



## **REDES DE COLABORACIÓN EN EL SECTOR OLIVÍCOLA DE LA REGIÓN DEL MAULE**

**NICOLE VERDUGO GATICA  
INGENIERO AGRONOMO**

### **RESUMEN**

El crecimiento experimentado por la industria olivícola regional, puede ser analizado desde distintos ámbitos, como lo son el económico y social. Se han efectuado anteriormente en el sector vitivinícola investigaciones de tipo social y económicas, que permiten describir las redes que forman el sector. De estas investigaciones se han obtenido importantes contribuciones al conocimiento de la dinámica y crecimiento del sector vitivinícola regional. Estas, han determinado que el acceso a las redes posibilita o dificulta (en algunos casos) el acceso a recursos como conocimiento, insumos, maquinaria, etc., de productores que forman o no, parte de grupos mejor conectados. Por esto, esta investigación estudia principalmente el ámbito social en términos de redes sociales, hasta la fecha no estudiado, en el sector olivícola de la región del Maule, para contribuir al conocimiento y caracterización de esta industria. Esto permitirá dar luces para la comprensión del crecimiento obtenido por el sector olivícola en los años recientes. Para esta investigación se presentan los siguientes objetivos específicos: (1) Describir las redes existentes en el sector olivícola de la región del Maule y (2) Caracterizar los principales actores en las redes definidas y su rol en la distribución de conocimiento y tecnologías. En concordancia con estos objetivos, en esta investigación se plantean las siguientes hipótesis: (1) Los productores que poseen mayor número de vínculos en la red de relaciones generales, obtienen a través de esta red mayor traspaso de conocimiento y (2) La industria olivícola de la región del Maule, posee características estructurales similares a las obtenidas en el sector vitivinícola de esta misma región. El cumplimiento de los objetivos y el testeado de la hipótesis, se posibilita a través del uso de la metodología de redes sociales, ya que esta aproximación metodológica, a través del uso de medidas como centralidad y cohesión, permite caracterizar a los productores de la región y definir la estructura de las redes sociales que forman el sector olivícola.

Palabras Claves: Redes sociales, olivos, industrias olivícola, centralidad de grado, densidad, cliques.

## ABSTRACT

The high impressive growth in cultivated area of olive for oil production in the Maule region, challenge the mission to analyse its growth from different areas, from the economic and social perspectives. There have been earlier in the wine sector, social research, describing the networks that make up the sector in this region, those provided important contributions to the dynamic growth viticulture sector in the region, where it has been determined that access to networks facilitates or hinders access to resources that are producing or not respectively, from groups well connected. Therefore in this research it is mainly examines the social, so far not studied in the olive oil industry, to understand knowledge difussion expressed by this sector. The following specific objectives are setting up: (1) to describe the existing networks in the olive sector in the region Maule and (2) to describe the main actors in the networks defined and role in the distribution of knowledge and technologies.

This research defines the following hypotheses: (1) Producers have as many links in the network general relations, obtained through this network further transfer of knowledge and (2) The olive industry has characteristics structurally similar to those found in the wine sector Maule region. The fulfillment of the objectives and assumptions, made possible through the use of the methodology of social network analysis. Which, through the use of different measures such as centrality and cohesion, allows producers characterize the region and define the structure of social networks that make up the olive market.

Keywords: Social Networks, olive, olive industry, central level, density, cliques.

