

3.057  
Cop. 2a

"PROBLEMATICA GENERAL DE LA ZONA CAFETERA EN EL DESARROLLO DE LA HORTICULTURA"

POR :      LUIS A. BECERRA      Y      ALDO PATRUÑO

ANTECEDENTES.

El esfuerzo más grande en diversificación cafetera se mostró en un programa - quinquenal de Desarrollo y Diversificación Cafetera preparado en los años de 1.962 y 1.963.

El área cubierta por este programa abarcó los departamentos de Antioquia Antioquía Antioquia Caldas Norte del Valle y Norte del Tolima. Se llamó entonces Fondo de Desarrollo y Diversificación de Zonas Cafeteras. A partir de 1.963 por Decreto No 2024 se delegó a la Federación Nacional de Cafeteros el cumplimiento a nombre de Colombia en los compromisos de diversificación. A partir de entonces se creó a nivel de Gerencia, una unidad operativa denominada Programa de Desarrollo y Diversificación de Zonas Cafeteras con acción en los Departamentos mencionados, y además Cundinamarca. En los demás Departamentos Cafeteros se trabaja a través de Proyectos específicos.

Los problemas detectados dentro del plan quinquenal se relacionan con producción y mercadeo de perecederos en la zona cafetera, ambos íntimamente ligados entre sí.

PRODUCCION.

La zona cafetera, por sus condiciones ecológicas, presenta posibilidades para producir una amplia gama de cultivos. Las metas para renglones de producción se seleccionaron en base a su adaptación a las condiciones de suelos y ecológicas para las diferentes zonas, al requerimiento y disponibilidad de mano de obra, a la rentabilidad obtenible, a los estudios y proyecciones del consumo nacional, a las condiciones de los mercados internos y externos y a la posibilidad que ofrecen estos últimos para la exportación.

La actividad de producción de frutas y hortalizas en la zona cafetera, se desarrolla en cultivos de piña, cítricos, aguacates, mora, guayaba, lulo, guana, banana, papaya, tomate, habichuela, pimentón, alverja, hortalizas de hoja, tomate de árbol, espárragos, curuba, etc. Sin embargo, cultivos como lechuga, zanahoria, remolacha, brocoli, etc., por sus características de producción, la zona cafetera no compite ventajosamente con la Sabana de Bogotá y otras áreas mecanizables.

En la ejecución de nuestros programas de producción de perecederos hemos encontrado problemas relativos a:

a) falta de conocimiento de los cultivos hortofrutícolas por parte de los

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS  
DE COLOMBIA

2

- agricultores y carencia de cultivos a nivel comercial e industrial para motivar a los usuarios de crédito con base a rendimientos conocidos.
- b) Falta de ensayos regionales a nivel zona cafetera sobre aspectos de fertilización especies y variedades adecuadas.
  - c) Carencia de mano de obra calificada para estos cultivos.
  - d) Escasa disponibilidad de insumos específicos para estos últimos tales como fertilizantes simples o compuestos, pesticidas, semillas, etc.
  - e) Falta de un laboratorio de suelos que analice y suministre los resultados rápidamente.
  - f) En ciertas regiones, carencia de interés por cultivos hortofrutícolas, ya sea por desconocimiento y falta de canales de comercialización. Esto se hace más evidente por el alto grado de organización y eficiencia de la industria cafetera que ha dado a los agricultores ingresos estables por el cultivo de su producto y no estarían dispuestos a cambiar esta situación por otra con riesgos en la producción y mercadeo.
  - g) Existen, también, fuertes tendencias "fiebres" a sembrar determinadas líneas cuando su precio en el mercado es halagador, sin tener en cuenta la oferta y la demanda del producto en un futuro, lo cual influye en la quiebra económica de muchos productores.
  - h) Vías de comunicación escasas, pobremente conservadas, producción dispersa, lo cual hace difícil la asistencia técnica y el mercadeo de estos perecederos en épocas de invierno.
  - i) No existía crédito ni asistencia técnica institucional, viéndose en la necesidad los cultivadores de quedar en manos de los acopiadores rurales o mayoristas quienes anticipan dinero a cambio de obtener la producción a precios irrisorios lo cual desestimula los esfuerzos en la producción

MERCADEO.

