



**ceres**

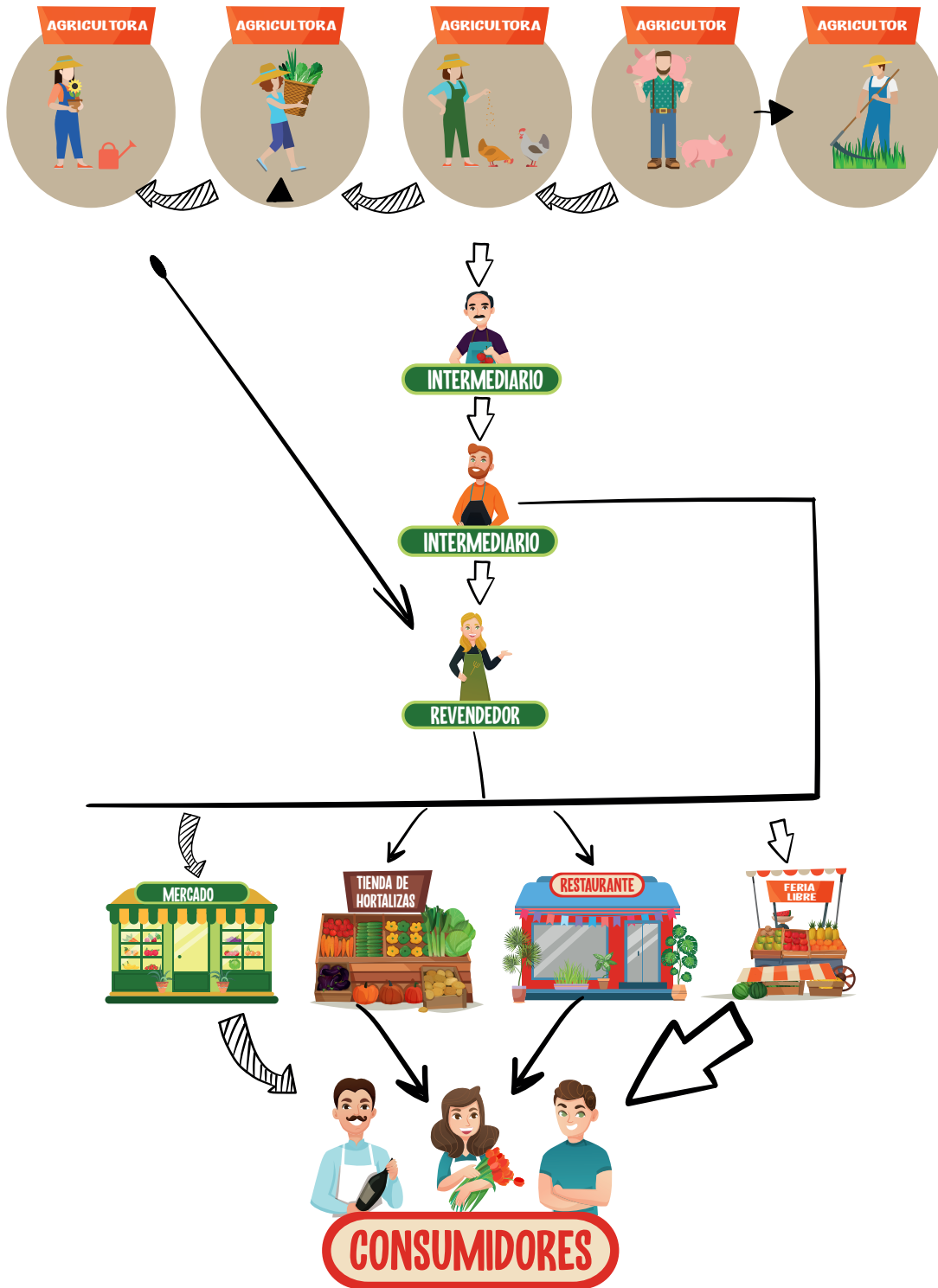
Centro Regional de Investigación e  
Innovación para la Sostenibilidad de  
la Agricultura y los Territorios Rurales



# SISTEMAS HORTÍCOLAS EN LA AFC CHILE



centroregionalceres  
[www.centroceres.cl](http://www.centroceres.cl)



## PREDIOS AGRÍCOLAS

Predios de bajo tamaño con recursos limitados. Los predios son poco tecnificados y requieren alto uso de mano de obra familiar. El manejo agrícola se basa principalmente en el uso de fertilizantes y pesticidas sintéticos y en el monocultivo. Los predios tienen un volumen de producción bajo a medio. Los agricultores tienen baja a media formalidad tributaria y bajo a medio nivel de gestión.

