Reg 63725

ESTACIONALIDAD, COMERCIALIZACION Y MERCADEO DE LA FRUTA EN FRESCO EN COLOMBIA.

Dr. JAVIER PEREZ ROMERO.
Comercializadora Pindaná

1. LOS CLIENTES DE CITRICOS EN FRESCO EN COLOMBIA

   A.) CANALES DIRECTOS DE DISTRIBUCION EN SANTA FE DE BOGOTA

   B) CANALES DE COMERCIALIZACION CITRICOS EN COLOMBIA

   C.) CANALES DE COMERCIALIZACION EN EL MERCADO DE NARANJA EN CORABASTOS

   D.) CANALES DE COMERCIALIZACION AGROINDUSTRIAS EN FRESCO

2. QUE BUSCAN ESTOS CLIENTES_

   A.) CALIDAD (SABOR, COLOR Y AROMA) FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD

   B.) HOMOGENEIDAD FORMULA DE LA HOMOGENEIDAD

   C.) OFERTA CONSTANTE (365 DIAS)

   - ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCION COLOMBIANA DE CITRICOS Y EVALUACION MENSUAL DE PRECIOS AÑO 1993

   - PROMEDIO NACIONAL DE PRECIOS DE LAS NARANJAS COMUN, VALENCIA, TANGELO Y MANDARINA

- PRODUCCION DE NARANJA FRESCA EN COLOMBIA, ORDENADA POR EPOCAS DE COSECHA

- ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCION COMERCIALIZADORA PINDANA S.A. AÑO 1995

- HECTAREAS SEMBRADAS DE FRUTAS EN COLOMBIA AÑO 1994

D.) CUMPLIMIENTO (PRONOSTICOS)

E.) APOYO COMERCIAL

"¿PODREMOS CUMPLIR CON ESTAS CONDICIONES?"

3.LA COMPETENCIA DEL SECTOR AGRICOLA EN FRESCO

A.) LOS PAISES PRODUCTORES DE CITRICOS EN FRESCO

- IMPORTACION DE FRUTAS EN FRESCO AÑOS 1993, 1994 Y 1995

B.) LA INFORMALIDAD DEL SECTOR

- EMPRESAS DEL SECTOR FORMAL DE LA CITRICULTURA EN FRESCO CIFRAS AÑO 1995

C) LA FALTA DE TECNOLOGIA ADECUADA

4. EL SECTOR FORMAL DE LA AGROINDUSTRIA EN FRESCO DE CITRICOS

A) VENTAS Y KILOS DE LAS EMPRESAS, AÑO 1995

5. LA NECESIDAD DE REESTRUCTURAR EL SECTOR AGRICOLA

A.) AREA TECNIFICADA DE CITRICOS 1995

B.) SENSIBILIDAD ESCENARIO DE PRODUCCION EN EL 2000

C) PROYECCION DE CONSUMO DE CITRICOS EN EL 2000

D.) MERCADOS INTERNACIONALES (REDUCCION DE ARANCELES DE NARANJAS Y DERIVADOS)