En 1.973 la producción anual de perecederos provenientes de la zona cafetera se calculaba en 660.000 toneladas, por un valor que sobrepasaba los 1.700 millones de pesos. Por dificultades en la comercialización, ausencia de incentivos en los precios, falta de transporte oportuno y eficiente, mal manejo de los productos, etc., se estaban perdiendo 310.000 toneladas por un valor de 636 millones.

Los más prominentes problemas encontrados en la comercialización de los productos mencionados, se relacionan con la producción en sí, cuyos problemas se enunciaron anteriormente y los relacionados concretamente con :

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS  
DE COLOMBIA

- 3 -

1. Falta de conocimiento de manejo postcosecha.
2. Empaques idanecuados y tradicionales, tales como bultos y cajas.
3. Transporte tradicional, no especializado.
4. Falta de cadena de frío y transporte refrigerado, cuyos servicios sean accequibles al productor.
5. Falta de conocimiento sobre calidades exigidas, tanto en el mercado tradicional como institucional y tendencia al fraude por parte del productor, como consecuencia de precios injustos recibidos por su producto.
6. Falta de continuidad en la producción, ya que ésta obedece a fenómenos cíclicos, sujeta a la ley económica de la oferta y la demanda influyendo, por consiguiente, notoriamente en los precios.
7. Por esta misma razón, la provisión de materia prima para la industria no puede copar su capacidad instalada.
8. Falta de conocimiento de canales de distribución y tendencia de los precios y mercados.

La introducción a la zona cafetera de renglones agropecuarios, cuyas condiciones de mercado son muy irregulares y sus limitaciones numerosas, llevó a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia a establecer en el año de 1.971 un proyecto piloto de Mercadeo, de acuerdo con los planes y políticas trazados por el Comité Nacional de Diversificación.

El establecimiento de este proyecto ha permitido a la Federación conocer en la práctica los sistemas de comercialización existentes para productos perecederos, producidos en la zona cafetera y las dificultades inherentes; además, a determinar la estructura de mercadeo de dichos productos, su clase y calidad, los volúmenes e importancia relativa de los mismos y la estacionalidad de la producción y los precios. En esta forma, se ha podido determinar la estructura conveniente para crear una organización dirigida a ofrecer a los agricultores mercados y precios razonables, para los productos agrícolas diferentes al café.

Por estas razones, la Federación propone un plan nacional de producción y mercadeo, que se expone a continuación:

ELEMENTOS BASICOS DEL PLAN DE PRODUCCION Y MERCADERO

El plan nacional de producción y mercadeo se organizará teniendo en cuenta los siguientes elementos básicos :

A - MERCADOS EN ORIGEN.

Los mercados en origen o centros de acopio son sitios de contratación y venta, establecidos en las zonas de producción cuyas funciones principales son:

Concentrar la producción para estabilizar, racionalizar y asegurar la oferta por intermedio de una coordinación efectiva entre producción y comercialización.

Reducir costos de mercadeo.

- Asegurar el mercadeo a la producción agropecuaria.
- Estabilizar y asegurar precios más justos a productores y consumidores
- Ofrecer productos de acuerdo a las exigencias del mercado.
- Prestar servicios de información de precios a los agricultores.

B - CENTRALES DE ABASTECIMIENTO

Estarán ubicadas en los principales centros de consumo del país, con la finalidad de facilitar la comercialización de productos agropecuarios, a través de la provisión de instalaciones y servicios complementarios adecuados para el comercio al por mayor.

