

Res 25235

955-9



**PROGRAMA DE CAPACITACION EN
MERCADERO AGROPECUARIO PARA
PROFESIONALES Y TECNICOS NIVEL MEDIO
DE LAS UMATAS EN EL DEPARTAMENTO DE
BOYACA, 1996-1999**

Germán Gonzalo Hurtado Rodríguez Ph. D.
Director Programa de Capacitación - UPTC

RESUMEN EJECUTIVO



- INTRODUCCION

La Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia con el apoyo del Ministerio de Agricultura, SINTAP - PRONATTA y de la Secretaría de Agricultura de Boyacá, ofrece este programa de capacitación en Mercadeo Agropecuario a los profesionales y técnicos nivel medio de todas las UMATA del Departamento, como una contribución a la formación de profesionales idóneos que sean capaces de responder a la permanente problemática de la Comercialización de los productos que sin lugar a dudas es uno de los principales cuellos de botella del sector agrícola.

Se desea que los funcionarios de las UMATA vean en la comercialización agrícola, el faro que oriente el trabajo del subsistema de la producción para que los bienes que aquí se produzcan, se puedan comercializar a fin de que el agricultor, especialmente el pequeño, pueda participar en los procesos de mercadeo y de esta manera mejorar sus condiciones de vida.

- JUSTIFICACION

Es indudable que los esquemas tradicionales de la asistencia técnica, en los cuales el interés giraba alrededor exclusivamente de aumentar la producción y la productividad sin ningún contexto con los mercados y el problema agroalimentario, debe cambiarse profundamente.

Se trata de manejar un contexto moderno de la asistencia técnica a partir de los mercados que permitan con el concurso de la comunidad rural, diseñar estrategias de comercialización como la alternativa más viable de desarrollo del productor.

Se busca establecer una política y un procedimiento coherente entre producción, comercialización, transformación y consumo en la cual se involucren los participantes en este proceso bajo criterios de mayor racionalidad que signifique comercializar productos de mejor calidad, mejor empacados, mejor clasificados y con menos porcentaje de pérdida en postcosecha.

Todo lo anterior debe propiciar de alguna forma la organización de los productores en el proceso de comercialización, para que a través por ejemplo de centros de acopio, se puedan diseñar estrategias de comercialización que les permita involucrarse y ser partícipes activa en la venta de sus productos, obteniendo mayor rentabilidad e ingresos, mejorando así significativamente su nivel de vida.

- PRESENTACION DEL PROBLEMA

En el departamento de Boyacá existe más de un centenar

de UMATAS con cerca de 500 funcionarios desarrollando trabajos con la comunidad, especialmente alrededor de la problemática de la producción.

Si bien es importante el trabajo que se hace alrededor de la producción y ésta es una de las principales tareas de las UMATA, no es menos cierto que generalmente este trabajo se halla totalmente «desconectado» del problema agroalimentario de la región y del país. En este sentido, el trabajo de las UMATA no se orientan hacia el fomento de productos que se puedan comercializar y que naturalmente puedan tener una adecuada demanda, que les permita a los agricultores vender directamente sus productos participando en los mercados, no solamente para mejorar sus ingresos y su bienestar económico sino además, para que pueda adquirir los productos que ellos no pueden producir y que seguramente son determinantes de un mejor nivel de vida.

Existe un gran desconocimiento del papel de mercadeo agrícola, como factor de desarrollo, especialmente para las comunidades rurales marginadas. El subsistema de la producción y de la comercialización se hallan divorciados en los planes de trabajo de los funcionarios del sector agrícola. En este sentido, se trabaja hacia el fomento y la producción de bienes para los cuales no es clara su comercialización y la forma como podrían participar los agricultores a fin de que ellos puedan salir de sus condiciones de marginalidad y sean partícipes del desarrollo del país.

OBJETIVOS GENERALES

1. Llevar a cabo un programa de capacitación a los profesionales y técnicos del nivel medio de las UMATAS en Mercadeo Agrícola a fin de coordinar eficaz y eficientemente los subsistemas de producción - comercialización - consumo.
2. Proponer nuevos procedimientos, metodologías y enfoques de la asistencia técnica a partir de los mercados agrícolas, como una de las mejores opciones de lograr aumentar el nivel de vida de las gentes del sector rural.

- OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Capacitar a los profesionales y técnicos del nivel medio de las UMATAS en un nuevo enfoque de las asistencias técnicas.
2. Proporcionar nuevas herramientas a la asistencia técnica tradicional, enfocándola en función del desarrollo de los mercados.
3. Formular con los funcionarios de la UMATA, pla-

nes de desarrollo del sector agropecuario de la región, a partir de los mercados en los cuales sea evidente la participación de la comunidad.

4. Crear condiciones de desarrollo de las comunidades agrícolas bajo la perspectiva de su participación en el mercado, con el nuevo enfoque de asistencia técnica.

5. Involucrar a las comunidades campesinas en nuevas estrategias de desarrollo participativo.

- METODOLOGIA

La metodología consta de las siguientes fases:

Fase I

Capacitación teórico - práctica sobre lo que se entiende por asistencia técnica y mercadeo agrícola. En este aspecto se señalan los fundamentos básicos del mercadeo agrícola y de manera simultánea, se hará un diagnóstico sobre la forma como operan los mercados en cada región.

