícola regional.

Finalmente, según el diagrama del cluster que se muestra en la figura 4, se debe consignar a las instancias que brindan servicios de apoyo al cluster y que, a partir de ello, generan las bases de los espacios público-privados del cluster. Entre ellos se consideran a las instituciones públicas con asiento en la región y en los territorios, las instancias de investigación y formación y, finalmente, organizaciones y otras entidades asociativas.

En relación con las instituciones públicas se mencionan que existen relaciones importantes entre las que se pueden señalar, entre otras, a ProChile, CORFO, SAG, Fundación Chile, INDAP, SERCOTEC y SENCE. Por otro lado el Gobierno Regional, SEREMI y municipalidades también se mencionan como aliados estratégicos para la exportación de fruta desde la región, particularmente en lo que dice relación al mejoramiento de infraestructura vial y preocupación por los aspectos sanitarios. respecto al punto anterior, el presidente de ASPROEX destaca la posibilidad de materializar un FNDR que permita hacer un diagnóstico para mejorar la situación medioambiental en relación con el sector.

Entre las instancias de investigación y formación se destaca la relación con algunas universidades tales como la U. de Talca, U. Católica y U. de Chile. En términos de investigación se hace hincapié en el nuevo convenio de cooperación establecido entre Asproex e INIA, a partir de lo cual se tiene en etapa de proyecto un “estudio para el desarrollo del carozo”.

Entre las organizaciones y gremios, se debe hacer mención a la citada asociación Asproex, y también a FRUSEXTA (Federación de Productores de Fruta de la VI Región), como sede regional de FEDEFRUTA, y a la Asociación de Agricultores de Cachapoal.

2.3. Potencial de competitividad del cluster (Desarrollo del análisis a través del Diamante de Porter)

Porter plantea que la competitividad a nivel nacional puede conseguirse a través del adecuado planteamiento y desarrollo de cuatro elementos clave: las condiciones de los factores de producción base del país o territorio; la estrategia, estructura y rivalidad entre las empresas; las condiciones de la demanda a la que se enfrentan las empresas; y la relación con las empresas de apoyo o soporte.

Para el análisis del potencial de competitividad de un cluster de la fruta en la región de O'Higgins, entonces, se verán las principales consideraciones que surgen para cada uno de ellos.

a) Condiciones de los factores de producción

- Recursos Naturales. Existen condiciones edafoclimáticas adecuadas para la producción primaria de fruta, tanto para la exportación de fruta fresca como de productos industriales derivados. La deficiencia, en este ámbito, es el tema medioambiental, que aún requiere de mayores y más amplios esfuerzos, no sólo para dejar de ser una limitante, sino que para convertirse en un plus frente a la competencia.

En este sentido, los empresarios del sector han realizado esfuerzos importantes tanto en el nivel de producción primaria (a través de la aplicación de BPA, por ejemplo), como en las empresas de procesamiento para la exportación de fruta fresca y de productos industrializados. Respecto de estos últimos se debe hacer referencia al amplio impacto ambiental que genera este tipo de industrias, según se verá en detalle en el Segundo Informe.

-
- Infraestructura. Infraestructura productiva apta especialmente en el ámbito de la agregación de valor para la exportación de fruta fresca, con una buena dotación en los parking de la región, y de productos procesados, especialmente jugos concentrados; ello se da especialmente porque se trata, en general, de grandes empresas que disponen de los recursos para dotar de infraestructura. Los espacios donde debe seguir desarrollándose este elemento es a nivel de producción primaria, de los productores proveedores de menor tamaño, y en el procesamiento de fruta deshidratada, también de algunos productores más pequeños que potencialmente podrían exportar, pero que no cumplen con los requisitos solicitados por los mercados externos. La infraestructura vial es adecuada, con carreteras expeditas cerca de las cuales se concentra la producción primaria de fruta (Panamericana Sur, Carretera de la Fruta y otras) y cercanía a centros de distribución (Puertos y Aeropuerto Santiago).
- Recursos Humanos y Mano de Obra. Se advierten limitaciones en términos de la existencia de mano de obra calificada en la región, especialmente considerando que se van requiriendo niveles de especialización crecientes, frente a lo cual la región no dispone de centros de educación y formación suficientes como para responder a la demanda, y que la estacionalidad de la necesidad de mano de obra genera períodos críticos de escasez de mano de obra que lleva a la necesidad de mano de obra de fuera de la región.
- En términos del recurso humano más especializado, se observa un incremento considerable a partir de la incorporación de profesionales tanto en el área productiva como en la comercial. Este mejoramiento, sin embargo, aún es un elemento crítico para las empresas medianas a pequeñas.

- Nivel tecnológico e innovación: pese a los avances en este sentido, se aprecia como un elemento clave y crítico a desarrollar, ya que el éxito logrado hasta la fecha en el sector frutícola regional, se basó en condiciones naturales y efectos de contra estación y, con la entrada de países de características similares, se hace necesario buscar nuevos plus que digan relación con la generación de nuevas especies y variedades, por ejemplo.

b) Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas

Las empresas asociadas a la cadena principal del potencial cluster de la fruta son protagonistas de una experiencia que podría considerarse exitosa, considerando que han liderado el proceso de posicionamiento de Chile como país exportador. Sin embargo, las exigencias del mercado externo demandan que se dé un paso sustantivo para conservar y/o desarrollar el liderazgo conseguido, en relación con otras regiones del país y otros países - consumidores o competidores-.

La estrategia de estas empresas, entonces, tiene una buena base en la experiencia adquirida, pero su avance futuro se debe sustentar no sólo en la visión individualista de cada empresa, que es la que ha primado hasta ahora, sino en la conjunción de estrategias comunes, las que deben, además, relacionarse con las estrategias de otros actores del contexto, que pueden transformarse en sus aliados efectivos.

La rivalidad o gran nivel de competencia entre las empresas asociadas a la fruta es una realidad, que ha facilitado la perpetuación de una gestión individual, especialmente en lo que a gestión de mercado se refiere y, en este escenario, se han generado pocos espacios para otras áreas menos sensibles, que permitan un acercamiento efectivo, comprometido y de proyección, a partir del cual se encuentren condiciones de identificación frente a objetivos comunes.

Dentro de las experiencias que sí proyectan una acción conjunta de empresarios del sector, a nivel regional, está la existencia de ASPROEX, la que, a través de actuaciones como el establecimiento de un convenio con el INIA, efectivamente se hacen cargo de buscar mantener el liderazgo del sector a partir de acciones conjuntas e innovadoras.

c) Condiciones de la demanda

A juicio de los propios empresarios implicados, la existencia de un mercado que recibe crecientes producciones -o sobreproducciones- de productos alimentarios, especialmente aquellos más estacionales como la fruta, y que claramente supera el nivel de crecimiento de la población que está en condiciones de adquirir el producto, habla de una situación crítica de la demanda en el corto o mediano plazo.

La alternativa a ello no puede ser otra que la búsqueda de nichos de mercado. El consumidor de fruta o productos procesados de la fruta muestra un nivel de especialización -e incluso sofisticación- que debe condecirse con un buen nivel de precio-calidad. La gran apuesta para los diferentes productos alimentarios está dada por la diferenciación: el relacionamiento creciente con territorios de origen, y también procesos que promuevan condiciones de salud y que cautelen el medio ambiente.

En este sentido, las acciones deberían ser tanto para la generación de una oferta competitiva, como para buscar formas de incidir en la demanda, según lo que han indicado a este consultor tanto líderes de los empresarios como instancias de apoyo público y privado.

d) Industrias soporte y relacionadas

Según se indica en el ítem 2.2., el que la mayor parte de las empresas de apoyo (proveedoras de insumos tales como cartón, cajas de madera, pallets, sacos y otros, o de servicios de certificación, control de calidad u otros) pertenezcan a la región y, específicamente, al territorio en el que se concentran las empresas de la fruta, constituye un elemento a favor de la relación entre las empresas, y de la potencial generación de redes permanentes y activas.

Sólo se debe hacer referencia a que estas relaciones entre empresas de la fruta y de soporte, se podrían ver limitadas por el carácter de informalidad que prima en estas relaciones (según los empresarios entrevistados, hay más un compromiso personal que establecimiento de contratos, por ejemplo) y la forma de gestión individual de los empresarios de la fruta. Todo ello dificulta la generación de redes que incluyan a los distintos actores, y que promuevan la generación de economías de escala "externas".

2.4. Potencial del cluster para aprovechar las oportunidades que abren los acuerdos comerciales

Los Acuerdos Comerciales entre Chile y los diversos países que actualmente son consumidores de fruta -o que potencialmente podrían serlo- definen algunas potencialidades que es posible aprovechar. El análisis, sin embargo, es bastante complejo, ya que no sólo es necesario considerar las mejoras arancelarias que generalmente traen consigo este tipo de acuerdos, sino relacionarla con el nivel previo de los aranceles (para ver si hay cambios sustantivos) y la oferta que ya se está siendo llegar a estos mercados, ya que si ésta es alta, la baja de aranceles dejará menor espacio para el incremento de las exportaciones, como sucede con especies como la uva de mesa o los kiwis en algunos países europeos

A juicio de algunos personajes clave entrevistados, las oportunidades que se abren son efectivas, pero no sólo dicen relación con vender “más o mejor” en forma directa (mayores volúmenes y/o menores precios dadas las ventajas arancelarias), sino también con las posibilidades de intercambio y cooperación que permiten plantear relaciones más estrechas con los mercados.

A continuación se hará referencia a la situación actual y las potencialidades que se abren en relación con los acuerdos vigentes de Chile con los países o macro-mercados que son más interesantes para la fruta fresca, los jugos concentrados y deshidratados.

En relación con el TLC con EE.UU., productos como uva de mesa, ciruelas, damascos y frambuesas quedaron con desgravación inmediata y sin cuotas al momento de entrar en vigencia, lo que significó un efecto de ahorro de aranceles significativo, aunque tiende a diluirse en la medida que otros mercados también acceden o puedan acceder en el futuro próximo, a condiciones privilegiadas semejantes.

Respecto de productos de fruta procesados, los efectos deberían ser visibles aún en los próximos años, de acuerdo al programa de desgravación acordado (4 a 12 años). Sin embargo, se debe considerar que, por ejemplo, tanto para frutos secos como para deshidratados, California es un importante competidor. En el caso de los jugos concentrados la liberación será a ocho años con una desgravación lineal anual.

Proyectando la diversificación de la actual oferta frutícola regional, es interesante hacer alusión a los productos orgánicos en EE.UU. La manzana, por ejemplo, es uno de los productos más promisorios para este mercado, ya que muestra uno de los más altos índices de crecimiento en la demanda de frutas templadas, y se ubica en el primer lugar de interés de los importadores y distribuidores de productos orgánicos chilenos en EE.UU.; tiene la ventaja de contar con un buen soporte de infraestructura, tecnología de cultivo y exportación en el país, lo que le ha significado ser líder en la exportación de fruta convencional a EE.UU. Los otros rubros relevantes son ciruelas, berries, cerezas y duraznos. Gran potencial tienen las uvas orgánicas, siempre y cuando se logren resolver las exigencias de tratamiento fitosanitario que hasta ahora han impedido la exportación desde Chile.

Dentro de los nuevos cultivos se debe seguir con atención, está el desarrollo de algunas nuevas especies-variedades, dentro de la cual destaca el *plout*, que corresponde a un híbrido entre damasco y ciruela. De momento su cultivo no ha tenido los resultados de rendimiento esperados, sin embargo existen grandes expectativas puestas en su futuro.

El Acuerdo de Chile con la Unión Europea, por otra parte, define que el 47% de nuestras exportaciones agrícolas a la Unión Europea hayan quedado con

desgravación inmediata a partir de la entrada en vigencia del acuerdo. Por otro lado, el 42% adicional de las exportaciones del sector se irá desgravando gradual y linealmente hasta el cuarto año, es decir, en el cuarto año del Acuerdo ingresarán con arancel cero a la UE el 89% de nuestras exportaciones agrícolas. Ello, sin duda, aumenta la competitividad frente a países como Argentina, Brasil, Sudáfrica, Nueva Zelanda y Australia, como competidores clave en el sector de la fruta, por generar exportación también en contra estación.

Tal como EE.UU., la vigencia del acuerdo con la Unión Europea abre oportunidades hacia los productos orgánicos, dada la creciente demanda existente. Sin embargo, el mercado europeo también establece que la diferenciación de los productos y su identificación territorial sean elementos decisivos, y así queda reflejado a través de las especificaciones que se establecen en tono a la defensa de las D.O. europeas en el Acuerdo establecido con Chile.

Es interesante hacer referencia a los efectos y potencialidades de un tratado "maduro" (entró en vigencia en 1997) como el establecido con Canadá, país que es medianamente importante como receptor de la oferta frutícola chilena. Las exportaciones de la agricultura y fruticultura constituyeron en el año 2004 sólo un 2,3% del total, mientras que las exportaciones mineras alcanzan al 76% del total exportado. El caso de Canadá, entonces, se trata de un destino más dinámico para la fruta al comenzar la vigencia del acuerdo, que en la actualidad, cuando las exportaciones se concentran en otros rubros, especialmente el minero.

Uno de los acuerdos más recientes, el establecido con Corea hace tres años, ha definido una expansión exportadora menor a la esperada para fruta fresca, vinos, jugos y productos congelados, aunque también es cierto que la apertura coreana abre un margen muy amplio para que la presencia de productos chilenos a precios muy bajos, por la fuerte reducción arancelaria, induzca un aumento persistente del consumo interno importado (creación de comercio).

Sin ser un mercado demasiado grande, ya que el país tiene algo menos de 50 millones de habitantes, la importancia de este tratado está en ser una primera entrada de Chile hacia el mercado asiático.

2.5. Grado de gobernabilidad y asociatividad del cluster

Como se indicó en la definición de la competitividad del potencial cluster, la cooperación y la asociación entre las diferentes empresas involucradas en un cluster, y entre éstas y otras instancias público-privadas de un territorio, constituyen factores fundamentales para la conformación y son, además, relevantes para proyectar la sostenibilidad del cluster el mediano y largo plazo. En este sentido, un potencial cluster la fruta en la región de O'Higgins muestra

potencialidades y limitantes a partir de su actual situación organizativa y asociativa, y de la que históricamente han enfrentado sus actores locales.

Para analizar este escenario, se hará referencia a los tres grandes espacios en que se manifiestan las relaciones de los actores, vale decir, entre empresas de la cadena de valor principal, entre éstas y las proveedoras de servicios e insumos, y entre ambas y las instancias públicas y privadas del territorio.

Según ya se indicó las empresas de las cadenas de valor principales responden a diversas tipologías, según el grado de avance en la cadena. Aún con esta diferenciación de las empresas un punto de coincidencia está dado por el marcado carácter individualista con que realizan sus gestiones, según han reconocido tanto empresarios como profesionales de apoyo a sus actividades.

Las asociaciones que existen en la actualidad y que agrupan este tipo de empresarios (Federación de Agricultores de la VI Región, Asociación de Exportadores de Fruta de la VI Región, entre otras) ejercen más una labor representativa que promotora de las acciones productivas y/o comerciales conjuntas. Sin embargo, ASPROEX ha mostrado un liderazgo diferente como dinamizador de la actividad productiva y exportadora regional y, a pesar de su creación relativamente reciente (3 años de duración), ha logrado desarrollar acciones interesantes que permiten augurar un buen desempeño en el futuro.

Se repite la existencia de espacios más bien informales y de grupos pequeños en los que se expresan algunas relaciones entre empresas que tienen algún tipo cercanía física o familiar.

El tamaño de las empresas también es decisivo en la generación de relaciones formales e informales. Según se advierte para la fruta -y también para el vino-, las empresas que mayor proyección tendrían en el marco del desarrollo de un cluster serían las de tamaño mediano. Las grandes empresas productoras y exportadoras generan una dinámica propia, donde el requerimiento de servicios, insumos y otros queda cubierto con instancias de las propias empresas u otras relacionadas directamente con ellas, lo que obstaculiza aún más el relacionamiento con otras empresas más pequeñas. Las MIPYME, en tanto, suelen posicionarse como proveedoras de materias primas o gestores de empresas procesadoras pequeñas, lo que les supone posicionarse con menos ventajas y menos posibilidades de decisión y negociación.

En términos de las relaciones de las empresas principales con las de apoyo o soporte, éstas se dan también en el marco de la relación individual e informal. Ayuda. Sí, en este caso, el hecho que la gran mayoría de las empresas proveedoras de servicios e insumos estén en la propia región, lo que facilita relaciones de confianza y, con ello, sienta las bases para avanzar en el relacionamiento a través de redes multidireccionales en el cluster, como base para la generación de economías de escala a este nivel.

Finalmente, en términos de las relaciones de las empresas principales y de apoyo con instituciones públicas y privadas, se visualizan varias instancias de relacionamiento que resultan interesantes, y que hablan de experiencias conjuntas, con resultados disímiles, pero una relación que parece ir evolucionando positivamente, y que debería potenciarse en la medida que se fortalezcan los espacios de encuentro que permitan desarrollar alianzas estratégicas efectivas.

Entre las áreas en las que sería especialmente interesante actuar en conjunto con entidades públicas se consideran las iniciativas de innovación y tecnológicas en relación estrecha con el marco territorial, e iniciativas para la gestión estratégica del comercio exterior. La base de estas y otras iniciativas, sin embargo, pasa por esfuerzos por promover espacios de interacción público privado, donde los gobiernos locales tienen especial relevancia. Llama la atención, especialmente, la presencia limitada de municipalidades como actores relevantes para el fomento productivo, en relación a actividades tan dinámicas e importantes como es la fruta en varias comunas de la región.

2.6. Potencialidad para el desarrollo de encadenamientos productivos y/o asociaciones entre empresas localizadas en un área geográfica determinada

La definición de las cadenas principales del cluster de la fruta en la región y la existencia de diversas empresas que participan –o pueden participar– indistintamente en las diversas cadenas productivas señaladas (fruta fresca, jugos concentrados y deshidratados) u otras que puedan sumarse en la medida que adquieran mayor relevancia exportadora regional, establece un espacio propicio para fortalecer las actuales relaciones existencias y potenciar otras nuevas, todo lo cual permita generar una red efectiva de relaciones entre los distintos actores del cluster.

El hecho que existan varias instancias asociativas de productores y/o exportadores relacionados con la fruta, implica un punto a aprovechar, en la medida que, efectivamente, estas instancias adquieran un carácter más activo tanto en relación con la promoción del sector frutícola, como en otras iniciativas inherentes al desarrollo del territorio, que a partir de la actividad de la fruta se puedan perfilar.

En el ámbito de relación de las empresas de este cluster y otras a nivel nacional, la existencia de instancias como FEDEFruta (más de 1000 asociados y 20 organizaciones), ASOEX (integrada por 98 socios) o Chilealimentos (formada por 54 socios), otorgan un elemento a favor en la medida que reúnen a empresas del país con intereses comunes. Tal como se mencionó para la asociatividad en la región, estos espacios a nivel nacional se potencian como

positivos en la medida que se constituyan como verdaderos entes de discusión y decisión.

2.7. Análisis FODA del cluster

El Análisis FODA del cluster se presenta, a continuación, a modo de síntesis de las principales características que se han analizado en los puntos anteriores y, por tanto, integra los elementos que señalan la mayor o menor competitividad del cluster.

Fortalezas

- Posicionamiento de Chile como exportador privilegiado de fruta fresca en el mundo, siendo el 1º en uva de mesa, 2º en ciruelas, 3º en kiwi y 4º en manzanas a nivel mundial.
- La región de O'Higgins es la principal productora y exportadora de fruta fresca del país, y también de productos procesados como el jugo de manzana y las ciruelas deshidratadas.
- Existe una gran concentración de empresas en torno a la producción y exportación de fruta fresca, en la región.
- Existe un nivel tecnológico e innovación de medio a alto en el sector. Hay una alta calidad del proceso productivo especialmente en empresas más grandes asociadas a la exportación de fruta fresca y derivados industriales como el jugo concentrado.
- Recursos naturales aptos para la producción de fruta y derivados.
- Entorno facilitador del desarrollo en términos de vías de transporte, cercanía a Santiago y puertos, etc.
- La mayor parte de empresas proveedoras de servicio e insumos tienen asiento en la región.

Oportunidades

- Demanda internacional creciente hacia productos diversificados, que se alejen del carácter de "commodity" actual de varias de las especies frutales.
- Acuerdos comerciales con la mayor parte de los mercados de interés para el producto del cluster, que más allá de favorecer una situación privilegiada en el pago de aranceles –que es importante, pero no decisiva-, abre potencialidades en términos de cooperación con otros mercados.
- Los principales mercado de destino de las exportaciones de la región son los más promisorios en términos de demanda actual y potencial, de manera que se facilita la expansión de la colocación en ellos (economía de escala).

Debilidades

- Limitado número de empresas de industrialización de la fruta en la región, lo que no permite desarrollar una concentración territorial significativa considerando sólo a estas empresas.
- Escasa a nula identificación del producto como regional, y menos su proyección como elemento de marketing.
- Escaso desarrollo de cooperación entre empresas de la cadena de valor, y entre éstas y las empresas proveedoras e instancias de apoyo.
- Inexistencia de redes de interrelación entre empresas. Estas son individuales e informales.
- Faltan centros educacionales que entreguen formación especializada.

Amenazas

- La generación de variedades patentadas en los países industrializados.
- La producción y comercialización de nuevas variedades, en grupos cerrados con volúmenes de producción limitados y preestablecidos.
- El incremento de nuevas exigencias medioambientales y barreras cuarentenarias.
- Continuidad de la tendencia al crecimiento exponencial de la producción de fruta fresca en el país y países competidores, redundará en una sobre oferta que afectaría gravemente el mercado.
- Existencia y crecimiento de otros mercados emergentes, con condiciones de competitividad equivalentes (contraoferta especialmente).
- La dinámica individualista de los empresarios puede dificultar la materialización de iniciativas de mejora tecnológica e innovación conjuntas y/o de intercambio de este tipo de información.

VI. INSTRUMENTOS DE FOMENTO PARA PRODUCTORES Y EXPORTADORES, DISPONIBLES EN LA REGIÓN Y SUCEPTIBLES DE SER APLICADOS POR LOS CER

En este capítulo se incluyen aquellos instrumentos de fomento disponibles en la institucionalidad pública, que se han considerado relevantes para productores y exportadores de los CER identificados -vitivinícola y frutícola-.

De acuerdo al enfoque de cluster, se consideran instrumentos para las empresas principales de cada cluster (micro, pequeña y mediana empresa, fundamentalmente), las empresas de soporte o apoyo y, finalmente, las instancias públicas de apoyo, especialmente en el área de tecnología e innovación.

Los instrumentos de fomento se agrupan según las siguientes categorías:

1. Desarrollo Territorial
2. Productividad de las Empresas
3. Micro y Pequeñas Empresas (MIPES)
4. Agricultura
5. Comercio Exterior
6. Intermediación financiera y Garantías Solidarias
7. Capacitación y Empleo

1. DESARROLLO TERRITORIAL

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO NACIONAL DE DESARROLLO REGIONAL (FNDR)
INSTITUCIÓN	Subsecretaría de Desarrollo Regional
DESCRIPCIÓN	<p>Programa de inversiones públicas, con fines de compensación territorial, destinado al financiamiento de acciones en los distintos ámbitos de infraestructura social y económica de la región, con el objetivo de obtener un desarrollo territorial armónico y equitativo.</p> <p>Este Programa procura mantener un desarrollo compatible con la preservación y mejoramiento del medio ambiente, lo que obliga a los proyectos financiados a través del FNDR a atenerse a la normativa ambiental.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>Su administración corresponde principalmente a los Gobiernos Regionales y a la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo.</p> <p>Su distribución opera considerando dos conjuntos de variables: las de orden socioeconómico y las territoriales.</p> <p>Las fuentes de recurso son, por una parte, recursos fiscales o propios, dando origen al FNDR - Tradicional y, por otra, el préstamo 1281/OC-CH (1) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) o FNDR - BID.</p> <p>Para fomento productivo sectorial se financian las siguientes líneas de acción y financiamiento:</p> <p>Oportunidades Mercados Externos e Internos.</p> <p>Modernización de la Gestión Empresarial y afianzamiento sistema productivo regional.</p> <p>Promoción de Inversiones.</p> <p>Desarrollo en Infraestructura Productiva (Tecnología, Sistemas de Información, Capacitación RRHH, etc.),</p> <p>Fomento Productivo Municipal.</p>
BENEFICIARIOS	Instancias públicas regionales.
REQUISITOS	<p>Los proyectos deben:</p> <p>Contar con la recomendación técnico - económica favorable del organismo de planificación pertinente (MIDEPLAN o SERPLAC), dependiendo del monto y del tipo de proyecto.</p> <p>Ser priorizados por el Consejo Regional.</p> <p>En el caso del FNDR - BID, adicional a lo señalado se deben ajustar a los sectores elegibles y tipologías de inversión del Programa, y a los requisitos exigidos en el Reglamento Operativo.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMAS TERRITORIALES PTI
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	<p>Un PTI es el conjunto interrelacionado de proyectos y actividades tales como capacitación, innovación, infraestructura, asistencia técnica, asociativa empresarial y financiamiento, tendientes a crear, desarrollar y mejorar la calidad productiva del territorio en el que se ejecuta. Pretende trabajar con el sector público y el sector privado para la coordinación, articulación e integración del uso de los instrumentos de fomento productivo en un territorio determinado.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>Las principales características son:</p> <p>Estar circunscrito a un territorio determinado y dirigido a la acción de desarrollo productivo.</p> <p>La coordinación, articulación e integración del uso de los instrumentos de desarrollo productivo.</p> <p>La coordinación entre el sector público y el sector privado, con especial énfasis en las instituciones locales.</p> <p>El financiamiento directo anual para cada PTI no podrá exceder de 5.000 UF.</p> <p>El PTI se desarrolla en dos etapas:</p> <p>Etapa de Diseño y Formulación del Programa: diseño estratégico y formulación del programa, el que debe contemplar, entre otros aspectos, la descripción de objetivos específicos, la estructura organizacional y la definición de las líneas de acción del proyecto. La duración máxima de esta etapa es de un año.</p> <p>Etapa de Ejecución: Tiene por finalidad llevar a cabo cada una de las actividades establecidas en las líneas de acción y proyectos del programa aprobado. La duración máxima de esta etapa es de cinco años.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Unidades económicas y productivas, grupos y organizaciones de empresarios, y otras entidades privadas y públicas ligadas a la actividad económica y productiva de la zona geográfica y/o donde se ejecuta el Programa Territorial Integrado.</p>
REQUISITOS	<p>Se accede a través de las Direcciones Regionales de CORFO de todo el país.</p>

2. PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA FOMENTO A LA CALIDAD
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Es un aporte no reembolsable de CORFO que cubre parte del costo de una consultoría especializada, contratada por las empresa, para incorporar en ellas sistemas o estándares de gestión con evaluación de conformidad certificables o verificables, tales como las normas ISO 9001, ISO 14001, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), la Norma de Sistemas de Gestión PYME (NCh 2909), PABCO, OHSAS y HACCP.
CARACTERÍSTICAS	<p>Este es un aporte que contempla cada una de las etapas del proceso de Certificación y Verificación, cofinanciando distintas instancias.</p> <p>La primera etapa, de Implementación, incluye un diagnóstico y las actividades necesarias para que la empresa quede en condiciones de cumplir con las exigencias establecidas en un sistema o estándar de gestión. Puede realizarse en forma individual o colectiva, salvo en el caso de la PABCO, donde se incluye un diagnóstico y donde sólo se puede operar individualmente.</p> <p>La segunda etapa, de Verificación, consiste en la evaluación de conformidad y, cuando corresponda, la emisión del certificado o documento que formaliza el cumplimiento de los requisitos establecidos en un sistema o estándar de gestión. Esta etapa sólo se efectúa bajo la modalidad individual.</p>
BENEFICIARIOS	Pueden acceder empresas con ventas anuales de hasta 100.000 UF. También aquellas empresas que, independientemente de su nivel de ventas, estén participando en un Programa de Desarrollo de Proveedores.
REQUISITOS	<p>CORFO financia las etapas de consultorías y verificación, en un porcentaje diferenciado tratándose de cada una de las certificaciones.</p> <p>Acceso través de los Agentes Operadores Intermediarios de CORFO, quienes entregan a la empresa información sobre requisitos y procedimientos, orientación técnica en contenidos y alcances de estas consultorías, así como antecedentes de los consultores.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PROYECTOS ASOCIATIVOS DE FOMENTO (PROFO)
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento para la creación y desarrollo de nuevos negocios que, por su naturaleza o magnitud, pueden abordarse mejor de manera conjunta, generando así una nueva empresa asociativa con mayores capacidades y competitividad.
CARACTERÍSTICAS	<p>Etapas:</p> <p>Formulación: apoyo a la elaboración del proyecto de negocio asociativo, estableciendo su modo de ejecución. Duración máxima de un año.</p> <p>Ejecución: se concreta el proyecto de negocio asociativo elaborado en la fase anterior. Duración máxima de dos años.</p> <p>Desarrollo: ejecución de la estrategia de crecimiento diseñada para la nueva empresa. Duración máxima de tres años.</p> <p>Se accede a través de Agentes operadores intermediarios de CORFO quienes entregan información al respecto y apoyan la ejecución de los proyectos.</p>
BENEFICIARIOS	Pequeñas y medianas empresas productoras de bienes y servicios.
REQUISITOS	<p>Las empresas deben demostrar ventas netas anuales superiores a 2.400 UF en el último año, y que no excedan de 100.000 UF (200.000 UF como máximo si se trata de empresas del sector manufacturero). Es posible que se incorporen empresas con ventas netas anuales inferiores a 2.400 UF y superiores 100.000 UF, siempre y cuando en conjunto no excedan el 30% del número total de empresas participantes.</p> <p>En casos especiales, ya sea por características de la actividad económica o del área geográfica que lo requiera, se podrán considerar montos distintos los que serán establecidos por el Comité de Asignación de Fondos de Fomento de CORFO.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO DE ASISTENCIA TÉCNICA – FAT
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento para contratar profesionales y/o consultorías especializadas, que le permitan a la empresa incorporar mejoras en sus técnicas de gestión en la operación, o nuevas tecnologías a sus procesos productivos.
CARACTERÍSTICAS	Algunos programas especiales FAT son: Producción limpia, Formación empresarial, Certificación de Sistemas de Gestión y Application Service Provider (ASP). Las consultorías pueden ser en áreas como formación empresarial, finanzas, diseños, procesos productivos, comercialización, marketing, planificación estratégica y otras. Puede ser utilizado en dos modalidades: Individual Colectivo (menos de 3 empresas)
BENEFICIARIOS	Pequeñas y medianas empresas productoras de bienes y servicios.
REQUISITOS	Las empresas deben comprobar ventas anuales netas de hasta 100.000 UF, con excepción de las que tengan giros de actividades inmobiliarias, intermediación financiera, empresas de seguros y servicios de consultoría en general. Se accede al fondo a través de agentes operadores intermediarios de CORFO, quienes entregan información y apoyan la ejecución de los proyectos.

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE APOYO A LA GESTIÓN DE EMPRESA - PAG
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento que cubre parte del costo de la contratación de asesorías especializadas por parte de empresas productivas, para optimizar la gestión de la empresa.
CARACTERÍSTICAS	Las actividades posibles de financiar son el diagnóstico, el diseño y la introducción de mejoras en la gestión, efectuadas por consultoras inscritas en el Registro de Consultores CORFO. Las consultorías contemplan dos etapas: Diagnóstico y Desarrollo.
BENEFICIARIOS	Pequeñas y medianas empresas productoras de bienes y servicios.
REQUISITOS	Las empresas deben comprobar ventas anuales netas entre 100.000 y 1.000.000 UF, con excepción de las que tengan giros de actividades inmobiliarias, intermediación financiera, empresas de seguros y servicios de consultoría en general. Se accede al Programa a través de agentes operadores intermediarios de CORFO quienes entregan información y apoyan la ejecución de los proyectos, así como antecedentes de consultoras.

NOMBRE INSTRUMENTO	APOYO AL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL: COFINANCIAMIENTO DE ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN EN MEDIO AMBIENTE (PREINVERSIÓN MEDIO AMBIENTE)
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento de estudios que apoyen su decisión sobre inversiones que disminuyan los impactos ambientales y mejoren la productividad de las empresas.
CARACTERÍSTICAS	Cofinanciamiento de CORFO que cubre parte del costo de una consultoría especializada que contrate la empresa, para la realización de estudios de evaluación técnica, económica y financiera de proyectos de inversión preventivos y/o de control, en áreas como emisiones atmosféricas, residuos líquidos y sólidos, soluciones acústicas, eficiencia energética y calificación de riesgos. Financia hasta 50% del costo total de la consultoría, con un máximo de UF 200.
BENEFICIARIOS	Pequeñas y medianas empresas productoras de bienes y servicios.
REQUISITOS	Las empresas deben comprobar ventas netas anuales de hasta UF 1.000.000, que hayan implantado prácticas de producción limpia y con capacidad de inversión. Se accede a través de los agentes intermediarios de CORFO que operan el Cofinanciamiento de Estudios de Preinversión en Medio Ambiente: ACTI, ASEXMA, ASIMET, CCII, CCS, CCV, CDP, CEPRI, CINDE, CODESSER, COPEVAL, CORPROA, FEDEFRUTA, INTECH y TRAFKIN.

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE DESARROLLO DE PROVEEDORES - PDP
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento orientado a aumentar la competitividad de las cadenas productivas y a fortalecer relaciones mutuamente provechosas entre una gran empresa demandante y sus proveedoras de menor tamaño, las cuales, apropiándose de los beneficios del programa de desarrollo, logran un mercado estable y transferencia de conocimientos, en tanto la compañía demandante se asegura un abastecimiento permanente y de calidad.
CARACTERÍSTICAS	El programa consta de dos etapas: Diagnóstico, que analiza fortalezas y debilidades de las empresas proveedoras, y diseña un plan de fortalecimiento de éstas; y Ejecución de las actividades.
BENEFICIARIOS	Pequeñas empresas proveedoras y grandes empresas demandantes de lo que proveen las pequeñas.
REQUISITOS	La empresa demandante, productiva o de servicios, debe comprobar ventas anuales netas anuales superiores a 100.000 UF, en conjunto con sus empresas proveedoras, cuyas ventas anuales netas individuales no excedan las 100.000 UF. Es requisito que en el proyecto participe un mínimo de diez empresas proveedoras y, en el caso de proyectos del sector agroindustrial, un mínimo de veinte empresas proveedoras del sector agropecuario. Se accede a través de agentes operadores intermediarios de CORFO, quienes entregan información al respecto y apoyan la ejecución de los proyectos, así como antecedentes de consultoras.

3. MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MIPES)

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO DE DESARROLLO Y MODERNIZACIÓN DE MICROEMPRESAS
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	<p>Es un aporte de CORFO que contribuye a financiar un programa piloto de apoyo a las microempresas regionales, que implica ejecutar un plan de negocios tendiente a fortalecer su gestión e incorporar mejores herramientas de trabajo al interior de la empresa.</p> <p>El programa se inicia con la postulación de los microempresarios, los que, una vez seleccionados, serán asesorados en la elaboración y ejecución de sus Planes Individuales de Negocios.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>CORFO aporta recursos para el proceso de selección, implementación y puesta en marcha del programa. Adicionalmente entrega a cada microempresario hasta 90 UF, cantidad que puede destinarse indistintamente o en su totalidad al fortalecimiento, relocalización y/o al entrenamiento del microempresario o de un nuevo trabajador contratado.</p> <p>Previo al aporte CORFO, el microempresario deberá haber efectuado su inicio de actividades ante el SII y tener Patente Municipal.</p>
BENEFICIARIOS	Microempresarios
REQUISITOS	<p>Microempresarios, que sean personas naturales o jurídicas, cuyas ventas netas anuales o las previstas en el proyecto a emprender sean iguales o menores a 2.400 UF.</p> <p>Acceso a través de las Direcciones Regionales de CORFO.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA MICROEMPRESA
INSTITUCIÓN	SERCOTEC
DESCRIPCIÓN	<p>El Programa comprende los siguientes instrumentos de apoyo: Proyecto Asociativo (PA) y Acción Colectiva (AC).</p> <p>Proyecto Asociativo: Consiste en un conjunto de actividades coordinadas, efectuadas por un grupo de a lo menos 5 empresas, con la finalidad de obtener resultados previamente definidos de beneficio común. El grupo puede llegar a constituirse como persona jurídica. El financiamiento es el siguiente: Monto máximo por empresa integrante del grupo: UF 200 anuales. Monto máximo por Proyecto: UF 1.500, cifra que prevalece sobre la anterior en el caso de existir más de 7 empresas en el grupo. La subvención máxima no podrá exceder del 90% del costo total del Proyecto, para el primer año de operación. Cuando el grupo de empresas se constituye como sociedad formal, se permite subsidiar hasta UF 200 a valor neto la adquisición de activos, siempre que éstos se incorporen al patrimonio de la sociedad, y los empresarios hayan aportado a lo menos el 40% de su valor.</p> <p>Acción Colectiva Microempresa: Es un proyecto destinado a cumplir un propósito específico común, de un grupo de 5 empresas como mínimo(1), para lo cual deberá desarrollarse un programa de trabajo sectorial o temáticamente común, que puede incluir actividades de asistencia técnica, capacitación u otras acciones de fomento.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>La duración máxima es de un año, y puede constituir un paso para la formación de un grupo de tipo asociativo. El acuerdo sobre el objetivo de la Acción no implica la formalización de compromisos entre los empresarios ni la contratación de un coordinador para la gestión del proyecto, como tampoco el financiamiento para la compra de activos.</p> <p>El financiamiento es el siguiente: La subvención máxima por Acción Colectiva es de UF 500. La subvención máxima anual por empresa será de 75 UF, independiente del número de acciones colectivas en que participe.</p>

	<p>SERCOTEC financia sólo hasta un 85 % del costo total de la acción colectiva.</p> <p>El cofinanciamiento empresarial, equivalente al 15 % del costo total de la acción, deberá documentarse al momento de la firma del contrato.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Empresas: personas naturales o jurídicas.</p>
REQUISITOS	<p>Estar constituida como una empresa formal con antigüedad mínima de 6 meses.</p> <p>Registrar niveles de ventas anuales de hasta UF 2.400.</p> <p>Pertenecer a cualquier sector económico que sea pertinente intervenir, contemplado en la Planificación Estratégica-Operativa Regional.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA APOYO A LA MICROEMPRESA
INSTITUCIÓN	FOSIS
DESCRIPCIÓN	Programa que entrega capacitación, asesoría, asistencia técnica y apoyo grupal para que desarrollen sus actividades productivas y aumenten sus ingresos, los de sus trabajadores y sus familias.
CARACTERÍSTICAS	Este apoyo no tiene costos para los microempresarios. Respecto de las comunas donde se realiza la inversión, ellas son seleccionadas por el Consejo Regional, el que también asigna los montos provenientes del FOSIS disponibles para cada comuna.
BENEFICIARIOS	Microempresarios que vivan en las comunas seleccionadas en cada Región. Microempresas, talleres familiares y trabajadores por cuenta propia, productoras de bienes y servicios, tanto en el ámbito urbano como rural.
REQUISITOS	<p>Las unidades productivas deben tener como máximo 7 trabajadores (incluyendo al propietario), y ventas mensuales promedio de hasta 150 UF por microempresa (3 millones aprox.).</p> <p>La microempresa debe estar funcionando, sin requisitos de antigüedad o formalización, y los ingresos obtenidos de ella deben ser una parte importante de los ingresos del grupo familiar.</p> <p>Instituciones especializadas que reciben financiamiento del FOSIS, entregan capacitación en temas como administración, contabilidad, comercialización y proyectos de crecimiento, entre otros. Además, los organismos que ejecutan el programa ofrecen consultorías directas sobre las microempresas que estén funcionando: estudios de inversión, de costos, pequeñas auditorías, proyectos de comercialización, etc.</p> <p>Los microempresarios pueden participar de este programa en forma individual, en grupos o a través de sus organizaciones. Para ello, deben dirigirse directamente a las instituciones que lo ejecutan en su comuna o solicitar más información en las oficinas regionales de FOSIS.</p>

4. AGRICULTURA

NOMBRE INSTRUMENTO	SERVICIOS DE ASESORÍA A EMPRESAS ASOCIATIVAS - SAT
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	Instrumento que permite a beneficiarios de INDAP el acceso a incentivos económicos no reembolsables, destinados a cofinanciar asesorías técnicas especializadas que permitan aprovechar oportunidades de mercado y resolver problemas relevantes que afecten los negocios de los beneficiarios de INDAP, contribuyendo, con ello, a mejorar su competitividad en el mercado y su entorno.
CARACTERÍSTICAS	Las líneas de acción son: Asesorías al directorio de las empresas, que potencien su relación con la empresa y con los socios. Acciones especializadas en las áreas funcionales de la empresa. Acciones para ampliar, fortalecer y consolidar los negocios (producción de bienes y/o servicios) de las empresas.
BENEFICIARIOS	Los beneficiarios pueden recibir el servicio en forma individual u organizada, bajo alguna de las siguientes categorías: Empresa Individual: personas naturales y empresas Individuales de responsabilidad limitada, que realizan actividades económico-productivas silvoagropecuarias y/o agroindustriales gestionadas por un pequeño agricultor. Grupo de Empresas Individuales: agrupación informal de empresas individuales. Empresa Asociativa: organización conformada mayoritariamente por beneficiarios de INDAP, que desarrolla actividades productivas y/o de negocios silvoagropecuarias y/o agroindustriales, y que cuenta con personalidad jurídica y vida tributaria. Grupo de Empresas Asociativas: agrupación formal o informal de empresas asociativas, que cumplen con las características señaladas precedentemente.
REQUISITOS	Cumplir los requisitos para ser beneficiario, según la Ley Orgánica de INDAP N° 18.910, modificada por la Ley N° 19.213. Presentar una demanda de incentivo coherente con el enfoque del servicio, en la Agencia de Área, Dirección Regional o Dirección Nacional de INDAP, según

	<p>corresponda, o a través del medio que éste indique. No estar recibiendo simultáneamente otro incentivo regulado por el Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo, para cofinanciar un mismo apoyo con el mismo objetivo, salvo en situaciones de emergencia calificadas por la Institución u otras situaciones excepcionales, tales como emergencias agrícolas o catástrofes calificadas por otras autoridades de gobierno y que afectan la actividad económica silvoagropecuaria y/o agroindustrial.</p>
--	--

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE DESARROLLO LOCAL PRODESAL
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	Instrumento que permite a beneficiarios de INDAP el acceso a incentivos económicos no reembolsables, destinados a financiar asesorías técnicas y apoyos complementarios para apoyar el desarrollo de capacidades productivas, de gestión y organizacionales. Ello permite mejorar los ingresos totales de las familias de los beneficiarios de INDAP, a partir de la producción silvoagropecuaria y agroindustrial, y de actividades relacionadas con estos ámbitos, que sean complementarias a los procesos productivos que desarrollan.
CARACTERÍSTICAS	<p>Las acciones de intervención se centrarán en entregar apoyos para contribuir a la superación de la pobreza rural, en aquellos territorios en que se concentran pequeños productores agrícolas y/o campesinos en condiciones de pobreza, a través de las siguientes líneas: Generación de ingresos a través de acciones de fomento productivo, de fomento de actividades económicas no agrícolas y de ampliación de la cobertura de subsidios sociales.</p> <p>Mejoramiento del medio ambiente degradado.</p> <p>Desarrollo de la asociatividad y gestión local.</p> <p>Para ello, INDAP establecerá alianzas estratégicas con las Municipalidades y, consecuente con la heterogeneidad del espacio rural, se implementa bajo un enfoque territorial,</p>
BENEFICIARIOS	Pequeños productores agrícolas y/o campesinos de subsistencia y sus familias, cuyo objetivo principal es satisfacer sus necesidades de autoconsumo, generar algunos excedentes y realizar pequeños emprendimientos económicos que les permitan aumentar sus ingresos.
REQUISITOS	<p>Cumplir los requisitos para ser beneficiario, según la Ley Orgánica de INDAP N° 18.910, modificada por la Ley N° 19.213.</p> <p>Presentar una demanda de incentivo en la Agencia de Área de INDAP a través de la Municipalidad, coherente con el enfoque del Programa.</p> <p>No estar recibiendo simultáneamente otro incentivo regulado por el Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo, para cofinanciar un mismo apoyo con el mismo objetivo, salvo</p>

	<p>en situaciones de emergencia calificadas por la Institución u otras situaciones excepcionales, tales como emergencias agrícolas o catástrofes calificadas por otras autoridades de gobierno y que afectan la actividad económica silvoagropecuaria y/o agroindustrial.</p> <p>No tener deudas morosas con INDAP, adquiridas en forma directa o en calidad de aval o codeudor solidario.</p> <p>Suscribir una Carta Compromiso en la cual el postulante declare que cumple con las exigencias estipuladas en el Título III, Artículo 11°, letra d, del Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo.</p> <p>Requisitos Específicos:</p> <p>Firmar una carta compromiso con la Entidad Ejecutora del Programa, señalando estar dispuesto a constituir un Comité de Coordinación, el cual será su instancia de representación ante la Municipalidad.</p> <p>Ningún miembro de la familia de los potenciales clientes del Programa podrá recibir simultáneamente el Servicio de Asesoría Técnica, Prodecop u otro servicio de asesoría técnica cofinanciado por INDAP.</p> <p>La fuente de generación del ingreso familiar debe provenir mayoritariamente de la producción silvoagropecuaria y/o agroindustrial y/o de actividades conexas a la explotación.</p> <p>La superficie de la explotación, bajo cualquier régimen de tenencia, no podrá ser mayor a 5 HRB., a excepción de las Regiones XI, XII y Provincia de Palena en la X Región, en las que puede superar esta superficie.</p>
--	---

NOMBRE INSTRUMENTO	CENTRO DE GESTIÓN EMPRESARIAL - CEGES
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	El CEGE es una institucionalidad privada, conducida y administrada por las propias organizaciones de productores, para lo cual cuentan con el apoyo técnico y financiero de INDAP. Tienen como principal objetivo apoyar la toma de decisiones empresariales de las unidades económicas asociativas de la agricultura campesina, basándose principalmente en el análisis económico, financiero y técnico de las alternativas de producción y comercialización que enfrentan.
CARACTERÍSTICAS	Prestan a sus socios un conjunto de servicios de información y asesoría en las áreas de análisis estratégico de la empresa, contabilidad, información para la gestión y capacitación en gestión empresarial. Los servicios son prestados por consultores privados con alta especialización.
BENEFICIARIOS	El beneficiario directo es la empresa administradora: organización con personalidad jurídica, constituida y dirigida por empresas asociativas campesinas, responsable de la implementación y operación de un Centro de Gestión y la entrega, a través de éste de servicios de asesorías a empresas campesinas en el ámbito de la gestión empresarial. También se consideran beneficiarios indirectos las empresas individuales o asociativas, que recibirán los servicios que presta un Centro de Gestión a través de este Programa.
REQUISITOS	Cumplir los requisitos para ser beneficiario(a), según la Ley Orgánica de INDAP N° 18.910, modificada por la Ley N° 19.213. Presentar una demanda de incentivo en la Agencia de Área de INDAP a través de la Municipalidad, coherente con el enfoque del Programa. No estar recibiendo simultáneamente otro incentivo regulado por el Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo, para cofinanciar un mismo apoyo. No tener deudas morosas con INDAP, adquiridas en forma directa o en calidad de aval o codeudor solidario. Suscribir una Carta Compromiso en la cual el postulante declare que cumple con las exigencias estipuladas en el Título III, Artículo 11°, letra d, del Reglamento General

	<p>para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo.</p> <p>Requisitos específicos para beneficiarios directos:</p> <p>La empresa administradora deberá acreditar la personería jurídica presentando un certificado de vigencia.</p> <p>La empresa administradora deberá presentar un proyecto de trabajo con una cartera de beneficiarios que contenga, a lo menos, 7 empresas asociativas campesinas con ventas netas anuales sobre 600 UF cada una. Excepcionalmente, la Dirección Nacional de INDAP, previa justificación de la Dirección Regional, podrá autorizar que la cartera de beneficiarios, reemplace una de las 7 empresas, por 4 empresas asociativas campesinas con ventas netas anuales sobre 300 UF.</p> <p>Los socios de la empresa administradora, no deben tener deudas morosas con INDAP, adquiridas en forma directa o en calidad de aval o codeudor solidario.</p> <p>La empresa administradora deberá acreditar que se encuentran inscrita en el Registro de Personas Jurídicas receptoras de fondos públicos, de acuerdo a lo que establece la ley N° 19.862, con un Certificado de Detalle de entidad receptora de fondos.</p>
--	---

NOMBRE INSTRUMENTO	SISTEMA DE FORMACIÓN DE REDES - RED RUBRO
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	Una red de empresas por rubro constituye una instancia de organización privada de un determinado número de Empresas Asociativas Campesinas (EAC) que trabajan un mismo rubro, las que por motivación propia y en consideración a un importante grupo de requerimientos comunes, deciden abordar de manera organizada y coordinada un conjunto de objetivos y metas específicas.
CARACTERÍSTICAS	<p>Se busca fomentar una mayor inserción de la producción campesina en los mercados, a través del apoyo a la integración y articulación horizontal de sus organizaciones económicas en redes de empresas por rubro (a nivel regional y nacional), de manera de consolidar una nueva institucionalidad de los pequeños productores agrícolas, que les otorgue mayores niveles de competitividad, autogestión e interlocución con el resto de la institucionalidad pública y privada.</p> <p>El programa presenta tres niveles de trabajo: Redes regionales de un rubro, Redes nacionales de un rubro e Inter-redes, que integra y potencia el trabajo y experiencia de todas las redes nacionales.</p>
BENEFICIARIOS	Empresas Asociativas Campesinas (EAC) que trabajan un mismo rubro.
REQUISITOS	<p>Cumplir los requisitos para ser beneficiario(a), según la Ley Orgánica de INDAP N° 18.910, modificada por la Ley N° 19.213.</p> <p>Presentar una demanda de incentivo en la Agencia de Área de INDAP a través de la Municipalidad, coherente con el enfoque del Programa.</p> <p>No estar recibiendo simultáneamente otro incentivo regulado por el Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo, para cofinanciar un mismo apoyo con el mismo objetivo, salvo en situaciones de emergencia calificadas por la Institución u otras situaciones excepcionales, tales como emergencias agrícolas o catástrofes calificadas por otras autoridades de gobierno y que afectan la actividad económica silvoagropecuaria y/o agroindustrial.</p> <p>No tener deudas morosas con INDAP, adquiridas en forma directa o en calidad de aval o codeudor solidario.</p> <p>Suscribir una Carta Compromiso en la cual el postulante</p>

	declare que cumple con las exigencias estipuladas en el Título III, Artículo 11°, letra d, del Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo.
--	---

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE DESARROLLO DE INVERSIONES - PDI
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	Instrumento que permite a los beneficiarios acceso a incentivos económicos no reembolsables, destinados a cofinanciar la ejecución de proyectos de inversión, en ámbitos tales como desarrollo agrícola y agroindustrial, desarrollo pecuario y desarrollo del riego.
CARACTERÍSTICAS	Proporciona apoyos destinados a desarrollar inversiones orientadas a capitalizar y modernizar los procesos productivos de los beneficiarios de INDAP, contribuyendo de esta manera al mejoramiento de sus ingresos económicos y al desarrollo de la competitividad y sostenibilidad de sus negocios.
BENEFICIARIOS	Productores(as) de subsistencia individualmente o en grupos. Empresas individuales. Grupos de empresas individuales. Empresas asociativas Grupos de empresas asociativas.
REQUISITOS	Cumplir los requisitos para ser beneficiario(a), según la Ley Orgánica de INDAP N° 18.910, modificada por la Ley N° 19.213. Presentar una demanda de incentivo en la Agencia de Área de INDAP coherente con el enfoque del Programa. No estar recibiendo simultáneamente otro incentivo regulado por el Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo, para cofinanciar un mismo apoyo con el mismo objetivo, salvo en situaciones de emergencia calificadas por la Institución u otras situaciones excepcionales, tales como emergencias agrícolas o catástrofes calificadas por otras autoridades de gobierno y que afectan la actividad económica silvoagropecuaria y/o agroindustrial. No tener deudas morosas con INDAP, adquiridas en forma directa o en calidad de aval o codeudor solidario. Suscribir una Carta Compromiso en la cual el postulante declare que cumple con las exigencias estipuladas en el Título III, Artículo 11°, letra d, del Reglamento General para la Entrega de Incentivos Económicos de Fomento Productivo. Requisitos específicos

	<p>Las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, Empresas Asociativas y Grupos Formales de Empresas Asociativas deberán acreditar que se encuentran inscritas en el Registro de Personas Jurídicas receptoras de fondos públicos.</p> <p>Las Empresas Asociativas y los Grupos Formales de Empresas Asociativas deberán presentar mandato de representación legal vigente.</p> <p>Los Grupos de Empresas Individuales, Grupos de Productores(as) de subsistencia y Grupos Informales de Empresas Asociativas, deberán entregar una nómina consignando el nombre y RUT de cada uno de sus integrantes y un mandato simple.</p> <p>Los Grupos de Productores de subsistencia, Grupos de Empresas Individuales y Grupos de Empresas Asociativas deben compartir un proyecto de inversión común.</p> <p>Los potenciales clientes que soliciten incentivos de riego deberán contar con derechos de aprovechamiento de agua constituidos (inscritos en el Conservador de Bienes Raíces) susceptibles de ser regularizados según la legislación vigente, lo que deberá ser acreditado mediante declaración simple.</p> <p>Los potenciales clientes que gestionan explotaciones bajo arrendamiento, comodato o usufructo de tierra o aguas, deberán presentar el convenio o contrato que acredita esta condición, el cual deberá tener una vigencia no menor al período de vida útil del proyecto.</p>
--	---

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE NACIONAL DE TURISMO RURAL
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	<p>Este programa se concibe como una nueva alternativa de ingresos y trabajo para la familia campesina, especialmente para jóvenes y mujeres rurales.</p> <p>El Turismo Rural se expresa a través de las siguientes modalidades:</p> <p>Agroturismo, Ecoturismo, Turismo Aventura, Turismo Cultural, Turismo Gastronómico, Etnoturismo, Turismo Deportivo, Turismo de Salud, Turismo Educativo, entre otras. Éstas se financian a través de fondos concursables.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>INDAP apoya, concretamente, de varias formas. Según la etapa de desarrollo del proyecto, se puede solicitar:</p> <p>1. Apoyo técnico para:</p> <p>Definición de los estudios y apoyos requeridos Preparación de términos de referencia y selección de consultores. Identificación del producto turístico y evaluación técnico-económica. Definición de la estrategia comercial.</p> <p>2. Apoyo financiero para:</p> <p>Contratación de estudios y asesorías. Gastos de organización (permisos, inicio de actividades, etc.). Créditos para adecuación y equipamiento. Gastos de operación.</p> <p>3. Apoyo a la gestión para:</p> <p>Construcción y puesta en marcha. Contratación de un Gerente. Áreas específicas (contabilidad, comercialización, etc.)</p> <p>4. Apoyo de capacitación</p> <p>Como parte integrante del proyecto. A través del Convenio INDAP - SENCE. A través del Convenio INDAP - PRODEMU.</p>
BENEFICIARIOS	Pequeños productores usuario de INDAP.
REQUISITOS	<p>Ser pequeño productor usuario de los servicios de INDAP.</p> <p>De preferencia postular con un proyecto asociativo</p>

	<p>(requisito no excluyente).</p> <p>Que exista un aporte de los usuarios del proyecto, ya sea en mano de obra, dinero, infraestructura, etc.</p> <p>Que el proyecto integre, en la medida de lo posible, a la comunidad en la cual esta inserto.</p> <p>Que la localidad cuente con atractivos turísticos: paisajes, fiestas costumbristas, actividades recreativas, tradiciones propias, entre otros elementos.</p> <p>INDAP prioriza su apoyo a empresas formalmente constituidas.</p>
--	---

NOMBRE INSTRUMENTO	RIEGO ASOCIATIVO
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	El Programa de Riego Asociativo es un instrumento de fomento que facilita el acceso de los(as) pequeños(as) productores(as) agrícolas, en forma asociada, a incentivos económicos que permiten financiar parcialmente las inversiones en obras de riego o drenaje, incluyendo los costos de elaboración del proyecto y el apoyo para la ejecución y utilización de las obras.
CARACTERÍSTICAS	Los proyectos que se financian a través del Programa corresponden a proyectos de construcción de obras de riego o drenaje, tanto de tipo extrapredial como mixtas.
BENEFICIARIOS	Agrupaciones usuarios de aguas: <ul style="list-style-type: none">- Grupos de usuarios de aguas.- Organizaciones de usuarios de aguas.- Comunidades de agua no organizadas.
REQUISITOS	Beneficiarios de INDAP que integren un grupo, organización o comunidad que cumplan los siguientes requisitos: No tener deudas morosas con INDAP. Financiar el saldo del costo total del proyecto que no sea cubierto por los incentivos económicos entregados por INDAP con recursos propios o créditos entregados por INDAP. No haber recibido en el mismo año, a través de otros programas de INDAP, incentivos económicos de igual naturaleza y para los mismos fines.

NOMBRE INSTRUMENTO	LEY Nº 18.450, DE FOMENTO A LA INVERSIÓN PRIVADA EN OBRAS MENORES DE RIEGO Y DRENAJE
INSTITUCIÓN	CNR
DESCRIPCIÓN	La CNR llama anualmente a concursos establecidos en el calendario de la Ley 18.450, por un monto de \$24.000 millones de pesos a los cuales pueden postular con sus proyectos los potenciales beneficiarios.
CARACTERÍSTICAS	Los proyectos son sometidos a una selección de acuerdo a un puntaje que definirá su orden de prioridad. El puntaje es asignado sobre la base del establecimiento de variables relacionadas con la superficie beneficiada, el costo del proyecto, el número de beneficiarios y el aporte privado del beneficiario al cofinanciamiento de la obra. Para la construcción de las obras, los pequeños productores agrícolas tienen la opción de contar con prefinanciamiento a través de un convenio con INDAP, y los demás beneficiarios podrán solicitar el apoyo de la banca privada.
BENEFICIARIOS	Podrán acogerse a la bonificación que establece la Ley, individualmente o en forma colectiva, las personas naturales o jurídicas, propietarias o usufructuarias de predios agrícolas. Asimismo, podrán acogerse las organizaciones de usuarios previstas en el código de aguas, incluidas las comunidades no organizadas que hayan iniciado su proceso de constitución.
REQUISITOS	Las personas naturales o jurídicas deberán demostrar ser poseedoras de los predios agrícolas y de las aguas utilizadas en el proyecto. Las organizaciones de usuarios deberán demostrar su vigencia y contar con el respaldo de la asamblea para ejecutar el proyecto. Asimismo, un profesional inscrito en el registro existente en la Dirección General de Obras Públicas (DGOP) para el efecto, deberá elaborar el proyecto con los antecedentes técnicos exigidos por las bases del concurso al que postula.

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE PROYECTOS Y ESTUDIOS DE INNOVACIÓN AGRARIA
INSTITUCIÓN	FIA
DESCRIPCIÓN	A través de este instrumento, se busca impulsar el desarrollo de iniciativas que por sus características justifiquen la inversión de recursos públicos.
CARACTERÍSTICAS	<p>Más allá del riesgo naturalmente asociado a la actividad agrícola, los proyectos deben tener un componente de riesgo adicional vinculado a la creación, adaptación y/o validación de tecnologías. Asimismo, deben ser iniciativas que tengan una orientación productivo-comercial, de carácter exploratorio y que generen información que pueda difundirse, de manera de favorecer su replicabilidad. Estas iniciativas suponen un cambio tecnológico, tanto a nivel de productos como de procesos, bajo una orientación productiva y comercial, y por ello llevan implícito un nivel de riesgo mayor que el normalmente asociado a la actividad agrícola.</p> <p>El instrumento entrega aportes no reembolsables, que pueden alcanzar hasta un 70% del costo total del proyecto, de tal modo que el o los ejecutores deben hacer un aporte real mínimo del orden de un 30%. En montos absolutos, el aporte de FIA puede llegar como máximo a un promedio de 25 millones de pesos por año por proyecto. La duración máxima de los proyectos es de cuatro años.</p>
BENEFICIARIOS	Agentes chilenos privados o públicos, empresas o agrupaciones, universidades o institutos de investigación, personas naturales o jurídicas que en forma individual o colectiva se dediquen a la producción y/o a la investigación aplicada con orientación comercial en el sector agrario.
REQUISITOS	<p>Las iniciativas presentadas deben tener una orientación productivo-comercial, de carácter exploratorio y que generen información que pueda difundirse, de manera de favorecer su replicabilidad.</p> <p>El o los ejecutores deben hacer un aporte real mínimo del orden de un 30% del costo total del proyecto.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE CAPTURA Y DIFUSIÓN TECNOLÓGICA
INSTITUCIÓN	FIA
DESCRIPCIÓN	El programa entrega apoyo financiero para la realización de iniciativas que permitan difundir, en el sector productivo agrario, los conocimientos tecnológicos disponibles, y promover la innovación tecnológica.
CARACTERÍSTICAS	<p>Financiamiento para realizar un conjunto de iniciativas tendientes a impulsar la captación de tecnologías y su más amplia promoción en el país. Así, el programa financia Giras Tecnológicas dentro o fuera de Chile, la Contratación de Consultores que apoyen procesos de innovación, la organización y realización de Eventos Técnicos y Ferias Tecnológicas, la elaboración y publicación de Documentos Técnicos que entreguen información de interés en materia de innovación agraria; y entrega apoyo financiero para Asistencia a Eventos Técnicos y Ferias Tecnológicas en Chile y en el exterior. Los fondos asignados por el programa son de carácter no reembolsable.</p> <p>El aporte de FIA puede representar como máximo el 70% del costo total de realización de la actividad, de modo que la entidad responsable, junto con los asociados, si existen, deberá aportar como mínimo el 30% restante. FIA podrá aportar a la realización de actividades de promoción o elaboración de documentos técnicos un financiamiento de hasta \$5.000.000 por iniciativa.</p>
BENEFICIARIOS	Agentes chilenos privados o públicos, que sean empresas productivas, organizaciones empresariales o gremiales, universidades, instituciones de investigación, o personas naturales o jurídicas que en forma individual o colectiva se dediquen a la producción o investigación aplicada con una orientación comercial, en el sector agrícola, pecuario, forestal o dulceacuícola. Con el objetivo de hacer posible la realización de actividades de difusión y promoción de la innovación en que se sumen las capacidades de dos o más instituciones u organismos, podrán establecerse alianzas entre instituciones y organismos nacionales y, si la materia de la actividad lo justifica, con instituciones extranjeras.

REQUISITOS	<p>La entidad responsable, junto con los asociados, si existen, deben aportar como mínimo el 30% del costo total de la actividad.</p> <p>Las propuestas se captan mediante concursos públicos, convocatorias en áreas específicas o recepción por ventanilla abierta, de acuerdo con la programación que FIA establece cada año.</p> <p>Para acceder a estos recursos, los interesados deben presentar sus propuestas de acuerdo con las Bases de Postulación y en los formularios respectivos, en aquellos momentos del año en que se encuentre abierta una convocatoria.</p>
------------	--

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA FORMACIÓN PARA LA INNOVACIÓN
INSTITUCIÓN	FIA
DESCRIPCIÓN	Financiamiento para fomentar la realización de actividades de difusión y promoción, y apoyar acciones orientadas a difundir los resultados de iniciativas exitosas desarrolladas por diversos actores del ámbito agrario, ya sea en forma individual o a través de la integración y sistematización de iniciativas complementarias.
CARACTERÍSTICAS	<p>El programa entrega apoyo financiero para la realización de iniciativas que permitan difundir en el sector productivo agrario los conocimientos tecnológicos disponibles y promover la innovación tecnológica.</p> <p>Las iniciativas que pueden financiarse son: la realización de Eventos de Promoción y Difusión Tecnológica; la realización de Ferias Tecnológicas, y la elaboración, edición, publicación y difusión de Documentos Técnicos, que integren y difundan los resultados de proyectos, experiencias de innovación u otras iniciativas exitosas desarrolladas por diversos actores del medio. Los fondos asignados por el programa son de carácter no reembolsable.</p> <p>El aporte de FIA puede representar como máximo el 70% del costo total de realización de la actividad, de modo que la entidad responsable, junto con los asociados, si existen, deberá aportar como mínimo el 30% restante. FIA podrá aportar a la realización de actividades de promoción o elaboración de documentos técnicos un financiamiento de hasta \$5.000.000 por iniciativa.</p>
BENEFICIARIOS	Agentes chilenos privados o públicos, que sean empresas productivas, organizaciones empresariales o gremiales, universidades, instituciones de investigación, o personas naturales o jurídicas que en forma individual o colectiva se dediquen a la producción o investigación aplicada con una orientación comercial, en el sector agrícola, pecuario, forestal o dulceacuícola. Con el objetivo de hacer posible la realización de actividades de difusión y promoción de la innovación en que se sumen las capacidades de dos o más instituciones u organismos, podrán establecerse alianzas entre instituciones y organismos nacionales y, si la materia de la actividad lo justifica, con instituciones extranjeras.

REQUISITOS	<p>La entidad responsable, junto con los asociados, si existen, deben aportar como mínimo el 30% del costo total de la actividad.</p> <p>Las propuestas se captan mediante concursos públicos, convocatorias en áreas específicas o recepción por ventanilla abierta, de acuerdo con la programación que FIA establece cada año.</p> <p>Para acceder a estos recursos, los interesados deben presentar sus propuestas de acuerdo con las Bases de Postulación y en los formularios respectivos, en aquellos momentos del año en que se encuentre abierta una convocatoria.</p>
------------	--

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO DE MEJORAMIENTO DEL PATRIMONIO SANITARIO
INSTITUCIÓN	SAG
DESCRIPCIÓN	Fondo concursable que opera por la vía del cofinanciamiento de iniciativas que procuren mejorar la condición de los recursos silvoagropecuarios de nuestro país.
CARACTERÍSTICAS	<p>Las propuestas de proyectos deben estar enmarcadas dentro de las siguientes áreas estratégicas:</p> <p>Control y erradicación de plagas cuarentenarias, vigilancia y defensa del patrimonio sanitario agrícola.</p> <p>Defensa, vigilancia, control y erradicación de enfermedades que afecten el patrimonio sanitario pecuario.</p> <p>Manejo sustentable de los recursos naturales y fomento de prácticas agropecuarias de producción limpia.</p> <p>Reducción de los niveles de degradación de suelos y aguas relacionados con la producción silvoagropecuaria y la vida silvestre.</p> <p>Desarrollo de denominaciones de origen e indicaciones geográficas.</p> <p>Protección y mejoramiento del recurso genético, su adecuación ecosistémica y biodiversidad.</p> <p>Inocuidad de alimentos.</p> <p>Estos proyectos podrán desarrollarse hasta en un plazo máximo de cuatro años. En caso de exceder de un año, el proyecto deberá desarrollarse en etapas anuales. El Fondo financia hasta el 70% de los costos totales del proyecto, con un aporte máximo anual por proyecto de \$ 75 millones; el saldo debe ser financiado con recursos del Agente Adjudicado.</p>
BENEFICIARIOS	Personas naturales o jurídicas de derecho privado interesadas en postular -por sí mismos o representadas por terceros- para el desarrollo de proyectos que contribuyan al mejoramiento de la condición de los recursos silvoagropecuarios del país.
REQUISITOS	<p>Para acceder a este beneficio, los interesados deben concursar en el llamado público que realiza el SAG para adjudicar estos recursos.</p> <p>La selección de los mejores proyectos en concurso se decide a través de un proceso de evaluación que considera los siguientes factores y ponderadores:</p> <p>Factores (Ponderación %)</p> <p>Calidad Técnica del proyecto: 30%</p> <p>Evaluación Global de impacto: 30%</p>

	<p>Capacidad del Postulante: 25% Aporte del Postulante: 15% Para formalizar la adjudicación y ejecución de un proyecto con aporte del fondo, ambas partes firman un contrato, para lo cual el postulante favorecido debe presentar garantías de fiel cumplimiento (10% de la primera etapa anual).</p>
--	--

NOMBRE INSTRUMENTO	SISTEMA DE INCENTIVOS PARA LA RECUPERACIÓN DE SUELOS DEGRADADOS
INSTITUCIÓN	SAG / INDAP
DESCRIPCIÓN	Instrumento de fomento que surge como parte del amplio compromiso asumido por el Gobierno de Chile, en la conservación y recuperación de los recursos naturales degradados del país.
CARACTERÍSTICAS	<p>El monto de las bonificaciones es hasta 160 UTM por predio por usuario</p> <p>. Las bonificaciones que se pueden obtener son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fertilización fosfatada: 2. Enmiendas calcáreas. 3. Siembra o regeneración de praderas 4. Conservación de suelos: 5. Rehabilitación de suelos. <p>El Programa opera con planes de manejo elaborados por operadores (profesionales privados) que deben acreditarse en el SAG o en INDAP, para lo cual deben estar en posesión de un título profesional o técnico cuyo plan de estudios contemple asignaturas académicas de reconocimiento y fertilidad de suelos, establecimiento de praderas o protección de recursos naturales de uso agropecuario.</p> <p>Los análisis de suelos son elaborados por laboratorios que se incorporan a un registro público que lleva el SAG, debiendo acreditar que cuentan con las instalaciones necesarias, las metodologías y profesionales idóneos.</p> <p>La coordinación general del Programa está radicada en la Subsecretaría de Agricultura, y se ejerce nacionalmente a través de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA) y de las Secretarías Regionales Ministeriales de Agricultura (SEREMI) en cada una de las 13 Regiones del país.</p>
BENEFICIARIOS	Productores agrícolas (personas naturales o jurídicas) que no sean usuarios del Programa a través de INDAP. Sólo quedan excluidos de la acción del SAG aquellos pequeños propietarios que hayan obtenido de INDAP, en el mismo año, el beneficio para la Recuperación de Suelos y sólo mientras esté pendiente el cumplimiento de su plan de manejo.

REQUISITOS	<p>Haber presentado y aprobado en concurso público llamado por el SAG, un Plan de Manejo de hasta 3 años de duración, elaborado por un profesional o técnico debidamente acreditado en un Registro Público del SAG o INDAP de Terceros del Sistema de Incentivos para la Recuperación de firme la preselección.</p> <p>En caso de renuncia, el SAG procederá a reasignar el beneficio al primer postulante de la lista de espera correspondiente.</p> <p>Haber ejecutado las labores comprometidas en el Plan de Manejo.</p> <p>Haber sido aprobado el cumplimiento de la totalidad del plan de manejo por el SAG.</p>
------------	--

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE PREINVERSIÓN EN RIEGO
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Consiste en un aporte de CORFO que cubre parte del costo de la contratación de una consultoría especializada en riego por parte de la empresa.
CARACTERÍSTICAS	Financiamiento que permite determinar las especificaciones técnicas, los recursos físicos y humanos, y los requerimientos financieros que demanda la materialización de una inversión en riego, su evaluación económica y las fuentes de financiamiento. El aporte de CORFO cubre hasta el 70% del costo total de la consultoría, con un tope de 150 UF si se trata de un proyecto intrapredial y de 450 UF en el caso de un proyecto extrapredial.
BENEFICIARIOS	Empresas (con características en requisitos).
REQUISITOS	Empresas productivas y de servicios con ventas anuales netas de hasta 1.000.000 UF y Organizaciones de Usuarios de Aguas, constituidas al amparo del Código de Aguas. Acceso a través de los Agentes Operadores Intermediarios de CORFO, que entregan información sobre los requisitos y procedimientos del instrumento Preinversión, orientación técnica en contenidos y alcances de estas consultorías, así como antecedentes de los consultores.

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE PREINVERSIÓN MEDIO AMBIENTE
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Aporte CORFO que cubre parte del costo de la contratación de una consultoría especializada por parte de la empresa.
CARACTERÍSTICAS	Apoya la toma de decisiones sobre inversiones preventivas y/o de control orientadas a minimizar los impactos ambientales de las empresas y mejorar su productividad, mediante la selección de alternativas de inversión óptimas en términos técnicos, económicos y financieros. El aporte CORFO cubre hasta 50% del costo total de la consultoría, con un máximo de 200 UF.
BENEFICIARIOS	Empresas (con características en requisitos).
REQUISITOS	Empresas productivas y de servicios con ventas netas de hasta 1.000.000 UF, que hayan implementado previamente prácticas de la producción limpia de baja inversión, denominadas "tecnologías blandas". Acceso a través de los Agentes Operadores Intermediarios de CORFO, que entregan información sobre los requisitos y procedimientos del instrumento Preinversión, orientación técnica en contenidos y alcances de estas consultorías, así como antecedentes de los consultores.

NOMBRE INSTRUMENTO	SUBSIDIO A LA PRIMA DE SEGURO AGRÍCOLA (SEGURO AGRÍCOLA)
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Facilita a los agricultores la contratación de un seguro con compañías aseguradoras que los cubra de los riesgos climáticos (sequía agrícola, helada, lluvia excesiva o extemporánea, viento perjudicial, nieve y granizo). Es un programa del Ministerio de Agricultura, operado a través de CORFO.
CARACTERÍSTICAS	Es una subvención que cofinancia el 50% del costo de la prima del seguro que tome el agricultor, más UF 1,5 por póliza. El tope de la subvención es de UF 55 por agricultor al año. En una primera fase, cubre la mayoría de los cultivos anuales, hortalizas, leguminosas y cultivos industriales. En esta etapa, beneficia a los agricultores que desarrollan su actividad entre la IV Región de Coquimbo y X Región de Los Lagos.
BENEFICIARIOS	Productores agrícolas, sean propietarios o arrendatarios, que cuenten con iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos y sean contribuyentes de IVA.
REQUISITOS	El agricultor contrata directamente su seguro agrícola con una de las compañías aseguradoras que participan en el programa. La compañía aseguradora se encarga de gestionar la cancelación de la subvención por parte de CORFO.

5. COMERCIO EXTERIOR

NOMBRE INSTRUMENTO	LÍNEA DE PROYECTOS SECTORIALES DE PROMOCION DE EXPORTACIONES
INSTITUCIÓN	ProChile
DESCRIPCIÓN	Estrategia de promoción de exportaciones de productos de un sector o subsector, con descripción de los objetivos, resultados esperados, actividades a desarrollar y plazos para su ejecución.
CARACTERÍSTICAS	Proyectos referidos a productos genéricos, sin distinción ni exclusión de marcas, empresas o grupos de empresas. Son postulados y ejecutados por personas naturales o jurídicas que puedan representar adecuadamente a un sector determinado, o por organismos públicos vinculados al fomento y promoción del sector. Generan y comunican inteligencia de mercado y/o, aportan al desarrollo de las capacidades del sector privado para incrementar y mejorar la calidad de sus propios esfuerzos de promoción de exportaciones. Favorecen el posicionamiento de la imagen-país asociada a la promoción genérica de un sector.
BENEFICIARIOS	Mínimo de cinco empresas integrantes del sector.
REQUISITOS	Las empresas deben demostrar representatividad del sector. Adicionalmente, no se podrá excluir a ninguna otra empresa del sector del acceso a los resultados y productos del Proyecto.