6. RESUMEN Y CONCLUSIONES FINALES

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD

PRECOSECHA

* CLIMA
* SEMILLA
* LABORES CULTURALES
* CAPACITACION DE LA MANO DE OBRA
* TECNOLOGIA DE PRODUCCION

COSECHA
* INDICES DE COSECHA
* ESTADO DE DESARROLLO
* METODOS DE RECOLECCION
* EMPAQUES

POSCOSECHA

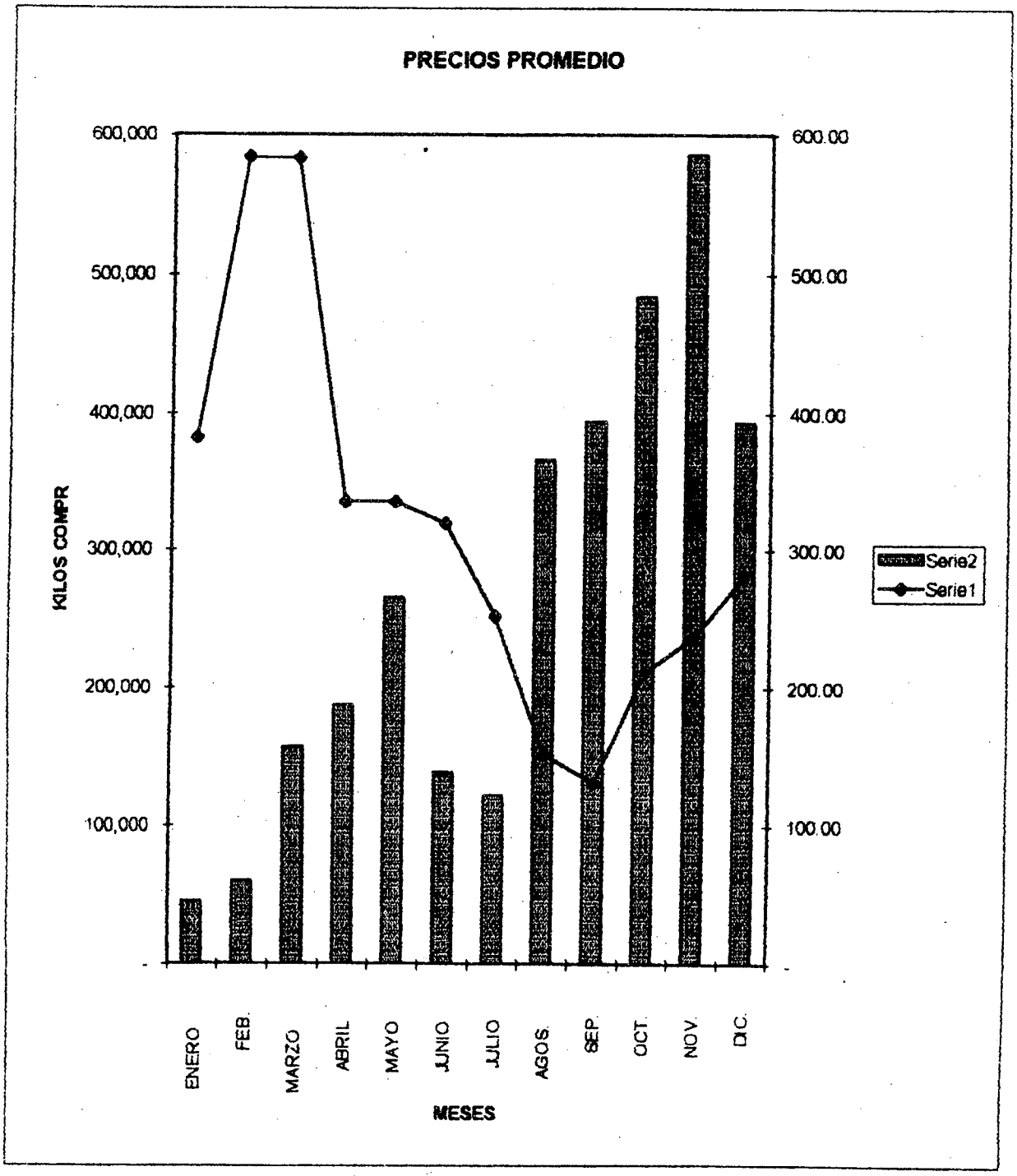
* BENEFICIO
* ACONDICIONAMIENTO
* EMPAQUE
* TRANSPORTE
* ALMACENAMIENTO
* DISTRIBUCION

COMERCIALIZADORA PINDANA S.A.

