

**UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN**  
**FACULTAD DE AGRONOMÍA**



**CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UVAS Y VINOS DE LOS  
VALLES DE TUTUVÉN, ITATA, BÍO BÍO Y MALLECO.**

**POR**

**NICOLÁS ANDRES SAN MARTÍN FREIRE**

**MEMORIA PRESENTADA A LA  
FACULTAD DE AGRONOMÍA DE LA  
UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN  
PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
INGENIERO AGRÓNOMO.**

**CHILLÁN – CHILE**  
**2018**

## **CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN DE UVAS Y VINOS DE LOS VALLES DE TUTUVÉN, ITATA, BIOBÍO Y MALLECO.**

CHARACTERIZATION OF THE COMMERCIALIZATION OF GRAPES AND WINES FROM TUTUVÉN, ITATA, BIOBÍO AND MALLECO VALLEYS.

**Palabras índice adicionales:** Vitivinicultura, marketing, viticultores, regiones, mercado.

### **RESUMEN**

Los valles de Tutuvén, Itata, Biobío y Malleco pertenecen a cuatro regiones de importancia vitivinícola en el país, como lo es la Región del Maule (Valle de Tutuvén), Región de Ñuble (Valle de Itata), Región del Biobío (Valle del Biobío) y la Región de la Araucanía (Valle de Malleco). Las superficies vitivinícolas presentes en los valles previamente nombrados se encuentran en una proporción importante en manos de pequeños y medianos productores. De acuerdo a lo anterior, el objetivo de este estudio fue caracterizar la comercialización de uvas y vinos de las unidades productivas vitivinícolas presentes en estos valles, para ello se realizaron entrevistas a informantes claves del Centro de Extensión Vitivinícola del Sur y recopilación de información secundaria en base a datos bibliográficos, de los cuatro valles de estudio. Los resultados muestran que los productores entrevistados presentan características comerciales y productivas distintas según sea el valle estudiado, destacando aspectos como superficie vitícola, tamaño de los productores, principales cepas y denominación de origen. En el ámbito de la comercialización no se especializan en un solo formato de venta, privilegian la actividad individual por sobre la asociativa, implementan básicamente la estrategia de integración vertical produciendo vino a partir de su propia uva y su principal mercado de destino es el nacional. Sin embargo, los aspectos a mejorar en su actividad productiva dicen relación con la comercialización.

### **SUMMARY**