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES AGROPECUARIAS
INSTITUCIÓN	ProChile
DESCRIPCIÓN	Cofinanciamiento de programas de promoción de exportaciones con empresas del sector agropecuario, para el diseño y desarrollo de estrategias de apertura al comercio exterior y a la internacionalización de dichas empresas.
CARACTERÍSTICAS	<p>Privilegia la presentación de proyectos asociativos, aun cuando es factible financiar proyectos de empresarios individuales.</p> <p>Las líneas estratégicas son:</p> <p>Búsqueda y desarrollo de empresas con potencial exportador, con un énfasis específico en empresas pertenecientes a la agricultura campesina. El principal programa diseñado para este tipo de empresas es el Programa de Promoción de Empresas Exportadoras de la Agricultura Campesina, el cual apoya tanto el diagnóstico del potencial exportador, como el diseño e implementación de una estrategia de exportación, al interior de la empresa.</p> <p>Búsqueda y desarrollo de oportunidades de mercado.</p> <p>Búsqueda permanente de oportunidades comerciales concretas para los diferentes sectores económicos, para luego difundirlas y vincularlas con empresas específicas.</p> <p>Asimismo, se apoya el desarrollo de ferias y eventos internacionales para promocionar la imagen de Chile como proveedor de primera categoría.</p> <p>Programas de Promoción de Exportaciones con empresas. ProChile invita a empresas que exporten o que tengan capacidad real o potencial de hacerlo, a participar en el Concurso Nacional de Promoción de Exportaciones, que apoya el diseño y desarrollo de sus propias estrategias de incorporación a los mercados internacionales.</p>
BENEFICIARIOS	El Fondo va en apoyo de todos aquellos que exporten o tengan la intención y capacidad real o potencial de exportar productos agropecuarios, sean éstos en estado fresco, congelado o con distinto grado de elaboración, empresarios individuales y especialmente, asociativos.
REQUISITOS	Para acceder a este beneficio, Prochile realiza llamados públicos para concursar en la adjudicación de los

	<p>recursos de este fondo. Además, se puede presentar un determinado proyecto por el sistema de ventanilla abierta, o sea, fuera de los normales llamados a concursos nacionales.</p>
--	---

NOMBRE INSTRUMENTO	CONCURSO NACIONAL PARA LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA
INSTITUCIÓN	ProChile
DESCRIPCIÓN	Concurso público que tiene por objetivo fomentar la promoción de exportaciones velando por la igualdad y equidad en el acceso de los recursos públicos destinados a este fin.
CARACTERÍSTICAS	<p>Las estrategias pueden tanto a la prospección como a la penetración de un mercado.</p> <p>El concurso consta de 2 tipo de estrategias de apoyo a la exportación del sector agropecuario:</p> <p>Estrategias Sectoriales: esfuerzos de mediano plazo destinados a promover las exportaciones de los productos de un sector o subsector agropecuario, sin distinción ni exclusión de marcas, empresas o grupos de empresas, de manera tal de favorecer el posicionamiento de la imagen-país asociada a la promoción genérica de un sector</p> <p>Estrategias Empresariales: Iniciativas que deben reflejar una estrategia de promoción de exportaciones de productos agropecuarios de una empresa o un grupo de ellas.</p>
BENEFICIARIOS	Empresas o grupos organizados de ellas que puedan representar un sector y que cumplan con la definición de AFC establecida por INDAP: "Unidades productivas de menos de 12 hectáreas de riego básico, gestionadas por productores por cuenta propia y sus familias, no importando el tipo de tendencia y que cuenten con activos no superiores a 3.500 UF".
REQUISITOS	<p>Se accede mediante un concurso nacional de periodicidad anual.</p> <p>Para participar del concurso se deben comprar las bases y de acuerdo a estas se deben presentar proyectos de promoción de exportaciones.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA AGRICULTURA CAMPESINA (PIAC)
INSTITUCIÓN	ProChile
DESCRIPCIÓN	Contempla a todas las iniciativas privadas del sector silvoagropecuario que buscan posicionar sus productos en el mercado internacional, ya sean éstas en forma directa o, indirectamente, a través de una agroindustria o comercializadora.
CARACTERÍSTICAS	<p>Las empresas individuales o asociativas que ingresen al programa, luego de superada la etapa de Diagnóstico, tendrán la posibilidad de acceder a distintos servicios de apoyo según la etapa del proceso para exportar en que se encuentren.</p> <p>Etapa 0 Creación de empresas de Segundo Piso.</p> <p>Etapa 1 Asesoría Legal. Asesoría y capacitación Financiera de Exportación. Asesoría y capacitación en Fortalecimiento Organizacional. Asesoría en barreras para-arancelarias para la exportación.</p> <p>Etapa 2 Asesoría Legal a nivel de contratos internacionales. Asesoría en diseño de plan de negocios de exportación. Apoyo para la gestión del proceso exportador.</p>
BENEFICIARIOS	Personas naturales, empresas individuales o asociativas con personalidad jurídica y grupos de productores asociados sin personalidad jurídica que sean o no usuarios de INDAP.
REQUISITOS	Todos deben cumplir con la definición que establece la Ley para el pequeño productor agrícola y campesino: "Unidades productivas de menos de 12 hectáreas de riego básico, gestionadas por productores por cuenta propia y sus familias, no importando el tipo de tendencia y que cuenten con activos no superiores a 3.500 UF".

NOMBRE INSTRUMENTO	FERIAS Y MISIONES INTERNACIONALES
INSTITUCIÓN	ProChile
DESCRIPCIÓN	<p>ProChile, a través de su Gerencia de Misiones y Ferias Internacionales asume la convocatoria, organización, gestión y coordinación de la participación de empresas del sector exportador chileno en diversas ferias internacionales, en ellas, las empresas exportadoras nacionales están presentes en forma conjunta, agrupadas espacial y funcionalmente en un Pabellón Nacional bajo un concepto único de "Imagen País".</p> <p>Esta labor de organización y coordinación se enmarca en la misión de ProChile de apoyar la internacionalización de la economía y la ampliación del número de empresas exportadoras y de su oferta exportable.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>Al participar en una feria Internacional el empresario deberá pagar una cuota de participación que financia una parte de los gastos a incurrirse, sin embargo, un gran porcentaje de los costos que implican la inscripción de empresas en el evento, el arriendo del espacio, montaje de pabellón, pago de servicios y otros relacionados son absorbidos por ProChile, por tanto, para la empresa siempre será más económico participar junto a ProChile que en forma independiente.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Empresas o asociaciones chilenas, legalmente constituidas de acuerdo a las leyes chilenas y con domicilio en Chile.</p> <p>También podrán postular los representantes de empresas chilenas con el debido consentimiento por escrito de éstas.</p> <p>Podrán postular empresas exportadoras y también aquellas que están por iniciar sus actividades de exportación.</p>

REQUISITOS	<p>Respetar la fecha de envío de la Ficha de Postulación, fuera de plazo la postulación será rechazada.</p> <p>ProChile se reserva el derecho de rechazar la postulación si la empresa no cumple con los requisitos y plazos exigidos, asimismo, de considerarse que la empresa no posee una oferta viable para el evento.</p> <p>Finalizado el periodo de recepción de postulaciones, el profesional responsable de la feria se pondrá en contacto con el empresario para avisarle respecto del estado de su postulación.</p> <p>De ser aceptada la postulación se hará llegar al empresario la carta de compromiso que formaliza su participación en la feria y las indicaciones para efectuar el pago de su respectiva cuota.</p> <p>La cuota de participación dependerá del tamaño de su empresa.</p>
------------	---

NOMBRE INSTRUMENTO	PYMEXPORTA
INSTITUCIÓN	ProChile
DESCRIPCIÓN	<p>Es una iniciativa del sector Público-Privado, desarrollada en conjunto por ProChile y la Cámara de Comercio de Santiago, quienes han suscrito con el Banco Interamericano del Desarrollo un convenio de Colaboración Técnica, para apoyar a la Pequeña y Mediana Empresa Exportadora (PYMEX) en su proceso de Inserción a Mercados Exigentes con los Cuales el Gobierno de Chile ha suscrito Acuerdos de Libre Comercio.</p> <p>Es una nueva herramienta de desarrollo para las PYMEs exportadoras (PYMEX) que ofrece co-financiamiento para consultorías destinadas a superar barreras, mejorar los canales de comercialización y ajustar la oferta exportable en los mercados de altos estándares con Acuerdo de Libre Comercio.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>Entrega asistencia cofinanciada hasta en un 50% a las PYMEX, a través de la contratación de especialistas, de preferencia internacionales, que puedan asesorarlas y capacitarlas para superar los obstáculos identificados en las tres líneas de asistencia del programa.</p> <p>Asistencia para superar barreras para-arancelarias y no arancelarias</p> <p>Adecuación de oferta exportable</p> <p>Desarrollo de canales adecuados de logística, distribución y comercialización.</p>
BENEFICIARIOS	Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras (PYMEX).
REQUISITOS	<p>Ventas totales anuales mayores a US\$ 50.000 e inferiores a US\$ 7.5 millones</p> <p>Al menos 40% de capital chileno.</p> <p>Experiencia exportadora previa, es decir, que haya exportado al menos una vez en los últimos tres años.</p> <p>Que pretendan acceder a un nuevo mercado objetivo o a un mismo mercado con un nuevo producto.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	LEY 18.708 - REINTEGRO DE LOS GRAVÁMENES ADUANEROS PAGADOS EN LA IMPORTACIÓN DE MATERIAS PRIMAS QUE SON INCORPORADAS A PRODUCTOS QUE SE EXPORTAN
INSTITUCIÓN	Servicio Nacional de Aduanas
DESCRIPCIÓN	<p>Los exportadores podrán obtener el reintegro de los derechos y demás gravámenes aduaneros pagados, respecto de materias primas, artículos a media elaboración, partes o piezas importadas por el propio importador o por terceros, cuando tales insumos hubieran sido incorporados o consumidos en la producción del bien exportado.</p> <p>Para este beneficio, se considerará exportación los servicios prestados al exterior, sin embargo, el reintegro no podrá exceder del porcentaje correspondiente a la tasa general de los derechos de aduana del valor del servicio prestado.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>Se trabaja con todos los productos exportados, que no hubieran hecho uso del beneficio de la Ley N° 18.480 (Reintegro Simplificado).</p> <p>También gozan de este beneficio las mercaderías nacionales vendidas a zonas francas, a las cuales se les debe incorporar insumos nacionalizados por un monto CIF no inferior al 10% del valor de venta.</p>
BENEFICIARIOS	Exportadores que cumplan los requisitos.
REQUISITOS	<p>El interesado en acogerse a esta franquicia debe manifestar su voluntad a través de un formulario-solicitud de reintegro Ley 18.708, debiendo conservar en su poder la documentación de respaldo necesaria.</p> <p>El reintegro debe ser solicitado, a lo más, dentro del plazo de nueve meses contando desde la fecha de numeración del respectivo Documento Único de Salida (DUS), no pudiendo impetrarse respecto de Declaraciones de Ingreso de más de 18 meses, contados desde la misma oportunidad. Ambos plazos pueden ser prorrogados en casos calificados, por el Director Nacional de Aduanas.</p> <p>En cada oportunidad, no podrá solicitarse reintegro por un monto inferior a US\$ 100, debiendo los reintegros inferiores a dicha suma agruparse para enterar o superar ese monto.</p> <p>Determinada la procedencia del reintegro, éste se reconoce mediante un certificado expedido por el Servicio</p>

	<p>de Aduanas, en dólares de los Estados Unidos de América, debiendo el Servicio de Tesorerías, dentro del plazo de 5 días hábiles, contado desde la fecha de recepción del certificado, proceder su liquidación y pago mediante cheque nominativo a favor del solicitante, en moneda nacional de acuerdo al tipo de cambio establecido en el art. 94 de la Ordenanza de Aduana.</p> <p>Finalmente, cabe precisar que los exportadores que se acogen a este beneficio no pueden, por un mismo insumo, impetrar el sistema de reintegro simplificado dispuesto en el artículo 1, inciso 2, de la Ley N 18.480, de 1985.</p>
--	--

NOMBRE INSTRUMENTO	PAGO DIFERIDO DE GRAVÁMENES ADUANEROS Y CRÉDITO FISCAL APLICABLE A BIENES DE CAPITAL, Y SU AMORTIZACIÓN CON EXPORTACIONES - LEY N° 18.634
INSTITUCIÓN	Servicio Nacional de Aduanas
DESCRIPCIÓN	Es una facilidad otorgada por el Estado que permite importar bienes de capital dejando suspendido el pago de los derechos arancelarios, los cuales pueden cancelarse en un plazo de hasta siete años. Si en lugar de importar el bien, se compra uno fabricado en Chile, el adquiriente obtiene un Crédito Fiscal equivalente al 73% de los derechos de aduana que gravarían a ese bien de capital si fuese extranjero. El monto del Crédito Fiscal equivale al 4,38% del valor neto facturado, su valor mínimo en moneda nacional equivalente a US\$ 3.988,23, esto es, al tipo de cambio vigente de la fecha de la factura de compra.
CARACTERÍSTICAS	Aquellos bienes que por cumplir con la definición de "bien de capital" establecida en la Ley N° 18.634, se encuentran contenidos en la lista dictada para estos efectos (Decreto de Hacienda N° 671, publicado en el Diario Oficial del 08.09.87, y Decreto de Hacienda N° 1157, Diario Oficial del 19.04.90). Adicionalmente, se permite que gocen de este beneficio las partes, piezas y accesorios conexos que se adquieran conjuntamente con el bien de capital, siempre y cuando no excedan del 10% del valor de este último.
BENEFICIARIOS	Exportadores que cumplan con los requisitos.
REQUISITOS	Si se trata de un bien que se está importando, el beneficio debe solicitarse en la "Declaración de Importación" que ampara la mercancía. La legalización de este documento por el Director Regional o Administrador de Aduana respectiva concede el régimen de pago diferido. Si en lugar de importar el bien de capital se adquiere uno que ha sido fabricado en el país, el beneficio del Crédito Fiscal debe ser requerido a través de una solicitud dirigida al Servicio de Tesorerías, en formularios que para estos efectos se encuentran a disposición de los interesados en todas las Tesorerías y Aduanas del país. Estas solicitudes deben presentarse en la Aduana cuya jurisdicción corresponda a la ciudad donde se encuentra la empresa fabricante del bien de capital, indicando las características del bien adquirido y acompañando la documentación a que se refiere la Resolución Exenta N° 764 de la Tesorería General de la República (Diario Oficial de 07.12.1987).

NOMBRE INSTRUMENTO	DEVOLUCIÓN IVA A EXPORTADORES D.L Nº 825/74
INSTITUCIÓN	Servicio Nacional de Aduanas
DESCRIPCIÓN	Franquicia Tributaria que beneficia a los contribuyentes gravados con IVA y a los exportadores que tengan remanentes originados en la adquisición de bienes corporales muebles o inmuebles destinados a formar parte de su Activo Fijo o de servicios que deban integrar el valor de costo de éste.
CARACTERÍSTICAS	El monto de la imputación o de la devolución resulte de aplicar al total del crédito acumulado el porcentaje del IVA(19%) soportado en la adquisición de bienes corporales destinados al Activo Fijo o de servicios que se integren al costo de éste en relación al total del crédito fiscal de los 6 o más períodos consecutivos.
BENEFICIARIOS	Exportadores que cumplan los requisitos.
REQUISITOS	Presentar una solicitud al SII. Acreditar la correcta constitución de los créditos Una vez certificado los antecedentes y montos solicitados, el SII tendrá 60 días contados desde la fecha en que reciba los antecedentes para pronunciarse. Una vez autorizada, Tesorería procederá a la devolución de los remanentes acumulados por 6 o más períodos tributarios mensuales. El plazo para efectuar la devolución al contribuyente será de 5 días hábiles, de no pronunciarse el SII.

NOMBRE INSTRUMENTO	DEVOLUCIÓN ANTICIPADA DEL IVA A PROYECTOS DE INVERSIÓN DE EXPORTADORES D.L. N° 348/75
INSTITUCIÓN	Servicio Nacional de Aduanas
DESCRIPCIÓN	Consiste en autorizar a los exportadores para que se acojan al sistema de recuperación anticipada del IVA, que se hubiese recargado al adquirir bienes o utilizar servicios destinados a la exportación, o se hubiere pagado al importar bienes para estos efectos.
CARACTERÍSTICAS	Se realiza mediante la resolución y dentro del plazo que en cada caso fije el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.
BENEFICIARIOS	Exportadores que cumplan los requisitos.
REQUISITOS	<p>Contribuyente presenta proyecto de inversión en el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción. El proyecto debe contemplar: Montos de inversión, metas de exportación y plazo de cumplimiento.</p> <p>En caso de ser aprobado el proyecto se emite una Resolución, con copia al SII y Tesorería.</p> <p>Presentar al mes siguiente de soportados los impuestos una declaración jurada, la que deberá contener: individualización del exportador, número de su Rol Único Tributario, plazo dentro del cual realizará la exportación, monto estimado de ella, entre otros.</p> <p>Acompañar el proyecto de inversión que dará origen a la exportación y la aceptación.</p> <p>Una vez aceptada la declaración jurada y verificada por el SII, el reembolso se efectuará por la Tesorería General de la República al 5° día.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	RECUPERACION DE IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Mecanismo de fomento o incentivo a las exportaciones. Los exportadores de productos y servicios considerados exportables tienen derecho a recuperar el IVA. cuando pagan por bienes, insumos o servicios inherentes a su exportación. También corresponderá recuperar este impuesto al importar bienes para estos efectos.
CARACTERÍSTICAS	Los exportadores de servicios, sólo podrán acceder a este beneficio cuando presten servicios a personas sin domicilio ni residencia en Chile, siempre que el servicio sea calificado como exportación a través de una Resolución emitida por el Servicio Nacional de Aduanas.
BENEFICIARIOS	Empresas exportadoras.
REQUISITOS	Los exportadores de bienes deberán solicitar la recuperación de los créditos fiscales en el Servicio de Impuestos Internos con jurisdicción en la comuna correspondiente al domicilio comercial. Tramite que debe realizarse dentro del mes siguiente de la fecha de cumplimiento del embarque para los bienes o del mes siguiente de recibida la liquidación final de venta en consignación al exterior.

NOMBRE INSTRUMENTO	SISTEMA DE FINANZAS Y CAUCIONES SOLIDARIAS A EXPORTADORES
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Consiste en autorizar a la Corporación de Fomento de la Producción para otorgar y mantener cauciones solidarias a exportadores (Decreto N° 426, publicado en el D.O. de 08/10/99 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción).
CARACTERÍSTICAS	El objetivo de este sistema es garantizar el riesgo de controversia entre exportadores privados chilenos y compradores extranjeros en sus transacciones bajo la modalidad "en cobranza". Su finalidad es facilitar a los exportadores el acceso a financiamiento para capital de trabajo en bancos, instituciones financieras y empresas de factoring, en la medida que contraten un seguro de crédito a las exportaciones con cobertura de riesgos comercial y político.
BENEFICIARIOS	Exportadores que cumplan los requisitos.
REQUISITOS	Acreditar el cumplimiento de la exportación.

6. INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO

NOMBRE INSTRUMENTO	INNOVACIÓN PRECOMPETITIVA
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Línea de financiamiento del Área de Innovación Competitiva e Interés Público que apoya a proyectos asociados a actividades que permiten a los sectores productivos desarrollar nuevas formas de introducirse y posicionarse en los mercados.
CARACTERÍSTICAS	Sus resultados tienen altas externalidades sectoriales, e involucran importantes esfuerzos de investigación y desarrollo.
BENEFICIARIOS	Institutos o centros tecnológicos nacionales públicos o privados; entidades nacionales creadas por universidades cuyo objetivo social esté relacionado con la I+D+I; centros de transferencia tecnológica apoyados en su creación por el ex FONTEC; universidades en el caso de concursos especiales.
REQUISITOS	Las iniciativas precompetitivas se canalizan a través de concursos nacionales y regionales, así como licitaciones y convocatorias especiales.

NOMBRE INSTRUMENTO	ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN PARA ESCALAMIENTO DE INNOVACIONES TECNOLÓGICAS
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Cofinanciamiento de estudios que permitan evaluar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de realizar inversiones específicas, y asignar recursos para ello, ya sea propios o provenientes de fuentes externas de financiamiento.
CARACTERÍSTICAS	Apoyo para estudios de preinversión destinados a introducir, a escala comercial o industrial, innovaciones tecnológicas a nivel de productos, de procesos u organizacional; o la materialización de proyectos con alto contenido innovativo, capaces de generar impactos económicos significativos a nivel nacional o regional. Contempla una subvención de hasta el 50% del valor del estudio de preinversión contratado, con un máximo de US\$ 15.000.
BENEFICIARIOS	Empresas privadas.
REQUISITOS	Empresas privadas chilenas productoras de bienes o servicios, o entidades privadas nacionales, que acrediten capacidad técnica, administrativa y que no tengan deudas morosas y que puedan entregar garantías de ejecución de los aportes de Innova Chile. Se accede presentando en las oficinas de Innova Chile en Santiago o en las oficinas regionales de CORFO, la solicitud de financiamiento a Innova Chile que considera el proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de las empresas postulantes.

NOMBRE INSTRUMENTO	INNOVACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Línea de financiamiento del Área de Innovación Competitiva e Interés Público que apoya proyectos que buscan mejorar las condiciones de funcionamiento de los mercados y entornos para la innovación y el desarrollo tecnológico.
CARACTERÍSTICAS	<p>Se busca generar información y soluciones innovadoras que correspondan a necesidades o demandas del sector público, ya sea para la toma de decisiones o la concreción de políticas públicas respecto de sectores productivos determinados.</p> <p>El perfeccionamiento de variables de entorno considera, entre otros, marcos regulatorios, sistemas de incentivos, articulación eficiente de sistemas productivos con externalidades o fallas de coordinación, superación de asimetrías de información u otros determinantes en la dinámica de desarrollo de la innovación en Chile.</p> <p>Al igual que las iniciativas precompetitivas, los resultados de las iniciativas de interés público tienen altas externalidades sectoriales, e involucran importantes esfuerzos de investigación y desarrollo.</p>
BENEFICIARIOS	Institutos tecnológicos nacionales, públicos o privados, universidades o servicios públicos cuyas funciones afectan el entorno de desarrollo empresarial y productivo.
REQUISITOS	<p>Los proyectos deben tener impacto económico social y promover desarrollo económico sustentable, sus beneficiarios deben participar activamente en la génesis y desarrollo del proyecto, y sus resultados deben poder ser aprovechados por entidades ajenas a la iniciativa.</p> <p>Los proyectos de interés público se canalizan a través de concursos nacionales y regionales, así como licitaciones y convocatorias especiales. Sólo los proyectos de interés público de ejecución recurrente -aquellos cuyo objetivo sólo se puede cumplir en un plazo mediano o largo, o bien que requieren de financiamiento regular y permanente- se canalizan a través del sistema de ventanilla abierta.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	INNOVACIÓN EMPRESARIAL INDIVIDUAL
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Línea de financiamiento del Área Innovación Empresarial que apoya proyectos de innovación de las empresas, ya sea en el desarrollo de tecnologías de nuevos productos, bienes o servicios y la incorporación de nuevos procesos a la producción, incluyendo modelos, prototipos y experiencias piloto.
CARACTERÍSTICAS	Se financian proyectos de innovación que contemplen actividades de investigación y desarrollo de tecnologías de nuevos productos, bienes o servicios y la incorporación de nuevos procesos a la producción incluyendo modelos, prototipos, experiencias piloto, pago de royalties, patentes y otros derechos de terceros independientes y estudios de preinversión (planes de negocios, formulación de proyectos de inversión, investigaciones y prospección comercial, testeo y validación comercial, diseño). Cofinanciamiento que cubre hasta el 50% del costo del proyecto de innovación que realicen las empresas con un tope máximo a solicitar al fondo de 400 millones de pesos, debiendo éstas aportar el monto restante.
BENEFICIARIOS	Empresas privadas chilenas productoras de bienes o servicios, o personas naturales con iniciación de actividades que tributen en primera categoría, que acrediten capacidad técnica, administrativa y financiera tanto para ejecutar como para materializar el proyecto, que no tengan deudas morosas y que puedan entregar garantías de ejecución de los aportes de Innova Chile.
REQUISITOS	Presentar la solicitud de financiamiento que considera el proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de las empresas postulantes.

NOMBRE INSTRUMENTO	ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN DE CONSORCIOS
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Línea de financiamiento del <u>Área Innovación Empresarial</u> apoya proyectos de innovación y desarrollo tecnológico con aptitudes para formar consorcios tecnológico - empresariales con la participación de entidades nacionales y extranjeras, y así abordar con éxito iniciativas de alto riesgo y alto potencial e impacto económico.
CARACTERÍSTICAS	Financia actividades de prospección y selección de socios tecnológicos y/o empresariales, sean éstos nacionales o extranjeros. Cofinanciamiento de hasta 80% del monto requerido para la ejecución del proyecto, con un tope máximo a solicitar a Innova Chile de 30 millones de pesos. Las entidades postulantes deben acreditar el aporte de cofinanciamiento en, al menos, el 20% restante.
BENEFICIARIOS	Empresas nacionales. Institutos, entidades o centros tecnológicos nacionales. Universidades nacionales.
REQUISITOS	Presentar la solicitud de financiamiento que considera el proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de las empresas postulantes.

NOMBRE INSTRUMENTO	DESARROLLO DE CONSORCIOS
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Línea de financiamiento del <u>Área Innovación Empresarial</u> apoya el Desarrollo de Consorcios.
CARACTERÍSTICAS	<p>Busca determinar la factibilidad económica y la viabilidad técnica para la instalación y operación de consorcios en el país.</p> <p>Financia:</p> <p>Actividades y etapas de investigación y desarrollo.</p> <p>Actividades de apoyo al establecimiento de acuerdos, convenios y sociedades.</p> <p>Pago royalties, patentes y otros derechos, que posibiliten la concreción de convenios, alianzas y la conformación de nuevas empresas.</p> <p>Actividades de apoyo a la gestión económica y financiera en aspectos relacionados con la valorización de resultados y productos, su comercialización y la formulación de proyectos de inversión.</p> <p>Cofinanciamiento bajo la modalidad de un subsidio no reembolsable de hasta 50% de monto requerido para la ejecución del proyecto, con un tope máximo a solicitar al fondo de 600 millones de pesos.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Se entenderá por consorcios a la concurrencia de entidades para el desarrollo conjunto de un proyecto en los ámbitos de investigación, desarrollo e innovación sobre la base de esfuerzos complementarios de las entidades que lo componen, en alguna de las siguientes modalidades de asociación:</p> <p>Dos empresas nacionales.</p> <p>Una empresa nacional con: Instituto, entidad o centro tecnológico nacional o extranjero; Universidad nacional o extranjera, o Empresa extranjera.</p> <p>Instituto, entidad o centro tecnológico con: Empresa extranjera.</p>
REQUISITOS	<p>Las entidades postulantes deben acreditar el aporte de cofinanciamiento en, al menos, un 50% del costo total del proyecto postulado.</p> <p>Presentar solicitud de financiamiento que considera el proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de las empresas postulantes.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	MISIONES TECNOLÓGICAS AL EXTRANJERO
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Línea de financiamiento del <u>Área de Transferencia Tecnológica</u> apoya la ejecución de actividades que tienen por objetivo prospectar, difundir, transferir o adecuar tecnologías de gestión o de producción a las empresas, con el propósito de contribuir a su modernización productiva.
CARACTERÍSTICAS	Estas misiones pueden incluir visitas a empresas, universidades o centros de investigación y desarrollo tecnológico, que sean de interés para los asociados; asistencia a seminarios de especialización en modernas tecnologías de procesos, de producción y de gestión, y la concurrencia a ferias y exposiciones internacionales de contenido tecnológico relacionadas con el quehacer productivo de las empresas. Innova Chile puede otorgar una subvención de hasta un 50% del costo total del proyecto, con un aporte máximo de M\$ 45.000 para el caso de Misiones de Prospección Tecnológica. Este aporte incluye gastos asociados a pasajes, alojamiento y alimentación y asistencia a eventos de carácter tecnológico.
BENEFICIARIOS	Grupos asociativos de empresas en las que podrán participar ejecutivos, profesionales y técnicos representantes de las empresas asociadas y de instituciones tecnológicas vinculadas a la materia de la misión.
REQUISITOS	Solicitudes presentadas por empresas privadas chilenas productoras de bienes o servicios y entidades tecnológicas, que acrediten capacidad técnica, administrativa y financiera para ejecutar el proyecto, que no tengan deudas morosas y que puedan entregar garantías de ejecución de los aportes de Innova Chile.

NOMBRE INSTRUMENTO	CONSULTORÍA ESPECIALIZADA
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Línea de financiamiento del Área de Transferencia Tecnológica apoya la ejecución de actividades que tienen por objetivo prospectar, difundir, transferir o adecuar tecnologías de gestión o de producción a las empresas, con el propósito de contribuir a su modernización productiva.
CARACTERÍSTICAS	Contratación de expertos o consultoría de nivel internacional en tecnologías y procesos productivos altamente especializados, con el propósito de satisfacer requerimientos tecnológicos específicos de beneficio directo y aplicación inmediata para quienes postulan el proyecto. En el caso de contratación de expertos o consultorías en tecnologías y procesos productivos altamente especializados, Innova Chile otorga una subvención de hasta un 50% del costo total del proyecto, con un aporte máximo de M\$ 30.000.
BENEFICIARIOS	Empresas privadas chilenas productoras de bienes o servicios y entidades tecnológicas.
REQUISITOS	Acreditar capacidad técnica, administrativa y financiera para ejecutar el proyecto, que no tengan deudas morosas y que puedan entregar garantías de ejecución de los aportes de Innova Chile.

NOMBRE INSTRUMENTO	CENTROS DE DIFUSIÓN TECNOLÓGICA
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Línea de financiamiento del Área de Transferencia Tecnológica apoya la creación y fortalecimiento de Centros de Difusión Tecnológica privados, cuya misión sea impulsar y facilitar el uso de la tecnología como herramienta de competitividad del conjunto de empresas que integran dicha entidad.
CARACTERÍSTICAS	<p>Apoyo a la creación y fortalecimiento de los Centros de Difusión Tecnológica en las siguientes etapas:</p> <p>Diagnóstico Tecnológico y Factibilidad del CDT: análisis exhaustivo sobre la oferta tecnológica existente y las necesidades tecnológicas actuales y futuras que justifiquen la creación de nuevas capacidades en este ámbito en el sector en que se inserta la propuesta.</p> <p>Constitución del CDT: establecimiento y puesta en marcha del CDT, financiando para ello partidas de costos relacionadas directamente con la creación y formación de nuevas capacidades de carácter tecnológico identificadas en la etapa anterior.</p> <p>Fortalecimiento de CDTs existentes: ampliación y/o fortalecimiento de las capacidades tecnológicas de CDT`s existentes y en operación que se hayan originado con financiamiento privado, ya sea con apoyo Innova Chile u otra modalidad.</p>
BENEFICIARIOS	Empresas productivas de bienes y/o servicios, de un mismo sector o cadena productiva cuyo interés común sea generar una estructura de carácter privado, con capacidades para abordar problemas tecnológicos de carácter asociativo.
REQUISITOS	<p>Aquellas iniciativas que estén en fase de postulación a la etapa de Diagnóstico deben preparar un Análisis de Pertinencia que aporte antecedentes que permitan analizar y discutir los elementos esenciales que fundamenten la conveniencia, viabilidad y oportunidad de la propuesta.</p> <p>Requisitos</p> <p>Evaluación de impacto y resultados de las etapas anteriores del CDT.</p> <p>Plan estratégico en que se identifiquen los requerimientos adicionales que le permita desarrollar las nuevas actividades que el CDT se ha propuesto para esta etapa.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PASANTÍAS TECNOLÓGICAS
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Tiene por objetivo que las empresas y sus profesionales y técnicos adquieran capacidad de absorción y adaptación tecnológica, realizando en terreno las labores ejecutivas u operativas del modo que se aplica en entornos más avanzados.
CARACTERÍSTICAS	Es un aporte que co-financia los gastos asociados a la pasantía de un profesional o técnico nacional en Centros Tecnológicos Internacionales o en Empresas extranjeras, vinculadas al giro principal de la empresa chilena, por un período máximo de tres meses. La subvención contempla: Para empresas con Ventas Anuales menores de UF 100.000: 70% del costo total. Máximo \$16.000.000 Para empresas con Ventas Anuales iguales o superiores a UF100.000: 50% del costo total. Máximo \$16.000.000 Viáticos y gastos asociados, Curso de formación de entidad internacional receptora, Costo de manutención de la función en la empresa solicitante durante la pasantía, Costo de gestión de entidad supervisora (preparación proyecto, contratación entidad internacional, seguimiento) hasta \$3.500.000.
BENEFICIARIOS	Empresas beneficiarias. Pasantes. Entidades gestoras y supervisoras
REQUISITOS	Empresa beneficiaria Empresa productiva nacional de bienes y/o servicios Al menos dos años de antigüedad del giro productivo Solicita pasantía vinculada al giro de la empresa Designa pasante y le mantiene la remuneración bruta y el contrato mientras dure la pasantía. Pasante Profesional o técnico de una empresa elegible. Contratado en la empresa, con cotizaciones. Mínimo seis meses de antigüedad del contrato. Idioma de destino o inglés. Entidad gestora y supervisora Instituciones de prestigio Con amplias y activas redes internacionales de entidades tecnológicas (centros, empresas, asociaciones) Responsables por la preparación del plan de trabajo y la pre-selección de postulaciones que cumplan con los lineamientos del Programa.

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE DIFUSIÓN TECNOLÓGICA
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento de programas y proyectos destinados a la prospección tecnológica en el extranjero y a la posterior difusión de los resultados obtenidos, a nivel de centros, entidades tecnológicas y universidades, para facilitar el acceso a información y conocimiento relativos a alternativas tecnológicas de aplicación productiva.
CARACTERÍSTICAS	<p>El proceso se dividirá en dos etapas:</p> <p>Presentación de Perfiles: el plazo de presentación será desde la fecha señalada en el aviso de apertura de la Convocatoria y hasta que se comuniquen el cierre de postulación de perfiles, con ocasión del término de la ventanilla abierta.</p> <p>Presentación de Proyectos: una vez comunicada la aprobación del perfil, se efectuará un análisis especial de los proyectos postulados al concurso, cuyo objeto es descartar aquellos que no cumplan con los criterios especificados en las bases.</p> <p>Los fondos asignados son no reembolsables y se entregarán a través de subvenciones para la ejecución de los programas y/o proyectos.</p> <p>El monto máximo de cofinanciamiento INNOVA CHILE será del 80 % del costo total del proyecto, con un tope de 80 millones de pesos, de los cuales, se podrá destinar hasta un máximo de 45 % del financiamiento INNOVA CHILE a la etapa de prospección.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Institutos tecnológicos nacionales públicos o privados</p> <p>Universidades.</p> <p>Entidades tecnológicas con experiencias y especialización en el desarrollo de proyectos vinculados a alternativas tecnológicas de aplicación productiva.</p> <p>Centros de Difusión Tecnológica.</p>
REQUISITOS	<p>Las entidades deberán presentar una existencia efectiva de, a lo menos, dos años contados hacia atrás desde la fecha de esta convocatoria, con o sin fines de lucro, que posean personalidad jurídica, capacidades técnicas permanentes e infraestructura.</p> <p>Las entidades postulantes deberán concurrir asociadas con empresas representativas de un sector o asociaciones gremiales o empresariales, relevantes para los fines del proyecto.</p> <p>La solicitud de financiamiento que considera el proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de las empresas postulantes.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE CAPITAL SEMILLA
INSTITUCIÓN	INNOVA CHILE – CORFO
DESCRIPCIÓN	Esta línea de financiamiento busca fomentar el surgimiento de nuevos emprendedores mediante la asignación de recursos a la formulación y ejecución de proyecto de negocios innovadores, en sus etapas de creación, puesta en marcha y despegue.
CARACTERÍSTICAS	<p>Es un aporte no reembolsable que cofinancia la definición y formulación de proyectos de negocios innovadores, sobre la base de postulación de perfiles. Una vez ejecutada esta etapa de de formulación, pueden optar al co-financiamiento para la ejecución del proyecto.</p> <p>Se considera dos líneas de financiamiento:</p> <p>Línea 1: Estudios de preinversión para proyectos de capital semilla.</p> <p>Innova Chile aporta hasta 80% del monto requerido, con un tope de 6 millones.</p> <p>Línea 2: Apoyo a la puesta en marcha de proyectos de capital semillas.</p> <p>En ambos casos, debe tratarse de iniciativas que propongan la creación, puesta en marcha y despegue de nuevos emprendimientos. Entre sus principales requisitos figuran que se refieran a productos o servicios técnicamente validados, que presenten una diferenciación significativa respecto del mercado, que no hayan sido implementados en el país y que muestren oportunidades comerciales, expectativas de rentabilidad y de crecimiento futuro.</p> <p>En el caso de perfiles de proyectos, Innova Chile aporta hasta 80% del monto requerido para la definición y formulación del proyecto, con un tope máximo de 6 millones de pesos, no reembolsables. Dentro de este monto se considera un porcentaje de recursos para los gastos del patrocinador, que no puede exceder de 1 millón de pesos. Los proponentes deben financiar el 20% del costo total de las actividades, de los cuales 750 mil pesos deben corresponder a aportes en dinero.</p> <p>Para la ejecución de los proyectos propiamente tales, Innova Chile aporta hasta el 90% del monto requerido, con un tope máximo de 40 millones de pesos, no reembolsables. Dentro de este monto se considera un porcentaje de recursos para los gastos del patrocinador que no puede exceder, en total, de 6 millones de pesos. Los proponentes deben financiar el 10% del costo total.</p>

BENEFICIARIOS	Personas naturales mayores de 18 años, empresas "sin historia" (con menos de 12 meses de existencia) y consorcios para el emprendimiento, conformado por personas naturales. En todos los casos el emprendedor debe demostrar capacidades y habilidades para la puesta en marcha del nuevo negocio.
REQUISITOS	<p>Tanto los perfiles como los proyectos se presentan a través de un patrocinador perteneciente al Registro de Patrocinadores de Innova Chile, quien puede hacer las postulaciones dentro de los primeros diez días de cada mes, para el caso de los perfiles, y cualquier día hábil (ventanilla abierta) para el caso de los proyectos. Lo anterior no excluye la realización de convocatorias especiales.</p> <p>En ambos casos, el patrocinador presenta en las oficinas de Innova Chile en Santiago o en las Direcciones Regionales de CORFO la solicitud de financiamiento de acuerdo a las pautas de postulación contenidas en las bases.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	INCENTIVO A LA RECONVERSIÓN TECNOLÓGICA, TECFIN
INSTITUCIÓN	CONAMA
DESCRIPCIÓN	Programa concebido como un incentivo financiero no reembolsable para aquellas empresas o actividades que deseen transformar sus procesos o productos en los cuales estén involucradas sustancias agotadoras de la capa de ozono (ODS).
CARACTERÍSTICAS	El monto de subsidio para un determinado proyecto, cubrirá solo una parte del costo total del mismo.
BENEFICIARIOS	Empresas.
REQUISITOS	Los criterios generales de elegibilidad y requisitos son: <ul style="list-style-type: none"> - Las entidades deben estar legalmente constituidas. - Se priorizarán aquellos proyectos que tengan un bajo costo de inversión y que signifiquen reducciones drásticas en el consumo de ODS. - Las entidades que postulen deben ser de propiedad de personas o instituciones que operan al amparo del Art.5 párrafo 1 del Protocolo de Montreal. - En caso de que la entidad no cumpla con el punto anterior, el monto del subsidio se multiplicará por el porcentaje de participación nacional en la propiedad de la empresa o entidad.

NOMBRE INSTRUMENTO	COMISIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA
INSTITUCIÓN	CONICYT
DESCRIPCIÓN	Instrumentos destinados a desarrollar y reforzar el sistema científico y tecnológico nacional.
CARACTERÍSTICAS	Cuenta con un presupuesto anual, que actualmente supera los 35.000 millones de pesos. En la pasada gestión, CONICYT, además de seguir fortaleciendo sus fondos y programas estables, generó nuevas iniciativas con el fin de que permitan asegurar la proyección, autonomía y sostenido crecimiento de la ciencia y la tecnología.
BENEFICIARIOS	Investigadores nacionales o extranjeros, personal técnico, tesis, tutores de proyectos de investigación doctoral y posdoctoral.
REQUISITOS	Para tener acceso al financiamiento del FONDEF, las instituciones interesadas deben presentar sus proyectos en concursos que son difundidos oportunamente en todo el país.