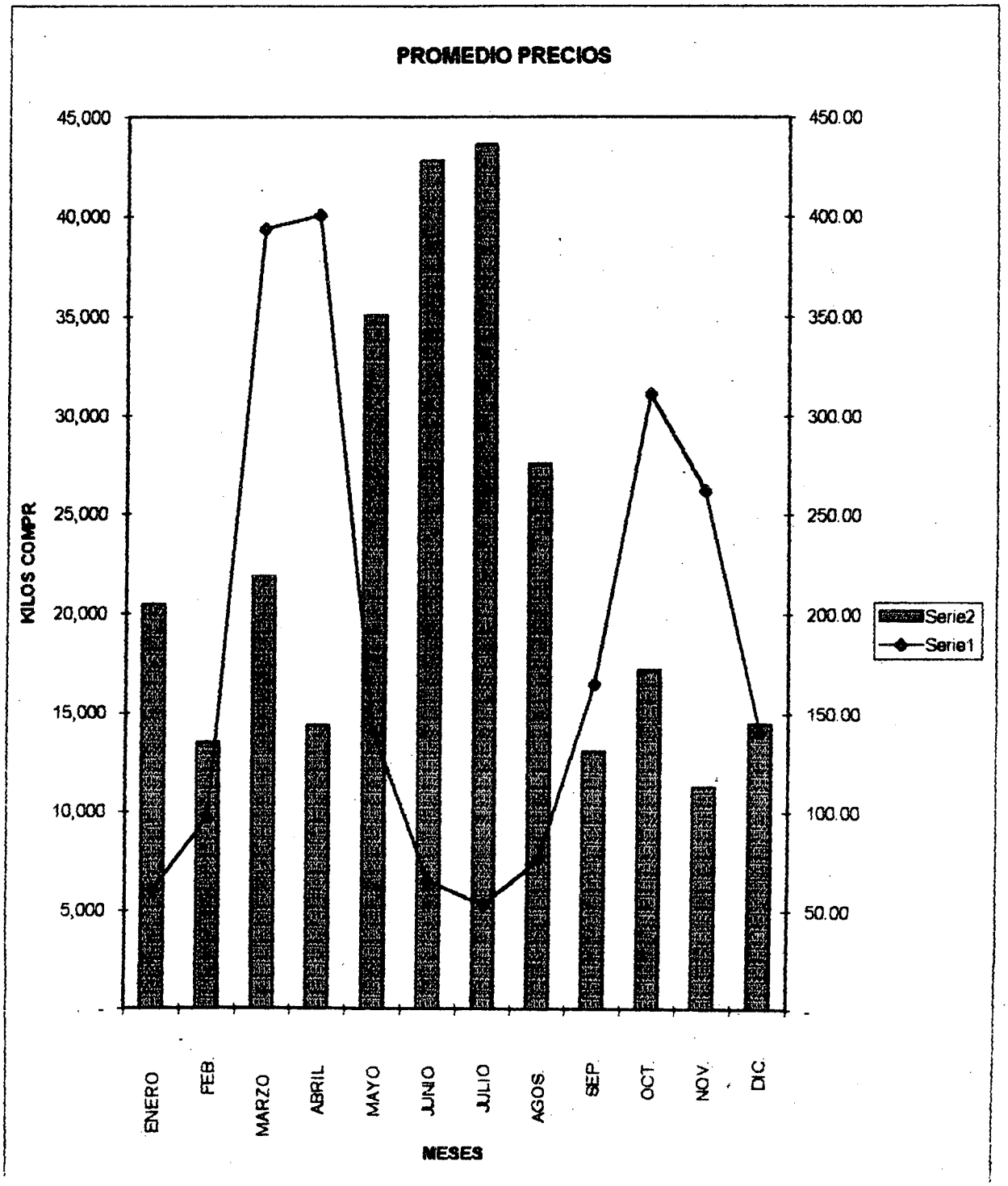
PRECIOS PROMEDIO COMPRA

TANGELO

AÑO DE 1995



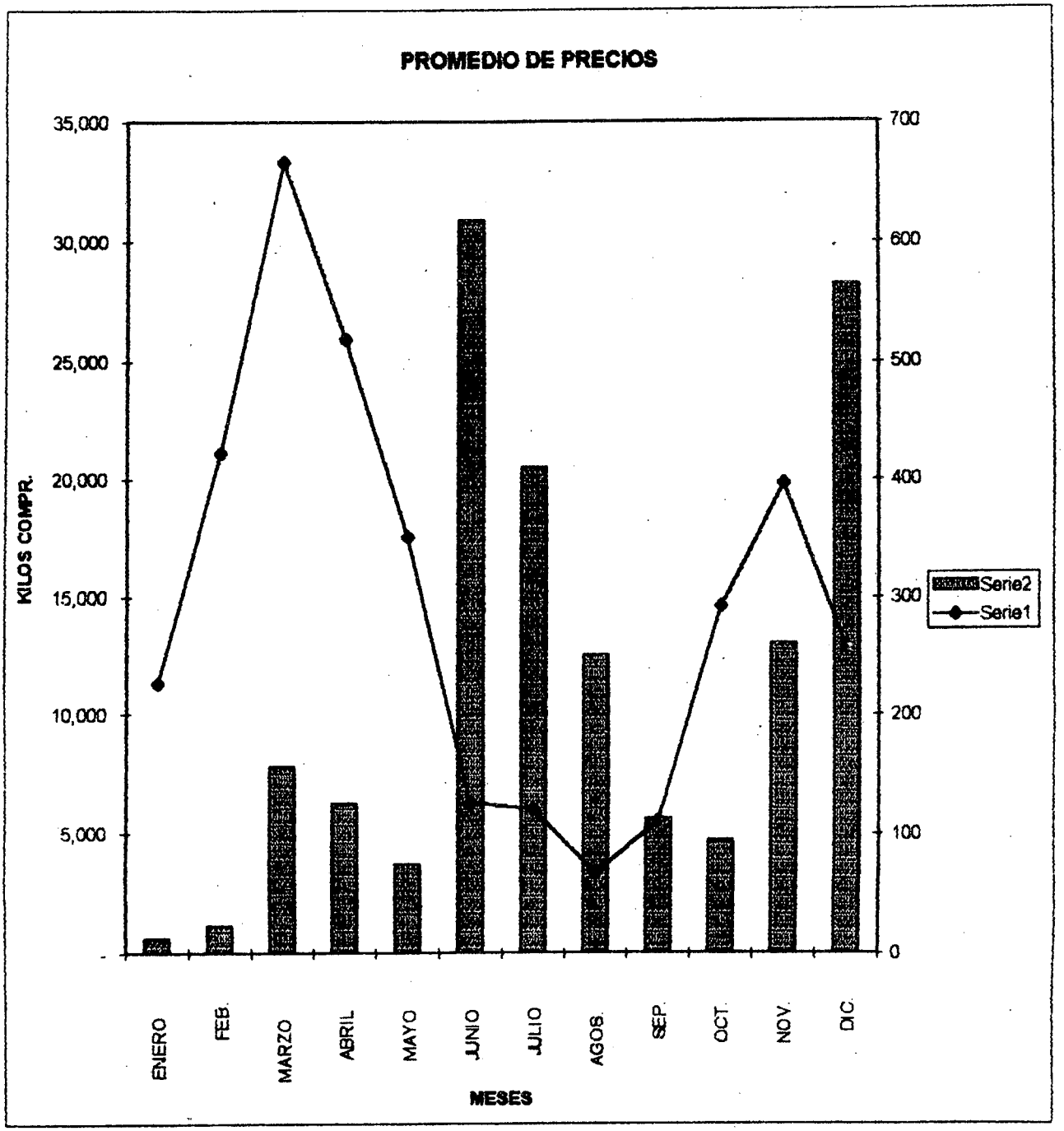
COMERCIALIZADORA PINDANA S.A.
PRECIOS PROMEDIO COMPRA LIMON
AÑO DE 1995



COMERCIALIZADORA PINDANA S.A.