Elaboración de propuestas de planes concretos de desarrollo de las regiones, a partir de los mercados.

Una vez hayan recibido los técnicos y profesionales de las UMATAS, la formación básica en mercadeo agrícola ellos deberán trabajar con los agricultores, bajo el concepto de investigación participativa en la elaboración de planes y estrategias de desarrollo de la economía campesina, a partir del mercado con programas de trabajo que señale claramente las posibilidades de comercialización de los productos agrícolas que la región puede producir, de acuerdo con sus condiciones agroecológicas, a fin de venderlos ventajosa y competitivamente en los mercados.

Fase II

* Desarrollo práctico:

En esta etapa deberán los funcionarios de la UMATA asesorar técnicamente a los agricultores en las formas de producción y de comercialización (inclusive en agroindustria a fin de que los productos que se hallan considerado que tienen buenas y reales posibilidades de comercialización puedan ser ofertados atendiendo las exigencias de los consumidores de los mercados terminales (supermercados, cadenas de mercados, supermercados, etc).

De otra parte, resultaría deseable la organización de los agricultores en alguna fase del proceso de comercialización (p.e. a partir de los centros de acopio en las regiones) a

fin de propiciar el establecimiento de acuerdos o convenios con las grandes cadenas de supermercados y/o mayoristas. En esta parte es importante la búsqueda de éstos contactos con las grandes cadenas, (especialmente en Bogotá y Bucaramanga) inicialmente por parte de los técnicos, para facilitar este proceso, que posteriormente deberán ser ejecutados independientemente por los mismos agricultores (Fase III).

* Evaluación

Aunque lo que resulta deseable es permanentemente se vaya realizando evaluaciones sobre la marcha, a fin de corregir los posibles errores que se estén cometiendo y aplicar los correctivos del caso, es necesario que al finalizar la fase II se elabore un documento donde se pueda plasmar de manera concreta los aspectos que han incidido negativamente en el desarrollo de este proceso, así como las experiencias positivas que pueden resultar valiosas de la Fase II.

Fase III

* Actividades de Supervisión y Asesoría

Para el segundo semestre de 1998, los funcionarios de las UMATA deberán enfocar toda su actividad a un permanente proceso de supervisión, asesoría y ayuda a los agricultores, a fin de que ellos puedan en forma independiente, manejar adecuadamente el proceso de producción, comercialización y se constituyan en gestores de su propio desarrollo, llevando un proceso en el cual ellos sean los principales responsables de sus decisiones y de su dinámica.

Si bien es cierto, el proyecto gira en torno al desarrollo de las comunidades a partir de los mercados, para que estos operen en condiciones competitivas, deben diseñarse simultáneamente estrategias en el campo de la producción, a fin de que las variedades que se siembren y las labores culturales que se efectúen como distancias de siembra, control de plagas y enfermedades, manejo de suelos y aguas, etc; se encuentren encaminadas a producir una hortaliza y/o una fruta y/o un tubérculo o cualquier producto agropecuario, con una clara orientación hacia el mercadeo, con perspectiva hacia el comercio donde pueda el agricultor ver realizado el esfuerzo de su trabajo y donde los mayores ingresos económicos sean también un factor de desarrollo social, para lo cual el campo humanístico, cultural y antropológico de las comunidades, también debe ser tenido en cuenta.

Por lo anterior, no se trata de llevar a cabo un proyecto escuetamente en el campo del mercadeo sino que él mismo debe darse armónicamente en el desarrollo de los subsistemas de producción, transformación y sin olvidar el contexto social y humanístico del proyecto.

ACTIVIDADES EJECUTADAS Y RESULTADOS

1. COBERTURA GEOGRAFICA: 82 Municipios
2. FUNCIONARIOS CAPACITADOS: 280, Ingenieros Agrónomos, Médicos Veterinarios y Técnicos Agrícolas.
3. TOTAL HORAS DE CAPACITACION: 1997 - 420 Horas 1998 - 420 Horas
4. FASES EJECUTADAS Y CUMPLIDAS: dos de tres
5. TOTAL DE PROGRAMAS DE CAPACITACION DE MERCADEO DE UMATAS A PRODUCTORES = 75.
6. TOTAL CURSOS, SEMINARIOS Y TALLERES EN MERCADEO Y POSTCOSECHA: 115
7. PROGRAMAS RADIALES EN EJECUCION: 7
8. RECOLECCION, ANALISIS Y DIFUSION DE PRECIOS EN CADA MUNICIPIO TOTAL 15.

9. TOTAL ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES PROMOVIDAS Y/O FORTALECIDAS 35 CORRESPONDIENTES A LOS MUNICIPIOS DE:

Maripi
Otanche
San pablo de Borbur
Tibaná
Santa Rosa de Viterbo
Campo Hermoso
Coper
Briceño
Soatá
Mongua
Garagoa
Sora
Santa Sofia
Bucnavista
Ventaquemada
Tutaza
Belén
Togüi
Corrales
Santa Maria

10. ES EL PROGRAMA DE CAPACITACION DE MAYOR COBERTURA EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACA DIRIGIDO A LAS UMATAS.