



## **LA PRODUCCIÓN DE TOMATE EN INVERNADERO. SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFERENCIACIÓN TECNOLÓGICA . CASO: SECTOR DE COLIN, COMUNA DE MAÚLE, TALCA**

**MARÍA CRISTINA PÉREZ ZAMORANO  
INGENIERO AGRÓNOMO**

### **RESUMEN**

En la VII Region, la producción de tomate ocupa una superficie de aproximadamente 5.300 has, de la cual el 4,2% corresponde a tomate bajo invernadero. Dentro de esta Region el Sector de Colin se caracteriza por tener una tradición de alrededor de 14 años en la producción de hortalizas bajo invernadero, siendo el tomate la especie mas cultivada.

Para la realización de este estudio, primero que nada se detecto una diferenciación tecnológica, basada en el sistema de riego utilizado y, mediante una encuesta, se diferenciaron los distintos canales de comercialización seguidos por los productores de Colin, determinándose a la vez, el interés por generar un sistema de comercialización asociativo. También se realizó un estudio de caso para determinar la diferencia en los costos de producción y margen bruto para los diferentes niveles tecnológicos.

De la encuesta, se determine que el 66% de los agricultores encuestados ocupan el método tradicional de riego por surco. El 48% prefiere comercializar su producto principalmente en el Parque Industrial de Talca, y en cuanto al interés de generar un sistema de comercialización asociativo, se puede decir, que hay una tendencia a la comercialización en conjunto.

En lo que respecta al estudio de caso, el grupo de agricultores que riegan por goteo, presenta en promedio mayores rendimientos, menores costos de producción/y mayores ingresos.

## ABSTRACT

At the VII Region, the area of tomato crop is about 5.300 ha. 4,2% of this, is grown under green house conditions which are mainly located in Colin, where the crop has been produced for over 14 years.

To conduct this study, farmers were divided in two groups depending on the irrigation system they use on the tomatoes. Through a survey the different marketing procedures they use were indentified and their interest in association for marketing was measured. Also, the difference in production cost and the marginal income for the crop was established.

From the survey, it was determine that 66% of the farmers used graviattional irrigation. On the other hand, 48% of the producers sell their product at Parque Industrial, Talca and it was possible to see an interest on association for marketing.

The farmers that use a technified irrigation system in averange presented higher yields, a lower productivity cost and higher incomes.