PRECIOS PROMEDIO DE COMPRA MADARINA

AÑO DE 1995

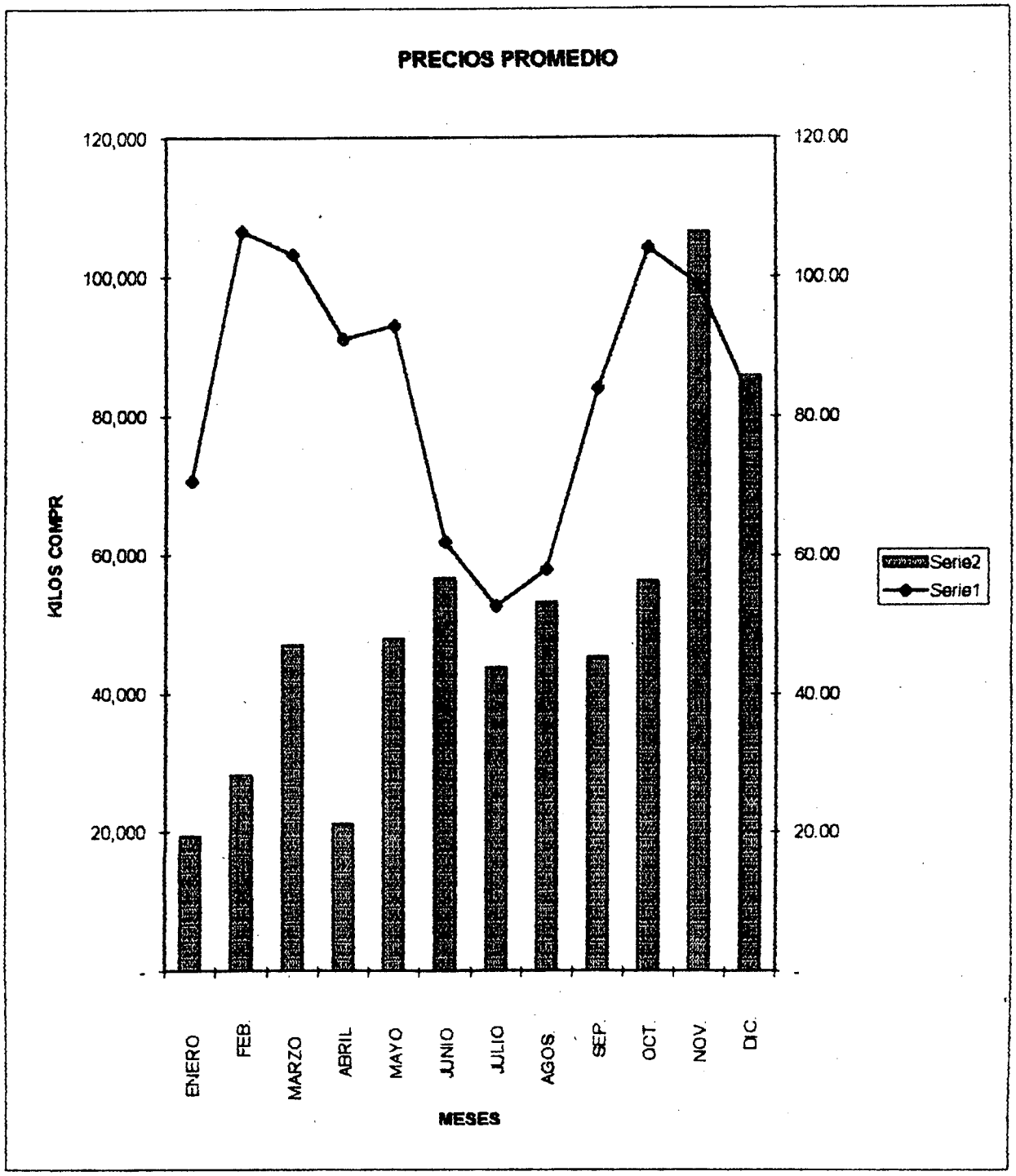


COMERCIALIZADORA PINDANA S.A.

PRECIOS PROMEDIO COMPRA

AÑO DE 1995

NARANJA VALENCIA



HOMOGENEIDAD

FACTORES DE ORDENAMIENTO

PRODUCTO
VARIEDAD
CLIMA
EMPRESARIO

ASPECTOS DE CALIFICACION (% DE DEFECTOS)

ASPECTO
SANIDAD VEGETAL
FRESCURA
LIMPIEZA
TEXTURA
TAMANO-CALIBRACION
PESO
FORMA
SABOR
COLOR
OLOR
ESTADO DE DESARROLLO

= 1/0	INFINITAMENTE BUENO	⟶	CATEGORIA EXTRA
1/1	MUY BUENO		CATEGORIA I
1/2	BUENO		CATEGORIA II
1/3	ACEPTABLE		CATEGORIA III
1/4	REGULAR		CATEGORIA INDUSTRIAL
1/5	MALO		RECHAZO