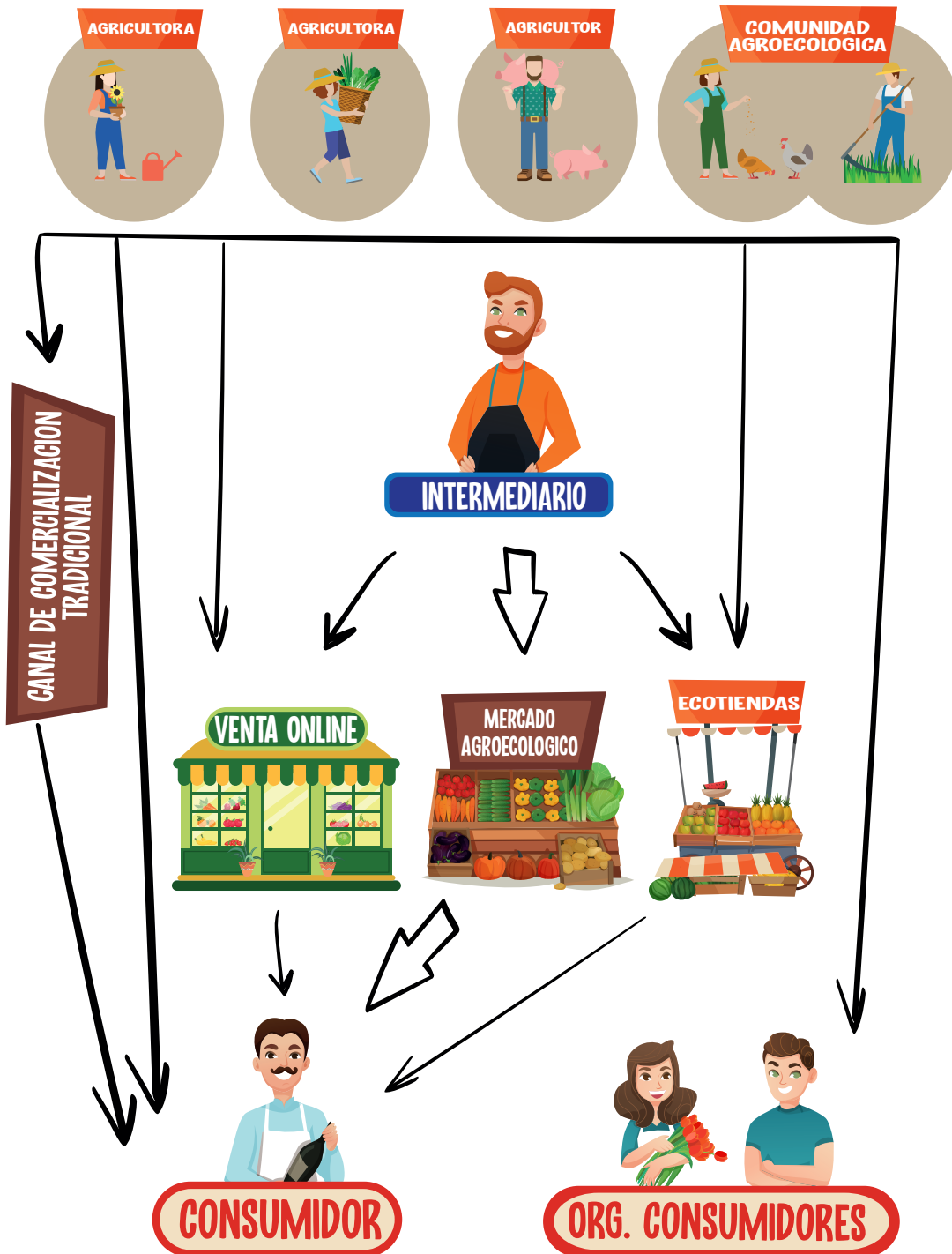
## COMERCIALIZACIÓN

Los productos se comercializan principalmente por el canal de comercialización tradicional que involucra intermediarios, mercados mayoristas y minoristas (ferias locales, restaurantes y hoteles) con baja formalidad. En menor medida, los productos son vendidos directamente en el predio. Los aspectos principales para vender son el precio y la calidad estética (tamaño, firmeza, color y vida post-cosecha). Los intermediarios obtienen las mayores ganancias pues manejan información de precios, volúmenes y tienen la logística para almacenar y transportar los productos. Hay bajos de confianza entre los actores del canal.

## CONSUMIDORES

Los consumidores de este sistema hortícola en su mayoría pertenecen a niveles socio-económicos bajos y medios. A menudo no conocen el origen de los productos. Los criterios de compra de estos consumidores son principalmente el precio y la calidad estética del producto.

# SISTEMA HORTÍCOLA AGROECOLÓGICO



## PREDIOS AGRÍCOLAS

Los predios son pequeños y con recursos limitados. Las principales prácticas de manejo son: elaboración y/o aplicación de bio-insumos, nula o muy baja aplicación de agroquímicos, rotación y diversificación de cultivos y labranza mínima. Estos predios requieren de un alto aporte de mano de obra familiar. Los agricultores tienen baja a media formalidad tributaria y bajo a medio nivel de gestión. Existe un bajo nivel de organización para la comercialización, falta de información de mercados y deficiencias en el manejo post-cosecha. Los agricultores están geográficamente muy dispersos.

