

EL TOMATE LIMACHINO ANTIGUO

Contado por quienes lo cultivamos



Tomate limachino antiguo

Gabriela Lemus • Limache, Región de Valparaíso • 2026

NUESTRA HISTORIA: EL TOMATE QUE SE FUE Y VOLVIÓ

Semillas genovesas y francesas traídas por inmigrantes italianos (s. XX), adaptadas a la cuenca de Limache.

Principal variedad de la zona hasta los años 80; recordado por su piel rosada, hombros verdes, aroma y sabor inigualables.

1981: última siembra masiva. El tomate híbrido “larga vida” lo desplazó por 40 años.

Rescate: agricultores PRODESAL + INIA + INDAP + Municipalidad de Limache recuperan la semilla en banco de germoplasma.

Hoy: 13 familias de Limache y Olmué lo cultivan nuevamente.

1. PRODUCCIÓN: LOS DESAFÍOS

Fruto delicado: respira mucho, produce etileno, madura rápido → cosecha diaria en su punto justo.

“No puede trabajarse con mucho químico, entonces se produce a la antigua” (E. Jorquera): más mano de obra.

Invierno: las bajas temperaturas frenan la producción; temporada corta, hijo del verano.

Se perdió el manejo fino tras 40 años: reaprender densidades, poda, riego y sanidad con apoyo del INIA.

Coordinar 13 predios en producción escalonada para asegurar volumen continuo.



Cosecha en distintos estados de madurez

1. PRODUCCIÓN: LO FAVORABLE

Sabor comprobado: alta aceptación sensorial frente al 40% del tomate larga vida. “El tomate se vende solo”.

Orgullo profesional: de proveedores de commodity a guardianes de una variedad patrimonial.

Ciencia aliada: se confirmó identidad genética única, cultivado en la zona desde al menos 1938.

Trabajo colectivo: 13 familias que planifican, comparten aprendizajes y negocian juntas.

“Sentimos mucho orgullo... representar a los antepasados que mantuvieron esta semilla” (M. Sánchez).



Productores de la Cooperativa Agrícola de Limache

2. AGREGACIÓN DE VALOR Y DIFERENCIACIÓN

Nombre y protección: “Tomate Limachino Antiguo” + Sello de Origen (INAPI); en camino a indicación geográfica.

Defectos → atributos: maduración rápida = cosecha en punto; jugoso = sabor real; bajo químico = producción limpia.

El relato como valor: etiqueta, ferias y degustaciones cuentan la historia verificada.

Cultura: Fiesta del Tomate Limachino y libro patrimonial → el consumidor compra historia, no solo kilos.

Desafío pendiente: mejorar postcosecha (frío, selección) sin traicionar su naturaleza.



Calidad y presentación: nuestro diferencial

3. COMERCIALIZACIÓN: DEL PREDIO A LA GÓNDOLA

Al inicio: venta en predio y ferias locales. Comercio justo y trato directo.

Giro inesperado: Cencosud buscó el producto (“los clientes pedían un tomate con sabor y olor”) → convenio con Jumbo.

Desafío: negociar sin ser devorados → INIA y universidad como garantes de negociación equilibrada.

Desafío: volumen y continuidad → producción escalonada coordinada + honestidad sobre los límites.

Logro: precio por valor + venta directa con el 100% del margen.

“Con esto despegamos... la gente lo está reconociendo” (M. Sánchez)



Nuestro tomate en góndola de Jumbo

CULTURA QUE SUMA VALOR

La Fiesta del Tomate Limachino revive la celebración de cosecha de los antiguos fundos.

Atrae visitantes, prensa y nuevos clientes cada año.

Posiciona el territorio: Limache = tomate con identidad.

Cada actividad cultural suma valor al precio que el consumidor paga.



Organización: la fuerza del trabajo colectivo

CIERRE: LO QUE ESTE TOMATE NOS ENSEÑÓ

Rescatar una variedad no es nostalgia: es estrategia económica.

El valor está en la tierra y en el relato verificado (Sello de Origen, ciencia, fiesta).

Ningún agricultor se salva solo: 13 familias + INIA + INDAP + municipio + universidad.

“Aquí hay mucho más que un producto en el supermercado... está el corazón de Limache” (D. Morales).

Mientras haya manos dispuestas a guardar una semilla por amor, ninguna tradición está perdida.

¡Muchas gracias!



Nuestra cosecha, nuestro orgullo