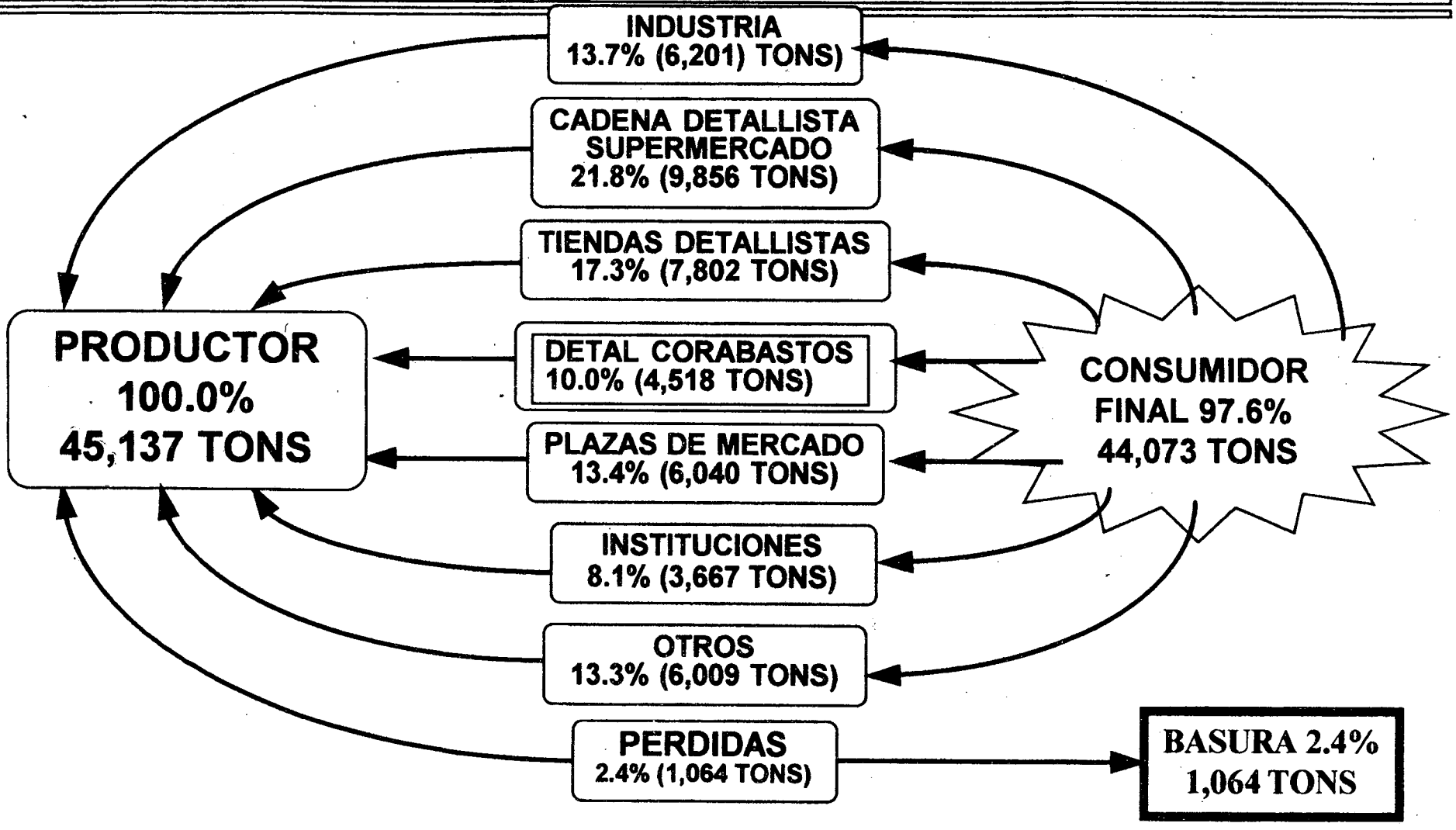
HOMOGENEIDAD

Σ f (p), f (v), f (c), f (e) = **HOMOGENEIDAD**