Sus objetivos serán:

- Ofrecer instalaciones físicas adecuadas a un gran número de comerciantes mayoristas de productos alimenticios.
- Facilitar el acceso, cargue y descargue y estacionamiento de toda clase de vehículos de abastecimiento y compradores incluyendo vehículos de gran tonelaje.
- Ofrecer servicios complementarios tales como mercado de subasta, almacenamiento, restaurante, bancos -- servicios de información de precios.

Las centrales de abastecimiento deberán mantener una estrecha coordinación con las diversas etapas del proceso de comercialización funcionando como mercado mayorista terminal y como mercado de distribución con influencia regional, nacional o internacional según el caso.

C - DISTRIBUCION

El sistema de distribución tiene por objeto el abastecimiento adecuado de productos a los diferentes canales existentes entre el productor y el consumidor final.

Este sistema deberá tener la agilidad necesaria encaminada a obtener una racionalización en el proceso completo de mercadeo de los productos.

El proceso de distribución deberá ser el eje del plan nacional de mercadeo, uniendo las actividades de los mercados en origen con las centrales de abastecimiento, organizando la distribución en los centros urbanos a nivel mayorista y minorista y detectando las posibilidades de exportación y procesamiento cuando se presentan excesos en la oferta.

En el campo específico de la distribución urbana será necesario vincular las Cajas de Compensación y Cooperativas de Consumo existentes en las principales ciudades del país.

D - TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO REFRIGERADO.

Además del transporte y almacenamiento tradicionales, la ejecución de un plan nacional de mercadeo de productos alimenticios, requiere de una infraestructura de transporte y almacenamiento en frío, con miras a lograr los siguientes fines:

- Disminuir considerablemente las pérdidas que por deshidratación y deterioro ocurren en la comercialización de productos alimenticios especialmente frutas y hortalizas.

Coadyuvar a la estabilización de la situación de oferta y demanda de los productos procurando disminuir el efecto que los picos de abundancia y escasez presentan sobre los niveles de precios.

- Concentrar la oferta de determinados productos perecibles para el mercado de exportación.

E - AGROINDUSTRIA

El plan nacional de comercialización de productos alimenticios deberá estar complementado por el establecimiento de un sistema de plantas procesadoras de productos agropecuarios.

En base a lo anterior, se deben señalar como objetivos los siguientes :

- Identificar las oportunidades de producción agropecuaria para la industrialización que demanden los mercados externos y promover su aprovechamiento.

- Estimular la coordinación e integración de entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras, para el establecimiento y ampliación de empresas agroindustriales.

- Gestionar y canalizar la asistencia técnica y crediticia necesaria para el desarrollo de los proyectos identificados.

ASIGNACION DE FUNCIONES

Como base para una asignación específica de funciones, en cuanto a la investigación, organización y ejecución del plan, se presenta la siguiente distribución de responsabilidades :

- A - MERCADOS EN ORIGEN : Programa de Desarrollo, en las zonas cafeteras: Central de Cooperativas de la Reforma Agraria CECOBA, en los proyectos de reforma agraria y áreas de influencia del INCORA, e Instituto Colombiano Agropecuario ICA, en sus programas de desarrollo rural y zonas de influencia.
- B CENTRALES DE ABASTECIMIENTO : Central de Abastecimientos de Bogotá Central de Abastecimientos del Valle Central Mayorista de Medellín y otras contando con la coordinación de la Corporación Financiera Agropecuaria.
- C - DISTRIBUCION : Instituto de Mercadeo Agropecuario, Cajas de Compensación, Cooperativas de Consumo y Federación de Consumidores.
- D - TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO REFRIGERADO : Empresa Comercial de Perecederos ( EMCOPER ).
- E - AGROINDUSTRIA : Fondo de Promoción de Empresas Agroindustriales (PROMOVER)
- F - COORDINACION GENERAL DEL PLAN : Ministerio de Agricultura y Oficina de Planeamiento del Sector Agropecuario (OPSA).

Bogotá, Junio 3 de 1.975  
Prodesarrollo/