

## ÍNDICE

<b>Contenidos</b>	<b>Página</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1 Objetivos	3
<b>2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>4</b>
2.1 Antecedentes de las hortalizas	4
2.2 Caracterización de las especies estudiadas	5
2.2.1 Lechuga ( <i>Lactuca sativa</i> L.)	5
2.2.2 Repollo ( <i>Brassica oleracea</i> var. <i>capitata</i> )	9
2.2.3 Tomate ( <i>Lycopersicon esculentum</i> Mil.)	12
2.3 Comercialización de hortalizas: definición y conceptos	17
2.3.1 Antecedentes generales	17
2.3.2 Márgenes de comercialización	19
<b>3. MATERIALES Y MÉTODOS</b>	<b>21</b>
3.1 Materiales	21
3.1.1 Zona de estudio	21
3.1.2 Fuentes de información	21
3.2 Métodos	22
3.2.1 Muestra seleccionada	25
a) Productores	25
b) Intermediarios	27
3.2.2 Determinación de márgenes de comercialización	27
a) Margen absoluto	27
b) Margen bruto de comercialización (MBC)	28
c) Participación del productor (PDP)	28

<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	29
4.1 Identificación, caracterización e interrelación de los agentes	29
4.3 Márgenes brutos obtenidos por los diferentes agentes de la cadena	42
<b>5. CONCLUSIONES</b>	50
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b>	52
<b>7. ANEXOS</b>	56

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>Contenidos</b>	<b>Página</b>
2.1 Superficie (ha) y porcentaje de participación por Provincias de la Región del Maule con respecto al total regional de lechugas	8
2.2 Superficie (ha) y porcentaje de participación por Provincias de la Región del Maule con respecto al total regional de repollos	11
2.3 Superficie (ha) y porcentaje de participación por Provincias de la Región del Maule con respecto al total regional de tomates para consumo fresco	16
2.4 Canales de distribución de hortalizas en Chile	19
4.1 Esquema de la comercialización de hortalizas en la ciudad de Talca	40
4.2 Margen absoluto, Márgenes brutos y Participación del productor en la cadena de comercialización del producto Lechuga Escarola	44
4.3 Margen absoluto, Márgenes brutos y Participación del productor en la cadena de comercialización del producto Repollo Crespo	46
4.4 Margen absoluto, Márgenes brutos y Participación del productor en la cadena de comercialización del producto Tomates semiduros	48

## **ÍNDICE DE CUADROS**

<b>Contenidos</b>	<b>Página</b>
2.1 Superficie plantada por región y total país, y porcentaje de participación con respecto al total nacional de lechugas	7
2.2 Superficie plantada por región y total país, y porcentaje de participación con respecto al total nacional de repollos	11
2.3 Superficie plantada por región y total país, y porcentaje de participación con respecto al total nacional de tomates para consumo fresco	15
3.2 Muestra seleccionada de productores	26
3.3 Muestra seleccionada de agentes intermediarios	24
4.1 Precios promedio de venta de cada agente intermediario por producto	42

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

<b>Contenidos</b>	<b>Página</b>
7.1 Sectores visitados por comuna	56
7.2 Diseño encuestas	57
7.3 Mapa localización productores Comuna Maule Oriente	59
7.4 Mapa ubicación intermediarios de la ciudad de Talca	60
7.5 Reportaje de precios al detalle de hortalizas en la ciudad de Talca	61