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO FOMENTO DESARROLLO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO
INSTITUCIÓN	FONDEF
DESCRIPCIÓN	El Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDEF) tiene el objetivo de contribuir, a través del fortalecimiento de la capacidad científica y tecnológica nacional, al desarrollo de la competitividad de los principales sectores de la economía chilena. Dentro de su mandato, el FONDEF intenta aumentar la vinculación entre Universidades e instituciones de investigación y las empresas.
CARACTERÍSTICAS	<p>En la actualidad se financian tres tipos de proyectos:</p> <p>Proyectos de Investigación y Desarrollo (I+D), orientados a producir innovaciones de procesos, desarrollo de nuevos productos o servicios u otras innovaciones tecnológicas, cuya aplicación industrial o incorporación en el mercado sean consecuencia de los resultados de los proyectos.</p> <p>Proyectos de Transferencia Tecnológica, de los resultados de los proyectos que financia FONDEF, mediante la creación, desarrollo o fortalecimiento de capacidades institucionales en este ámbito.</p> <p>Proyectos de Infraestructura Tecnológica, con impacto en áreas prioritarias del quehacer socio-económico nacional, a través de la creación, desarrollo o fortalecimiento de capacidades científicas y tecnológicas institucionales de I+D con fines de investigación y prestación de servicios complejos.</p>
BENEFICIARIOS	Universidades, Institutos Tecnológicos y Centros de Investigación y Desarrollo en asociación con empresas productivas. Su caracterización depende de la línea de trabajo específica.
REQUISITOS	Los proyectos deben referirse a alguno(s) de los sectores económicos definidos como áreas prioritarias: Agropecuaria; Energía y Agua; Pesca y Acuicultura; Salud; Forestal; Informática; Manufactura; Minería. Estos, deben incluir predominantemente alguna(s) de las siguientes disciplinas: tecnologías y ciencias de la ingeniería; ciencias de la tierra; biotecnología; tecnologías y ciencias silvoagropecuarias; ciencias exactas y naturales (matemáticas, física, química y biología).

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO NACIONAL DE DESARROLLO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO FONDECYT
INSTITUCIÓN	CONICYT
DESCRIPCIÓN	Fondo concursable por el cual el Estado asigna recursos en las áreas de Educación Superior y Desarrollo Científico y Tecnológico. Su misión es fortalecer y desarrollar la investigación en todas las áreas del conocimiento mediante el financiamiento de Proyectos de Investigación de excelencia en concursos públicos y competitivos, a través de diversos Programas.
CARACTERÍSTICAS	Los diversos programas con que cuenta FONDECYT son: Programa Regular de Proyectos de Investigación. Programa de Postdoctorado. Programa de Incentivo a la Cooperación Internacional para proyectos conjuntos de investigadores nacionales con sus pares en el extranjero. Programa de Investigación Avanzada en Áreas Prioritarias, Centros de Excelencia FONDAP, para articular el trabajo de grupos de investigadores radicados en distintas instituciones. Programa de Líneas Complementarias: Dirigido a grupos de investigadores que trabajan en temas afines, de modo que puedan aunar esfuerzos y enfrentar problemas de dimensiones mayores en forma complementaria.
BENEFICIARIOS	Los proyectos a través de los distintos programas pueden ser presentados por investigadores nacionales o extranjeros, personal técnico, tesistas, tutores de proyectos de investigación doctoral y posdoctoral.
REQUISITOS	Para tener acceso al financiamiento del FONDECYT, los investigadores interesados deben presentar sus proyectos en concursos que son difundidos oportunamente en todo el país.

7. INTERMEDIACIÓN FINANCIERA y GARANTÍAS SOLIDARIAS

NOMBRE INSTRUMENTO	CRÉDITO CORFO INVERSIÓN
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Crédito orientado a financiar a largo plazo inversiones requeridas por las empresas productoras de bienes y servicios para el desarrollo de sus actividades. El financiamiento, en la forma de créditos y operaciones de leasing, es otorgado por los bancos comerciales, con recursos de CORFO.
CARACTERÍSTICAS	<p>Es un crédito o leasing hasta por US\$ 5.000.000, incluyendo un máximo de 30% para capital de trabajo, con plazos de pago de entre 3 a 10 años y períodos de gracia de hasta 24 meses. Se otorga en dólares o en unidades de fomento, a tasa de interés fija o variable. El pago se efectúa en cuotas semestrales.</p> <p>Financia inversiones en maquinarias y equipos, la ejecución de construcciones, instalaciones y obras civiles, plantaciones (excepto cultivos anuales), ganado (excepto el de engorda) y servicios de ingeniería y montaje, incluyendo capital de trabajo asociado a dichas inversiones.</p> <p>También financia inversiones en maquinarias, equipos, construcciones, instalaciones y obras civiles, de hasta 365 días de antigüedad, mediante operaciones de leaseback.</p>
BENEFICIARIOS	Empresas chilenas que desarrollen actividades productivas en los siguientes sectores: industria, agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, minería, turismo, educación, salud, servicios de ingeniería y otros servicios calificados por CORFO, con ventas anuales de hasta US\$ 30 millones, excluido el IVA.
REQUISITOS	<p>Se accede a través de la Banca Privada, con fondos de CORFO, incluyendo las siguientes entidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Banco BBVA Banco de Chile Banco del Desarrollo Banco Santander Santiago Banco Security Scotiabank Banco Internacional HNS Banco Corpbanca Banco BICE Banco Crédito Inversiones ABN Amro Bank

NOMBRE INSTRUMENTO	CRÉDITO CORFO INVERSIÓN REGIONES
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento a largo plazo de créditos y operaciones de leasing que los bancos otorguen a pequeñas y medianas empresas ubicadas en Chile, en regiones distintas a la Región Metropolitana, a objeto de apoyar la descentralización del país y el desarrollo productivo regional. Esta línea es financiada con recursos de CORFO y de Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) de Alemania.
CARACTERÍSTICAS	<p>Es un crédito u operación de leasing hasta por US\$ 1.000.000, de carácter multisectorial, orientado a financiar inversiones de pequeñas y medianas empresas que desarrollen sus actividades productivas en regiones diferentes a la Región Metropolitana.</p> <p>Los préstamos son otorgados en dólares o en unidades de fomento, a tasa de interés fija, en plazos de entre 3 y 10 años, incluyendo períodos de gracia para el pago de capital de hasta 24 meses. El pago se efectúa en cuotas semestrales.</p> <p>La empresa beneficiaria debe aportar, con recursos propios, al menos el 15% del monto total de la inversión requerida.</p> <p>Financia: compra de activos fijos, contratación de profesionales y puesta en marcha del proyecto, con un máximo de 30% del monto total del crédito para capital de trabajo. También proyectos de distintos rubros productivos de bienes y servicios, a excepción de inversiones en los sectores de Turismo, Educación, Salud y Comercio.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Empresas productoras de bienes y servicios con ventas anuales de hasta el equivalente a US\$ 10.000.000, excluido el IVA.</p> <p>Si se trata de inversiones de especial interés regional, pueden acceder empresas con ventas anuales de hasta US\$ 30.000.000. En este caso, el monto del crédito puede llegar a US\$ 3.000.000.</p>
REQUISITOS	<p>Se accede a través de la Banca Privada, con fondos de CORFO, incluyendo las siguientes entidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> Banco BBVA Banco de Chile Banco del Desarrollo Banco Santander Santiago Banco Security Scotiabank

	Banco Internacional HNS Banco Corpbanca Banco BICE Banco Crédito Inversiones ABN Amro Bank
--	---

NOMBRE INSTRUMENTO	CRÉDITO CORFO INVERSIÓN MEDIOAMBIENTE
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	<p>Financiamiento a largo plazo, mediante créditos bancarios y operaciones de leasing, las inversiones que realicen medianas y pequeñas empresas, destinadas a producir más limpio y a cumplir la normativa medioambiental.</p> <p>Esta línea es financiada con un préstamo de Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) de Alemania.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>Es un financiamiento en la forma de crédito bancario u operación de leasing, por un monto máximo de US\$ 1.000.000 por empresa, otorgado en unidades de fomento o dólares. Tiene plazos de pago entre 3 y 12 años, incluyendo períodos de gracia de hasta 30 meses para el pago de capital.</p> <p>Cada préstamo financia hasta 80% del total de la inversión. Hasta 30% de esa cantidad puede destinarse al capital de trabajo requerido para la puesta en operaciones del proyecto. Alternativamente, es posible dedicar ese 30% a financiar inversiones en bienes y servicios que, sin ser parte del proyecto medioambiental, la empresa efectúa de modo paralelo, también con el fin de mejorar sus procesos productivos.</p> <p>Los préstamos son otorgados a tasa de interés fija. CORFO fija trimestralmente (los días 15 de enero, 15 de abril, 15 de julio y 15 de octubre) las tasas con que traspasará los recursos a los bancos y compañías de leasing durante los 90 días siguientes. A esta tasa, los bancos agregan el margen o <i>spread</i> que cobran por su intermediación.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Empresas privadas (personas jurídicas o personas naturales con giro) productoras de bienes o servicios con ventas anuales no superiores al equivalente de US\$ 30.000.000, excluido el IVA.</p>
REQUISITOS	<p>Se accede a través de cualquiera de los bancos que han suscrito con CORFO el contrato de participación en esta línea de financiamiento:</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	LEASING PYME
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financia el arrendamiento con opción de compra de equipos, maquinarias y bienes de capital nuevos. Se incluyen los servicios anexos para su instalación y montaje, así como también de construcciones y obras civiles destinadas a los fines productivos de medianas y pequeñas empresas.
CARACTERÍSTICAS	<p>Financiamiento de hasta 100% del valor de los bienes y servicios elegibles, cuyo valor de compra no exceda de UF 25.000, excluido el IVA. Se otorga en dólares o en unidades de fomento. Tiene tasa de interés fija y considera plazos de pago de entre 2 y 6 años.</p> <p>Sin perjuicio de lo anterior, CORFO podrá aprobar el financiamiento de operaciones por un monto mayor a UF 25.000, cuando la adquisición de bienes o servicios corresponda a proyectos nuevos, relocalizaciones de empresas o ampliaciones sustanciales destinadas a incorporar nuevas líneas de producción o abarcar nuevos mercados.</p> <p>Se financia la compra -a través del mecanismo de arrendamiento con opción de compra- de bienes de capital, maquinarias o equipos nuevos, incluyendo los servicios anexos para su instalación y montaje y/o construcciones y obras civiles orientadas a fines productivos.</p>
BENEFICIARIOS	Empresas privadas, personas jurídicas o naturales.
REQUISITOS	<p>Las empresas deben estar legalmente establecidas en Chile, con ventas anuales de hasta US\$ 10.000.000, excluido el IVA, que adquieran bienes de capital, maquinarias o equipos nuevos a través de compañías de leasing no bancarias.</p> <p>Se accede a través de Servicios Financieros Progreso y Factotal Leasing.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	FINANCIAMIENTO DE CAPITAL DE TRABAJO VIA FACTORING
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento para facilitar el acceso a capital de trabajo de pequeñas y medianas empresas, las cuales obtienen liquidez por medio de la venta o cesión de sus cuentas por cobrar a firmas especializadas en este tipo de negocio (empresas de factoring). CORFO otorga los recursos a las empresas de factoring bancarias y no bancarias en determinadas condiciones de tasa de interés, para que realicen estas operaciones, estableciéndose la relación comercial exclusivamente entre dichas empresas y el cliente PYME.
CARACTERÍSTICAS	<p>Es un financiamiento que CORFO canaliza a través de empresas de factoring dependientes o no de bancos, para que éstas compren los documentos, facturas o títulos de crédito emitidos por pequeñas y medianas empresas, correspondientes a sus ventas (cuentas por cobrar).</p> <p>La empresa de factoring adquiere estos documentos pagando por adelantado una parte del valor de los mismos, con lo cual la empresa PYME obtiene recursos líquidos inmediatos para capital de trabajo.</p> <p>Financia hasta el 100% de las operaciones de factoring, consistentes en la compra de facturas, letras, pagarés y otros contratos o títulos de crédito, a excepción de cheques, emitidos por empresas privadas. Por empresa beneficiaria, el monto de las operaciones no podrá exceder de 2 veces su venta mensual promedio del último semestre, excluido el IVA.</p>
BENEFICIARIOS	Pequeñas y medianas empresas (personas jurídicas o personas naturales con giro comercial) emisoras de los documentos factorizables, con ventas anuales de hasta UF 100.000, excluido el IVA. Este máximo de ventas anuales se amplía a US\$ 10.000.000 en el caso de las empresas exportadoras que usen la modalidad de factoring internacional.
REQUISITOS	<p>La empresa pequeña o mediana debe contactarse directamente con las empresas de factoring que tienen convenio con CORFO para operar esta línea de financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Eurocapital Banco Monex HNS Banco Factoring Security

	Factotal Factorline Profactoring Servicios Financieros Progreso
--	--

NOMBRE INSTRUMENTO	COBERTURA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN - SUCO INVERSIÓN
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Cobertura de riesgo de no pago, otorgada por CORFO, a créditos u operaciones de leasing que realicen instituciones financieras (bancos, empresas de leasing y compañías de seguros) a pequeñas y medianas empresas, la cual permite complementar las garantías entregadas por estas empresas a la institución financiera.
CARACTERÍSTICAS	<p>La cobertura es aplicable a las operaciones de crédito o de leasing cuyo monto sea superior a UF 5.000 y en las cuales el inversionista aporte al menos el 20% de los recursos de la inversión del proyecto.</p> <p>Las operaciones acogidas a la cobertura Suco Inversión deben estar orientadas específicamente al financiamiento de inversiones nuevas, pudiendo incluir un monto destinado al capital de trabajo requerido para la puesta en marcha del proyecto, equivalente hasta el 30% del monto de la operación.</p> <p>Los créditos deben ser desde cinco años plazo y las operaciones de leasing, desde tres años plazo, las que no pueden estar acogidas a la garantía FOGAPE.</p> <p>La cobertura tiene un carácter estrictamente contingente. Su desembolso se produce sólo en caso de incumplimiento del deudor en el pago de sus obligaciones con el intermediario financiero y una vez agotados las instancias de cobranza judicial en los términos que establece el reglamento del programa.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Empresas privadas con ventas anuales netas hasta UF 1.000.000.</p> <p>El beneficio no tiene restricciones para las pequeñas y medianas empresas con ventas anuales de hasta UF 25.000.</p> <p>En caso de empresas con ventas anuales entre UF 25.001 y UF 1.000.000, podrán acceder sólo aquellas con proyectos que cumplan con alguno de los siguientes requisitos:</p> <p>Corresponder a programas de inversión o sectores priorizados del Programa TODOCHILE de CORFO o estar incorporados a un Programa Territorial Integrado (PTI).</p> <p>Estar destinados a la producción o comercialización de bienes o servicios producidos en el país cuyo destino sean los mercados externos.</p>

	<p>Tener como objetivo la contribución a mejorar el medio ambiente.</p> <p>Corresponder a empresas constituidas en un Programa Asociativo de Fomento (PROFO) de CORFO o SERCOTEC.</p> <p>Proyectos innovativos, declarados elegibles por FONTEC o FDI de CORFO.</p> <p>También pueden acceder empresas nuevas cuyas proyecciones de venta para los tres primeros años de operación cumplan con los requisitos antes indicados.</p>
REQUISITOS	<p>La elegibilidad la debe solicitar a CORFO la institución financiera para sus clientes.</p> <p>Se accede a través de los bancos e intermediarios financieros que tengan convenio vigente con CORFO.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	CRÉDITO CORFO EXPORTACIÓN
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Permite a las empresas chilenas financiar sus requerimientos de recursos para exportar y también otorgar este financiamiento a sus compradores en el extranjero, mediante créditos de mediano y largo plazo otorgados por bancos comerciales con fondos de CORFO.
CARACTERÍSTICAS	<p>Es un crédito de hasta US\$ 3.000.000, otorgado en dólares o en unidades de fomento, con tasa de interés fija o variable.</p> <p>Los plazos de pago fluctúan entre 180 días y 8 años, incluyendo períodos de gracia para el pago de capital de hasta 18 meses, para el financiamiento a empresas exportadoras.</p> <p>En el caso de financiamiento para el comprador extranjero, que se gira en dólares, los plazos de pago se extienden desde 1 hasta 10 años, incluyendo períodos de gracia para el pago de capital de hasta 30 meses. El pago de préstamos e intereses se efectúa en cuotas semestrales.</p> <p>Los créditos para insumos están condicionados a que la empresa demuestre que es exportadora. A los compradores extranjeros, los créditos son otorgados por los bancos comerciales a través de un banco en el país de destino.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Empresas chilenas con ventas anuales de hasta US\$ 30.000.000, excluido el IVA, que sean exportadoras de bienes y servicios, o bien, productoras de bienes y servicios destinados a la exportación (por ejemplo, proveedoras permanentes de empresas exportadoras de insumos productivos).</p> <p>Al financiamiento para compradores extranjeros pueden acceder empresas chilenas proveedoras de bienes durables y de servicios de ingeniería y de consultoría, sin restricción de tamaño.</p>

REQUISITOS	<p>A través de los bancos que tienen convenio con CORFO para operar este crédito:</p> <ul style="list-style-type: none">Banco BBVABanco Crédito InversionesBanco de ChileBanco del DesarrolloBanco InternacionalBanco SecurityHNS BancoBanco Santander SantiagoCorpbancaBanco BICEBanco MonexABN Amro Bank <p>También CORFO ha otorgado este crédito a instituciones financieras multilaterales y bancos en los países de destino de exportaciones nacionales, que entregan directamente el financiamiento a los compradores. Entre estas instituciones extranjeras figuran COFIDE y el Banco de Crédito de Perú; BCIE, para compradores de países de la región centroamericana como Honduras, Guatemala, El Salvador y Nicaragua; el Banco Exterior de Cuba Fintur; Casa Financiera del Turismo de Cuba; y BNC, Banco Nacional de Costa Rica.</p>
------------	---

NOMBRE INSTRUMENTO	COBERTURA DE PRÉSTAMOS BANCARIOS A EXPORTADORES – COBEX
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Instrumento para facilitar el financiamiento bancario a los exportadores. CORFO entrega una cobertura por el riesgo de no pago de los préstamos que los bancos otorguen a las empresas exportadoras chilenas medianas y pequeñas.
CARACTERÍSTICAS	<p>Es una cobertura de CORFO que alcanza al 50% del saldo de capital impago de los préstamos a exportadores (P.A.E.) elegibles.</p> <p>A solicitud de los bancos, CORFO aprueba una línea para cada exportador, que podrá estar expresada en dólares, unidades de fomento o pesos.</p> <p>La aprobación de una línea estará sujeta al pago de una comisión única equivalente al 0,3% anual anticipado, sobre el monto de la línea aprobada.</p> <p>La cobertura se hace efectiva ante el incumplimiento del deudor y sólo una vez que se verifique que se ha notificado judicialmente la demanda al deudor.</p> <p>Pueden acogerse a la cobertura de CORFO los préstamos a exportadores (P.A.E.) a que se refiere el N° 11 del Artículo 24 del DL N° 3.475 de 1980 que otorguen los bancos. El saldo deudor de los P.A.E. a un mismo exportador que se acoja a la cobertura, no puede exceder de US\$ 2.000.000 en todo el sistema financiero.</p> <p>Los préstamos pueden otorgarse a plazos de hasta 1 año, prorrogables siempre que la prórroga del plazo se efectúe dentro de la vigencia de la línea, que a su vez posee una vigencia de 2 años prorrogables.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Empresas exportadoras privadas (personas jurídicas o personas naturales con giro), con ventas anuales (suma de ventas internas y exportaciones) de hasta US\$ 20 millones, excluido el IVA.</p> <p>También pueden acceder empresas que, dentro de ese tope de ventas, no han exportado hasta la fecha, pero que puedan demostrar que cuentan con pedidos a firme de compradores extranjeros.</p>

REQUISITOS	<p>Se accede directamente a través de los bancos que tienen convenio con CORFO para la operación de esta cobertura:</p> <ul style="list-style-type: none">Banco BBVABanco BCIBanco de ChileBanco del DesarrolloBanco MonexBanco Santander SantiagoBanco SecurityBank BostonHNS Banco <p>El acceso a la cobertura es solicitado a CORFO por los bancos para sus clientes, en forma de una línea renovable cuyo plazo puede ser de hasta dos años. CORFO aprueba esa línea y mantiene el control sobre el tope máximo a que puede acceder cada exportador, en aquellos casos en que la empresa opera con más de un banco.</p> <p>Contra la línea aprobada por CORFO, los bancos pueden imputar los P.A.E. otorgados dentro del plazo de vigencia de la línea.</p>
------------	---

NOMBRE INSTRUMENTO	MICRO CRÉDITO VÍA COOPERATIVAS Y OTROS INTERMEDIARIOS ALTERNATIVOS A LA BANCA (MICROCRÉDITO)
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Financiamiento a largo plazo inversiones y capital de trabajo para micro y pequeñas empresas. CORFO otorga los recursos a instituciones financieras alternativas a la banca para que efectúen las operaciones de microcrédito, estableciéndose la relación comercial exclusivamente entre dichas instituciones y la empresa.
CARACTERÍSTICAS	Es un financiamiento en la forma de crédito o contrato de leasing, otorgado a través de cooperativas de ahorro y crédito y otras entidades no bancarias especializadas en el otorgamiento de créditos a microempresas y pequeñas empresas. El monto máximo de los créditos es de UF 1.500 por empresa, en pesos o unidades de fomento, y con plazos de pago superiores a 12 meses.
BENEFICIARIOS	Micro o Pequeña Empresa Beneficiaria.
REQUISITOS	Ser personas naturales o jurídicas que destinen los recursos recibidos a actividades de producción de bienes y servicios, que generen ventas anuales no superiores a UF 15.000. También pueden acceder a este financiamiento nuevas empresas con ventas estimadas no superiores a UF 15.000 durante sus 12 primeros meses de funcionamiento.

NOMBRE INSTRUMENTO	CAPITAL DE RIESGO PARA PYMES EN EXPANSIÓN
INSTITUCIÓN	CORFO
DESCRIPCIÓN	Programa destinado a financiar la expansión de pequeñas y medianas empresas con gran potencial de crecimiento. CORFO entrega los recursos a Fondos de Inversión para que éstos inviertan en dichas empresas mediante aportes de capital o préstamos, estableciéndose la relación comercial exclusivamente entre los Fondos y las empresas beneficiarias. Las administradoras de los Fondos de Inversión participan activamente en la gestión de las empresas donde realizan estas inversiones.
CARACTERÍSTICAS	<p>Es un financiamiento de CORFO en forma de créditos de largo plazo a Fondos de Inversión regidos por la Ley N° 18.815 o la Ley N° 18.657, por un monto de hasta el 300% de los aportes hechos por los inversionistas privados a los Fondos, para que éstos aporten capital en empresas o proyectos que presenten gran potencial de crecimiento y rentabilidad. Con ello, CORFO cuadruplica la capacidad de los Fondos para invertir en dichas empresas.</p> <p>El financiamiento CORFO al Fondo de Inversión se realiza en Unidades de Fomento (UF) o en US Dólares, con plazos acordes a la duración del Fondo (con un máximo de 15 años) y un esquema de tasa de interés en función de la rentabilidad obtenida por el Fondo de Inversión al momento de su liquidación.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Con el financiamiento otorgado por CORFO, los Fondos de Inversión pueden realizar aportes de capital en medianas y pequeñas empresas de cualquier sector económico, constituidas como sociedades anónimas cerradas, legalmente constituidas en Chile, o sociedades anónimas u otras sociedades de capital constituidas en el extranjero, siempre que los recursos sean aportados directamente por éstas en una sociedad con domicilio en Chile. Las empresas receptoras de los recursos deberán poseer un patrimonio no superior a UF100.000 a la fecha de la inversión del Fondo.</p> <p>Se exceptúan las empresas inmobiliarias, instituciones financieras, sociedades de inversión, empresas en cuyos procesos productivos o cuyos productos fabricados no cumplen con la normativa ambiental vigente o aquellas en que los aportantes del Fondo posean relaciones de propiedad o de acreencia directa o indirecta.</p>

	<p>En cuanto a los Fondos de Inversión que pueden optar a estos recursos de CORFO, para aportarlos a su vez a empresas, son elegibles aquellos constituidos de acuerdo a la Ley N° 18.815 o la Ley N° 18.657 y que cumplan los requisitos definidos por CORFO. Además las Administradoras de Fondos de Inversión deberán cumplir con los requisitos definidos en las Normas de Utilización de esta línea.</p>
REQUISITOS	<p>Acceso directamente a través de administradoras de fondos:</p> <p>Fondo Precursor, Administradora: Gerens Capital S.A. Fondo Halcón II, Administradora: Econsult Administradora de Fondos de Inversión S.A. Fondo Crecimiento Agrícola, Administradora: Sembrador Capital de Riesgo S.A. Fondo Mifactory II, Administradora: IT Management S.A Fondo Expertus, Administradora: Independencia S.A., Administradora de Fondos de Inversión. Fondo AXA CapitalChile, Administradora: South Cone AGF S.A.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO GARANTÍA PEQUEÑA EMPRESA FOGAPE
INSTITUCIÓN	Las instituciones que pueden adjudicar garantías son: CORFO, INDAP, ENAMI, SERCOTEC.
DESCRIPCIÓN	Sistema de garantías para créditos de pequeños empresarios, que no cuentan con garantías suficientes para presentar a las instituciones financieras en el financiamiento de sus créditos.
CARACTERÍSTICAS	<p>La administración del fondo le corresponde al Banco Estado, siendo supervisado por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF). Se rige por el Decreto Ley 3.472 de 1980 y por el Reglamento de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras.</p> <p>La normativa legal establece que el Administrador (BancoEstado) debe realizar licitaciones de derechos de garantía entre las instituciones elegibles, las cuales podrán adjudicarse dichos derechos de acuerdo a las ofertas presentadas.</p> <p>La institución que se adjudique derechos de garantías, podrá utilizarlos en un plazo máximo de seis meses en la cursación de créditos destinados a pequeños empresarios elegibles según normativa.</p> <p>El administrador del sistema, licita cupos de garantías entre las distintas entidades financieras para que puedan atender las solicitudes de sus clientes. Además, Banco Estado está facultado para otorgar directamente garantías a los beneficiarios.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Persona natural o jurídica, de cualquier sector de la economía productores de bienes y/o servicios:</p> <p>Pequeños Empresarios:</p> <p>Agrícolas: Cuyas ventas anuales no excedan de UF 14.000. Pueden optar propietarios, arrendatarios, medieros, aparceros, sin importar la superficie del predio.</p> <p>No agrícolas: Cuyas ventas anuales no excedan de UF 25.000. Pueden optar empresarios de los sectores de la economía: Industria, Servicios, Transporte, Minería, Pesca, etc.</p> <p>Organización de Pequeños Empresarios Elegibles: Sin límites de ventas anuales, de cualquier sector de la actividad económica. Se aceptan como postulantes:</p> <p>Organizaciones de pequeños empresarios elegibles constituidas ya sea como personas jurídicas sin fines de lucro, como sociedades de personas o como organizaciones de usuarios previstas en Códigos de</p>

	<p>Agua (comunidades de agua, comunidades de obras de drenaje, asociaciones de canalistas, u otras organizaciones de usuarios que sean sujetos de crédito). A lo menos dos terceras partes de las personas naturales que integren estas asociaciones, deberán cumplir con los requisitos de nivel de ventas anuales máximas mencionadas anteriormente.</p> <p>Y que requieran financiar proyectos de riego, drenaje, infraestructura productiva o equipamiento.</p> <p>Exportadores: Exportaciones promedio FOB igual o inferior a US\$ 16.700.000 anuales, realizadas en los dos años calendarios anteriores. (El valor promedio FOB se obtiene dividiendo por dos la sumatoria del monto total de las exportaciones en los dos años calendarios anteriores).</p>
REQUISITOS	<p>Certificado de iniciación de actividades y patente municipal al día.</p> <p>Acreditar que se está al día en el pago de de impuestos, leyes sociales y previsionales.</p> <p>Declaración jurada de que no hay préstamos vigentes o en tramitación con garantías del fondo.</p> <p>Informes comerciales favorables. No tener protestos sin aclarar, medidas restrictivas, deudas vencida directa o indirecta.</p> <p>Clasificación A ó B según el método de la Superintendencia de Bancos. En caso de sociedades, se hace extensivo a cada uno de los socios.</p> <p>Presentación del proyecto de inversión si corresponde.</p> <p>Análisis de factibilidad técnico económica, flujo de caja, amortizaciones.</p> <p>Estado de situación actualizado. En caso de sociedades se hace extensivo a cada uno de los socios.</p> <p>Los créditos no pueden superar los montos y plazos máximos definidos por tipo de beneficiario.</p> <p>Los créditos afectos a la garantía del fondo deben ser solicitados directamente a las instituciones financieras que presenten derechos adjudicados, incluyendo a BancoEstado, y en cuyo caso se pueden solicitar en cualquiera de las oficinas que presenten atención de pequeñas y microempresas del país.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	CRÉDITO LARGO PLAZO INDIVIDUAL ¹⁵
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	Crédito para la financiación inversiones en bienes de capital destinados al establecimiento y desarrollo de rubros de largo período de maduración como frutales, hortalizas permanentes, crianza de ganado, forestación, establecimiento de praderas, etc., y al financiamiento de infraestructura, maquinaria y equipos entre otras necesidades de la explotación.
CARACTERÍSTICAS	<p>Monto: hasta 600 UF.</p> <p>Costos del préstamo: reajustes e intereses del crédito, acumulados a la fecha de pago.</p> <p>Costos para el usuario: Impuesto de la Ley de Timbres y Estampillas, Seguro de Desgravamen y Gastos notariales.</p> <p>Garantía: dependiendo de los montos del crédito y de la categoría del usuario, éstas van desde mutuo sin aval o con aval calificado, hasta garantías reales equivalentes, a lo menos, a un 120% del monto del crédito.</p> <p>Las líneas de crédito de largo plazo tienen un plazo de pago superior a un año, y están orientadas a financiar inversiones silvoagropecuarias, tanto a nivel individual (explotación) como a nivel de las organizaciones de productores. Los usuarios pueden ser pequeños productores individuales que cumplen con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica de INDAP, o sus organizaciones</p>
BENEFICIARIOS	Usuarios INDAP.
REQUISITOS	<p>Reunir los requisitos exigidos para ser usuario de INDAP.</p> <p>No tener deudas morosas con INDAP.</p> <p>Estar en condiciones de otorgar las garantías exigidas.</p> <p>Seguro Agrícola, cuando corresponda.</p> <p>Seguro de desgravamen.</p>

¹⁵ INDAP dispone de créditos de corto plazo individuales y para organizaciones, que no han sido incluidos entre los instrumentos de fomento por constituir, más bien, como capital de operación.

NOMBRE INSTRUMENTO	CRÉDITO LARGO PLAZO ORGANIZACIONES
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	Crédito para la financiación de las inversiones requeridas por las organizaciones para desarrollar proyectos de transformación y comercialización de productos, y para adquirir maquinaria, equipos y animales de trabajo, entre otras necesidades de su actividad productiva.
CARACTERÍSTICAS	<p>Monto: el monto máximo de crédito a organizaciones será el equivalente a 3.000 UF por año calendario, indistintamente se trate de créditos de corto plazo y/o largo plazo (Resolución Exenta N° 112, del 04-02-2002).</p> <p>Costos del préstamo: reajustes e intereses del crédito, acumulados a la fecha de pago.</p> <p>Costos para el usuario: Impuesto de la Ley de Timbres y Estampillas, y Gastos notariales.</p> <p>Garantía: entregar garantías que INDAP determine.</p> <p>Las líneas de crédito de largo plazo tienen un plazo de pago superior a un año, y están orientadas a financiar inversiones silvoagropecuarias, tanto a nivel individual (explotación) como a nivel de las organizaciones de productores. Los usuarios pueden ser pequeños productores individuales que cumplen con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica de INDAP, o sus organizaciones</p>
BENEFICIARIOS	Organizaciones usuarias de INDAP.
REQUISITOS	<p>La organización debe estar integrada por pequeños agricultores o campesinos.</p> <p>Estar legalmente constituida y vigente.</p> <p>Realizar actividades productivas de bienes y/o servicios.</p> <p>Tener la facultad para contraer compromisos financieros.</p> <p>Los directivos de la organización no deben tener deudas morosas con INDAP.</p> <p>Contar con la autorización de todos los socios que participan en el proyecto, para solicitar un crédito.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	CRÉDITO DE ENLACE PARA RIEGO
INSTITUCIÓN	INDAP
DESCRIPCIÓN	Crédito para que los pequeños productores, en forma individual o como organizaciones de regantes, accedan a la bonificación que el Estado otorga a través de la Ley de Riego, para la construcción y/o mejoramiento de obras de riego (construcción de nuevas obras de riego y drenaje; reparación, mejoramiento o ampliación de obras de riego y drenaje existentes; instalación de sistemas de riego tecnificado).
CARACTERÍSTICAS	<p>Esta bonificación es otorgada una vez que la obra está terminada y ha sido recepcionada oficialmente por la Dirección de Obras Hidráulicas y el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). Por tal razón, INDAP, a través del Crédito de Enlace para Riego, proporciona los recursos necesarios para la realización de las obras, los cuales son recuperados una vez que la Comisión Nacional de Riego hace disponible la bonificación.</p> <p>Monto: Para productores individuales: hasta 9.000 UF y para organizaciones de regantes: hasta 18.000 UF.</p> <p>Plazo: hasta dos años.</p> <p>Costos del préstamo: crédito en UF sin interés.</p> <p>Costos para el usuario: Impuesto de la Ley de Timbres y Stampillas y Gastos notariales.</p>
BENEFICIARIOS	Organizaciones usuarias de INDAP.
REQUISITOS	<p>Para productores individuales:</p> <p>Reunir los requisitos exigidos para ser usuario de INDAP.</p> <p>No tener deudas morosas con INDAP.</p> <p>Efectuar un aporte propio variable entre un 15% y un 25% del costo total del proyecto.</p> <p>Para organizaciones de regantes</p> <p>Estar integrada por un mínimo de 2/3 de pequeños productores que cumplen con los requisitos para ser usuarios de INDAP.</p> <p>Efectuar un aporte propio variable entre un 15% y un 25% del costo total del proyecto.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	PROGRAMA DE ACCESO AL CRÉDITO PARA LA MICROEMPRESA
INSTITUCIÓN	SERCOTEC
DESCRIPCIÓN	El Programa busca incentivar a los bancos, cooperativas y otras instituciones para que otorguen créditos con sus propios recursos a microempresarios sin historial bancario.
CARACTERÍSTICAS	<p>El incentivo consiste en el pago de un subsidio a las instituciones financieras por cada crédito otorgado y desembolsado.</p> <p>El monto del crédito no podrá ser inferior a 138 mil pesos ni superiores a 4 millones 300 mil pesos.</p> <p>El plazo para pagar el crédito no podrá ser inferior a seis meses ni superior a 48 meses.</p> <p>El número máximo de créditos con subsidio es de tres por cada microempresario.</p> <p>El crédito debe ser utilizado para financiar inversiones y/o capital de trabajo.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Trabajadores independientes y microempresarios formales e informales con actividad, que no hayan sido sujeto de crédito.</p> <p>Microempresarios de cualquier actividad económica cuyo nivel de ventas no sea superior a 3 millones 500 mil pesos mensuales.</p> <p>Microempresarios cuyos activos fijos de producción no excedan a los 9 millones 300 mil pesos.</p>
REQUISITOS	Los microempresarios deben dirigirse a las instituciones bancarias y financieras adscritas al Programa de Acceso al Crédito de SERCOTEC.

8. CAPACITACIÓN Y EMPLEO

NOMBRE INSTRUMENTO	FRANQUICIA TRIBUTARIA
INSTITUCIÓN	SENCE
DESCRIPCIÓN	Incentivo tributario que se ha convertido en el principal instrumento legal para promover el desarrollo de programas de capacitación al interior de las empresas. Básicamente, esta franquicia permite a las empresas que se encuentren clasificadas por el SII como contribuyentes en primera categoría de la ley de Impuesto a la Renta, sea que tributen por renta efectiva o renta presunta, o se encuentren exentas de pago por pérdida del ejercicio, para los efectos de permitirles hacer uso del correspondiente descuento o rebaja tributaria, u obtener la recuperación de la inversión en capacitación.
CARACTERÍSTICAS	<p>El límite de Franquicia Tributaria que otorga el Estado a las empresas que se acogen a esta modalidad, tiene un tope máximo de 1 % de la Planilla de Remuneraciones Imponibles Anuales. En el caso de las pequeñas y medianas empresas, cuyo 1 % de las remuneraciones imponibles sea inferior a 13 UTM, pueden descontar anualmente, hasta esa suma por concepto de capacitación.</p> <p>Las firmas pueden ejecutar acciones de capacitación en forma interna (cursos de empresa y cursos inter-empresa) o bien en forma externa, contratando los servicios de Organismos Técnicos Capacitadores, OTEC, autorizados y evaluados por SENCE, o a través de Organismos Técnicos Intermedios para Capacitación OTIC.</p>
BENEFICIARIOS	Empresas clasificadas por el Servicio de Impuestos Internos como contribuyentes de Primera Categoría de la Ley sobre Impuestos a la Renta, y que tengan una base de cálculo (trabajadores con contrato o sueldo patronal en el caso de los dueños o socios) para la determinación del 1% de la planilla salarial y/o del piso de las 13 UTM.
REQUISITOS	<p>Ser contribuyente de la Primera Categoría de la Ley sobre Impuestos a la Renta.</p> <p>Haber efectuado la declaración de rentas del año tributario en que se ejecutaron las actividades de capacitación.</p> <p>Tener una base de cálculo para la determinación del 1% de las remuneraciones; es decir, tener trabajadores con contrato de trabajo y/o sus dueños o socios con</p>

	<p>imposiciones al día por el trabajo que desempeñan en la propia empresa.</p> <p>Haber comunicado y contar con la autorización previa del SENCE para desarrollar la actividad de capacitación, así como disponer de la visación de la misma institución respecto a la finalización de la actividad y pago de ella al ejecutor (Formulario Único de Comunicación, Rectificación y Liquidación de Actividades de Capacitación). En ese momento la empresa queda habilitada para hacer el descuento en la declaración de renta del año tributario correspondiente.</p>
--	--

NOMBRE INSTRUMENTO	FONDO NACIONAL DE CAPACITACIÓN FONCAP
INSTITUCIÓN	SENCE
DESCRIPCIÓN	Es un incentivo directo que cofinancia las actividades de capacitación a las Micro y Pequeñas Empresas.
CARACTERÍSTICAS	<p>Este incentivo financia el 80% de las actividades de capacitación, y el 20% restante es de cargo del empresario. Además, el monto del aporte del Estado dependerá de la Renta Bruta Mensual percibida por el trabajador participante, en el mes inmediatamente anterior a la fecha de postulación a la actividad de capacitación para la cual se solicita financiamiento, de acuerdo a la siguiente tabla:</p> <p>Hasta 25 UTM de remuneración bruta mensual, el aporte es del 100 % del costo hora financiado por el Estado.</p> <p>Más de 25 y hasta 50 UTM, el aporte es del 50 % del costo hora financiado por el Estado.</p> <p>Más de 50 y hasta 75 UTM, el aporte es del 25 % del costo hora financiado por el Estado.</p> <p>El FONCAP destina anualmente recursos a esta línea de acción, a través del presupuesto asignado al Servicio Nacional de Capacitación y Empleo ñ SENCE y se operacionaliza mediante llamados públicos a presentar postulaciones para el financiamiento de las actividades de capacitación.</p> <p>La modalidad para la operación del incentivo esté constituida por la asignación directa a la empresa postulante, que mediante antecedentes certifica cumplir los criterios de asignación. Es un llamado público que puede diferir entre una o más convocatorias.</p>
BENEFICIARIOS	Micro y pequeñas empresas.
REQUISITOS	Micro y pequeñas empresas que sean contribuyentes de primera categoría y cuyas ventas anuales no excedan las 13.000 UTM.

