

## ÍNDICE

<b>CONTENIDOS</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>1. INTRODUCCION</b>	15
1.1.Objetivos	16
1.1.1. Objetivo general	16
1.1.2. Objetivos específicos	16
<b>2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA</b>	17
2.1. Comercialización de hortalizas	17
2.2. Canales de comercialización	19
2.3. Márgenes de comercialización	25
<b>3. MATERIALES Y MÉTODOS</b>	27
3.1. Materiales	27
3.2. Métodos	28
3.2.1.Muestra seleccionada	28
3.2.2. Determinación de márgenes	28
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIONES</b>	31
4.1. Producción hortalizas en Chile	31
4.1.2. Evolución de la superficie de cultivo de las especies en estudio	34
a) Tomate al aire libre y bajo invernadero	34
b) Cebolla	36
c) Zapallo	38
4.2. Canales de comercialización de hortalizas en la ciudad de Talca, Región del Maule	40
4.2.1. Supermercado	41
4.2.2. Macroferia Regional	42
4.2.3. Venta en campo	43
4.3 Margen de comercialización a nivel productor	44
4.3.1. Tomate al aire libre	44
4.3.2. Tomate bajo invernadero	45
4.3.3. Cebolla de guarda	46
4.3.4. Zapallo de guarda	47
4.4. Margen absoluto, margen bruto y participación del productor en la cadena de comercialización de hortalizas	49

4.5. Utilidad a nivel de productor	51
4.5.1 Utilidad a nivel productor de tomate al aire libre	51
4.5.2. Utilidad a nivel productor de tomate invernadero	55
4.5.3 Utilidad a nivel productor de cebolla de guarda	58
4.5.4 Utilidad a nivel productor de zapallo de guarda	61
<b>5. CONCLUSIONES</b>	64
<b>6. BIBLIOGRAFIA</b>	66
<b>7. ANEXOS</b>	68
7.1 Fichas de costos de producción	68
7.1.1. Ficha costos producción de tomate al aire libre	68
7.2.1. Ficha de costos producción de tomate bajo invernadero	69
7.1.3. Ficha costos de producción de cebolla de guarda	70
7.1.4. Ficha de costos de producción de zapallo de guarda	71

## INDICE DE FIGURAS

<b>Contenidos</b>	<b>Página</b>
Figura 2.1: Canales de Distribución de Hortalizas en Chile	20
Figura 2.2: Representación (simplificada) de la cadena hortofrutícola en el mercado Interno	22
Figura 2.3: Niveles de intermediación presentes en los canales de comercialización	23
Figura 4.1: Evolución de la Superficie de Hortalizas en Chile (periodo 2009/2013)	31
Figura 4.2: Distribución regional de la superficie cultiva de hortalizas en Chile	32
Figura 4.3: Número de Explotaciones hortícolas por rango de superficie a nivel nacional	33
Figura 4.4: Evolución de la superficie de tomate para consumo fresco en Chile (Periodo 2009/2013)	34
Figura 4.5: Participación del sistema de cultivo en la superficie de tomate para consumo fresco en 2007	35
Figura 4.6: Evolución de la superficie de Producción de Cebolla en Chile (Periodo 2009/2013)	36
Figura 4.7: Distribución Regional de la superficie nacional de Cebollas	37
Figura 4.8: Evolución de la Superficie de zapallo en Chile (Periodo 2009/2013)	38
Figura 4.9: Distribución Regional de la superficie de zapallos para el año 2013	39
Figura 4.10: Canales de comercialización utilizados por productores de hortalizas en la Región de Maule	40
Figura N° 4.11: Cadena de comercialización Completa de las especies en estudio	49
Figura 4.12: Ingresos percibidos por el productor de tomate al aire libre segmentado por canal de comercialización	52
Figura 4.13: Utilidad a nivel de productor de tomate al aire libre en diferentes escenarios: escenario pesimista, optimista y normal	54

Figura 4.14: Ingresos percibidos a nivel productor de tomate bajo invernadero segmentado por canal de comercialización	56
Figura 4.15: Utilidad a nivel de productor de tomate bajo invernadero en diferentes escenarios de venta	57
Figura 4.16: Ingreso Percibido por el productor de cebolla de guarda segmentado por canal de comercialización	59
Figura 4.17: Utilidad a nivel productor de cebolla de guarda en a diferentes escenarios de venta	60
Figura 4.18: Ingresos percibidos a nivel productor de zapallo de guarda segmentado por canal de comercialización	62
Figura 4.19: Utilidad a nivel productor de zapallo de guarda en diferentes escenarios de venta	63

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Contenidos</b>	<b>Página</b>
Cuadro 4.1: Variables entre canales de comercialización: Supermercado, Macroferia Regional y venta en campo	43
Cuadro 4.2: Precio por unidad de venta para tomate al aire libre en cada canal de comercialización	44
Cuadro 4.3: Margen de comercialización por unidad de venta a nivel de productores de tomate al aire libre en diferentes canales de comercialización	45
Cuadro 4.4: Precio por unidad de venta de tomate bajo invernadero (kg), en diferentes canales de comercialización	45
Cuadro 4.5: Margen de comercialización por unidad de venta (kg) a nivel productor de tomate bajo invernadero, en diferentes canales de comercialización	45
Cuadro 4.6: Precio por unidad de venta de cebolla de guarda (kg), en diferentes canales de comercialización	46
Cuadro 4.7: Margen de comercialización por unidad de venta (kg) a nivel productor de cebolla de guarda, en diferentes canales de comercialización	47
Cuadro 4.8: Precio por unidad de venta de zapallo de guarda (kg), en diferentes canales de comercialización	47
Cuadro 4.9: Margen de comercialización por unidad de venta (kg) a nivel productor de zapallo de guarda, en diferentes canales de comercialización	48
Cuadro 4.10: Márgen absoluto (Ma), Margen bruto de comercialización (MBC) y participación del productor (PDP) de tomate al aire libre en dos canales de comercialización: Supermercado y Macroferia Regional	50
Cuadro 4.11: Márgen absoluto (Ma), Margen bruto de comercialización (MBC) y participación del productor (PDP) de Cebolla, en dos canales de comercialización: Supermercado y Macroferia Regional	50
Cuadro 4.12: Costos de producción tomate al aire libre/ha	51
Cuadro 4.13: Ingresos obtenidos por el productor de tomate al aire libre	52
Cuadro 4.14: Utilidad obtenida por el productor de tomate al aire libre	53
Cuadro 4.15: Costos de producción tomate al aire bajo invernadero	55
Cuadro 4.16: Ingresos obtenidos por el productor de tomate bajo invernadero	55

Cuadro 4.17: Utilidad a nivel productor de tomate bajo invernadero	56
Cuadro 4.18: Costos Producción Cebolla de guarda Variedad Valenciana	58
Cuadro 4.19: Ingreso Percibido por el Productor de cebolla de guarda	58
Cuadro 4.20: Utilidad a nivel productor de cebolla de guarda	59
Cuadro 4.21: Costos Producción Zapallo de guarda Variedad Camote	61
Cuadro 4.22: Ingresos Percibidos por el Productor de zapallo de guarda	61
Cuadro 4.23: utilidad a nivel de productor zapallo de guarda	62