

INDICE GENERAL

CAPITULO 1 INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO 2 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	8
2.1 Características del sector olivícola internacional	8
2.1.1 Mercado internacional del aceite de oliva y destino de la producción	8
2.1.2 La industria nacional del aceite de oliva	9
2.1.3 Antecedentes de la industria regional de aceite de oliva	12
2.2 La perspectiva de las redes sociales	13
2.2.1 Antecedentes conceptuales de redes sociales	14
2.2.2 Antecedentes teóricos de redes sociales	14
2.2.3 Efectos de las redes en la innovación	15
2.2.4 Sistemas regionales de innovación	17
CAPITULO 3 METODOLOGÍA	19
3.1 Materiales	19
3.1.1 Datos a recopilar	20
3.1.2 Procedimiento de recopilación primaria de datos	21
3.2 Métodos	22
3.2.1 Análisis descriptivo de las empresas	22
3.2.2 Análisis cuantitativo de redes sociales	22
3.2.3 Análisis cualitativo de las empresas	29
CAPITULO 4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN	30
4.1 Presentación de resultados de la industria olivícola de la región del Maule a través del análisis cualitativo	30
4.1.1 Superficie y tenencia de las tierras en producción	30
4.1.2 Tamaño de las empresas olivícolas de la región del Maule en volumen de ventas anuales	31
4.1.3 Mercado de destino de la producción de las empresas olivícolas	32

4.1.4 Producción de olivas para aceite de las empresas olivícolas	33
4.1.5 Producción de aceite de las empresas olivícolas de la región del Maule	34
4.2 Presentación de resultados según la caracterización de los vínculos establecidos	35
4.2.1 Tiempo de vinculación	35
4.2.2 Contexto de la vinculación	36
4.2.3 Confiabilidad de la contraparte	37
4.3 Presentación y análisis de resultados a través del análisis de redes sociales	37
4.3.1 Red de relaciones generales entre productores olivícolas	38
4.3.2 Red de conocimiento entre productores olivícolas	43
4.3.3 Red de relaciones generales entre productores y proveedores olivícolas	45
4.3.4 Red de conocimiento entre productores y proveedores olivícolas	48
4.4 Discusión de resultados	51
4.5 Propuestas a seguir en futuros análisis	54
CAPITULO 5 CONCLUSIONES	55
BIBLIOGRAFÍA CITADA	57
ANEXOS	60

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1: SUPERFICIE DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE ACEITE DE OLIVA EN LA REGIÓN DEL MAULE	24
CUADRO 2: EXTRACCIÓN DE UN SET DE PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO REFERIDAS A REDES SOCIALES	25
CUADRO 3: REDES A ANALIZAR EN LA INVESTIGACIÓN	26
CUADRO 4: PROPIEDADES A ESTIMAR EN LAS REDES.....	30
CUADRO 5: SUPERFICIE DE PRODUCCIÓN DE LAS EMPRESAS OLIVÍCOLAS ENTREVISTADAS DE LA REGIÓN DEL MAULE (2010)	33
CUADRO 6: PRODUCCIÓN DE OLIVAS DE LAS EMPRESAS OLIVÍCOLAS (2010).....	37
CUADRO 7: TIEMPO DE VINCULACIÓN ENTRE PRODUCTORES Y DE PRODUCTORES CON PROVEEDORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	38
CUADRO 8: CONTEXTO DE LA VINCULACIÓN ENTRE PRODUCTORES Y DE PRODUCTORES CON PROVEEDORES.	39
CUADRO 9: CONFIABILIDAD DE LA CONTRAPARTE ENTRE PRODUCTORES, Y DE PRODUCTORES CON PROVEEDORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE	40
CUADRO 10: RESULTADOS OBTENIDOS EN LA RED DE RELACIONES GENERALES ENTRE PRODUCTORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE	41
CUADRO 11: RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES EN LA RED DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO ENTRE PRODUCTORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	46
CUADRO 12: RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES EN LA RED DE RELACIONES GENERALES ENTRE PRODUCTORES CON PROVEEDORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	49
CUADRO 13: RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES EN LA RED DE CONOCIMIENTO ENTRE PRODUCTORES Y PROVEEDORES DEL SECTOR OLIVÍCOLA	52
CUADRO 14: COMPARACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS REDES DE RELACIONES GENERALES Y CONOCIMIENTO ENTRE PRODUCTORES OLIVÍCOLAS.....	54
CUADRO 15: COMPARACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS REDES DE RELACIONES GENERALES Y CONOCIMIENTO ENTRE PROVEEDORES DEL SECTOR OLIVÍCOLAS.....	55
CUADRO 16: DENSIDADES OBTENIDAS EN LAS REDES ESTABLECIDAS PARA EL SECTOR OLIVÍCOLA DE LA REGIÓN DEL MAULE	56