NOMBRE INSTRUMENTO	CAPACITACIÓN PRE-CONTRATO CON FRANQUICIA PREFERENCIAL PARA MYPE
INSTITUCIÓN	SENCE
DESCRIPCIÓN	<p>Contrato de Aprendices</p> <p>Subsidio entregado directamente por SENCE para financiar la contratación y la capacitación de aprendices.</p> <p>-Bonificación: 40% de un ingreso mínimo mensual (IMM) por aprendiz.</p> <p>-Financiamiento de la Enseñanza Relacionada (hasta 10 UTM)</p> <p>-Duración máxima del contrato: dos años</p> <p>-Financiamiento: hasta por un año.</p>
CARACTERÍSTICAS	<p>Se suscribe un contrato de capacitación cuya vigencia no exceda de 2 meses.</p> <p>Sólo una vez en un año calendario</p> <p>Capacitación Post-Contrato.</p> <p>Son hasta 3 meses contados después del término del vínculo laboral.</p> <p>Las acciones deben comunicarse al SENCE antes de finalizar el contrato.</p> <p>Las empresas cuyo 1% de la masa salarial imponible sea inferior a 13 UTM, podrán descontar anualmente hasta esa suma por concepto de capacitación.</p>
BENEFICIARIOS	<p>Trabajadores cuya última renta no supere las 25 UTM.</p> <p>Empresas que cuenten con este tipo de trabajadores.</p>
REQUISITOS	<p>Las empresas que opten a este subsidio deben cumplir los siguientes requisitos:</p> <p>Tener ventas o servicios anuales que no excedan las 13.000 UTM.</p> <p>Tener 18 meses de actividad como empresa.</p> <p>No tener infracciones tributarias o laborales.</p> <p>Tener como socio solo a personas naturales, (en caso de ser personas jurídicas).</p> <p>Acreditar que quien participa en la acción de capacitación es trabajador de la empresa.</p>

NOMBRE INSTRUMENTO	CONTRATO DE APRENDIZAJE
INSTITUCIÓN	SENCE
DESCRIPCIÓN	Subsidio directo a las empresas que contraten aprendices, destinado a compensar los costos de formación en la empresa.
CARACTERÍSTICAS	Las empresas tendrán derecho a percibir, con cargo al Fondo Nacional de Capacitación, una bonificación mensual de un 40% de un ingreso mínimo mensual por aprendiz, durante los primeros doce meses de vigencia del contrato, y, por una sola vez, una asignación adicional de 10 Unidades Tributarias Mensuales (UTM) por aprendiz. El subsidio es otorgado hasta el momento que los recursos asignados para estos efectos se agotan. La modalidad de asignación es directa, no concursable.
BENEFICIARIOS	Aprendices. Empresas.
REQUISITOS	Las empresas presentan un contrato de aprendizaje más el programa que contendrá el plan de formación en la empresa.

NOMBRE INSTRUMENTO	BONIFICACIÓN PARA EL APRENDIZAJE. PROGRAMA PROEMPLEO
INSTITUCIÓN	SENCE
DESCRIPCIÓN	La bonificación al aprendizaje financia directamente a la empresa hasta un 40% de un ingreso mínimo mensual de la remuneración que se cancele al trabajador aprendiz, por un periodo máximo de 4 meses, debiendo ser la contratación del trabajador aprendiz por un plazo igual o superior a 4 meses. Además, el programa financia los costos de capacitación complementaria por un monto de hasta \$50.000 por trabajador aprendiz, que se reembolsara a la empresa beneficiaria que acredite haber realizado y pagado un proceso de enseñanza, o en su defecto, a la que haya inscrito una actividad de perfeccionamiento en el SENCE y la realice bajo la modalidad de capacitación interna.
CARACTERÍSTICAS	Bonificación para el Aprendizaje se financiara con recursos de la Subsecretaria del Trabajo de acuerdo a la Ley de Presupuesto vigente, los cuales serán transferidos al Servicio Nacional de Capacitación y Empleo - SENCE. Estos recursos se asignaran directamente a las empresas que resulten beneficiadas (sin licitación), previa evaluación por parte del SENCE del cumplimiento de los requisitos legales y técnicos establecidos en la guía operativa.
BENEFICIARIOS	Empresas contribuyentes de Primera Categoría de la Ley sobre Impuesto a la Renta y los contribuyentes del artículo 22 de la citada ley, con excepción de aquellas cuyas rentas provengan únicamente de las letras c) y d) del N° 2 del artículo 20 de esta Ley.
REQUISITOS	Los eventuales trabajadores aprendices beneficiarios deberán cumplir con los siguientes requisitos al momento de la postulación. Tener la calidad de cesante, al monto de postular al programa. Tener la calidad de jefe o jefa de hogar. Acreditar que es el único ingreso familiar. Estar inscrito en la Oficina Municipal de Información Laboral (OMIL), o en aquella otra dependencia municipal que cumpla con este fin. La empresa postulante deberá acompañar y presentar ante el SENCE todos los antecedentes que este instrumento requiere, entre ellos el pago de patente municipal, copia de comprobantes de inicio de actividades, etc., y los que digan relación con la contratación de los futuros trabajadores aprendices

VII. NECESIDADES DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DEL CAPITAL HUMANO EN LA REGIÓN DE O'HIGGINS A PARTIR DE LOS CER IDENTIFICADOS

1. Antecedentes Generales

La opinión generalizada de empresarios, representantes de instituciones públicas y profesionales entrevistados, es que si bien existe un capital humano valioso en torno a las actividades de los CER identificados, se reconoce la necesidad de mejoras sustantivas en términos de formación y capacitación de éste para que los cluster puedan desarrollar todo su potencial.

Esta percepción de los entrevistados se puede relacionar, cuantitativamente, con el bajo nivel de desempleo de la Región de O'Higgins. En 2005 se registró la tercera cifra de desempleo más baja del país (5,9% como promedio, según datos del INE), mientras que en el trimestre móvil noviembre-2005 y enero-2006 el desempleo llegó a un 3,9%, lo que es reflejo de una disponibilidad limitada del recurso humano regional o, al menos, más limitada que la existente en otras regiones del país.

Si esta menor disponibilidad regional del recurso humano se proyecta al ámbito de los dos potenciales cluster, la situación se visualiza crítica, considerando que el sector silvoagropecuario es una de las actividades económicas que más ha crecido en los últimos años, llegando a ser la que más aportó al PIB regional en 2005 (un 21%, según se observa en el Cuadro 1 del Informe 1), y que mayor mano de obra requiere.

La situación carencial, sin embargo, es especialmente importante desde la perspectiva cualitativa, puesto que ambos cluster identificados integran sectores productivos en expansión, que demandan una creciente especialización para sus correspondientes procesos productivos. Además, las características estructurales de los procesos productivos de estos cluster, entre las cuales destacan la estacionalidad y el recambio de los agentes productivos, promueven que el recurso humano sea, algunas veces, inconstante y que, por tanto, la generación de capacidades en ellos se vea dificultada.

Por lo demás, el hecho de que se trate de cluster exportadores impone un desafío adicional, ya que el exigente mercado internacional implica la necesidad de una adecuada dotación del recurso humano en todas las etapas del proceso. El objetivo primordial de las empresas con orientación exportadora es maximizar la producción, pero considerando la mayor calidad posible y a un bajo costo, lo que implica ser eficientes en el uso de los recursos productivos, entre los que destacan los insumos y la mano de obra, puesto que ellos son los principales costos operativos del proceso.

Las capacidades, finalmente, no deben estar sólo en el ámbito productivo base, sino que se requieren competencias en otras áreas como el manejo en el comercio exterior y el marketing, considerando que gran parte del éxito exportador está dado por la estrategia de posicionamiento de los productos, de acuerdo a sus condiciones más ventajosas de precio, calidad, diversidad y últimamente, diferenciación.

2. Definición de la Oferta de Formación y Capacitación para los CER

Para especificar cuáles son las necesidades de formación y capacitación para los CER, se analiza la oferta de formación y capacitación disponible, en el marco de sus correspondientes territorios.

2.1. Formación para los CER

La formación del recurso humano se puede diferenciar en: formación secundaria, formación post-secundaria y formación universitaria, niveles que se analizarán, para efectos de los CER identificados, de acuerdo a su relación con las áreas principales de los cluster, vale decir, vitivinicultura y turismo, para el cluster vitivinícola, y fruticultura y agroindustria, para el cluster frutícola.

En relación con la **formación secundaria** asociada a las empresas principales de los cluster, la formación específica se entrega a través de los liceos agrícolas (educación técnico-profesional), estudios que conducen a la obtención del título de "Técnico Agrícola" que corresponde a un técnico de nivel medio. En la Sexta Región existen 6 liceos o escuelas agrícolas, según datos del MINEDUC (2004).

Es interesante señalar, a este respecto, que el modelo de educación que se entrega en este nivel se basa en módulos de aprendizaje en donde la intencionalidad de los itinerarios de formación está inducida por los propios establecimientos de enseñanza. En este sentido, surge el problema de que no existe consenso respecto al perfil de egreso que debe tener un estudiante, de tal manera que los establecimientos educativos tienden a "nivelar hacia abajo" en el sentido de considerar los contenidos mínimos y los objetivos fundamentales propuestos desde el nivel ministerial.

Desde la perspectiva de cluster, este escenario es especialmente limitante, ya que el escaso número de este tipo de liceos (en relación con la enorme importancia de la actividad en la región) y la modalidad de entrega de la formación, atentan contra la innovación que debería darse naturalmente en las unidades educativas, y que les permitiría a los alumnos asumir su trabajo con mayores capacidades de adaptación e integración.

Una muestra de la "generalidad" del modelo de enseñanza agrícola nacional es que, de los 99 liceos agrícolas existentes en el país, sólo uno tendría una

adecuada capacidad de formación en el rubro vitivinícola¹⁶, lo que no se condice con el gran nivel de desarrollo de la industria en el país.

Respecto de la **formación post-secundaria**, la oferta es más amplia que en el nivel anterior, visualizándose como centros educativos a Centros de Formación Técnica (CFT) e Institutos Profesionales (IP). La mayor parte de estas carreras conducen al título de “Técnico de Nivel Superior”.

En la región de O'Higgins, según la base de datos del MINEDUC (2004), existen 10 instituciones que dictan ciclos de formación post-secundaria, incluyendo el IP AIEP con sedes en Rancagua y San Fernando, como se detalla en el Cuadro 20 (Anexos).

Entre las instituciones señaladas se da la tónica que, las ubicadas en Rancagua, entregan carreras con mayor diversidad de áreas de interés, mientras que aquellas que se ubican más cerca de los centros agrícolas por excelencia (San Fernando, Santa Cruz o Rengo) responden con carreras más relacionadas con esta área. Es el caso del CFT Colchagua, que dicta la carrera de vitivinicultura, pero también las carreras de gastronomía y gestión en turismo, respondiendo al desarrollo del turismo enológico en la zona.

Respecto de la **formación profesional** para los CER, existen cuatro universidades con presencia en la región de O'Higgins: Universidad de Rancagua -con origen regional-, y tres universidades que tienen sedes en la región: U. Santo Tomás (a través de su IP), U. Metropolitana de la Educación y U. Técnica Federico Santa María. Ninguno de estos centros entrega carreras ligadas directamente con los potenciales cluster, sólo de la U. de Rancagua dispone de una carrera con relación más tangencial con los cluster, que es la de Ingeniería Comercial.

En este sentido, se constituye como una indudable oportunidad el hecho que en la actualidad se analice la factibilidad de la creación de la “Universidad del Vino”, proyecto que se desarrollaría en el Valle de Colchagua, con la anuencia de instancias como las empresas Cardoen, empresas vitivinícolas de la zona, instituciones públicas y privadas de apoyo, según indicaron varios de los entrevistados.

Se debe destacar que este proyecto es un aporte para en contexto territorial pero también para todo el país, considerando que en Chile existe sólo una

¹⁶ Según lo señalado en el estudio ““Determinación de una Oferta de Capacitación Permanente y Pertinente en Función de Perfiles Basados en Competencias Laborales y Polos de Desarrollo Relevantes para la Región del Maule. Resumen Ejecutivo” (Centro de Estudios Regionales - U. Talca, 2005).

carrera que otorga la mención relacionada con fruticultura y vitivinicultura, a saber, el título de “Ingeniero Agrícola con mención en Cultivos, Vides y Frutales”.

Finalmente, en relación con **estudios de post-grado**, en la región no se dictan estudios de post-grado relacionados directamente con los CER identificados. Como referencia, se debe indicar que en el país sólo existe un Programa de Postgrado en Ciencias de la Agricultura, mientras que hay Magíster en: Agroindustrias, Agronegocios Internacionales y Ciencias Agropecuarias. Finalmente, están los Doctorado en: Ciencias Agrarias, Ciencias Agropecuarias y Ciencias de la Agricultura.

2.2. Capacitación para los CER

Según antecedentes del SENCE, la mayoría de los cursos de capacitación realizados en la región de O'Higgins son dictados por OTEC (75% de los cursos), mientras que el 25% restante de capacitaciones se reparte entre: acciones de monitores internos de las empresas, cursos realizados por profesores externos, asistencia a seminarios y otros medios.

En la región existen, en la actualidad, 186 OTEC registradas, las cuales se concentran en Rancagua (50%) y, en menor medida, en San Fernando y Santa Cruz. Resulta interesante destacar que un 90% de las OTEC que operan en la región son originarias de la misma. Las OTEC provenientes de otras regiones (usualmente de las regiones Metropolitana y del Maule) se relacionan con los cursos más especializados, como los que se han dictado en torno al turismo enológico en el marco de la Ruta del Vino de Colchagua (según indicaron profesionales a cargo del PTI Colchagua Tierra Premium).

Los cursos que se dictan en la región son, mayoritariamente, en las áreas de agricultura, computación e informática y administración, teniendo como asistentes a personas que poseen formación secundaria, básica o técnica y, en menor medida, personas con formación profesional o sin formación.

Los datos del SENCE indican, además, que en 2005 los cursos de capacitación fueron entregados por 55 centros, totalizando 162 cursos en materias de agricultura y agroindustria, cuya ejecución se concentró en las ciudades de Rancagua, San Fernando, Santa Cruz, Doñihue, Santa Cruz y Peumo.

En la Provincia de Cachapoal los cursos dictados abarcaron 20 áreas temáticas, excluyéndose sólo el área forestal, mientras que en la Provincia de Colchagua la capacitación se relaciona con 18 áreas, excluyendo minería, mecánica industrial y ecología. Ello se relaciona con una mayor disponibilidad de cursos en Cachapoal dada la presencia de Rancagua en esta zona, mientras que Colchagua demuestra una clara orientación hacia áreas más ligadas a la agricultura y, en particular, a la vitivinicultura.

De acuerdo a las características que más se repiten en los cursos dictados, se puede señalar que aún es una limitante el hecho de que gran parte de las capacitaciones estén referidas a aspectos más teóricos que prácticos.

Según indicaron empresarios y profesionales entrevistados, las capacitaciones usualmente se destinan a los trabajadores que son más críticos para el proceso y tienen mayor estabilidad en las empresas (en el caso de la actividad vitivinícola, hacen referencia a lo fundamental que es contar con un jefe de bodega capacitado y actualizado permanentemente).

Estas aseveraciones son refrendadas por el estudio "Oferta de capacitación de la VI Región"¹⁷ (GAMMA Ingenieros S.A., 2005), el que concluye que las capacitaciones fundamentalmente se orientan a profesionales (24,7% de los cursos), administrativos (17,8%) y mandos medios (16,4%), mientras que las cifras disminuyen dramáticamente en la medida que el trabajador posee menos calificación.

Pese a ser los profesionales y los mandos medios quienes recibirían mayor capacitación, en la región existe una baja oferta de cursos para ellos. Además, la capacitación que se realiza generalmente se orienta hacia temáticas productivas, tales como manejo de agroquímicos para la fruticultura, o tratamiento y análisis de vino para la viticultura, con lo que la tónica de los cursos es ser de corta duración (promedio de 16 horas o 2 días) y con un reducido número de trabajadores participantes.

Específicamente para el área vitivinícola, la tasa promedio de las instituciones que capacitan es de menos de dos cursos cada una, orientados fundamentalmente a enología y viticultura. Las mayores tasas de cursos de capacitación en este tema corresponden a las regiones séptima y metropolitana, con cerca del 83% del total. Ello es aseverado por empresarios y profesionales vitivinícolas de Colchagua, quienes dicen valorar los cursos que dictan instituciones de Santiago (se cita a la Fundación Chile, por ejemplo) o del Maule (gran presencia de la U. de Talca y el Centro Tecnológico del Vino que ésta maneja).

3. Definición De La Demanda Por Formación Y Capacitación De Los CeR

Los elementos que se considerarán para identificar los ámbitos de mayor demanda para formación y capacitación de los CER son, por una parte, la definición de las instancias de formación y capacitación existentes en la actualidad -que se detallaron en el epígrafe precedente- y, por otra parte, la

¹⁷ Estudio para el que se realizaron entrevistas a representantes de 20 empresas de la región, correspondientes a 8 sectores productivos, y encuestas a 10 representantes de instituciones públicas y privadas relevantes.

identificación de los cargos que se consideran críticos para los procesos principales de cada cluster y que, por tanto, deberían ser los prioritarios a la hora de demandar formación y capacitación.

En relación con los centros de formación se debe recordar que en la región de O'Higgins la formación para los cluster identificados está dada por 6 liceos agrícolas para la formación secundaria, 10 IP y CFT para la formación post-secundaria, y 4 universidades en relación con la formación profesional. Sin embargo, se observa un porcentaje importante de los profesionales que realizan su formación fuera de la región, motivados por características como el mayor prestigio que pueden ciertas instituciones.

Respecto de la capacitación, se debe reiterar la existencia de 55 centros que entregaron 162 cursos relacionados con agricultura y agroindustria en la región en 2005. Específicamente en relación con el cluster vitivinícola, se establece que existen 11 centros que entregaron 16 cursos en 2005, los que se dictaron principalmente en Santa Cruz; para el área de turismo, son 35 los centros los que dictaron 61 cursos en 2005, siendo mayoritariamente en materias de gastronomía (sólo 2 cursos se relacionaron con el tema de turismo propiamente tal y ninguno con hotelería).

Según lo declarado por empresarios y profesionales entrevistados, lo que se corrobora con los resultados del estudio de GAMMA Ingenieros S.A. (2005), los cargos¹⁸ clave para el cluster frutícola serían los siguientes:

¹⁸ Los cargos se enmarcan en los siguientes niveles ocupacionales:

- **Nivel Ocupacional Profesional:** trabajador titulado de la educación superior, que desempeña funciones de carácter especializado en el campo de su competencia, con predominio de empleo de los conocimientos adquiridos en dichos estudios superiores.
- **Nivel Ocupacional de Mando Medio:** trabajador que desempeña funciones de dirección intermedia como supervisor o capataz, y que normalmente distribuye, vigila y coordina las labores de un grupo de trabajadores en una o varias ocupaciones diversas.
- **Nivel Ocupacional de Trabajador Calificado:** trabajador que desempeña ocupaciones que comprenden un gran número de operaciones complejas, cuya ejecución requiere de su propia iniciativa para organizar sus labores y realizarlas con poca supervisión. Normalmente requiere de un período de capacitación prolongado.
- **Nivel Ocupacional de Trabajador Semi Calificado:** trabajador que desempeña ocupaciones que requieren gran habilidad manual en trabajos rutinarios para los cuales se necesita un período de entrenamiento breve.
- **Nivel Ocupacional de Trabajador No Calificado:** trabajador que desempeña ocupaciones que abarcan un escaso número de operaciones fragmentarias, simples y rutinarias, que pueden ser aprendidas en corto tiempo y no requieren mayor capacidad ni conocimientos técnicos, por tratarse principalmente de tareas manuales sencillas.

AREA AGRÍCOLA	ÁREA AGROINDUSTRIAL ¹⁹
<ul style="list-style-type: none">- Capataz- Supervisor de Campo- Tractorista- Aplicador Agroquímicos.- Cosechador	<ul style="list-style-type: none">- Seleccionador de Fruta- Jefe Parking- Embalador- Palletizador- Jefe Turno- Encargado Control de Calidad

Los cargos clave para el cluster vitivinícola serían:

AREA VITIVINÍCOLA	ÁREA TURISMO
<ul style="list-style-type: none">- Especialista Vitivinícola- Enólogo- Elaborador de Vinos- Encargado Control de Calidad	<p>Hotelería:</p> <ul style="list-style-type: none">- Recepcionista- Mucama- Botones <p>Gastronomía:</p> <ul style="list-style-type: none">- Chef- Jefe de Comedor- Barman- Garzón- Bodeguero <p>Turismo:</p> <ul style="list-style-type: none">- Guía Turístico- Chofer Turístico

Al cruzar la oferta de formación y capacitación disponible, con las competencias laborales requeridas para cargos clave en sectores emergentes, se aprecia que hay falencias importantes.

¹⁹ Para exportación de fruta fresca y los productos industriales de jugos concentrados y deshidratados.

La mayor carencia se encuentra en relación con los mandos medios. Ello adquiere especial importancia para los CER identificados si se considera que, en este nivel, están quienes deben procurar que los procesos productivos se lleven a cabo eficientemente, lo que es fundamental para que los cluster puedan desarrollar al máximo su potencial.

La demanda por trabajadores con formación profesional, aunque menos crítica, también se hace evidente, y refrenda la pertinencia de instancias como el proyecto de la Universidad del Vino en Colchagua, oportunidad que permitiría generar profesionales con adecuados conocimientos específicos, dada la enorme experiencia histórica adquirida por los empresarios y profesionales de la zona. Pero incluso más allá, permitiría generar profesionales que se formen al alero de la idea de "territorio", que es la base del éxito que ha tenido la vitivinicultura hasta ahora, y que se proyecta con optimismo hacia el futuro como un potencial CER.

Debemos recalcar que, según el enfoque de cluster, serán estos profesionales los que liderarán técnicamente las estrategias para innovar y salir al mercado con un producto de excelencia. Y, además, serán ellos quienes darán el soporte necesario para que los empresarios de las cadenas productivas de los cluster vitivinícola y frutícola, logren dar el gran paso cualitativo de trabajar en red.

Se debe hacer hincapié en que las empresas, en la actualidad, están enfocando su demanda por capacitación hacia sus profesionales, mandos medios y administrativos, con el objetivo principal de incrementar conocimientos técnicos y de gestión y, en menor medida, para aumentar competencias transversales. De acuerdo al enfoque de cluster, son estas últimas competencias las que le otorgan el valor agregado necesario al capital humano existente, como para proyectar efectivamente un cluster como los identificados, en el mediano y largo plazo.

Los estudios indicados y otros analizados en esta materia, hacen referencia a la necesidad de generar competencias sobre la base de la organización horizontal de las labores. El estudio de la U. de Talca propone, para la actividad vitivinícola, la generación de dos áreas de competencias, tanto para la actividad vitícola como para la vinícola.

En el caso de la actividad vitícola, la primera área de competencia sería la de "técnico vitícola", profesional de nivel medio que debería tener conocimientos de gestión de personal y supervisión de labores agrícolas; mientras que la segunda área de competencia sería la de "operario vitícola", con especialización en mecanización o protección vegetal o manejo vitícola o riego y fertirrigación.

Para vinicultura también se sugieren dos áreas de competencia: "técnico vinícola", un profesional de nivel medio que debe tener conocimientos de gestión de personal y supervisión de labores de bodega; y el "operario vinícola", con

especialización en: maquinaria o vinificación o tratamiento de vinos o análisis de laboratorio o barricas y guarda.

En definitiva, el escenario descrito establece la existencia de una brecha entre la demanda que actualmente están mostrando los empresarios de los cluster identificados (demanda real), en relación con la demanda que debería existir para solventar adecuadamente sus procesos (demanda potencial).

Por lo demás, en la medida que esta brecha disminuya, se debería ir potenciando la generación de una mejor oferta de formación y capacitación, que motive efectivamente a los empresarios a incentivar la participación de sus trabajadores en estas instancias.

El desafío que se proyecta hacia el mediano y largo plazo, es que tanto la formación como la capacitación se condigan con la capacidad de mirar transversalmente e integrar distintas áreas de interés, lo cual coincide completamente con el enfoque de cluster y la generación de redes que sus actores deben protagonizar.

VIII. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS SOCIAL Y AMBIENTAL GENERADOS POR LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA, A PARTIR DE LOS CER IDENTIFICADOS

De acuerdo a lo indicado en los términos de Referencia de la presente consultoría, el análisis de los impactos social y ambiental de las actividades productivas de los CER identificados, se realiza sobre la base de los estudios disponibles. Para situar el análisis del impacto social y ambiental de los CER identificados, se debe reiterar que éstos se enmarcan en el sector silvoagropecuario y que, por tanto, este sector será el referente del análisis.

1. Impacto Social

Para contextualizar la definición del impacto social de los cluster, se debe reiterar la relevancia del sector silvoagropecuario en la economía regional. Se ha registrado un incremento permanente del aporte de este sector al PIB regional, ya que mientras en 1996 éste era de poco más de \$243 mil millones (\$ de 1996), en 2002 se lograban casi \$326 mil millones (\$ de 1996), lo que significa un alza del 74,7% de los valores en este período. Además, el sector silvoagropecuario va adquiriendo un mayor peso relativo en la economía regional, si se considera que el aporte del sector era del 20,5% en 1996, frente al 21,1% que se registró en 2002.

Por otra parte, se debe recalcar la Relevancia Exportadora de los productos principales de los cluster. Para el cluster frutícola se incluyen la fruta fresca y los productos industriales de la fruta, con un 17,21% y un 2,28% de participación de lo exportado por la región en 2004, respectivamente (Cuadro 2 del Informe 1). Para el cluster vitivinícola, en tanto, el vino es el principal responsable del 4,64% de las exportaciones regionales correspondientes a la categoría “agua, vinos y licores” (como se observa también en el Cuadro 2 del Informe 1), a lo que se suma el turismo enológico, dado su indudable potencial exportador.

Otro elemento que contextualiza el impacto social de los cluster es la identificación de sus actores principales, vale decir, las Empresas relacionadas con las actividades productivas de los CER. Los datos del SII indican que en 2003 existían 35.584 empresas en la región de O'Higgins, de las cuales 9.677 empresas correspondían al sector agrícola, lo que representa un 27% del total regional. Si se compara del número de empresas agrícolas de 2003 (9.677) con el 1997 (7.822), se refleja el crecimiento del 19,2% experimentado en este período, lo que da cuenta del dinamismo de este sector económico en la región.

En el Cuadro 2 se consigna el número de empresas existentes por sector, y deja en evidencia la importancia del sector agrícola, que sólo es superado por el sector comercio (el que incluye al 41% de las empresas de la región).

Del total de empresas regionales señaladas, según datos del SII de 2003, un 98,3% correspondía a MIPES, incluyendo un 86,3% correspondiente a microempresas (30.700 empresas) y un 12% correspondiente a pequeñas empresas (4.283 empresas). Las empresas medianas y grandes sólo sumaban 601 empresas, representando el 1,7% del total de empresas en la región, formado por un 1,2% de las medianas empresas y 0,4% de las grandes empresas.

Si se cruza la información sobre empresas agrícolas de la región y la distribución de las empresas regionales según tamaño, se puede aseverar que en la región existe una mayoría de empresas agrícolas que corresponden a la categoría MIPE, y que un número significativo de ellas son partícipes de los cluster identificados, al menos como proveedores de materias primas. Este es un antecedente de importancia para valorar el impacto social de los cluster, en el entendido que se constituyen como elementos dinamizadores de la economía regional y territorial.

Se debe recalcar, según indica el estudio sobre la "Situación de la micro y pequeña empresa" (SERCOTEC, 2006), que "la importante participación que tiene la MIPE en las regiones sugiere que su fortalecimiento y crecimiento son claves para lograr un desarrollo que llegue a todas las localidades y territorios del país. De allí lo relevante del desafío de comprender mejor la inserción de la MIPE en las economías regionales, particularmente respecto de su participación en la estructura productiva y sus eslabonamientos con las empresas mayores".

Respecto de las medianas y grandes empresas agrícolas de la región, si bien se observa que se presentan con un número bastante menor a las MIPES, su efecto en la situación socio-económica de la región se expresará, especialmente, en la generación de empleo para los habitantes de los territorios de los cluster.

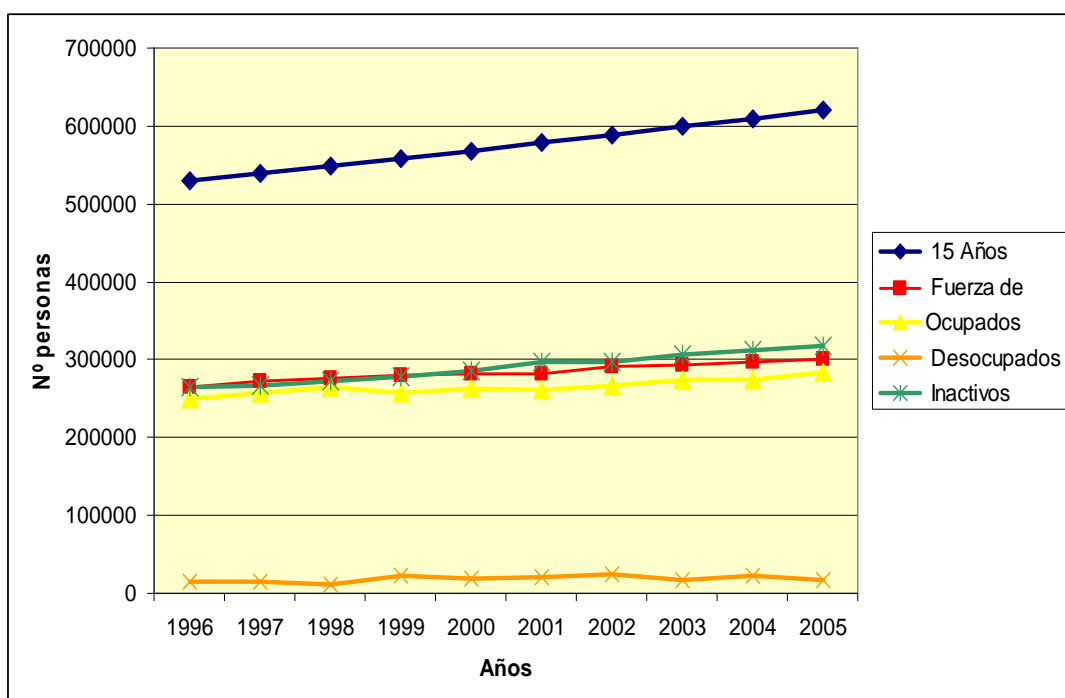
Recordemos, para especificar el impacto social de los CER, que para el cluster frutícola se identificaron un total de 75 empresas regionales que exportaron vino con D.O. en 2005 (información de ProChile VI Región), núcleo al que deben sumarse otras empresas de la cadena de valor de la producción vitivinícola (generalmente proveedores), las empresas relacionadas con el turismo enológico, y las empresas de soporte que se ubican en la región o territorio (ver Capítulo 4.3. del Informe 1).

En el caso del cluster frutícola, la información entregada por ProChile VI Región indica que son 21 las empresas regionales que durante 2005 exportaron fruta fresca -aunque este número debería subir a alrededor de 40, considerando las empresas que tienen dirección formal en otra región-, 6 las empresas exportadoras de jugos concentrados y 4 las que exportaron fruta deshidratada. A este núcleo se deben sumar otras empresas que son partícipes de las cadenas de valor del cluster (productores de materia prima, esencialmente), y las

empresas de apoyo o soporte pertenecientes al territorio, que son más numerosas que las disponibles para el cluster vitivinícola (ver Capítulo 5.3. del Informe 1)

En términos del Empleo, se destaca -como referencia- la situación privilegiada de la región, ya que registró una tasa de desempleo del 5,8% promedio en 2005, según datos del INE²⁰, posicionándose como la tercera más baja a nivel nacional. La evolución de los datos relativos al empleo regional se muestra en el Gráfico 1.

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN INDICADORES EMPLEO, REGIÓN DE O'HIGGINS



Fuente: elaboración propia en base a información del INE.

Los datos graficados muestran una tendencia incremental para los indicadores de: población mayor de 15 años y más, fuerza de trabajo y tasa de ocupados. La tasa de desocupados promedio, en tanto, tiende a disminuir, llegando a un record de 17.645 desocupados en 2005 (5,8% ya indicado).

²⁰ Este promedio anual se obtiene a partir las tasas registradas en los trimestres móviles de cada año, informadas por INE.

Respecto de la ocupación por tipo de empresas en la región, la CASEN muestra (Cuadro 3) que el mayor porcentaje de trabajadores (23,4%) se concentra en empresas con 200 trabajadores o más (grandes empresas), aunque seguido de cerca por el segmento de 2 a 9 trabajadores (Microempresa).

Si se hace la sumatoria entre trabajadores correspondientes a empresas unipersonales, micro y pequeña empresa (MIPE) se obtendrá que un 58,7% de los trabajadores regionales se relacionan con este segmento. Dada la presencia del sector silvoagropecuario como principal sector económico de la región, se puede inferir el impacto de esta actividad económica sobre el factor empleo y, especialmente, sobre la cifra de desempleo rural.

Según información del INE, la rama de “agricultura, caza y pesca” es la que requiere mayor fuerza de trabajo en la región, considerando que se registraron 102.911 empleados en este sector en el trimestre móvil diciembre-febrero de 2006 (33,2% del total de empleados a nivel regional). Este último porcentaje es prácticamente el mismo que se registraba en 2002, aunque con mayor número de trabajadores en la agricultura y en el total regional, mientras que sí se verifica una baja considerable respecto del 40,1% de empleo en este sector que se observaba en 1993.

La relación del dinamismo del sector silvoagropecuario exportador con el empleo regional, queda en evidencia en el estudio “Evaluación de los impactos de los acuerdos de libre comercio suscritos por Chile en las exportaciones y en el empleo: un enfoque proyectado hacia lo regional” (MIDEPLAN, 2003). Allí se señala que los productos que más contribuyen a la generación de empleo son: fruta fresca (284.991 JH, con 1.205 ocupaciones), conservas de frutos hortofrutícolas (260.452 JH, con 1.101 ocupaciones), yerbas, semillas, algas y otros (189.175 JH, con 800 ocupaciones), vinos y otras bebidas (149.854 JH, con 633 ocupaciones) y jugos (144.467 JH, con 611 ocupaciones).

Respecto de las características del empleo agrícola, el estudio “El entorno socioeconómico y laboral de la VIª región del Libertador Gral. Bernardo O'Higgins” (Dirección del Trabajo, 2003) indica que, entre los años 1998 y 2002, se observa un brusco descenso del trabajo temporal, pasando de un 52,2% a un 34,8%, aunque se mantiene entre las regiones con mayor incidencia de la temporalidad.

Expuestos los antecedentes para contextualizar el impacto social de las actividades productivas de los cluster, y su influencia sobre el empleo regional y territorial, se relacionan estos antecedentes con la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN), considerando que este instrumento permite valorar la situación socioeconómica de los hogares y la población del país, dando cuenta de los cambios en pobreza y distribución del ingreso.

El estudio “Pobreza y Distribución del Ingreso en las Regiones: Región del Libertador General Bernardo O'Higgins”, realizado por MIDEPLAN (2004) en base a la CASEN 2003, señala que desde 1990 esta región ha seguido una tendencia decreciente en los niveles de pobreza e indigencia –con la sola excepción de 1994-, ya que desde el 41% de población en situación de pobreza que registraba en 1990, se llegó al 19% en 2003. Este año eran 152.634 personas las que estaban en situación de pobreza en la región, de las cuales 120.686 (15% de la población regional) se encontraban en situación de pobreza no indigente, y 31.948 (4% del total de la población regional) se encontraban en situación de indigencia.

Otro antecedente importante de considerar es que la situación de pobreza se expresa con mayor fuerza en las zonas rurales. Entre los años 2000 y 2003 la pobreza urbana de la región de O'Higgins pasa de un 22,3% a un 20%, mientras que la pobreza en zonas rurales disminuye sólo de un 17,2% a 16,5%, en ese mismo período. En términos de indigencia rural, sin embargo, se constató un aumento de 0,6 puntos porcentuales en estos últimos tres años.

En relación con la distribución del ingreso, para el año 2003 se observa una mejoría en la región de O'Higgins. Para el año 2003, esta región obtiene un Coeficiente de Gini²¹ de 0,47, valor que es mejor que el obtenido a nivel nacional (0,57), y mejor que el presentado por la misma Sexta Región en el año 2000.

En definitiva, los indicadores principales de la CASEN (pobreza y distribución del ingreso) describen una situación regional de mejoramiento general de las condiciones de vida de la población de la región, situación que se relaciona, necesariamente, con el desarrollo de la actividad económica de la región, entre otros aspectos relevantes.

Finalmente, el impacto social de las actividades relacionadas con los cluster también se puede evaluar a través de la Inversión Pública en la región, considerando que ésta es importante “no sólo por los montos que involucra en el área de la infraestructura social sino, también, por su rol orientador e incentivador de la actividad privada, a la que abre oportunidades crecientes y complementarias, induciendo a través de su acción sectorial y distribución geográfica, un desarrollo más armónico y equilibrado del territorio”²².

En relación con la inversión pública, la tendencia a nivel nacional es claramente al alza, ya que si en 1994 se invirtieron más de \$673 mil millones, en 2004 la cifra superaba los \$1.662 mil millones, con lo cual el alza fue del 246%. En el caso de la región de O'Higgins (cuya inversión pública representa el 4,1% de la

²¹ Permite evaluar el comportamiento de la distribución de ingresos, mientras más cercano a 1, mayor es la desigualdad, y mientras más cercano a cero, más equitativa es la distribución.

²² Serie regionalizada de la Inversión Pública Efectiva 1994-2004 (MIDEPLAN, 2005).

inversión nacional), también registra una tendencia al alza, aunque menos significativa, considerando los \$35 mil millones de inversión en 1994 hasta los más de \$68 mil millones en 2004, con lo cual el aumento es del 193% (Cuadro 4).