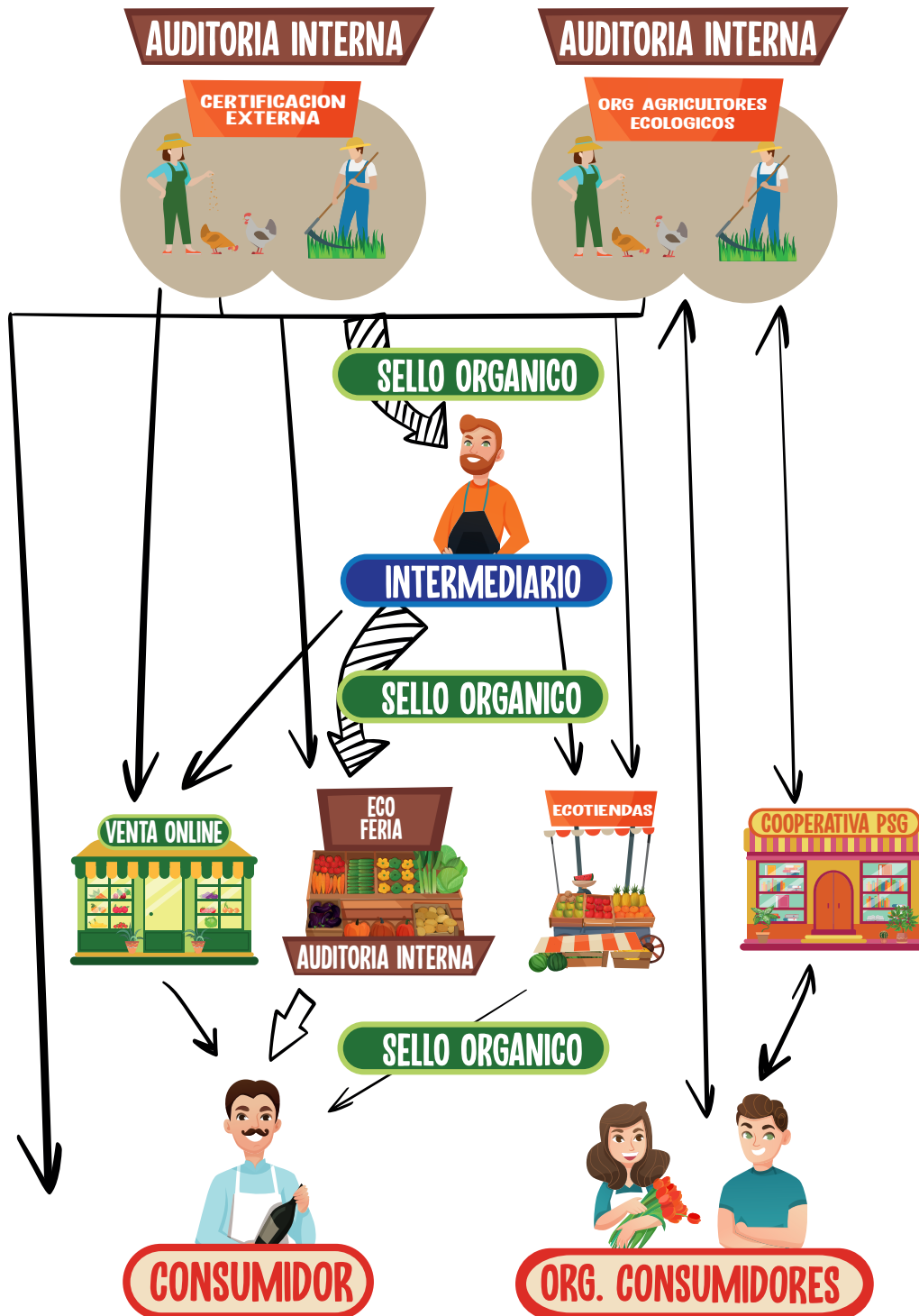
## COMERCIALIZACIÓN

Los productos se comercializan a través del canal de comercialización tradicional (con precios de producto convencional) o a través de múltiples circuitos cortos de comercialización. Los canales cortos de comercialización incluyen: la venta en el predio, venta a domicilio, venta en ferias libres, tiendas especializadas y mercados agroecológicos. En estos canales, los agricultores venden sus productos directamente a los consumidores o a través de organizaciones colectivas tales como comunidades agroecológicas y cooperativas de consumidores. No hay sistemas de control formales (SAG) que garanticen que los productos son agroecológicos y estén libres de pesticidas, sino que más bien se basan en relaciones de confianza interpersonales.

## CONSUMIDORES

Los consumidores de este sistema hortícola participan en redes de consumo responsable o son consumidores individuales que pertenecen a todos los niveles socio-económicos. Estos consumidores favorecen atributos de calidad integrados en la noción de producción local, salud, seguridad alimentaria y sostenibilidad.

# SISTEMA HORTÍCOLA ORGÁNICO (SPG)



## PREDIO AGRÍCOLAS

Este tipo de sistema hortícola se caracteriza por predios de tamaño pequeño a mediano. Los predios se manejan con prácticas agroecológicas (ver sistema hortícola Tipo II) y uso ocasional de insumos orgánicos externos. Requieren un alto aporte de mano de obra familiar, complementado con personal contratado y niveles bajos de tecnificación. La certificación orgánica de la producción se adquiere principalmente por el Sistema Participativo de Garantías (SPG) fiscalizado por el SAG. En el SPG, los agricultores se agrupan en organizaciones de agricultores ecológicos.

## Comercialización

Los agricultores orgánicos comercializan sus hortalizas a través de canales de cortos de comercialización entre los que se incluyen: venta a domicilio, venta directa en tiendas especializadas y venta en el predio. Además, se observa la venta a través de cooperativas de comercialización, eco-ferias y mercados ecológicos. Se realizan acuerdos más estrictos, pero informales, sobre precios y volúmenes. Estos canales se caracterizan por relaciones de confianza entre los actores. Las hortalizas certificadas en producción orgánica están sujetas a revisiones por parte de los propios actores que participan en los canales de comercialización.

## CONSUMIDORES

Los consumidores de este sistema hortícola participan en redes de consumo responsable o son consumidores individuales que en su mayoría pertenecen a niveles socio-económicos medios y altos. Estos consumidores demandan hortalizas saludables, locales y producidas de manera sostenible.