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITES 2009.....	10
FIGURA 2: EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE OLIVOS PLANTADA EN CHILE EN EL PERIODO 2004 – 2009.....	11
FIGURA 3: EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE ACEITE DE OLIVA DURANTE LOS AÑOS 2005 A 2009	12
FIGURA 4: BALANZA COMERCIAL DEL ACEITE DE OLIVA ENTRE LOS AÑOS 1998 A 2009	13
FIGURA 5: DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE OLIVOS POR COMUNA EN LA REGIÓN DEL MAULE	14
FIGURA 6: SUBGRAFO MÁXIMO COMPLETO	26
FIGURA 7: ÍNDICE DE CENTRALIZACIÓN EN UNA RED	28
FIGURA 8: MATRIZ RELACIONAL EN PROGRAMA UCINET VI	30
FIGURA 9: GRAFO DE LA MATRIZ RELACIONAL EN PROGRAMA NETDRAW	30
FIGURA 10: PRODUCTORES DE ACEITE DE OLIVA DE LA REGIÓN DEL MAULE	33
FIGURA 11: TAMAÑO DE LAS EMPRESAS OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE SEGÚN VOLUMEN DE VENTAS ANUALES	34
FIGURA 12: MERCADO DE DESTINO DE LA PRODUCCIÓN DE LAS EMPRESAS OLIVÍCOLAS ENTREVISTADAS DE LA REGIÓN DEL MAULE	35
FIGURA 13: PROPORCIÓN DE EMPRESAS CON ALMAZARA EN LA REGIÓN DEL MAULE.....	36
FIGURA 14: CLIQUES EN RED DE RELACIONES GENERALES ENTRE PRODUCTORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	41
FIGURA 15: RED DE RELACIONES GENERALES ENTRE PRODUCTORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE. PRODUCTORES MÁS Y MENOS RELEVANTES SEGÚN SU CENTRALIDAD DE GRADO E INTERMEDIACIÓN.....	44
FIGURA 16: RED DE INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO ENTRE PRODUCTORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE.....	46
FIGURA 17: RED DE INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO ENTRE PRODUCTORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE. PRODUCTORES MÁS Y MENOS RELEVANTES SEGÚN SU CENTRALIDAD DE GRADO E INTERMEDIACIÓN.....	47
FIGURA 18: RED DE RELACIONES GENERALES ENTRE PRODUCTORES CON PROVEEDORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE. PRODUCTORES O PROVEEDORES MÁS Y MENOS RELEVANTES SEGÚN SU CENTRALIDAD DE GRADO E INTERMEDIACIÓN	50
FIGURA 19: RED DE CONOCIMIENTO ENTRE PRODUCTORES OLIVÍCOLAS DE LA REGIÓN DEL MAULE CON PROVEEDORES DEL SECTOR. ACTORES MÁS Y MENOS RELEVANTES SEGÚN SU CENTRALIDAD DE GRADO E INTERMEDIACIÓN.....	52