En este marco, un primer impacto que debería traer consigo el desarrollo de los CER identificados dice relación con un mayor incremento de esta inversión en las áreas que son más sensibles a la actividad económica, por ejemplo, los fondos orientados al MOP (\$1.840 mil millones en 2004), y los FNDR, que en 2004 llegaron a superar los \$13 mil millones en 2004.

Pero tal como lo establece el estudio citado, el impacto de la inversión pública también es relevante ya que se perfila como elemento dinamizador de la actividad privada. El enfoque de cluster, en este contexto, multiplica la inversión pública y privada, en la medida que se fortalecen las relaciones entre las empresas del cluster, y entre éstas y las instituciones de apoyo.

Como proyección de lo anterior, el enfoque de cluster debería permitir la dinamización en el Gasto Social Público GSP en la región, el que en 2004 llegó a más de \$250 mil millones, con un nivel de crecimiento de 327% respecto del GSP de 1994²³. Entre las áreas del GSP regional destaca el incremento que se ha visualizado en educación. Otros sectores relevantes, como previsión, salud y vivienda, también deberían tener un mayor desarrollo, en la medida que mejoren las condiciones de empleo de los trabajadores de las empresas de los cluster, especialmente la población más vulnerable y de menores ingresos.

2. Impacto Ambiental

La actividad frutícola de la región de O'Higgins se ha posicionado fuertemente en los mercados más exigentes del mundo, a través de productos de sobresalientes características organolépticas y excelente calidad, pero que, además, deben cumplir con ser cada vez más inocuos y no afectar el medio donde se desarrolla el proceso productivo.

Así, la relación entre lo ambiental y lo local plantea que, la utilización de cualquier territorio, debe hacerse asegurando una mejor calidad de vida de la población (ambiente limpio, grato y con un mínimo de riesgos) y, a la vez, conservando y potenciando sus singularidades faunísticas, vegetacionales, paisajistas y otras consideradas de interés para la sociedad.

²³ Datos del estudio "Gasto Social Público regionalizado 1994-2004" (MIDEPLAN, 2005)

En este marco, a partir de los años 80 se han desarrollado varias aproximaciones para abordar los problemas ambientales, cuyo mayor exponente es el concepto de Desarrollo Sustentable²⁴. Este principio general se ha operacionalizado a través de muchas instancias y mecanismos, uno de los cuales es la gestión ambiental, entendida como la aplicación de un conjunto de herramientas o instrumentos para abordar los problemas ambientales.

Asimismo, los actores involucrados en el tema ambiental (entre otros, el Estado, las empresas y la sociedad civil), han evolucionado en el enfrentamiento de los problemas ambientales, desde una perspectiva reactiva, correctiva y aislada inicialmente, hacia una aproximación pro-activa, preventiva y colaborativa en la actualidad, evolución que se expresa también en la naturaleza diversa de los instrumentos de gestión ambiental en desarrollo.

El planteamiento con que la región de O'Higgins responde a este escenario está contenido en la Política Ambiental de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins (CONAMA) la que, haciendo referencia a la situación regional, plantea que se ha generado un "pasivo ambiental" o, dicho de otro modo, una "deuda histórica provocada por ausencia de normativa ambiental efectiva". Los aspectos de este pasivo ambiental que más relación tienen con la actividad agrícola - como sector eje de los CER identificados-, son:

Uso de Agrotóxicos: los trabajadores agrícolas y su salud laboral aparecen continuamente entre las principales enfermedades profesionales y accidentes laborales de importancia en la región, producto del uso y abuso de productos fitosanitarios como: pesticidas, abonos químicos, herbicidas y fungicidas, utilizados en las labores propias de las agroindustrias.

Contaminación Hídrica: en el ámbito agrícola, tiene especial relevancia la residualidad de los pesticidas, especialmente en lo relativo a la supuesta carga tóxica remanente en los alimentos, lo que implica un riesgo para la salud tanto de los consumidores como la de los operadores directos e indirectos.

Residuos Sólidos y Líquidos: la contaminación de las aguas, producida por descargas de residuos orgánicos, está relacionada fuertemente con los procesos generados por las actividades agroindustriales hacia ríos y canales de riego de la región. En relación con los residuos sólidos industriales (RIS), la falta de instalaciones apropiadas para su tratamiento y disposición final, promueven su depósito indiscriminado en vertederos municipales o microbasurales clandestinos, provocando problemas de contaminación ambiental, riesgos sanitarios o molestias en la población. La inexistencia de instalaciones aptas para el tratamiento de residuos orgánicos, en relación con los cluster, podría

²⁴ **Establece la necesidad de utilizar los recursos naturales para satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.**

significar problemas con cosechas desechadas, embalajes, orujo de vitivinicultura, lodos de tratamiento de efluentes, etc.

La Erosión del Secano Costero: la región sufre de un severo proceso erosivo de suelos, principalmente producto de una inarmónica forma de aplicar el riego, y de fenómenos climatológicos naturales (viento y lluvia).

Posterior a la elaboración de la estrategia regional citada, se han hecho esfuerzos considerables en pro de disminuir este nivel de impacto histórico. Sin embargo, a juicio de empresarios frutícolas y vitivinícolas y de otros personajes clave entrevistados, entre sus pares aún existen dificultades para dimensionar realmente cuáles son los efectos de esta actividad productiva.

Específicamente en relación con el cluster vitivinícola, el estudio "Diagnóstico para la Implementación de un Sistema de Gestión Ambiental en el Valle de Colchagua" (U. de Chile, 2003)²⁵ da cuenta de la situación ambiental actual en este valle, destacando la línea de acción que sus actores desarrollan en torno a esta materia.

Entre los principales resultados del mencionado estudio se debe relevar la inexistencia de prácticas ambientales y/o manejo inadecuado de residuos (sólidos, líquidos, peligrosos y sub-productos) por parte de los empresarios encuestados, siendo más crítica la situación entre los productores vitícolas que en los vinícolas.

Aspectos como la falta de acceso facilitado a la normativa ambiental actualizada, el consiguiente desconocimiento por parte de los encuestados de esta normativa, el hecho que la mayor parte de las empresas no haya realizado nunca un estudio con relación con el medio ambiente, y el desconocimiento relativo de los organismos que se relacionan con el tema, son indicadores de que aún falta desarrollar una conciencia ambiental. Por lo demás, es importante que esta conciencia no esté sólo en el nivel de los empresarios, sino que sea transversal a sus trabajadores y a otros actores que estén relacionados con ello.

Se considera positivo que este estudio concluya que un 67% de las viñas del valle tiene, o tendrá a corto plazo, una certificación de algún sistema de gestión ambiental (SGA). Por otra parte, se señala que las certificaciones se están

²⁵ El estudio consideró la recopilación y análisis de información secundaria y primaria, incluyendo para esta última la realización de una encuesta que se muestrearon un total de 38 bodegas elaboradoras de vino y 31 productores de uva vinífera con más de 50 hectáreas, lo que representa el 41% y el 53% de los universos. En total la muestra representa a un 10% de las explotaciones del valle. Si expresamos estos porcentajes a nivel de superficie, el estudio abarcó 10.384 hectáreas, lo que representa el 51% de la superficie de uva vinífera en el valle.

tramitando, y son referentes a ISO 14.001 (bodegas) y a las Buenas Prácticas Agrícolas BPA²⁶ (predios de producción). Además, también se están tomando iniciativas en el tema de aseguramiento de calidad (HACCP²⁷, ISO 9.001) y seguridad laboral (OSAS 18.001).

Recordemos que la exportación de vinos con D.O. exige el cumplimiento de ciertos requisitos que se evalúan a partir de la certificación de predios y vinos. Según los empresarios y profesionales entrevistados, sin embargo, esta certificación se haría más bien por la necesidad de cumplir con este requisito que por una verdadera conciencia ambiental.

Finalmente, otro aspecto de interés que destaca este estudio es que una gestión ambiental eficiente se debe relacionar, necesariamente, con la asociatividad de los actores. Se menciona como importante la necesidad de crear una organización estable en el tiempo, que se encargue de coordinar los temas ambientales, y que incorpore tanto a los elaboradores de vino como a los productores de uva. Esta organización dependería, a su vez, de una instancia jerárquica superior que abarque todos los temas requeridos para la obtención del Sello Valle de Colchagua. Con esto se lograría que los empresarios que participen en la organización, posean un mayor nivel de compromiso y entendimiento, con lo cual se facilitarían la toma de decisiones.

Esta última idea es especialmente rescatable dada la coincidencia con la línea de desarrollo "territorial" que se ha potenciado para el Valle de Colchagua y, por ende, con el enfoque cluster que se plantea en esta consultoría.

Otro enfoque que se está trabajando con fuerza en torno a la actividad vitivinícola de la zona, según indicaron los técnicos entrevistados, dice relación con la Agricultura de Precisión²⁸, la que permite tomar decisiones tanto económica como ambientalmente adecuadas para la producción vitícola, y así,

²⁶ Las BPA consisten en un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas que se aplican a lo largo de todo el proceso productivo de los productos hortofrutícolas frescos, incluyendo el transporte y comercialización, con el fin de obtener un producto de calidad, tanto para su consumo directo, como para materia prima de procesos agroindustriales. Además, considera que este proceso productivo sea económicamente viable y se alcance con el mínimo impacto ambiental, sin contaminaciones que pudieran afectar a los trabajadores y/o consumidores. Las BPA continúan cuando los productos llegan a la planta de proceso, de manera que el concepto de BPA, aplicado específicamente en las etapas de embalado, conservación, transporte y comercialización, se conoce como Buenas Prácticas de Manufactura BPM (Arentsen, 2003).

²⁷ Hazard Analysis Critical Control Point, el que se traduce como "Análisis de las Fuentes de Contaminación de los Alimentos y Control de Puntos Críticos".

²⁸ Considera la variabilidad presente en un viñedo como resultado de factores intrínsecos o propios del lugar de producción (clima, topografía, tipo de suelo, etc.) y extrínsecos como son el riego, la fertilización y otros manejos, los cuales determinan la cantidad y calidad de las uvas y posteriormente del vino.

mejorar la rentabilidad de un sector que en los últimos años ha sufrido grandes transformaciones.

Los principales impactos económicos de la Viticultura de Precisión se relacionan con el incremento de la calidad del vino, permitiendo aumentar la cantidad de vino Premium y, en forma adicional, reducir los costos de producción por el menor uso de insumos. Sin embargo, también se espera la generación de externalidades, entre las que destaca el incremento del empleo agrícola y del uso de los servicios asociados a la producción, vinificación y exportación de vinos finos. Ello debería implicar un aumento de la demanda por mano de obra calificada, y de proveedores de la tecnología que usan estos procesos, generándose un fortalecimiento de la cadena productiva asociada a la producción de Vinos Premium.

En el caso de la actividad frutícola relativa al CER, se diferencian las cadenas productivas para la generación de fruta fresca y las cadenas industriales que tienen como principales productos a los jugos concentrados y los deshidratados de ciruela. Ambos tipos de cadenas de producción generan un impacto ambiental importante en la región, comenzando con la producción primaria y la incorporación de concentraciones de pesticidas y otros agroquímicos en agua y suelo.

Respecto de la contaminación de los procesos industriales de la fruta, el documento “Guía para el control y prevención de la contaminación industrial: Industria procesadora de frutas y hortalizas” (CONAMA, 1998) destaca la generación de residuos sólidos y líquidos a partir de esta actividad. Los principales residuos líquidos (con una alta carga de material orgánico) que se generan de la industrialización de la fruta son los procesos de lavado, a los que se adicionan los residuos de otras etapas como el pelado, blanqueado y evaporación. Los residuos sólidos, en tanto, provienen generalmente de las etapas de limpieza, lavado, corte, deshuesado, pelado y descorazonado, aunque la gran mayoría de ellos son reutilizados como suplemento alimenticio para animales o como mejoradores de suelo. Otra fuente de generación de residuos sólidos está dada por las plantas de tratamiento de riles.

El documento citado hace hincapié en que uno de los impactos ambientales importantes generados por el sector, estará dado por la descarga de residuos líquidos sin tratamiento en aguas receptoras, las que tendrán problemas de contaminación dada la descomposición de dicho material orgánico, lo que puede traducirse en una disminución del oxígeno, muerte de peces, producción y emisión de biogas, y formación de una capa de material flotante. Si las descargas líquidas tienen una alta concentración de sólidos, puede formarse una capa de sedimento en el fondo de las aguas receptoras, donde se puede producir una degradación anaeróbica, con la consecuente formación de gases malolientes.

Sobre los residuos sólidos se destaca que su disposición inadecuada puede dar origen a la contaminación del aire (generación de malos olores), del agua (subterránea y superficial) y del suelo. La contaminación tiene relación principalmente con la putrefacción de material orgánico, generando malos olores y lixiviación de contaminantes hacia el suelo y las aguas superficiales y subterráneas. Por otra parte, la disposición de estos residuos en rellenos sanitarios, puede provocar serios problemas de operación en el relleno (debido al alto contenido de humedad que presentan los residuos).

La contaminación atmosférica es generalmente un problema menor en estas industrias, sin embargo, en algunos casos se pueden producir problemas de olores producto del inadecuado manejo de los residuos sólidos. La producción de vapor con calderas que usan combustibles contaminantes (como leña o carbón), puede dar origen a una superación de las normas locales de emisión de material particulado u otros contaminantes regulados.

Tal como se señala para el manejo ambiental vitivinícola, la actividad frutícola para producción de fruta fresca y procesada también se ha hecho cargo de medidas para prevenir y contrarrestar el impacto ambiental, a través de sistemas de gestión ambiental, entre las cuales también se incluyen las BPA, el HACCP y el cumplimiento y certificación de diversas medidas ISO. Y tal como se planteó anteriormente, la puesta de medidas como éstas, más allá de la obligatoriedad impuesta por los mercados, debe constituirse en una oportunidad para mejorar en el territorio aspectos como el cuidado del medio ambiente, la salud y bienestar del trabajador agrícola y, la inocuidad de la producción frutícola para el consumidor externo, como destinatario de los producto de este potencial CER de la fruta.

IX. HORIZONTE DE TIEMPO EN QUE LOS CLUSTER PODRÍAN ACCEDER EXITOSAMENTE A LOS MERCADOS CON ACUERDOS COMERCIALES

La política de liberalización de mercado que ha desarrollado nuestro país y, a partir de ello, la suscripción de acuerdos comerciales con distintos bloques o países de interés, tienen como objetivo primordial la generación de mejoras sustantivas en el intercambio comercial correspondiente, con énfasis en las exportaciones. El éxito de un acuerdo comercial, en este contexto, responderá a elementos como la reducción arancelaria resultante de las negociaciones pero, especialmente, a la situación privilegiada que se genera para el desarrollo de los mercados y la interrelación con sus actores.

En este capítulo, se hará referencia a: las consideraciones más relevantes en torno a la relación entre Chile y los mercados más destacados con los que mantiene vigentes acuerdos comerciales; al comportamiento que se ha registrado a partir de la puesta en vigencia de cada acuerdo y; finalmente, a la situación más específica que se visualiza tanto para el cluster vitivinícola como para el frutícola.

A partir de estas consideraciones se proyectará, en términos generales, el horizonte de corto, mediano o largo plazo²⁹, para el acceso de los CER identificados, a los mercados de países o bloques con los que se han establecido acuerdos comerciales.

Se debe relevar, en este sentido, que la mayor parte de los productos de los CER identificados en la región de O'Higgins, ya están siendo exportados con éxito en la actualidad, de modo que el horizonte de corto, mediano o largo plazo apuntará, más bien, a líneas estratégicas para el **mejoramiento** del acceso de estos CER a los mercados con acuerdos.

1. Antecedentes Previos

1.1. Sobre los Acuerdos Comerciales

Según indican varios estudios consultados³⁰, la apertura de mercados que propicia un acuerdo comercial tiene, para Chile, poca relevancia para explicar el

²⁹ Según los Términos de Referencia de la consultoría se establecen las siguientes definiciones de los plazos: corto plazo (inmediatas o a menos de 6 meses), mediano plazo (entre 6 y 24 meses) y largo plazo (entre 2 y 6 años).

³⁰ "Acuerdos Comerciales de Chile y su impacto en el comercio exterior" (BCN, 2005); "Evaluación de los Posibles Efectos del Acuerdo Chile y la Unión Europea" (Guerra, 2005)

potencial de alto crecimiento exportador futuro y, más bien, estaría relacionado con la promoción, en estos mercados, de dinámicas de demanda que tiendan a la sofisticación del consumo con cargo a un alto valor de los productos.

En términos del desarrollo que han tenido los diferentes acuerdos comerciales a partir de su negociación, y su posterior entrada en vigencia, se puede dar cuenta de las diferencias que concurren en cada uno de estos procesos.

Así, se estima que el acuerdo con mayor impacto en el mediano plazo es el suscrito con la Unión Europea, mientras que los resultados del acuerdo con EE.UU. serían bastante menores, aunque a un ritmo de desgravación más acelerado, lo que constituyó una ventaja especialmente interesante en el período inmediatamente posterior a la entrada en vigencia del acuerdo. En el caso de Corea del Sur, aún con un plazo bastante mayor para el desgravamiento, los beneficios se relacionarían con el alto potencial de crecimiento, a partir de un bajo nivel de exportaciones inicial.

Según se afirma en el estudio “Análisis del impacto económico en la región de O'Higgins de los nuevos acuerdos comerciales de Chile” (Sepúlveda y Rivera, 2004), pese a los avances que se han obtenido a partir de los distintos acuerdos, existen amenazas de que las preferencias arancelarias que Chile vaya obteniendo en los próximos diez años, puedan verse diluidas por los acuerdos comerciales que estos países establezcan con terceros países competidores.

En el caso de EE.UU., por ejemplo, ha establecido acuerdos con Australia, Centroamérica y el Caribe, y ha iniciado negociaciones con Colombia, Perú y Ecuador y Nueva Zelanda, varios de ellos países competidores directos de Chile y de la región de O'Higgins en específico -como son Australia, Nueva Zelanda y Argentina- los que podrían convertirse en una clara amenaza ante un eventual posicionamiento tardío de la oferta exportadora regional en los macromercados que interesan.

La UE, por su parte, desarrolla un acuerdo con el MERCOSUR.

Todo indica, además, que la negociación coreana con Chile fue una señal de apertura gradual de este país, que le podría conducir, en el mediano plazo, a iniciar negociaciones con Australia y Nueva Zelanda los que, como ya se señaló, son fuertes competidores de nuestro país y de la Sexta Región en particular.

y “Análisis del impacto económico en la región de O'higgins de los nuevos acuerdos comerciales de Chile” (Sepúlveda y Rivera, 2004), entre otros.

1.2. Sobre la relación entre los acuerdos comerciales y los CER identificados

1.2.1. Cluster Vitivinícola

Según se desenvuelve la dinámica del mercado internacional de vinos finos, se constata que no se trata de un mercado de commodities³¹, ya que se rige por las preferencias de gustos organoléptico-varietales de los consumidores, en directa relación con D.O. del producto y la diferenciación del mismo.

Esto significa que el pago del arancel no es una variable crítica o, por lo menos, no lo es para continuar expandiendo las exportaciones de los vinos de mayor valor, que son los que Chile apuesta a consolidar como eje de su estrategia exportadora, sobre la base de optimizar la relación precio-calidad (ProChile, 2005).

De esta manera, las exportaciones del vino chileno podrán mantener su crecimiento más por su imagen de calidad, que por un eventual mejoramiento de su precio relativo (conforme se trate de un mismo rango de calidades), atribuible a desgravaciones arancelarias.

La gran oportunidad que abren los Acuerdos Comerciales, entonces, dice relación con la potenciación de la imagen-país, a partir de lo cual se promoverían los vinos nacionales con un alto grado de identificación territorial, que es por lo que está apostando fuertemente la región de O'Higgins y, en particular, el Valle de Colchagua.

En este marco, el turismo enológico se ve especialmente fortalecido y proyectado, en la medida que los acuerdos comerciales no sólo implican ventajas "duras", como puede ser una rebaja arancelaria, sino que se multiplican las posibilidades de establecer acciones de difusión, sistemas de cooperación y otros que faciliten la llegada de turistas y especialistas enólogos al territorio.

Según indicaron algunos empresarios vitivinícolas entrevistados, algunas empresas pioneras en el ámbito del turismo enológico consideran que éste ha dejado de ser un elemento anexo a su negocio, y ha pasado a ser un aporte interesante para su economía. Esta buena experiencia determina que la actividad desarrolle una dinámica de desarrollo distinta a la de la producción vitivinícola, en el marco de lo cual incluso se considera la posibilidad del surgimiento de viñas pequeñas, que opten por producir el vino para su comercialización fundamentalmente a través del turismo que desarrollen, y no al revés como es la tónica hasta ahora.

³¹ **Productos internacionalmente homogéneos, grandes volúmenes indiferenciados.**

Por lo demás, en el contexto del turismo enológico o del enoturismo, no sólo se buscan actividades como la visita a bodegas y la cata vinos, sino que el turista esperará conocer la cultura de la tierra donde se producen, sus manifestaciones artísticas, su historia, su gastronomía y, seguramente, pasar unos días de descanso en medio de sus paisajes, practicando algún entretenimiento o visitando algún balneario. Con ello, efectivamente, se abre un espacio para varios otros frentes de la economía territorial y regional.

En lo que respecta a las posibilidades que se las presentan a las pequeñas viñas y a las viñas emergentes en los mercados analizados, éstas están claramente vinculadas a la capacidad de asociación, cooperación e integración que entre ellas puedan desarrollar, y también con el resto de las empresas vinculadas a la cadena de valor. El propósito de lo señalado, es a partir de ello generar economías de escala en los procesos de innovación y transferencia tecnológica, que les permitan mejorar sus niveles de productividad y competitividad, y de esta forma vincularse activamente a las grandes viñas, en su posicionamiento a partir de la identidad territorial en los mercados internacionales.

1.2.2. Cluster frutícola

En primer término se puede establecer, en relación con la fruta fresca, que los impactos en la expansión de las exportaciones nacionales atribuibles a las reducciones arancelarias no son especialmente altas, al considerarlas y compararlas con el universo de los productos beneficiados de origen silvoagropecuario. Los aranceles de pre-acuerdo que estaba pagando la fruta fresca chilena de contraestación eran, en general, bajos, siendo particularmente más bajos en EEUU que en la UE y que en Corea.

Según el estudio que Sepúlveda y Rivera (2004) realizaron para la DIRECON, con el objetivo de establecer el impacto de los últimos TLC suscritos con Estados Unidos, la Unión Europea, Corea del Sur y EFTA, conservadoramente se estimaba que, para la fruta fresca, el incremento de las exportaciones resultante de estos acuerdos debería ser del orden de los US\$ 140,8 millones anuales, siendo US\$ 90,7 millones atribuibles a la apertura de mercados en la UE, US\$ 27,7 millones a EE.UU., US\$ 23,1 millones a Corea del Sur y US\$ 5 millones a EFTA. La FEPACH afirmaba la misma tendencia incremental, aunque con una proyección aún más optimista.

En el marco de ello, la región de O'Higgins tendría claro liderazgo exportador en frutas frescas, especialmente, ciruelas, duraznos, manzanas, peras y uvas, mientras que tendría una gravitación intermedia o menor en cerezas, kiwis y nueces.

Respecto de los productos procesados de frutas (productos deshidratados, congelados, conservas y jugos), Chile ha quedado en inmejorable posición para expandir sus exportaciones a partir de los acuerdos suscritos. En deshidratados de ciruelas, pimentón y manzana, el liderazgo de la VI Región es especialmente fuerte, el que se repite para los jugos concentrados, destacando el jugo de manzana.

Especificando la relación de los productos procesados con los mercados, se debe señalar que la rapidez con que se obtienen los beneficios arancelarios es mayor en la UE que en los EE.UU. ya que, desde el presente año, el 63% de los productos hortofrutícolas procesados -sujetos a desgravamen-, ya están ingresando con arancel 0 a la UE. En cambio, en el caso de EEUU, un porcentaje similar de los productos se estaría recién beneficiando en 2013 (aunque en cuatro años más, es decir, en 2008 este porcentaje sería del 43%), mientras que para el plazo máximo de doce años quedaría con el 31% de los productos pendientes. En el caso de Corea del Sur, la gran mayoría de los productos negociados adquirirán su plena desgravación hacia el 2014.

Sobre el comportamiento del mercado de productos frutícolas procesados se debe recalcar que, tal como la fruta fresca, estos productos tienen un claro carácter de commodities en la medida que son utilizables como insumos por otra agroindustria, por la hotelería y/o restaurantes, e incluso para agregación de valor por parte de supermercados. Sin embargo, existe un potencial muy interesante por orientar parte importante de la producción hacia una demanda creciente por productos diferenciados, de fraccionamiento y de envase a pedido.

Para abordar la posibilidad de diferenciar y adecuar la producción, según requerimientos específicamente solicitados, se cuenta con la factibilidad técnica de aprovechar la versatilidad o flexibilidad tecnológica que caracteriza las instalaciones industriales propias a cada categoría de procesados. Es decir, considerando la especialización técnica de equipamiento que significa producir deshidratados, congelados, conservas y jugos.

Para exhibir competitividad como exportador, en este escenario, se indica que hay dos cuestiones claves: asegurar economías de escalas que no subutilicen el capital fijo y que reduzcan el costo energético unitario y del flete, y asegurar trazabilidad y gestión de calidad y de inocuidad en la cadena exportadora.

2. Principales Consideraciones Sobre el Desarrollo de los Acuerdos y la Proyección de Horizonte de Acceso de los Cluster

A continuación se entregan las principales consideraciones para describir cómo han sido los procesos entre Chile y los países o bloques con los que ha establecido acuerdos comerciales, desarrollando especialmente aquellos que tienen mayor importancia en la actualidad, o que presentan un potencial más

interesante para los CER potenciales identificados, ellos son: Unión Europea, Estados Unidos y Corea del Sur.

En el caso de los acuerdos comerciales suscritos con MERCOSUR, Canadá y México, dada su mayor data de la suscripción, los principales efectos de los mismos ya han tenido lugar, especialmente en lo que se refiere a la desgravación. Para ellos, entonces, se incluyen las principales consideraciones sobre los procesos que han seguido a la puesta en vigencia de los acuerdos. En relación al acuerdo con EFTA también se establecen las condiciones generales.

2.1. Unión Europea

a) Consideraciones generales:

- Entrada en vigencia: 1 de febrero de 2003 (3 años de vigencia).
- A partir de la entrada en vigencia del acuerdo se ha experimentado un mayor crecimiento de las exportaciones a este destino que de las importaciones, con lo cual la balanza comercial se ha hecho más positiva para Chile.
- Las exportaciones silvoagropecuarias a este mercado adquieren una mayor importancia relativa al ponerse en vigencia el acuerdo.
- Cuatro países miembros concentran un porcentaje importante de las exportaciones chilenas: Holanda, Italia, Alemania y España y, entre los países que en el período de vigencia del acuerdo han sido más dinámicos en cuanto destino de exportaciones chilenas, destacan Holanda y, en menor medida, Francia y Finlandia.
- Para la región de O'Higgins la Unión Europea representa un destino interesante para sus exportaciones, aportando algo más del 8% del valor total exportado. Los principales países europeos a los que exporta la región son Holanda, Italia, España e Inglaterra.

b) Consideraciones específicas y Horizonte de acceso para cada CER:

- Cluster vitivinícola y la UE:

- Arancel preferencial y decreciente para la exportación de vinos chilenos a ese destino, el que desaparecerá definitivamente el 1 de enero de 2007. Los envíos a ese mercado ingresaban con un arancel de 13 a 31 euros por hectolitro, algo así como 6% a 8% (Guerra, 2003).
- Del valor de importación de vino chileno, por parte de la UE, sobre el 80% corresponde a vinos finos. Esto se explica por el hecho de que mientras el arancel para el vino chileno con D.O. fluctuaba entre 3% y 9%, la protección para los vinos restantes se podía elevar hasta el 40%, según la glosa. Así, se produce desgravación inmediata para los vinos chilenos con D.O. y a cuatro años para las glosas restantes.
- A partir del acuerdo y de las especificaciones sobre las D.O., el vino chileno renuncia a comercializar con denominaciones de origen europeas y al uso de algunas expresiones tradicionales tipificadoras de vino, hasta antes de ese momento poco normadas internacional y nacionalmente.
- Los principales resultados de la negociación aseguran: estabilidad jurídica en prácticas enológicas, estabilidad jurídica en marcas chilenas (no cuestionadas por indicaciones geográficas o expresiones tradicionales europeas), reconocimiento a las menciones complementarias de calidad chilenas, y acceso jurídico cierto de dichas menciones de calidad ampliadas ahora a algunas que antes no contaban con esa certidumbre ("Reserva", "Clásico", "Clos", etc.).

Horizonte de acceso CER vitivinícola a la UE
<p>Vino:</p> <ul style="list-style-type: none">- Corto plazo: en 2007 se desgrava el vino (sin D.O.), lo que puede significar una oportunidad para las exportaciones, aunque los vinos sin D.O. no sean los prioritarios para la producción chilena y regional.- Mediano a largo plazo: oportunidad que se intensifica para vinos terroir, dada la valoración que existe en el mercado europeo de los productos que se identifican con territorios definidos. Además, dada la defensa de D.O. y las expresiones tradicionales tipificadoras del vino y otros similares (ejemplo, champagne francés v/s cava español). También crecen oportunidades para el vino orgánico.
<p>Turismo Enológico:</p> <ul style="list-style-type: none">- Corto a mediano plazo: oportunidad para intensificar el turismo enológico con visitantes europeos, considerando que gran parte de los visitantes actuales tienen esa procedencia (según información aportada por profesionales en el tema entrevistados), y que se trata de un mercado en franca expansión.

- Cluster frutícola y la UE:

Fruta fresca

- El 85% de la exportación frutícola chilena quedó liberado de inmediato a partir del acuerdo, o con una liberación total a cuatro años plazo. Las manzanas son desgravadas en forma inmediata, mientras que las uvas lo son a cuatro años, pero con cuotas libres de aranceles desde el momento de la entrada en vigencia del acuerdo, lo que significa una rebaja de prácticamente la mitad del arancel inicial. Con estas rebajas, Chile ha quedado en una situación comparativamente favorable respecto a sus competidores más directos (Guerra, 2003).
- Los plazos y las preferencias arancelarias que se obtienen con el acuerdo con la UE son variables según la especie, desde 4% (palta) hasta 20% (damasco), observándose los mayores impactos exportadores probables, para la región de O'Higgins, en uva, pomáceas, carozos, cerezas y kiwi, que observan plazos de desgravación que van desde cuatro a siete años; el plazo de naranjas se prolonga hasta diez años (Sepúlveda y Rivera, 2004).
- Los aranceles de carozos, con la excepción del de la ciruela (6,4%), tienden a ser los más altos de su universo arancelario frutícola. La UE que importa cerca del 20% de la oferta chilena de ciruelas al mundo y, por tanto, gracias a la eliminación del 6,4% de arancel al cabo del cuarto año, lo más probable es que este flujo de ciruelas hacia Europa se acreciente (Sepúlveda y Rivera, 2004).
- La cereza paga 12% de arancel con un plazo de desgravación a cuatro años; durazno y nectarines pagan 17,6%, y damasco que paga 20%, todos con un plazo de siete años desgravación plena (Sepúlveda y Rivera, 2004).
- En cuanto a la manzana, la importante reducción arancelaria prevista, más que facilitarle la competencia a la oferta regional con la manzana sudafricana, será importante para abordar el reordenamiento del mercado a raíz de la ampliación de la UE con los países del este europeo. El alto grado de consolidación moderna de la industria de la fruta fresca, le debería estar permitiendo aprovechar crecientemente las oportunidades que se abren.

Fruta procesada (jugos concentrados y frutas deshidratadas)

- El grueso de las exportaciones agroindustriales chilenas emblemáticas quedó libre de aranceles a cuatro años plazo. Esto se traduce en una gran ventaja competitiva en relación a los competidores directos, en otros casos, se ha igualado la situación de acceso de países con los que se compite más directamente. Casi la totalidad de los derivados (concentrados, conservas, pastas y jugos de fruta) quedaron en categoría de desgravación a 4 años.

- El arancel europeo del jugo concentrado, por ejemplo, quedará en 0 en cuatro años, el que según el grado de concentración, aparece fluctuando entre 22% y 40% inicialmente.

-

Horizonte de acceso CER frutícola a la UE

Fruta Fresca:

- Corto a Mediano plazo: el cumplimiento de 4 años de vigencia del acuerdo establece la desgravación para varios productos, teniendo especial importancia la ciruela fresca y, en menor medida, la cereza.
- Mediano y Largo plazo: el impacto esperable para algunas especies frescas podría concretarse y maximizarse en la medida que se ajuste y mejore la oferta varietal, y las tecnologías de post-cosecha. Esto es especialmente cierto para la ciruela -como principal especie de fruta fresca exportada por la región a este mercado-, y los demás carozos -durazno y nectarín-, inicialmente afectos a los aranceles máximos, pero que por problemas de perecibilidad prematura de las variedades existentes tienen mayores dificultades para acceder a la UE, con buena calidad organoléptica.
- Largo plazo: específicamente en relación con la uva de mesa, se deberían incrementar las exportaciones de uva a este mercado, a partir de la generación de una oferta de variedades más apetecidas por éste, considerando que las predominantes en la actualidad son en base a la demanda de EE.UU.

Fruta procesada:

- Corto a Mediano plazo: La eliminación del alto escalonamiento arancelario abre importantes oportunidades expansivas para la agroindustria regional a mediano y largo plazo, interesantes especialmente para jugos y deshidratados.
- Mediano a Largo plazo: se debe apostar por la agregación de valor e identificación territorial de los productos procesados de la fruta importantes del cluster, u otros que se sigan desarrollando en el futuro.

2.2. Estados Unidos

a) Consideraciones generales:

- Entrada en vigencia: 1 de enero de 2004 (2 años de vigencia).
- El 87% de las exportaciones silvoagropecuarias se beneficia con arancel 0 de forma inmediata a la entrada en vigencia del acuerdo, 8% lo hace al cabo de cuatro años, 0,6% al cabo de diez años. Un 4,5% quedaría pendiente para una desgravación final en doce años.

- Las exportaciones a Estados Unidos aumentaron el primer año de vigencia del TLC en un 25,4%, un crecimiento importante pero bastante inferior al aumento de los envíos de Chile a todo el mundo. Esto se ve reflejado en que Estados Unidos disminuyó su participación en el total de las exportaciones del país, desde representar el 18% el año 2003 al 15% al año siguiente (datos de DIRECON).
- Los productos de origen silvoagropecuario, exportados a este mercado, disminuyen en términos relativos y en valores absolutos después de un año de vigencia.
- La región de O'Higgins no se ha visto especialmente favorecida por el incremento de sus exportaciones a este mercado, post entrada en vigencia del acuerdo.

b) Consideraciones específicas y Horizonte de acceso para cada CER:

- Cluster vitivinícola y EE.UU.:
- A partir de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Estados Unidos (el 1 de Enero del 2004), se mantiene el arancel aplicable a las mercancías de la categoría 22042150, lo que ocurre hasta el 1 de Enero del año 2015 (año 12 del acuerdo), cuando estas mercancías quedarán libres de derechos.
- Las condiciones para la entrada de vinos en general son: Arancel/Cuota de 5,3 cent/litro - 16,9 cent/litro, y extensión automática de los beneficios a futuros socios de EE.UU.
- La protección arancelaria del mercado estadounidense es, definitivamente, baja para el vino y, especialmente, para el vino con D.O. que paga arancel 0. Sólo se grava el ingreso de otros vinos, preferentemente aquellos que se adquieren para ser mezclados o embotellados localmente, con marcas propias.

Horizonte de acceso CER vitivinícola a EE.UU.
<ul style="list-style-type: none">- Vino:- Mediano a largo plazo: se definen oportunidades para el cluster dada la tendencia de los consumidores hacia la producción orgánica de vinos.- Largo plazo: los estudios de la demanda del vino indican que tanto el tinto como el blanco aumentarán sus ventas en volumen en el largo plazo, sin embargo, las tasas de crecimiento de los vinos tintos, especialmente Cabernet Sauvignon y Merlot, deberían ser mayores que las de los blancos, lo que es relevante para ajustar la oferta a estas consideraciones.- La rebaja arancelaria no significará una oportunidad especialmente interesante para el vino -cuando en 2015 se elimine por completo-, dado el bajo nivel actual de las tasas para el vino con D.O. y de calidad media a superior, que es al que apuesta el sector vitivinícola chileno.

Turismo Enológico:

- Corto a Mediano plazo: considerando que el turismo enológico de este mercado es uno de los más importantes (según datos aportados por profesionales en el tema del territorio), se debería aprovechar la oportunidad de incrementar el número de visitantes y su nivel de gastos en el territorio.

- Cluster frutícola y EE.UU.:

- Para fruta fresca, en general, se puede establecer que los impactos de las desgravaciones por la vigencia del acuerdo no son especialmente altos, al considerarles y compararles en el gran universo de los productos beneficiados de origen silvoagropecuario.
- Uva de mesa, ciruelas, damascos y frambuesas quedaron con desgravación inmediata y sin cuotas al momento de entrar en vigencia el acuerdo, lo que significó un efecto de ahorro de aranceles significativo inicial, aunque tiende a diluirse por el acceso de otros mercados a condiciones privilegiadas semejantes.
- El gran mercado para los carozos chilenos ha sido, y probablemente continuará siendo, EEUU.
- Para productos de fruta procesados, los efectos deberían ser más visibles en los próximos años, de acuerdo al programa de desgravación acordado (4 a 12 años). Sin embargo, se debe considerar que tanto para frutos secos como para deshidratados, California es un importante competidor. En el caso de los jugos concentrados la liberación será a ocho años, con una desgravación lineal anual.
- Positiva proyección de frutas orgánicas. La manzana es uno de los productos más promisorios, mientras que otros relevantes son: ciruela, berries, cereza y durazno. Gran potencial tienen la uva orgánica, siempre y cuando se logren resolver las exigencias de tratamiento fitosanitario que hasta ahora han impedido la exportación desde Chile.
- Desarrollo interesante de algunas nuevas especies-variedades, dentro de la cual destaca el plout, que corresponde a un híbrido entre damasco y ciruela.

- Fruta procesada:

- El 80% de las exportaciones de jugo chileno se canaliza hacia EEUU, mientras que Europa apenas ha recibido 7,8% de las mismas (ODEPA, con información del Servicio Nacional de Aduanas).
- Lo más probable es que la VI Región mantenga su liderazgo en la producción y exportación de jugo de manzana, debido a que los requerimientos de materia prima coinciden con la composición varietal de sus huertos. También es cierto que si se generan condiciones favorables

para una expansión exportadora global, lo más probable es que las regiones de más al sur podrán presionar por mejorar su participación en ella.

- En jugo de uva de la VI Región debería mantener o mejorar su participación en una probable expansión de la oferta global, pero previendo que sus regiones aledañas también reunirán condiciones similares para hacerlo.

Horizonte de acceso CER frutícola a EE.UU.

