
**ACCESO A LA AGRICULTURA DIGITAL Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN
Y COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DE
PEQUEÑOS PRODUCTORES HORTÍCOLAS Y DE BERRIES DE LA REGIÓN
DEL MAULE**

**FABIÁN ALONSO SEPÚLVEDA MORALES
AGRÓNOMO**

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo evaluar el efecto de la agricultura digital (TIC) en la comercialización de pequeños productores hortícolas y de berries de la región del Maule, comprender el nivel de acceso a TIC, conocer los canales de distribución y la posibilidad de acceder a nuevos mercados para mejorar la comercialización. La hipótesis propuesta busca analizar si las plataformas digitales son una herramienta útil para mejorar la comercialización de hortalizas y berries producidos por pequeños productores de la Región del Maule. Para este efecto se entrevistaron a 123 pequeños productores agrícolas con sistemas productivos de berries, hortalizas y mixto. Los agricultores entrevistados se ubican dentro de las cuatro provincias de la Región del Maule, caracterizándose en base a información sociodemográfica, de producción, uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para uso en su negocio agrícola y de contingencia 2020 (Pandemia COVID-19). Para realizar el análisis estadístico, se utilizó el programa estadístico IBM SPSS versión 20, para realizar en primera instancia un análisis estadístico-descriptivo de la muestra, según las variables consideradas se pueden definir los grupos de estudio. Para estudiar la interacción entre niveles de acceso se realizó una comparación de medias, donde se determina que no hay diferencias significativas entre los niveles de acceso y los parámetros socioeconómicos-productivos. Concluyendo que los productores de berries y hortalizas en la Región del Maule no consideran que las plataformas digitales son una herramienta útil para mejorar la comercialización de sus productos, esto resultado de la falta de manejo de tecnologías que existe en la Región.

ABSTRACT

The objective of this investigation is to evaluate the effect of digital agriculture (ICT) on the commercialization of small horticultural and berry producers in the Maule region, to understand the level of access to ICT, to know the distribution channels and the possibility of accessing to new markets to improve marketing. The proposed hypothesis seeks to analyze whether digital platforms are a useful tool to improve the marketing of vegetables and berries produced by small producers in the Maule Region. For this purpose, 123 small agricultural producers with berry, vegetable and mixed production systems were interviewed. The interviewed farmers are located within the four provinces of the Maule Region, characterizing themselves based on sociodemographic information, production, use of information and communication technologies (ICT) for use in their agricultural business and contingency 2020 (COVID Pandemic -19). To carry out the statistical analysis, the statistical program IBM SPSS version 20 was used, to carry out in the first instance a statistical descriptive analysis of the sample, depending on the variables considered, the study groups can be defined. To study the interaction between access levels, a comparison of means was carried out, where it was determined that there are no significant differences between the access levels and the socioeconomic productive parameters. Concluding that the producers of berries and vegetables in the Maule Region do not consider that digital platforms are a useful tool to improve the marketing of their products, this is the result of the lack of technology management that exists in the Region.