Fruta fresca:

- Corto plazo: Considerando que el efecto de las desgravaciones no es especialmente relevante para la fruta fresca, y se fortalece la competencia de mercados que también producen en contraestación, se debe apuntar a incrementar valores a partir de mejorar la relación calidad-precio de los actuales productos, en su rol de commodity.
- Mediano plazo: se debe apostar por la diversificación de especies y variedades, en el marco de una estrategia de generar nuevos nichos de mercado.
- Mediano a largo plazo: se debe considerar que, más allá de las concesiones arancelarias hechas a partir del TLC, EE.UU. se está reservando el derecho de aplicar salvaguardas en fruta fresca (palta, melones, cerezas y nueces), elemento a tener en cuenta para el desarrollo del proceso.

Productos procesados:

- Mediano plazo: la fruta deshidratada y otros productos procesados mejorarán su acceso en la medida que se apueste por la diferenciación y la agregación de valor del producto.
- Largo plazo: El actual arancel de jugo de uva, que se situaba en torno a 5,4%, quedaría totalmente desgravado entre ocho y diez años plazo después de la entrada en vigencia del TLC, según sea mosto o jugo de uva. En jugos de manzana, ya con anterioridad el arancel actual de EEUU era 0.

2.3. Corea del Sur

a) Consideraciones generales:

- Entrada en vigencia: 1 de abril de 2004 (2 años de vigencia).
- Las exportaciones no-cupríferas previas al acuerdo eran muy bajas.
- En el marco del acuerdo suscrito, una apreciable cantidad de glosas de los capítulos sobre agricultura han quedado en una lista cuya negociación quedaría supeditada a los resultados del cierre de la ronda Doha, tres años después de que ésta termine.
- Las exportaciones a Corea del Sur, del período abril-diciembre del 2004, alcanzaron los 1.343,9 millones de dólares, lo que corresponde a un crecimiento de un 77% con respecto a igual periodo del 2003 (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas).
- Los embarques del sector agrícola disminuyeron en un 13% entre 2003 y 2004, y alcanzaron una participación de 0,5% durante el período analizado (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas).
- La Sexta región se constituyó como uno de los puntos de origen regionales más dinámicos, ya que aumentó sus envíos en un 175% entre 2003 y 2004 (ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas).

b) Consideraciones específicas y Horizonte de acceso para cada CER:

- Cluster vitivinícola y Corea del Sur:

- Como efecto inmediato del TLC firmado entre Chile y Corea, el arancel aplicable se reducirá en 5 años. En 2005 el arancel vigente era de 10% y, para el 2006, es de 7,5%, llegando a 0% el año 2009.
- Según datos de ProChile (2005), se ha producido un incremento del volumen de vino exportado a este país y de su participación relativa, considerando que en 2003 Chile exportó US\$ 8 millones, mientras que hasta noviembre de 2005 se registraban US\$ 10,9 millones por estas exportaciones. En términos de ranking entre los países desde los cuales Corea importa vinos, Chile pasó a ocupar el segundo lugar, avanzando desde el tercero que ocupaba el año pasado.
- La caída del arancel -de 15% a 12,5% en el primer año- no fue la que tuvo mayor incidencia en la mejor posición en el mercado coreano sino, más bien, la promoción del vino chileno, que creció en intensidad a partir de las negociaciones del TLC.

Horizonte de acceso CER vitivinícola a Corea del Sur

Vino:

- Corto a mediano plazo: se debe continuar con la estrategia de marketing a partir de la imagen-país, pero poniendo especial esfuerzo en la diferenciación del producto, elemento que se considera una limitante, hasta ahora, para potenciar la demanda internacional.
- Largo plazo: La desgravación a cinco años plazo alcanzará a un 45% del inicial, lo que implica una preferencia arancelaria que podría significar desplazar la competencia de terceros (Francia, EEUU, Italia, Australia y España, en este mismo orden de importancia), absorbiendo su actual mercado importador, y abaratando su consumo interno.

Turismo Enológico:

- Corto plazo: Las estadísticas de SERNATUR indican que el número de visitantes provenientes de Corea del Sur fueron casi 6 mil durante el año recién pasado, cifra que es levemente inferior a la de 2004, aunque superior a los aproximadamente 2.700 visitantes anuales que se registraron en los años precedentes. No hay antecedentes acerca de cuántos, de ellos, hicieron turismo enológico. Entonces, los esfuerzos por potenciar la difusión del producto "vino diferenciado" se pueden complementar con la promoción de este tipo de turismo, considerando el potencial de crecimiento existente.

- Cluster frutícola y Corea del Sur:

-

- Manzanas y peras son las únicas frutas frescas que quedaron totalmente excluidas de cualquier reducción arancelaria futura.
- Los aranceles de los carozos son tan altos como los del resto de la fruta importada por este país: 50% para durazno y nectarines, y 30% para cerezas, y siempre con el mismo plazo de diez años para su plena desgravación.
- Los jugos de frutas han estado pagando aranceles próximos al 50%, los que para Chile quedarán desgravados entre plazos que van de cinco a diez años. Entre éstos el más interesante sería el jugo de uva, el que quedaría desgravado en siete años.

Horizonte de acceso CER frutícola a Corea del Sur
Fruta fresca
<ul style="list-style-type: none">- Corto y mediano plazo: a juzgar por los resultados obtenidos y por la opinión de expertos, el incremento de las exportaciones post puesta en vigencia del acuerdo responde más al trabajo de la imagen país que a la reducción arancelaria (la que se concretará a plazos más largos para la mayoría de los productos del cluster), de manera que se debe fortalecer este accionar para incrementar las exportaciones en volúmenes y valores.- Largo plazo: La reducción arancelaria se hará efectiva en los próximos años con plazos variables (ya indicados), implicando una ventaja considerable a partir de las altas tasas que se aplican actualmente.
Productos procesados
<ul style="list-style-type: none">- Largo plazo: La reducción arancelaria para productos procesados, tal como para la fruta fresca, se hará efectiva en los próximos años con plazos variables (ya indicados).

2.4. MERCOSUR

a) Consideraciones generales:

- Entrada en vigencia: 1 de octubre de 1996 (9 años de vigencia).
- La zona de libre comercio establecida en este ACE contempla la adopción de un Programa de Liberación Comercial, es decir, de desgravación arancelaria que favorece al universo de los productos originarios de los territorios de las partes que lo suscriben. Más del 90% de los ítems de desgravación comenzó su liberalización el 1 de octubre de 1996 y culminó el 1 de enero del año 2004. Considerando el caso de los productos sensibles, la liberación total para el universo arancelario no podrá exceder del año 2014.
- Históricamente las exportaciones sectoriales hacia MERCOSUR han mostrado un predominio de los productos industriales, seguidos de los bienes mineros y, finalmente, de la agricultura, composición sectorial que se intensifica en los primeros años de la vigencia del acuerdo con este bloque.
- En el último período se verifica un cambio en relación con las exportaciones mineras, incrementándose fuertemente su participación total, en desmedro de los bienes agrícolas e industriales.
- Ha sido especialmente importante el crecimiento de las exportaciones de productos con mayor valor agregado, especialmente alimenticios, entre

- los que destacan las exportaciones de frutas, legumbres y de productos comestibles preparados.
- En el marco de MERCOSUR, sólo el mercado de Brasil es relevante para las exportaciones de vino chileno con D.O. (8º lugar a nivel nacional y 11º lugar a nivel regional, Cuadro 6).
 - En Brasil se bebe menos de 2 litros anuales de vino, pero sus 150 millones de habitantes prometen gran potencial para incrementar las exportaciones a este país.
 - Dadas las estrechas relaciones comerciales entre Brasil y Argentina, éste último se plantea como un competidor de suma relevancia para el mercado chileno.
 - Los países pertenecientes a MERCOSUR tienen menos relevancia que otros destinos, considerando los volúmenes de exportación de fruta fresca. Según datos de ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas (Cuadro 17 del Informe 1), Brasil es el único país del MERCOSUR más destacado, ubicándose en el lugar 14º de los principales destinos de exportación.
 - En relación con fruta deshidratada (específicamente ciruela), Brasil es uno de los principales destinos de las exportaciones chilenas, ubicándose en el 9º lugar con más de 2.700 US\$ FOB.
 - En relación con jugos concentrados ninguno de los países del MERCOSUR figura como destino relevante de las exportaciones chilenas.

2.5. Canadá

a) Consideraciones generales:

- Entrada en vigencia: 5 de julio de 1997 (8 años de vigencia).
- El programa de liberalización comprende casi la totalidad del universo arancelario, abarcando el 92,48% de los productos, con una desgravación inmediata para más del 80% del comercio recíproco. El resto del comercio se regula asimétricamente, con un arancel cero para todos los productos chilenos, en un plazo máximo de 6 años a partir de la vigencia, con algunas excepciones.
- El saldo comercial con Canadá fue negativo en los primeros seis años de vigencia del TLC, el que logró revertirse entre 2003 y 2004.
- En el año 2004 Canadá fue el mercado con mayor crecimiento para los envíos chilenos (88%). Es, por lo tanto, un destino muy dinámico en el último período, pero que está altamente concentrado en torno a las exportaciones mineras.
- Las exportaciones de la agricultura y fruticultura constituyeron, en el año 2003, sólo un 2,3% del total. Los rubros con mayor crecimiento exportador fueron los de la industria de alimentos y vino, que aumentaron en un 26,5% en el período 1997 – 2003.

- Un aspecto importante de este acuerdo se refiere a la caracterización de los bienes “originarios”, estableciendo el tratado un sistema de autocertificación del origen, lo que significa que el certificado respectivo es emitido por el productor o exportador de la mercancía.
- Chile tiene libre arancel desde 1997, razón por la cual los efectos esperables ya se produjeron en los años precedentes. Además, las preferencias producto del acuerdo también las tienen Estados Unidos, México y Costa Rica, el primero también gran productor de vinos y proveedor de Canadá.

2.6. México

a) Consideraciones generales:

- Entrada en vigencia: 17 de abril de 1998 (8 años de vigencia).
- La exportación de vinos chilenos a México está exenta del pago de aranceles.
- Para poder aplicar este arancel preferencial la factura comercial que se le envía al importador mexicano debe ir acompañada con un Certificado de Origen que pruebe que el producto que se va a introducir a México es 100% chileno, o cubre los requisitos mínimos de porcentaje de integración según el texto del Tratado de Libre Comercio entre México y Chile.

2.7. EFTA

a) Consideraciones generales:

- Entrada en vigencia:
- El PIB combinado de los Estados Miembros supera los US\$ 470 mil millones, el cual equivale al 5% del PIB de la Unión Europea. El PIB per capita se sitúa entre los más elevados del mundo y asciende a US\$ 34.500 en promedio. Las economías de los Cuatro Estados Miembros mantienen un marcado dinamismo: 3% de crecimiento anual; inflación de 1%; y, un índice de desempleo bajo y estable de una magnitud cercana al 3% (Chile y la Asociación Europea de Libre Comercio, 2004).
- Más del 90% de los intercambios comerciales quedaron desgravados con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio, siendo el sector industrial el que recibirá el mayor impacto de esta liberalización inmediata.
- Junto a esta rebaja de aranceles, se eliminaron las medidas antidumping para el comercio recíproco.
- Las exportaciones destinadas a los países socios de EFTA provienen en su mayor parte del Sector Minero, las que alcanzaron un monto de US\$ 128,1 millones, con una participación del 68,2% del total exportado, seguido por el Sector Industrial con un 24,4%, Agricultura con 4,8% y Otros con el 2,6% del total exportado durante el año 2004.

- “Vinos” es el segundo producto de importancia exportadora desde Chile a este destino, con un 11,3% del total exportado. “Manzanas frescas”, en tanto, es el primer producto frutícola que aparece dentro de los principales envíos, pero sólo representa e 56% de las exportaciones, en 2004 (Comercio Exterior Chile-EFTA).

ANEXOS

Anexo 1: Discusión Bibliográfica.

Anexo 2: Cuadros Estadísticos

Anexo 3: Entrevistas realizadas.

Anexo 4: Información Consultada

Anexo 5: páginas Web visitadas

ANEXO 1

DISCUSIÓN BIBLIOGRÁFICA E INFORMACIÓN CONSULTADA

En primer término, y en función de los documentos revisados para generar la base teórica para la caracterización de un cluster y la definición de los criterios que deberían darse para la existencia de un CER actual o potencial, se define que existe numerosa bibliografía técnica al respecto, especialmente en términos del planteamiento económico del mismo y el enfoque de Porter para definir competitividad, entre ellos, se destacan “Clusters and the new economics of competition” (Porter, 1998) y el artículo “Estrategias para la Instrumentación y Desarrollo de Clusters” (San Román, 2004)

La disponibilidad de estudios que den cuenta de la materialización y evolución de un cluster, de acuerdo a criterios claros y universales, es bastante más escasa, y también es reflejo de una conceptualización sobre cluster que es muy variada en su aplicación. Entre los estudios que mayor aporte hicieron a clarificar esta materia se deben mencionar “Formación y desarrollo de un *cluster* globalizado: el caso de la industria del salmón en Chile” (Montero, 2004), ya que permite conocer fácilmente el proceso seguido y proyectar esa experiencia a otras, como la que se analiza en esta consultoría.

En términos de aplicación del concepto de cluster se deben destacar algunos documentos provenientes de casos europeos y norteamericanos, ya de amplio conocimiento. Sin embargo, llama positivamente la atención el desarrollo bibliográfico que exponen países latinoamericanos, destacando Argentina. En este contexto, un documento digno de mencionar es el de Competitiveness (2005), que profundiza en las bases para la identificación y posterior desarrollo de dos cluster concretos en Mendoza, que tienen la particularidad de definir una metodología territorial que integra a una red de empresas de mayor diversidad a las vistas en otros casos de cluster.

En relación con el potencial cluster del vino, la literatura nuevamente es generosa en documentos españoles y argentinos. Un artículo interesante es “¿Qué factores determinaron el desarrollo del cluster vitivinícola?” (Olivieri, 2003). Para este tema, y su proyección al territorio en estudio la “Propuesta segundo año: Programa Territorial Integrado Vitivinícola, Colchagua Tierra Premium” (CORFO, 2005), constituye un documento fundamental en orden a conocer el proceso seguido y, especialmente, las características del enfoque que se ha desarrollado para el vino en este territorio.

El estudio “Diagnóstico Tecnológico rubro vitivinícola en Valle de Colchagua” (INIA, 2003), es un aporte en términos de caracterizar a los productores del Valle, especialmente en materias tecnológicas. Este documento es especialmente interesante ya que complementa los antecedentes técnico-

productivos que el INIA maneja siempre bien, para proyectarlo hacia una situación concreta.

Finalmente, en relación con el potencial cluster de la fruta, se analizó la bibliografía existente en términos de mercado (aportada por ODEPA, ProChile, CORFO y CIREN) y en relación con los procesos industriales requeridos. En ese sentido, se debe destacar espacialmente la información que las asociaciones del gremio a portan a través de sus páginas Web, entre las que destacan Chilealimentos y FEDEFruta.

Anexo 2

CUADROS

1. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) VI REGIÓN, POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONÓMICA.
2. CANASTAS EXPORTADORAS A 5 DIGITOS PERIODO 1992 AL 2004.
3. PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN SILVOAGROPECUARIOS DE LA SEXTA REGIÓN.
4. SUPERFICIE Y PROPIEDADES PARA VINIFICACIÓN SEXTA REGIÓN, POR PROVINCIA Y COMUNA.
5. EXPORTACIÓN NACIONAL Y DE LA SEXTA REGIÓN DE VINO CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN 2005, POR PAÍS DE DESTINO (20 PRINCIPALES)
6. RANKING DE PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE EXPORTACIONES DE VINO CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN, 2001-2005, A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL
7. VALLE DE COLCHAGUA: SUPERFICIE PLANTADA CON VIDES PARA VINIFICACIÓN Y NÚMERO DE PROPIEDADES POR COMUNAS
8. SUPERFICIE COMUNAL PRINCIPALES CEPAJES VINÍFEROS, VALLE DE COLCHAGUA
9. PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN, PROVINCIA DE COLCHAGUA
10. VALLE DE CACHAPOAL: SUPERFICIE PLANTADA CON VIDES PARA VINIFICACIÓN Y NÚMERO DE PROPIEDADES POR COMUNAS
11. SUPERFICIE COMUNAL PRINCIPALES CEPAJES VINÍFEROS, VALLE DE CACHAPOAL
12. PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROVINCIA DE CACHAPOAL
13. SUPERFICIE CON ESPECIES FRUTALES MAYORES NACIONAL Y POR REGIONES
14. PRODUCCIÓN FRUTÍCOLA Y DESTINOS, REGIÓN DE O'HIGGINS
15. EXPORTACIONES DE FRUTAS SEGÚN ORIGEN, TEMPORADA 2004/2005
16. VALOR UNITARIO PROMEDIO DE EXPORTACIÓN DE PRINCIPALES FRUTAS FRESCAS
17. PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTA FRESCA

18. EXPORTACIONES DE PRODUCTOS INDUSTRIALES DE FRUTA. VOLÚMENES Y VALORES
19. EXPORTADORES DE FRUTA FRESCA, REGIÓN DE O'HIGGINS
20. INSTITUCIONES EDUCACIONALES QUE DICTAN CICLOS DE FORMACIÓN POST-SECUNDARIA EN LA REGIÓN DE O'HIGGINS
21. DISTRIBUCIÓN DE LA OCUPACIÓN SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESAS, REGIÓN DE O'HIGGINS
22. EMPRESAS DE LA REGIÓN DE O'HIGGINS SEGÚN SECTORES DE LA ECONOMÍA REGIONAL
23. INVERSIÓN PÚBLICA EFECTIVA, POR CATEGORÍA, REGIÓN DE O'HIGGINS, PERÍODO 1994 – 2004
24. ACUERDOS ECONÓMICOS SUSCRITOS POR CHILE

**CUADRO 1. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) VI REGIÓN, POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONÓMICA.
PERÍODO 1996-2002 (Millones de Pesos de 1996)**

ACTIVIDAD ECONOMICA	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002 (1)
Agropecuario-silvícola	243.279	242.346	267.417	257.963	281.398	307.428	325.845
Pesca	314	364	466	929	597	787	812
Minería	168.879	172.577	170.437	180.575	181.930	187.668	165.934
Industria Manufacturera	189.905	208.456	220.069	224.485	238.540	240.302	251.129
Electricidad, Gas y Agua	35.634	60.171	40.195	42.611	57.285	59.023	64.618
Construcción	193.458	174.867	190.795	191.086	238.735	227.575	293.455
Comercio, Restaurantes y Hoteles	74.666	80.044	87.112	88.858	95.327	96.537	100.190
Transporte y Comunicaciones	47.584	50.074	50.738	47.767	52.057	56.211	59.285
Servicios Financieros y Empresariales (2)	53.652	58.658	61.343	61.545	62.984	64.387	66.238
Propiedad de vivienda	82.287	85.413	88.310	90.878	93.316	95.215	97.252
Servicios Personales (3)	84.156	90.357	91.858	94.068	97.470	103.033	107.238
Administración Pública	30.755	31.370	31.763	32.394	32.425	32.594	33.672
Sub - Total	1.204.569	1.254.697	1.300.503	1.313.159	1.432.064	1.470.760	1.565.667
Menos Imputaciones bancarias	-16.213	-17.916	-18.598	-18.329	-18.656	-18.671	-18.398
PRODUCTO INTERNO BRUTO	1.188.356	1.236.781	1.281.905	1.294.830	1.413.408	1.452.089	1.547.270

Fuente: Elaborado por ODEPA con información del Banco Central

Cifras provisionales. Incluye servicios financieros, seguros, arriendo de inmuebles y servicios prestados a empresas.

Incluye educación y salud, pública y privada y otros servicios.

CUADRO 2. CANASTAS EXPORTADORAS A 5 DIGITOS PERIODO 1992 AL 2004
(Porcentajes de participación en el total exportado por la región en cada año)

DENOMINACION	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Avena, maiz p.siembr,etc.	2,27	1,89	0,00	0,00	1,06	1,39	2,02	1,56	1,64	1,34	1,74	1,68	0,00
Semillas, plantas herbáceas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frutas frescas	14,78	13,56	14,66	15,62	21,29	15,97	20,13	18,49	15,92	14,94	27,38	28,09	17,21
Minerales finos	16,28	15,63	12,30	17,83	14,56	11,95	7,25	9,92	16,55	16,04	9,05	1,38	6,83
Cátodos de cobre	50,89	50,80	50,64	40,64	39,75	42,48	37,57	36,73	39,37	37,84	29,94	34,89	31,47
Conc.tost.molibdeno	1,99	3,01	6,16	10,83	5,53	12,93	12,40	8,79	8,04	7,73	10,04	11,01	23,20
Carnes	1,34	0,00	1,30	0,00	0,00	0,00	3,05	2,77	3,77	6,08	6,33	6,93	9,02
Almendras y pasas	0,00	1,47	1,41	0,00	0,00	0,00	1,02	0,00	0,00	0,00	1,15	0,00	0,00
Jugos de frutas y otros	7,53	7,68	7,28	8,90	9,51	5,80	6,86	9,72	5,04	4,58	3,62	3,62	2,28
Agua, vino, cerv.licores	1,05	1,34	1,06	1,16	2,86	3,07	5,23	6,35	5,08	6,21	6,59	6,46	4,64
Productos de madera	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,01	0,00	0,00	0,00
Resto	3,88	4,60	5,20	5,01	5,45	6,41	4,47	5,17	4,59	4,24	4,16	5,93	5,36
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Elaboración MIDEPLAN en base a series de exportaciones publicadas en INFOPAIS (SIR)

NOTAS:

(1) Corresponde a las exportaciones > o = a 1%.

(2) Corresponde al total de exportaciones con una participación < a 1%.

División de Planificación Regional - MIDEPLAN

CUADRO 3. PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN SILVOAGROPECUARIOS DE LA SEXTA REGIÓN.
PERÍODO 1995-2005 (Miles US\$ FOB)

PRODUCTOS	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	% 2005/Tot	Var % 05/04
Carne porcina	4.997	4.653	12.527	18.504	19.734	38.751	53.370	60.838	73.191	157.397	208.740	19%	32,6
Uvas frescas	54.098	73.820	71.246	62.003	63.388	73.101	65.373	103.619	181.061	174.067	147.416	13%	-15,3
Manzanas frescas	80.526	86.209	53.859	76.333	93.831	74.508	43.467	101.760	137.802	159.152	128.148	11%	-19,5
Vino denominación de origen	8.751	17.922	24.983	40.221	58.788	53.488	63.546	64.911	77.026	88.565	96.382	9%	8,8
Carne de ave	1.472	1.568	5.168	4.266	5.606	8.076	17.575	10.287	19.354	49.725	68.542	6%	37,8
Kiwis frescos	13.601	18.951	15.404	27.545	20.275	16.820	13.261	26.209	35.202	37.320	42.337	4%	13,4
Peras	22.619	32.126	25.959	30.544	35.540	26.991	16.958	33.661	34.635	37.549	40.699	4%	8,4
Ciruelas frescas	12.758	16.928	19.010	17.568	20.496	13.819	15.304	32.221	31.894	34.488	34.478	3%	0,0
Néctar y jugo de manzana	39.592	34.048	23.848	22.197	49.920	28.218	18.233	14.366	15.788	15.017	32.945	3%	119,4
Cerezas frescas	4.828	9.044	4.595	7.610	9.763	9.942	13.299	20.256	24.877	23.825	29.528	3%	23,9
Nectarines frescos	8.452	10.984	10.877	10.405	11.477	11.496	14.772	22.022	23.155	28.551	25.952	2%	-9,1
Maíz para la siembra	5.355	10.955	15.146	21.166	21.619	23.557	17.233	22.057	24.414	24.241	25.510	2%	5,2
Los demás vinos	2.235	7.011	6.308	9.455	11.498	11.024	10.111	12.688	13.482	22.604	23.520	2%	4,1
Ciruelas secas	1.759	1.787	1.704	2.235	2.923	2.973	4.947	6.185	6.563	11.733	19.348	2%	64,9

Jugos de las demás frutas y hortalizas	13.112	15.591	8.934	6.701	9.866	9.369	10.460	7.786	8.720	9.482	18.601	2%	96,2
Melocotones (duraznos), frescos	5.985	6.654	5.968	6.735	8.033	8.197	9.273	14.994	19.608	19.251	16.919	2%	-12,1
Duraznos en conservas al natural	4.774	5.492	5.577	3.430	9.288	5.011	4.271	6.174	12.457	11.305	13.266	1%	17,3
Purés y jugos de tomate	28.358	24.686	17.141	31.006	44.315	22.909	19.635	9.250	5.837	6.089	12.252	1%	101,2
Miel natural	275	1.401	243	707	609	2.349	3.351	4.068	9.713	7.342	4.479	0%	-39,0
TOTAL VI	364.077	439.466	389.471	471.618	592.427	522.331	491.923	647.411	835.762	1.031.842	1.123.252	88%	8,9

Fuente: ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas. Cifras sujetas a revisión por informes de variación de valor (IVV).

CUADRO 4. SUPERFICIE Y PROPIEDADES PARA VINIFICACIÓN SEXTA REGIÓN, POR PROVINCIA Y COMUNA

PROVINCIA	COMUNA	SUPERFICIE (ha)	Nº PROPIEDADES
Cachapoal	Rancagua	1.030	49
	Graneros	360	18
	Mostazal	448	15
	Codigua	278	14
	Machalí	65	4
	Olivar	15	4
	Requinoa	1.982	78
	Rengo	1.003	42
	Malloa	208	21
	Quinta Tilcoco	450	21
	San Vicente	830	42
	Pichidegua	590	20
	Peumo	1.373	28
	Coltauco	76	6
	Cónico	0	0
	Doñihue	109	6
	Las Cabras	459	30
SUBTOTAL	9.276	398	
Colchagua	San Fernando	1.985	136
	Chimbarongo	1.625	64
	Placilla	1.435	68
	Nancagua	2.975	159
	Chépica	1.376	69
	Santa Cruz	3.018	167
	Lolol	1.637	47
	Pumanque	71	30
	Palmilla	3.712	96
	Peralillo	4.237	84
	SUBTOTAL	22.071	920
Cardenal Caro	Pichilemu	2	1
	Navidad	1	1
	Litueche	2	1
	La Estrella	56	7
	Marchigue	2.536	43
	Paredones	106	14
	SUBTOTAL	2.703	67
TOTAL REGIÓN		34.050	2.119

Fuente: elaboración propia con información del SAG (Catastro Vitícola 2004).

CUADRO 5. EXPORTACIÓN NACIONAL Y DE LA SEXTA REGIÓN DE VINO CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN 2005, POR PAÍS DE DESTINO (20 PRINCIPALES)

PAIS	NACIONAL		REGIONAL	
	Volumen	Valor (US\$)	Volumen	Valor (US\$)
Reino Unido	56.168.255	131.885.569	8.558.118	20.954.764
EE.UU.	35.666.592	114.443.253	4.591.561	20.237.754
Alemania	15.696.426	42.425.526	1.468.924	4.916.840
Holanda	11.754.089	33.694.521	1.604.397	4.906.363
Dinamarca	11.684.396	35.791.268	1.995.688	6.995.155
Irlanda	11.671.847	37.273.575	1.527.303	4.780.938
Brasil	10.702.319	26.444.269	727.744	2.269.193
Canadá	8.687.601	34.923.816	610.364	2.563.712
Japón	7.145.155	22.676.413	1.335.880	4.842.994
Bélgica	6.277.565	21.133.324	780.780	2.950.733
México	6.226.026	17.297.400	671.162	2.450.744
Rusia	5.747.203	14.479.229	473.531	1.409.472
Finlandia	5.146.575	15.384.326		
Suecia	4.934.157	14.811.732		
Venezuela	4.569.450	11.716.495	240.827	994.003
Francia	3.014.032	8.356.988	323.633	1.031.295
Colombia	2.859.535	8.815.803	347.775	1.222.202
Corea del Sur	2.365.147	9.776.742	462.993	1.895.939
Suiza	2.112.151	7.890.015	335.175	1.581.690
Noruega	1.751.603	5.057.734		
Hong-Kong			306.576	1.202.330
Polonia			410.779	1.071.184
Taiwán			268.061	1.158.400

Fuente: elaborado por ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas.

CUADRO 6. RANKING DE PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO DE EXPORTACIONES DE VINO CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN, 2001-2005, A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL

PAÍS	NACIONAL					REGIONAL				
	2001	2002	2003	2004	2005	2001	2002	2003	2004	2005
Alemania	3	7	6	4	3	3	5	3	4	4
Bélgica	13	13	11	10	10	11	12	9	8	8
Brasil	10	11	9	9	8	14	11	11	9	11
Canadá	5	6	5	6	6	9	13	12	12	9
Colombia	18	18	16	19	17	10	18	15	19	15
Corea del Sur	41	31	20	17	16	33	26	21	14	12
Dinamarca	7	5	3	3	5	8	9	6	3	3
EE.UU.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Finlandia	14	12	13	12	12					
Francia	15	14	14	14	18	12	7	10	13	19
Holanda	8	8	7	7	7	5	3	5	5	5
Hong-Kong						18	20	18	16	16
Irlanda	6	3	4	5	4	7	4	7	7	7
Japón	4	4	8	8	9	4	6	4	6	6
México	11	10	12	11	11	13	10	13	11	10
Polonia						29	30	26	24	18
Noruega	17	16	17	20	20					
Reino Unido	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Rusia	24	19	18	16	14	20	14	19	20	14
Suecia	9	9	10	13	13					
Suiza	12	15	15	15	19	6	8	8	10	13
Taiwán						34	34	22	18	17
Venezuela	16	17	19	18	15	15	22	29	21	20

Fuente: elaboración propia con información del Servicio Nacional de Aduanas.

CUADRO 7. VALLE DE COLCHAGUA: SUPERFICIE PLANTADA CON VIDES PARA VINIFICACIÓN Y NÚMERO DE PROPIEDADES POR COMUNAS

COMUNAS	Nº PROP.	SUPERFICIE (ha)	SUPERF. CEPAS TINTAS (ha)	SUPERF. CEPAS BLANCAS (ha)
Peralillo	84	4.223	3.957,1	266,1
Palmilla	96	3.476	3.222,0	253,7
Santa Cruz	167	2.648	2.391,8	256,4
Marchigue	43	2.534	2.226,4	307,2
Rancagua	159	2.267	1.965,1	301,6
San Fernando	136	1.691	1.499,9	191,3
Chimbarongo	64	1.499	1.267,6	231,4
Lolol	47	1.417	1.262,1	155,1
Chépica	69	1.252	1.158,6	93,3
Placilla	68	984	879,1	105,1
TOTAL VALLE	933	21.991	19.830	2.161

Fuente: elaboración propia con información del SAG (Catastro Vitícola 2004).

CUADRO 8. SUPERFICIE COMUNAL PRINCIPALES CEPAJES VINÍFEROS, VALLE DE COLCHAGUA

COMUNA	SUPERFICIE VINÍFERA (ha)	SUPERF. CEPAS TINTAS (ha)				SUPERF. CEPAS BLANCAS (ha)	
		Cabernet Sauvignon	Merlot	Carmenere	Syrah	Chardonnay	Sauvignon Blanc
Peralillo	4.237	2.473,7	432,5	507,6	262,3	197,6	55,7
Palmilla	3.712	1.728,4	616,6	360,7	196,3	166,1	52,5
Santa Cruz	3.018	1.500,0	376,5	251,2	122,1	57,9	19,9
Rancagua	2.975	1.046,6	370,7	261,9	84,6	145,2	107,0
Marchigue	2.536	937,6	526,7	364,3	162,6	191,5	40,5
San Fernando	1.985	926,4	301,3	75,8	59,9	81,6	62,4
Lolol	1.637	589,2	127,0	169,2	44,1	49,7	49,7
Chimbarongo	1.625	718,2	186,6	64,7	7,7	119,4	71,1
Placilla	1.435	390,2	244,8	98,9	76,5	71,3	29,7
Chépica	1.376	771,7	140,4	154,0	18,4	43,8	27,5
TOTAL VALLE	24.536	11.082	3.323	2.308	1.035	1.124	516

Fuente: elaboración propia con información del SAG (Catastro Vitícola 2004).

CUADRO 9. PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN, PROVINCIA DE COLCHAGUA

EMPRESA	MONTO EXPORTADO US\$(FOB)
Viña Los Vascos S.A.	13.370.975,8
Viñas Bisquertt Ltda.	5.287.145,84
Viu Manent y Cía. Ltda.	4.480.261,24
Viñedos Errázuriz Ovalle S.A.	4.419.502,45
Viña Luís Felipe Edwards Ltda.	1.355.153,86
Viña del Nuevo Mundo S.A.	893.649,62
Viña Cantera S.A.	843.404,47
Viña y Bodega Estampa S.A.	665.351,56
Viña Casa Silva S.A.	524.118,62
Montes S.A.	510.380,00
Carlos Mario Ravanal Arce	293.946,83
Viña Undurraga S.A.	293.758,71
Sociedad Agrícola Viña Apaltagua Ltda.	221.863,50
Alberto Siegel Duelsberg	119.991,22
Mario Sebastián Ravanal Parada	106.560,00
Viña Santa Amalia Ltda.	65.533,82
Viu y Compañía Ltda.	51.412,50
Vitivinícola La Posada Ltda.	34.549,94
Bodegas Santo Domingo Ltda.	S.I.
Viña Macaya y Cia. Ltda.	S.I.
Viña Cantera S.A.	S.I.
Jfl Chile S.A. / Hacienda Araucano Viña J&F Lurton.	S.I.
Viña del Nuevo Mundo S.A.	S.I.
Alberto Siegel Duelsberg - Viña Siegel	S.I.
Beringer Blass Wine Estates Chile Ltda.	S.I.
Comercial Santa Laura S.A. Viña Santa Laura	S.I.
Viña Ureta S.A.	S.I.

Fuente: elaboración propia con información de Pro Chile, 2006.

CUADRO 10. VALLE DE CACHAPOAL: SUPERFICIE PLANTADA CON VIDES PARA VINIFICACIÓN Y NÚMERO DE PROPIEDADES POR COMUNAS

COMUNA	Nº PROP.	SUPERFICIE (ha)	SUPERF. CEPAS TINTAS (ha)	SUPERF. CEPAS BLANCAS (ha)
Rancagua	49	1.030	661,6	368,5
Graneros	18	360	265	94,6
Mostazal	15	448	427,4	20,8
Codigua	14	278	182,1	95,8
Machalí	4	65	64,5	0
Olivar	4	15	8,5	6
Requinoa	78	1.982	1.702,6	279,4
Rengo	42	1.003	891,4	111,9
Malloa	21	208	193,4	15
Quinta Tilcoco	21	450	421,8	28,3
San Vicente	42	830	759,0	70,7
Pichidegua	20	590	533,2	57,1
Peumo	28	1.373	1.232,3	140,7
Coltauco	6	76	76,2	0
Cónico	0	0	0	0
Doñihue	6	109	98,0	10,5
Las Cabras	30	459	766,2	8,6
TOTAL	398	9.276	8.283,2	1.307,9

Fuente: elaboración propia con información del SAG (Catastro Vitícola 2004).

CUADRO 11. SUPERFICIE COMUNAL PRINCIPALES CEPAJES VINÍFEROS, VALLE DE CACHAPOAL

COMUNA	SUPERFICIE VINÍFERA (ha)	SUPERF. CEPAS TINTAS (ha)				SUPERF. CEPAS BLANCAS (ha)	
		Cabernet Sauvignon	Merlot	Carmenere	Syrah	Chardonnay	Sauvignon Blanc
Rancagua	1.030	295,5	215,6	40,5	4	44,7	293,3
Graneros	360	201,9	33,3	3,2	9,8	22,4	60,2
Mostazal	448	359,9	36	16,5	3	11,9	6
Codigua	278	122,1	41,5	0	0	28,3	67,5
Machalí	65	59	0	4	0	0	0
Olivar	15	8,5	0	0	0	0	5,5
Requinta	1.982	1.168,6	306,9	68,2	113,6	145,1	94,4
Rengo	1.003	506,2	150,2	123,4	32,2	47,2	35,2
Malloa	208	122,2	22,6	19,2	6,1	9,4	4,5
Quinta Tilcoco	450	203	134,2	44,7	14,4	21,3	7
San Vicente	830	435,7	193,1	66,8	17,3	37,3	33,2
Pichidegua	590	269,9	140,2	82,8	20,1	0,4	44,2
Peumo	1.373	510	380,6	128,1	67,2	103,6	15,4
Coltauco	76	54	0	9,5	9,7	0	0
Cónico	0	0	0	0	0	0	0
Doñihue	109	37,2	27	4	12,7	3	0
Las Cabras	459	403,9	104,5	91,5	34	8,6	0
SUBTOTAL	9.276	4.758	1.786	702	344	483	666

Fuente: elaboración propia con información del SAG (Catastro Vitícola 2004).

CUADRO 12. PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROVINCIA DE CACHAPOAL

EMPRESA	MONTO EXPORTADO US\$ (FOB)
Viña La Rosa	13.833.845,03
Casa Lapostolle S.A.	10.704.459,93
Viña Ventisquero Ltda.	9.209.535,79
Viñedos y Bodegas Córpora	8.146.768,24
Chateau Los Boldos Ltda.	2.531.512,33
Casas Del Toqui S.A.	1.508.453,63
Viña Santa Mónica Ltda.	1.344.882,90
Viñedos Torreón de Paredes S.A.	1.165.530,60
Viñedos Emiliana	1.133.017,87
Viña Carmen S.A.	547.765,41
Viña Camino Real S.A.	453.824,53
Guelbenzu Chile S.A.	359.231,38
Viña Candelaria	226.136,17
Destilería Los Andes Ltda.	223.101,33
Viña Macaya y Cia. Ltda.	216.000,00
San Nicolás Wine Services Ltda.	179.300,00
Viña Morandé S.A.	134.056,00
Viña Cantagua S.A.	48.685,20
Viña Santa Eliana S.A.	24.236,60
Exportadora y Comercializadora Viñedos Patricio Butron Ltda.	S.I.
Sociedad Importadora Y Exportadora Oruexport Limitada - Viña La Ronciere	S.I.
German Salaya Basañez	S.I.
Destilería Los Andes Ltda.	S.I.
Agrícola Santa Cristina Ltda. - Viña San José De Apalta -	S.I.
Viña Santa Amalia Ltda.	S.I.
Exportadora y Comercializadora Tuniche Ltda.	S.I.
De Solminihac González, Emilio	S.I.
Agrícola Santa Eugenia Ltda. - Viña Pueblo Antiguo	S.I.

Fuente: elaboración propia con información de Pro Chile, 2006.

CUADRO 13. SUPERFICIE CON ESPECIES FRUTALES MAYORES NACIONAL Y POR REGIONES

ESPECIES	III-2005	IV-2005	V-2002	R.M.-2004	VI-2003	VII-2001	VIII-2000	IX-2000	X-2000	TOTAL
Almendro		364,79	572,04	2.803,84	2.048,45	29,13	1,89			5.820,14
Cerezo		43,44	77,3	482,32	2.553,73	3.184,53	690,97	68,32	24,37	7.124,98
Ciruelo europeo		6,89	146,65	2.512,70	3.004,60	294,43	2,54	0,81		5.968,62
Ciruelo japonés	0,15	4,8	583,28	2.862,71	3.956,08	1.065,94	1,41	0,1		8.474,47
Damasco	0,11	416,11	525,27	763,74	311,93	5	0,23	1,06		2.023,45
Duraznero consumo fresco	1,18	62,31	743,36	2.175,59	2.592,53	38,75	1,63	0,48		5.615,83
Duraznero tipo conservero	2,31	70,44	2.540,13	1.166,28	3.383,62	158,64	1,72	0,99		7.324,13
Kiwi		2,41	258,11	667,16	1.940,93	3.453,49	244,17	20,01	20,07	6.606,35
Limonero	123,32	1.240,75	1.704,32	3.117,22	972,1	73,18	9,16			7.240,05
Manzano rojo		0,28	110,96	440,47	6.800,97	18.172,42	1.212,36	1.152,39	308,03	28.197,88
Manzano verde			110,84	142,8	3.330,11	2.711,83	253,36	53,78	18,9	6.621,62
Membrillo	2	0,04	32,86	110,4	163,63	90,75	28,64	1,91		430,23
Naranja	108,01	617,76	1.218,98	2.262,75	3.995,79	19,95	1,8			8.225,04
Nectarino		30,64	568,3	2.081,85	4.080,06	53,47	3,53	0,06		6.817,91
Nogal	2,88	862,72	2.219,67	4.994,20	1.371,91	118,75	37,08	9,06		9.616,27
Olivo	2.404,41	1.232,10	483,24	607,94	583,47	386,9	39,55	4		5.741,61
Palto	257,05	3.931,92	14.929,82	5.577,43	2.007,23	20,73	5,05	1,77		26.731,00
Peral asiático			46,28	24,95	120,34	130,14	66,8			388,51
Peral		33,29	272,51	814,35	3.259,42	2.036,78	109,93	22,72	7,09	6.556,09
Vid de mesa	7.753,39	9.681,36	10.374,83	10.022,13	12.671,35	448,56	7,36	1,5		50.960,48
TOTAL	10.654,81	18.602,05	37.518,75	43.630,83	59.148,25	32.493,37	2.719,18	1.338,96	378,46	206.484,66
Participación (%)	5,2%	9,0%	18,2%	21,1%	28,6%	15,7%	1,3%	0,6%	0,2%	100,0%

Fuente: elaboración de ODEPA-CIREN, Catastro Frutícola 2005 (III y IV regiones).

CUADRO 14. PRODUCCIÓN FRUTÍCOLA Y DESTINOS, REGIÓN DE O'HIGGINS

ESPECIES	PRODUCCIÓN DE FRUTA			DESTINO DE LA PRODUCCIÓN INFORMADA (%)			
	SUP. EN PRODUCCIÓN (HA)	% QUE INFORMÓ PRODUC.	PRODUC. INFORMADA (TON)	EXPORT.	MERC. INTERNO	AGROINDUSTRIA	DESECHO
Almendro	1.688,68	49,9	2.207	39,8	58,5	1,6	0,1
Cerezo	1.035,16	48	8.199	66,6	16,1	16,6	0,7
Ciruelo europeo	2.215,01	94,1	87.796	32	4,8	62,9	0,3
Ciruelo japonés	2.649,56	60,4	48.367	75,6	22,7	1,4	0,3
Damasco	206,69	55,9	2.522	31,8	27,3	39,9	1
Duraznero fresco	1.704,37	51	22.055	56,2	42,1	1,4	0,3
Duraznero conservero	2.880,99	59	63.177	11,8	16,1	71,8	0,3
Kiwi	1.770,98	78,3	122.870	84,5	14,7	0,4	0,4
Limonero	815,35	58,7	19.885	31,3	68,3	0,1	0,3
Manzano rojo	5.573,73	71,9	330.374	74,2	22,3	3,3	0,2
Manzano verde	3.072,48	82,1	261.221	65	23,8	10,8	0,4
Membrillo	153,18	89,3	5.070	15,4	55,4	28,7	0,5
Naranja	2.992,02	42,9	37.128	8,7	90,7	0,1	0,5
Nectarino	3.372,66	58,6	51.499	49,3	49,8	0,6	0,3
Nogal	914,22	78,7	4.401	51,2	38,2	10,4	0,2
Olivo	169,48	46,6	145	0	99,6	0,4	0
Palto	1.367,36	40,1	7.093	12,1	84,6	3,3	0
Peral asiático	118,1	58,9	1.983	82,2	16,5	1,3	0
Peral	3.053,50	61,8	144.980	68,9	26,9	4	0,2
Vid de mesa	9.598,31	72,8	388.121	87,2	8,1	4,1	0,6
Total	45.351,83	65,7	1.609.093	67,8	21,5	10,3	0,4

Fuente: elaboración de ODEPA-CIREN, Catastro Frutícola 2003.

CUADRO 15. EXPORTACIONES DE FRUTAS SEGÚN ORIGEN, TEMPORADA 2004/2005
MILES DE CAJAS

ESPECIES	REGIONES							TEMPORADA		VAR %
	III	IV	V	RM	VI	VII	Otras	2004/05	2003/04	2005/2004
Uva de mesa	15.261	21.861	19.891	18.825	21.929	284	25	98.075	91.776	6,9
Manzanas rojas	0	3	228	635	8.929	18.036	1.331	29.162	33.883	-13,9
Manzanas verdes	0	3	94	302	4.106	2.877	100	7.481	7.654	-2,3
Peras	0	9	234	1.061	4.643	1.889	33	7.870	7.979	-1,4
Kiwis	0	11	1.145	2.690	4.176	6.202	303	14.527	14.359	1,2
Ciruelas	9	4	829	5.232	6.242	1.375	4	13.695	14.382	-4,8
Nectarines	2	0	444	3.921	3.686	20	2	8.074	7.239	11,5
Duraznos	0	5	505	3.420	3.121	12	1	7.065	6.510	8,5
Cerezas	0	0	37	289	1.300	1.047	37	2.709	1.911	41,8
Paltas	2	825	9.347	3.548	391	25	0	14.139	8.999	57,1
Chirimoyas	0	50	28	0	0	2	0	80	83	-3,6
Limonos	0	10	16	13	6	0	0	44	85	
Clementinas (mand.)	28	2.944	1.002	576	323	232	0	5.105	2.097	143,4
Naranjas	10	140	483	535	181	0	0	1.350	885	52,5
Frambuesas	0	10	84	160	283	1.034	916	2.487	2.221	12
Arándanos	0	13	237	1.019	89	866	4.081	6.305	5.334	18,2
Otras *	65	494	3.422	2.971	2.603	428	385	10.369	11.108	-6,7
Total 04/05	15.377	26.382	38.026	45.197	62.007	34.330	7.218	228.536	216.503	5,6
Particip. %	6,7	11,5	16,6	19,8	27,1	15	3,2	100		
Total 03/04	12.664	21.562	34.971	44.898	62.977	33.401	6.030	216.503		
Var. % 05/04	21,40%	22,40%	8,70%	0,70%	-1,50%	2,80%	19,70%	5,60%		

FUENTE: ASOEX, sobre la base de antecedentes del SAG. * Frutas y hortalizas.

CUADRO 16. VALOR UNITARIO PROMEDIO DE EXPORTACIÓN DE PRINCIPALES FRUTAS FRESCAS (US\$ FOB / KILO)

ESPECIES	1999	2004*	TASA % ANUAL	2004* ENE-OCT	2005* ENE-OCT	VARIACIÓN % 2005/2004
Uva	1,263	1,24	-0,5	1,158	1,108	-4,3
Manzana	0,475	0,539	2,6	0,541	0,504	-6,9
Kiwi	0,73	0,798	1,8	0,798	0,758	-5,1
Ciruela	0,964	0,799	-3,7	0,786	0,856	8,9
Pera	0,529	0,626	3,4	0,626	0,559	-10,6
Arándano	7,35	8,112	1,5	7,828	7,897	0,9
Palta	2,903	1,19	-16,4	1,216	0,853	-29,9
Nectarín	0,88	0,875	-0,2	0,839	0,866	3,2
Durazno	0,963	0,768	-4,6	0,708	0,736	4
Frambuesa	6,784	5,67	-3,5	5,663	5,188	-8,4
Almendra sin cáscara	3,413	5,108	8,4	5,005	7,802	55,9
Almendra con cáscara	2,122	3,386	9,8	3,376	4,892	44,9
Nueces sin cáscara	6,897	6,438	-1,4	6,45	7,75	20,1
Nueces con cáscara	2,357	2,376	0,2	2,379	2,797	17,6
Mandarina	0,843	0,702	-3,6	0,702	0,803	14,3
Limón	0,904	0,663	-6	0,663	0,556	-16,1
Cereza	3,626	3,918	0,9	4,039	3,813	-5,6
Naranja	0,641	0,653	0,3	0,655	0,558	-14,8
Damasco	1,727	1,547	-3,4	1,11	1,633	47,2
Grosella	6,851	8,344	4	9,098	7,027	-22,8
Membrillo	0,631	0,926	8	0,926	1,05	13,4
Frutillas	1,175	2,336	14,7	2,121	1,067	-49,7

Pomelo	0,588	0,689	-0,5	0,748	0,555	-25,7
Castaña	1,036	0,904	-2,7	0,903	0,655	-27,6
Higo	0,791	2,589	26,8	2,592	2,477	-4,4
Las demás	1,664	1,082	-8,3	1,086	1,24	14,2

Fuente: ODEPA, sobre la base de antecedentes del Servicio Nacional de Aduanas.

* Valores sujetos a cambio al incorporar informes de variación de valor (IVV).

CUADRO 17. PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTA FRESCA (Miles US\$ FOB)

PAÍSES	1999	2002	2003	2004*	2004* Ene-Oct	2005* Ene-Oct	VAR % **
EE.UU.	658.421	811.800	943.448	991.981	774.917	778.462	0,5
Holanda	110.220	96.219	135.279	165.768	161.135	150.068	-6,9
Reino Unido	80.558	73.278	94.207	121.617	114.350	110.526	-3,3
España	31.721	37.013	52.893	71.574	67.433	69.168	2,6
Taiwán	26.259	30.711	39.112	47.561	41.620	58.023	39,4
Italia	26.192	35.846	53.611	65.837	64.598	59.334	-8,1
Rusia	166	8.911	18.235	40.637	40.560	48.837	20,4
México	51.763	79.539	80.822	82.276	72.071	48.403	-32,8
Arabia Saudita	30.447	32.271	35.476	40.352	40.305	36.947	-8,3
Hong Kong	33.084	10.194	41.523	42.012	39.887	34.018	-14,7
Japón	22.501	37.592	36.910	40.919	38.547	35.331	-8,3
Colombia	34.552	33.607	30.224	33.351	30.583	27.479	-10,1
Ecuador	9.551	25.031	26.893	27.276	24.192	25.891	7
Brasil	42.957	30.289	25.877	25.582	19.913	26.424	32,7
Alemania	13.886	12.364	13.999	19.239	18.424	21.937	19,1
Venezuela	26.859	21.854	5.428	11.079	9.342	25.564	173,6

Francia	8.314	9.611	17.997	20.387	18.757	21.713	15,8
Corea del Sur	8.373	7.954	11.483	11.486	11.374	20.181	77,4
Canadá	2.517	5.101	8.565	13.189	12.267	14.539	18,5
Emiratos Árabes	12.630	13.170	13.725	15.910	15.907	12.490	-21,5
Portugal	8.748	9.681	11.228	14.405	14.405	13.080	-9,2
Perú	15.320	11.567	11.076	11.659	10.748	12.794	19
China	28.287	39.505	6.759	4.941	4.781	5.155	7,8
Costa Rica	2.860	4.886	6.122	6.809	6.219	5.374	-13,6
El Salvador	3.062	4.393	5.908	6.001	5.758	4.942	-14,2
Grecia	3.764	3.794	5.386	7.608	7.599	4.537	-40,3
Bélgica	15.435	2.590	4.604	5.013	4.653	5.916	27,2
Nueva Zelanda	852	1.953	3.518	4.395	4.242	3.978	-6,2
Guatemala	3.067	4.669	5.279	5.565	5.307	4.282	-19,3
Argentina	28.923	3.115	8.123	8.315	5.984	5.620	-6,1
Suecia	3.729	1.669	3.558	3.547	3.526	3.213	-8,9
Polonia	20	1.262	1.547	3.299	3.299	2.737	-17,1
Los demás	34.429	37.626	32.762	45.704	43.398	45.337	4,5
Total	1.379.467	1.539.064	1.791.578	2.015.295	1.736.103	1.742.300	0,4

Fuente: ODEPA, con antecedentes del Servicio Nacional de Aduanas.

Notas:

* Valores sujetos a cambio al incorporar informes de variación de valor (IVV).

** Variación porcentual enero-octubre 2005/2004.

CUADRO 18. EXPORTACIONES DE PRODUCTOS INDUSTRIALES DE FRUTA.
VOLÚMENES Y VALORES

GLOSA	VOLÚMENES EXPORTADOS (TON)				VALORES EXPORTADOS (MILES US\$ FOB)			
	1999	2002	2003	2004	1999	2002	2003	2004
Frambuesas congeladas	17.541	19.419	26.532	36.075	30.661	24.033	39.508	64.367
Pasas	32.563	41.525	48.094	44.723	45.782	38.574	45.497	57.523
Jugo de manzanas	58.545	42.280	56.792	54.424	58.229	34.384	50.878	55.312
Ciruelas secas	21.260	29.053	31.318	34.816	24.503	35.400	40.490	55.206
Duraznos en conserva	42.165	36.944	50.428	53.992	38.660	29.451	42.336	53.336
Duraznos, pulpas, otras	6.765	13.736	20.537	27.243	8.931	12.214	17.709	30.223
Jugo de uva	7.138	15.993	17.746	22.183	7.065	11.784	13.689	24.548
Manzanas secas	3.775	5.379	5.846	6.788	11.827	15.972	17.847	22.229
Frutillas congeladas	2.448	7.850	10.608	16.099	3.153	8.419	12.972	18.876
Mosquetas secas	5.270	5.873	7.352	7.457	11.960	11.439	15.209	18.385
Moras congeladas	10.889	8.932	10.373	9.679	13.854	8.240	11.713	13.703
Cerezas en conserva	4.660	4.677	3.219	4.269	10.160	7.950	5.358	7.416
Otros	42.365	53.354	61.314	68.460	41.987	46.312	55.105	65.768
Total	255.384	285.014	350.159	386.207	306.773	284.172	368.310	486.891

Fuente: ODEPA, con antecedentes del Servicio Nacional de Aduanas.

Nota * Variación porcentual enero-octubre de 2005/2004.

CUADRO 19. EXPORTADORES DE FRUTA FRESCA, REGIÓN DE O'HIGGINS

EXPORTADORES	EXPORTACIONES 2005 US\$ FOB
Exportadora Pacific S.A.	10.643.249,07
Exportadora Cerro Poqui Ltda.	4.710.516,59
Sociedad San Francisco Lo Garcés Ltda.	4.644.975,41
Exportadora Agrícola Andes Chile S.A.	3.970.736,20
Agroindustria San Vicente S.A.	3.687.670,00
Terrafrut S.A.	3.009.226,97
Alcalde S.A.	2.624.334,00
Exportadora Selman S.A.	1.707.517,50
Exportadora Aldunate Ltda.	1.008.086,00
Exportadora Santa Paula Ltda.	777.519,50
Exportadora Rancagua S.A. (Ranco)	559.193,55
Exportadora Permanz Frut Ltda.	501.962,20
Productos Chilenos de Exportación S.A.	407.519,10
Sociedad Comercial Cincosur S.A.	342.849,32
Fénix S.A.	327.812,93
Exportadora Agrícola Casabindo Ltda.	308.230,20
Agrícola Santa Cristina Ltda. - Viña San José de Apalta	285.181,40
Libertador S.A.	258.496,00
Juan Cristóbal Henríquez Marich	258.418,20
Exportadora FRUMERC Ltda.	116.504,00
Felipe Alberto Miranda Baeza	100.822,00
TOTAL	40.250.820,14

Fuente: elaboración propia con información de Pro Chile, 2005.

CUADRO 20. INSTITUCIONES EDUCACIONALES QUE DICTAN CICLOS DE FORMACIÓN POST-SECUNDARIA EN LA REGIÓN DE O'HIGGINS

INSTITUCIÓN	UBICACIÓN
IP. Instituto Nacional de Capacitación Profesional INACAP	Sede Rancagua
IP. Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseaux	Sede Rancagua
IP y CFT Santo Tomás	Sede Rancagua
IP. AIEP	Sede San Fernando
IP. AIEP	Sede Rancagua
CFT. Santo Tomás	Sede Rancagua
CFT. INCOR	Casa Central Rancagua
CFT. John F. Kennedy	Sede Rancagua
CFT. INACAP	Sede Rancagua
CFT. El Roble	Casa Central San Vicente de Tagua Tagua
CFT. Colchagua	Casa Central Santa Cruz
CFT. Rengo	Casa Central Rengo

Fuente: elaboración propia según información del MINEDUC.

CUADRO 21. EMPRESAS DE LA REGIÓN DE O'HIGGINS SEGÚN SECTORES DE LA ECONOMÍA REGIONAL

SECTOR ECONÓMICO	Nº EMPRESAS	% / TOTAL
Agrícola	9.677	27%
Comercio	14.577	41%
Industria	1.690	5%
Otros	572	2%
Pesca	14	0%
Servicios	2.942	8%
Transporte	3.499	10%
Minería	80	0%
Construcción	1.488	4%
Finanzas	1.045	3%
TOTAL	35.584	100%

Fuente: elaboración propia en base a CASEN 2003.

CUADRO 22. DISTRIBUCIÓN DE LA OCUPACIÓN SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESAS, REGIÓN DE O'HIGGINS

TAMAÑO EMPRESA	TOTAL	
	Nº	%
Una persona	50.444	16,3
2 a 9 personas (Microempresa)	71.018	22,9
10 a 49 personas (Pequeña empresa)	60.132	19,4
50 a 199 personas (Mediana empresa)	50.754	16,4
200 y más personas (gran empresa)	72.344	23,4
No sabe	4.757	1,5
Total	309.449	100,0

Fuente: elaboración propia en base a CASEN 2003.

CUADRO 23. INVERSIÓN PÚBLICA EFECTIVA, POR CATEGORÍA, REGIÓN DE O'HIGGINS, PERÍODO 1994 - 2004
(Millones de \$ de cada año)

CATEGORIAS	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
INV.TOTAL	35.576	53.286	55.597	62.465	69.323	64.301	64.161	70.061	62.814	60.338	68.826
FNDR	5.436	5.787	6.322	7.483	10.492	9.127	7.514	8.081	9.294	9.738	13.216
ISAR TOTAL	3.384	4.456	4.539	4.579	5.925	7.177	7.337	4.157	4.407	2.932	2.656
MOP	1.633	2.037	2.277	2.772	4.173	5.287	5.978	3.169	1.733	401	1.840
MINVU	346	187	574	303	349	166	86	145	638	54	0
DIGEDER	107	52	97	27	85	124	193	12	183	194	128
FOSIS	413	524	180	1	12	206	161	9	0	0	0
MINSAL	0	0	229	341	318	184	138	24	2	0	0
MINTER - PMU	202	459	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MINTER - PMB	683	1.196	1.181	1.135	987	1.211	781	798	1.851	2.283	688
CORFO (E.O.S.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IRAL	0	0	1.098	1.678	1.273	2.320	1.888	2.704	2.551	3.131	2.250
FOSIS	0	0	409	550	491	525	718	1.073	1.195	1.416	972
PMU	0	0	689	1.128	783	1.795	1.170	1.631	1.356	1.715	1.278
CONV. PROG.	0	0	0	2.513	3.434	1.712	2.996	6.314	4.561	748	833
VIVIENDA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MOP	0	0	0	2.513	3.434	1.712	2.996	6.117	4.036	2	0
MINSAL	0	0	0	0	0	0	0	196	525	746	833
INV. SECTORIAL	24.442	38.956	37.529	41.640	42.614	38.036	37.653	43.107	35.088	37.422	42.563
MOP	10.907	19.985	16.795	20.252	22.039	19.772	17.191	23.453	15.660	17.012	19.074
MINEDUC	7	115	109	124	0	5	7	76	77	17	20
VIVIENDA	10.958	14.107	15.775	16.928	16.224	14.550	20.003	17.458	19.076	20.095	23.217
SALUD	547	1.596	523	409	87	47	280	859	14	14	64
DIGEDER	2	44	107	8	0	0	1	125	111	158	48
CORFO (E.O.S.)	2.004	3.061	4.081	3.789	4.146	3.596	0	0	0	0	0
METRO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FONDO SOCIAL	19	48	138	134	118	67	171	1.138	130	128	140
INV. MUNICIPAL	2.314	4.087	6.110	4.572	5.584	5.928	6.773	5.699	6.913	6.367	7.398

Fuente: Ministerio de Planificación, División de Planificación Regional.
Serie Regionalizada de la Inversión Pública Efectiva 1994 – 2004.

CUADRO 24. ACUERDOS ECONÓMICOS SUSCRITOS POR CHILE

País o Grupo de Países	Tipo de Acuerdo	Fecha de Firma	Entrada en Vigencia
Bolivia	Acuerdo de Complementación Económica N° 22	06 de Abril de 1993	07 de julio de 1993
Canadá	Tratado de Libre Comercio	05 de Diciembre de 1996	05 de Julio de 1997
Centroamérica	Tratado de Libre Comercio	18 de Octubre de 1999	
Colombia	Acuerdo de Complementación Económica N° 24	06 de Diciembre de 1993	01 de Enero de 1994
Costa Rica	Tratado de Libre Comercio	18 de octubre de 1999	14 de Febrero de 2002 (Protocolo Bilateral)
Cuba	Acuerdo de Alcance Parcial	21 de Agosto de 1998	Falta Tramitación Parlamentaria
Ecuador	Acuerdo de Complementación Económica N° 32	20 de Diciembre de 1994	01 de Enero de 1995
EFTA	Tratado de Libre Comercio	26 de Junio de 2003	01 Diciembre 2004
El Salvador			03 de Junio de 2002 (Protocolo Bilateral)
Estados Unidos	Tratado de Libre Comercio	6 de Junio de 2003	01 de Enero de 2004
Mercosur	Acuerdo de Complementación Económica N° 35	25 de Junio de 1996	01 de Octubre de 1996
México	Tratado de Libre Comercio	17 de Abril de 1998	01 de Agosto de 1999
Perú	Acuerdo de Complementación Económica N° 38	22 de Junio de 1998	01 de Julio de 1998
República de Corea del Sur	Tratado de Libre Comercio	15 de Febrero de 2003	01 de Abril de 2004
Unión Europea	Acuerdo de Asociación Económica	18 de Noviembre de 2002	01 de Febrero de 2003
Venezuela	Acuerdo de Complementación Económica N° 23	02 de Abril de 1993	01 de Julio de 1993

Anexo 3:

REUNIONES SOSTENIDAS PARA PRIMER INFORME

- 1.- Sr. Marco Zepeda: Director Regional de ProChile.
- 2.-Sr. Sergio Castro: Product Manager ProChile Rancagua.
- 3.-Sr. Rodrigo Sepúlveda: Product Manager ProChile Rancagua
- 4.- Sr. Carlos Muñoz: Director Regional de CORFO.
- 5.-Sr. Gonzalo Zapatero de La Cruz. Profesional CORFO
- 6.- Sr. Francisco Polidori: SEREMI de Economía.
- 7.- Sr. Jorge Parraguez: Profesional de la SEREMI de Agricultura.
- 8.- Sr. Francisco Vargas: Profesional de SERCOTEC.
- 9.- Sr. Richard Bastías: Profesional del INIA.
- 10.- Sr. Francisco Duboy: Presidente de la Asociación de Exportadores Región de O'Higgins.
- 11.- Sr. Ramón Riaño: Director Comercial Viña San José de Apalta.
- 12.- Sr. Luis Felipe Fuenzalida: Gerente de Administración y Finanzas de AGROSUPER.
- 13.- Sr. Juan Miguel Ovalle: Asociación de exportadores de Aves.
- 14.- Srta. Fabiola Argandoña: Gerente de operaciones CCV, región de O'Higgins.
- 15.- Srta. Silvia Muñoz: Gerente de operaciones Ruta del vino Alto Cachapoal.
- 16.- Srta. Paola Siña: Gerente de Operaciones y ventas viajes Ruta Santa Cruz.
- 17.- Gerente de operaciones Ruta del Vino Valle de Colchagua.
- 18.- Sr. Miguel Letelier: Jefe Zonal VI Región COPEVAL.
- 19.- Sr. Carlos Muñoz: Gerente PTI Tierra Premium.

20.- Sr. Henry Ibarra: Profesional Centro Gestión VI Región – Red del Vino VI Región (INDAP).

Anexo 4

1. DOCUMENTOS CONSULTADOS

- PRIMERA PARTE

Biblioteca del Congreso Nacional (2002). "Reporte regional Región del Libertador General Bernardo O'Higgins". Sistema Integrado de Información Territorial. Valparaíso.

Centro Tecnológico de la Vid y el Vino (2004). "Estudio sobre certificación de Competencias Laborales en el Sector Vitivinícola". Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad de Talca y SENCE.

CIREN-ODEPA (2003). "Catastro Frutícola de la VI Región".

Competitiveness (2005). "Políticas de clusters: Análisis de clusters en Mendoza". Objetivos, mapping y selección clusters, recomendaciones. Documento de Trabajo. Mendoza.

CORFO (2005). "Propuesta segundo año: Programa Territorial Integrado Vitivinícola, Colchagua Tierra Premium". CORFO Región de O'Higgins.

Corporación Chilena del Vino (2006). "Informe de Mercados". Revista Vendimia Año 8, N° 48, Ene-feb 2006. Santiago.

DIRECON (varios años). Estudios de las proyecciones y efectos de TLC y Acuerdos Comerciales.

DUOC (2003). "Formulación PTI Turismo Valle de Colchagua". Informe 1. Escuela de Turismo.

Evert-Jan Visser (2004). "A Chilean wine cluster? Governance and upgrading in the phase of internationalization". Division of Production, Productivity and Management ECLAC/GTZ project on "Natural Resourcebased Strategies Development" (GER 99/128). Santiago, Chile.

FAS/USDA (2004). "World Wine Situation and Outlook". Ag Export Services Division June 2004.

Hernández A. y Vallejos C. (2005). "Estudio para el desarrollo de un Programa de apoyo a la Innovación en la Industria Vitivinícola". PTI Valle del Maipo. CORFO.

INIA (2003). “Diagnóstico Tecnológico rubro vitivinícola en Valle de Colchagua”. Informe Final. Instituto de investigaciones Agropecuarias INIA Rayentué. San Fernando.

Instituto Español de Comercio Exterior (2005). “El Vino en Cifras”. Estudios de Mercado. Febrero 2005. Madrid, España.

Loyola E. y Gómez A. (2003). “Elaboración de Términos de referencia para la realización del proyecto de “aptitud vitivinícola” del Valle de Colchagua”. Informe final. Departamento de Agroindustria y Enología, Facultad de Ciencias Agronómicas, Universidad de Chile. Septiembre 2003. Santiago.

MIDEPLAN (2005). “Canastas Exportadoras regionales y país, período 1992-2004”. División de Planificación Regional. Diciembre 2005. Santiago.

Montero, Cecilia (2004). “Formación y desarrollo de un *cluster* globalizado: el caso de la industria del salmón en Chile”. Serie de Desarrollo Productivo N° 145. División de Desarrollo Productivo y Empresarial CEPAL. Santiago.

ODEPA (2004). “Inserción de la agricultura chilena en los mercados internacionales”. Documento de trabajo. Serie comercio exterior. Diciembre 2004. Santiago.

ODEPA (2005). “Panorama de la Agricultura chilena”. Gobierno de Chile. Santiago.

ODEPA (2005). “Reporte de la Temporada de Frutas”. Gobierno de Chile. Santiago.

ODEPA (2006). “Balance de la Temporada Vinícola”. Temporada Agrícola N° 25, Enero 2006. Santiago.

OIV (2006). Análisis mercado del vino y estadísticas.

Olivieri, S. (2003). “¿Qué factores determinaron el desarrollo del cluster vitivinícola?”. Columna Regional 07/11/03. Revista Novedades Virtual Año XXIII – IERAL de Fundación Mediterránea.

Organización Internacional de la Viña y el Vino, OIV (2002). “Situación y Estadísticas del Sector Vitivinícola Mundial en 2002”. Paris.

Pelayo Vial y Asociados (2005). “Cadena de Valor de la Industria Vitivinícola del Valle del Maipo y zonas aledañas”. PTI Valle del Maipo, CORFO.

Porter, Michael (1998). "Clusters and the new economics of competition". Harvard Business review. Nov/Dic 1998. Boston.

ProChile (2004, 2005, 2006). Perfiles del mercado del vino chileno en diversos mercados del mundo.

ProChile (2005). "Importancia relativa del comercio agroindustrial chileno en la economía mundial 2000 – 2005". Ministerio de relaciones exteriores, Dirección general de relaciones económicas internacionales, Departamento de estudios e informaciones. Santiago.

PROEXPANSIÓN (2003). "Estudio sobre cluster y asociatividad". Documento de trabajo preparado para PROMPYME, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Lima.

SAG (2005). "Catastro Vitícola 2004". División Protección Agrícola. Santiago.

San Román, G. (2004). "Estrategias para la Instrumentación y Desarrollo de Clusters". Revista Espacios Vol. 25 (1) 2004. Buenos Aires.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (2003). "Análisis de la Cadena de Ciruela Desecada y Deshidratada". Ministerio Agricultura Argentina. Buenos Aires.

Servicio Nacional de Aduanas (2006). Varias Estadísticas Comercio Exterior. Santiago.

Sepúlveda C. y Rivera L. (2004). "Análisis del impacto económico en la región de O'Higgins de los nuevos acuerdos comerciales de Chile". Publicaciones MIDEPLAN, Departamento de Competitividad Regional. Santiago.

SERPLAC VI REGIÓN (2000). "Estrategia Regional de desarrollo 2000-2010". Rancagua.

Silva I. (2002). "Desarrollo local y alternativas de desarrollo productivo: el impulso de un *cluster* eco-turístico en la región de Aysén". Serie Gestión Pública 24. Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social – ILPES. Santiago.

- **SEGUNDA PARTE**

Alvear, Fernando (2003). "El Entorno socioeconómico y laboral de la VI Región del Libertador Bernardo O'Higgins". Documento de Trabajo N° 6. Departamento de Estudios. Dirección del Trabajo. Santiago.

Arentsen, Juan (2003). "Buenas Prácticas Agrícolas: un cambio urgente y necesario". Departamento Ciencias Vegetales, Universidad Católica de Chile. Santiago.

Biblioteca del Congreso Nacional BCN (2005). "Acuerdos comerciales de Chile y su impacto en el comercio exterior". Serie Estudios año XV, N° 315. Departamento de Estudios, Extensión y Publicaciones.

Calfucura, E. y Figueroa, E. (1998). "Las Exportaciones Chilenas y el Desafío de las Exigencias Ambientales Internacionales". Programa de Desarrollo Sustentable, Centro de Análisis de Políticas Públicas, Universidad de Chile. Santiago.

Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (2004). "Manual de fomento productivo". División Estudios. Santiago.

Centro de Estudios Regionales - U. Talca (2005). "Determinación de una Oferta de Capacitación Permanente y Pertinente en Función de Perfiles Basados en Competencias Laborales y Polos de Desarrollo Relevantes para la Región del Maule. Resumen Ejecutivo". Documento elaborado para SENCE (Oficina de Estudios, Área de Innovación y Desarrollo".

Centro Tecnológico de la Vid y el Vino (2004). "Estudio sobre certificación de Competencias Laborales en el Sector Vitivinícola". Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad de Talca y SENCE.

Chile Emprende (2005). "La Situación de la Micro y Pequeña Empresa en Chile". Santiago.

CONAMA (1998). "Guía para el control y prevención de la contaminación industrial: industria procesadora de frutas y hortalizas". CONAMA Región Metropolitana. Santiago.

CONAMA (1999). "Política Ambiental de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins". Rancagua.

COPEVAL (2003). "Compendio básico con pautas para el uso de BPA en el sector vitícola". Financiamiento CORFO.

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (2004). “Chile y la Asociación Europea de Libre Comercio, 2004”. Ministerio de Relaciones Exteriores Santiago.

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (2005). “Evaluación del acuerdo de complementación económica Chile – MERCOSUR”. Departamento de estudios e informaciones, Dirección General de Relaciones Económicas internacionales. Ministerio de Relaciones Exteriores. Santiago.

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (2005). “Evaluación TLC América del Norte”. Departamento ALCA y América del Norte. Dirección de Relaciones Económicas internacionales. Ministerio de Relaciones Exteriores. Santiago.

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (2006). “Evaluación del segundo año de vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Chile y Corea del Sur”. Departamento de Coordinación de la Administración de Acuerdos. Ministerio de Relaciones Exteriores. Santiago.

Dirección del Trabajo (2004). “Informe de resultados Cuarta Encuesta Laboral”. Departamento de Estudios. Santiago.

DUOC (2003). “Formulación PTI Turismo Valle de Colchagua”. Informe 1. Escuela de Turismo.

GAMMA Ingenieros S.A. (2005). “Oferta de capacitación de la VI Región”. Documento elaborado para SENCE (Oficina de Estudios, Área de Innovación y Desarrollo”.

Guerra, M. (2003). “Evaluación de los posibles efectos del Acuerdo Chile y la Unión Europea”. Trabajo Diplomado en Relaciones Internacionales, Dirección de Postgrado y Relaciones Internacionales, Universidad de Viña del Mar.

INE (2005). “Compendio Estadístico”. Santiago.

INIA (2003). “Diagnóstico Tecnológico rubro vitivinícola en Valle de Colchagua”. Informe Final. Instituto de investigaciones Agropecuarias INIA Rayentué. San Fernando.

MIDEPLAN (2003). “Las regiones de Chile hacia una nueva fase de desarrollo exportador: subsectores exportadores de mayor dinamismo en la industria 1990-2000”. División de Planificación Regional. Santiago.

MIDEPLAN (2003). “Evaluación de los impactos de los Acuerdos de Libre Comercio suscritos por Chile en las exportaciones y en el empleo: un enfoque proyectado hacia lo regional”. División de Planificación Regional. Santiago.

MIDEPLAN (2004). “Pobreza y Distribución del Ingreso en las Regiones: Región del Libertador General Bernardo O'Higgins”. Serie CASEN 2003, Volumen 2. División Social del Ministerio de Planificación y Cooperación. Santiago.

MIDEPLAN (2005). “Gasto Público Social regional y país periodo 1994-2000”. División de Planificación Regional. Santiago.

MIDEPLAN (2005). “Serie Regionalizada de la Inversión Pública Efectiva 1994 – 2004”. División de Planificación Regional. Santiago.

OCDE (2005). “Integración de la Economía y el Medioambiente”. Evaluaciones del desempeño ambiental. OCDE- CEPAL.

ODEPA (2002). “Instrumentos de fomento para el sector silvoagropecuario”. Ministerio de Agricultura. Santiago.

ProChile (2003). “El mercado de productos orgánicos en la Unión Europea, oportunidades y desafíos para Chile”. Santiago.

ProChile (2004). “El mercado de productos orgánicos en Estados Unidos, oportunidades y desafíos para Chile”. Santiago.

ProChile (2004). “Comercio Exterior Chile-EFTA”. Gerencia de Desarrollo Estratégico. Santiago.

ProChile (2006). “Análisis evolución exportaciones Región del Libertador Bernardo O'Higgins, período enero – diciembre 2005”. ProChile Región de O'Higgins. Rancagua.
ProChile (varios años). “Perfiles de mercado”.

Sepúlveda C. y Rivera L. (2004). “Análisis del impacto económico en la región de O'Higgins de los nuevos acuerdos comerciales de Chile”. Publicaciones MIDEPLAN, Departamento de Competitividad Regional. Santiago.

Servicio Nacional de Turismo (2001). “Catastro de instrumentos de fomento productivo aplicados en turismo, año 2000”. Departamento de Planificación. Santiago.

Universidad de Chile (2003). “Diagnóstico para la implementación de un sistema de gestión ambiental en el Valle de Colchagua, Informe Final”.

Departamento de Agroindustria y Enología, Facultad de Ciencias Agronómicas.
CORFO, COPEVAL. Santiago

Universidad Tecnológica Metropolitana UTEM (2004). “Catastro de instrumentos de fomento productivo. Fuentes nacionales”. Vicerrectoría de Transferencia Tecnológica y Extensión. Santiago.

2. PÁGINAS WEB CONSULTADAS

Asproex: <http://www.asproex.cl>

Asociación de Exportadores de Chile: <http://www.asoex.cl/>

Alto Cachapoal: <http://www.altocachapoal.cl/>

Chilealimentos: <http://www.chilealimentos.com/>

Chilevid: <http://www.chilevid.cl/>

CIREN – Geodata: <http://www.geodatachile.cl/>

Colchagua Tierra Premium: <http://www.colchaguatierrapremium.cl/>

CONAMA: <http://www.conama.cl/>

Consejo Nacional de Producción Limpia: <http://www.pl.cl/>

CORFO: <http://www.corfo.cl/>

Corporación Chilena del Vino: <http://www.ccv.cl/>

Dirección del Trabajo: <http://www.dt.gob.cl/>

Federación de productores de fruta de Chile: <http://www.fedefruta.cl/>

Gobierno Regional de O'Higgins: <http://www.goreohiggins.cl/>

INE: <http://www.ine.cl/>

ODEPA: <http://www.odepa.gob.cl/>

Ministerio Educación <http://www.mineduc.cl>

MIDEPLAN: <http://www.mideplan.cl/>

Ministerio del Trabajo y Previsión Social: <http://www.mintrab.cl/>

Pro Chile: <http://www.prochile.cl/>

Ruta del Vino Cachapoal: <http://www.cachapoalwineroute.cl/>

Ruta del Vino Colchagua: <http://www.rutadelvino.cl/>

SAG: <http://www.sag.gob.cl/>

Servicio Nacional de Aduanas: <http://www.aduana.cl/>

Servicio Nacional de Capacitación y Empleo: <http://www.sence.cl/>

SERCOTEC: <http://www.sercotec.cl/>

Sistema de evaluación de Impacto Ambiental (CONAMA): <http://www.e-seia.cl/>

Subsecretaria de Desarrollo Regional: <http://www.subdere.gov.cl/>

Viñas de Chile: <http://www.vinasdechile.cl/>