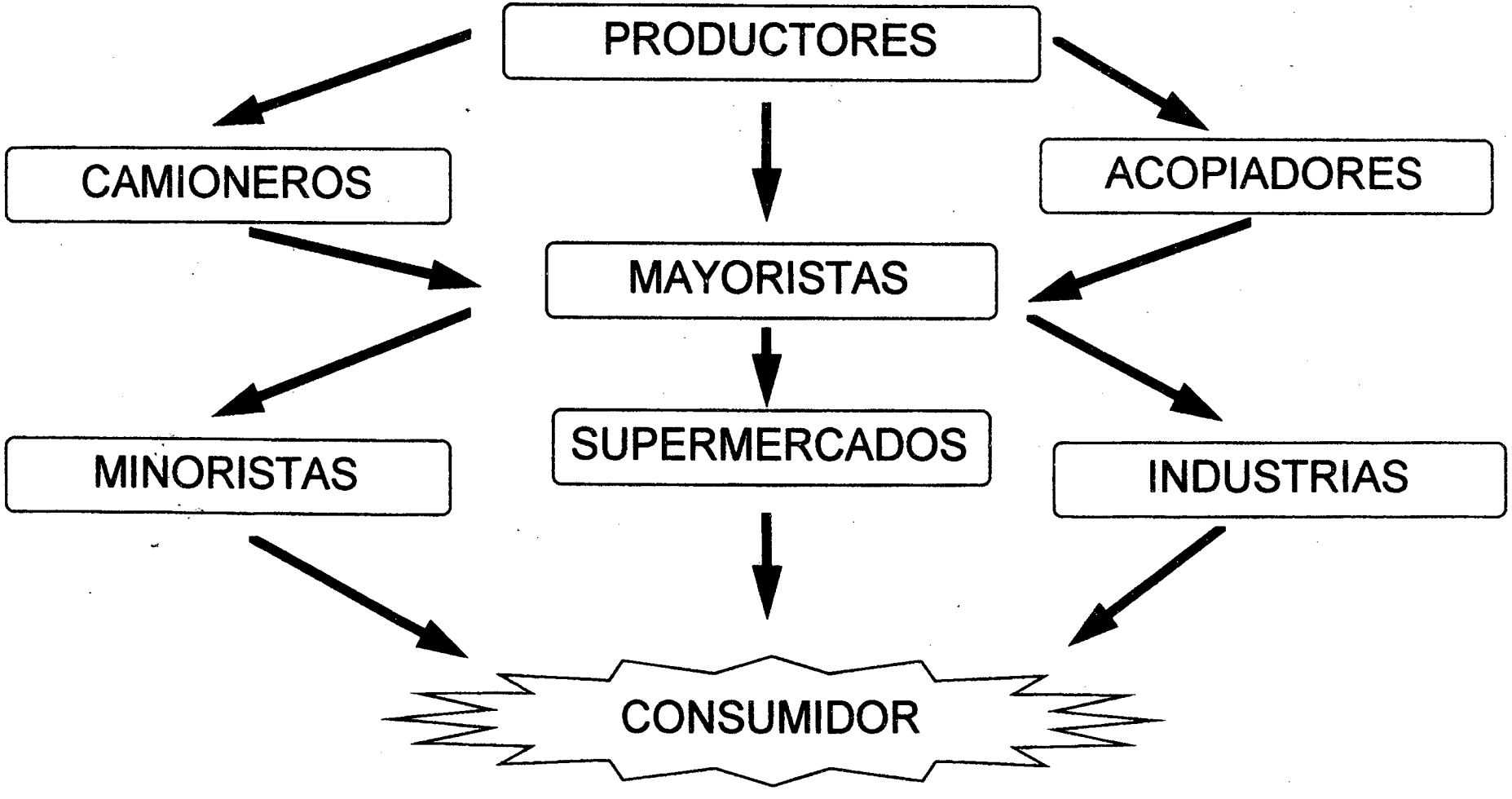
Común Denominador

SALUD DEL PRODUCTO
SALUD DEL CONSUMIDOR
SALUD DEL MUNDO

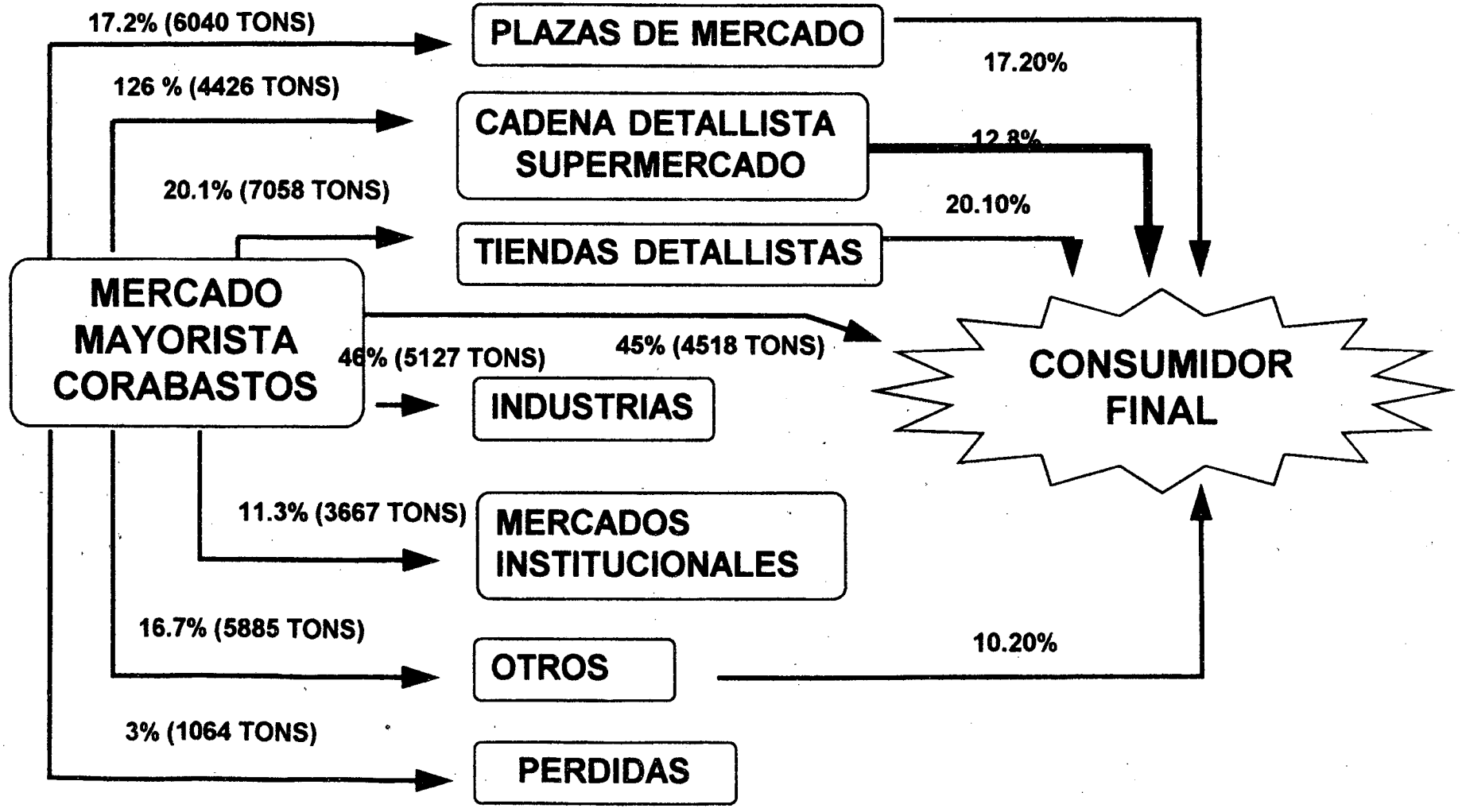
RESUMEN DE CANALES "DIRECTOS" DE DISTRIBUCION EN SANTAFE DE BOGOTA : NARANJA FRESCA (EN % Y KILOS) 1993



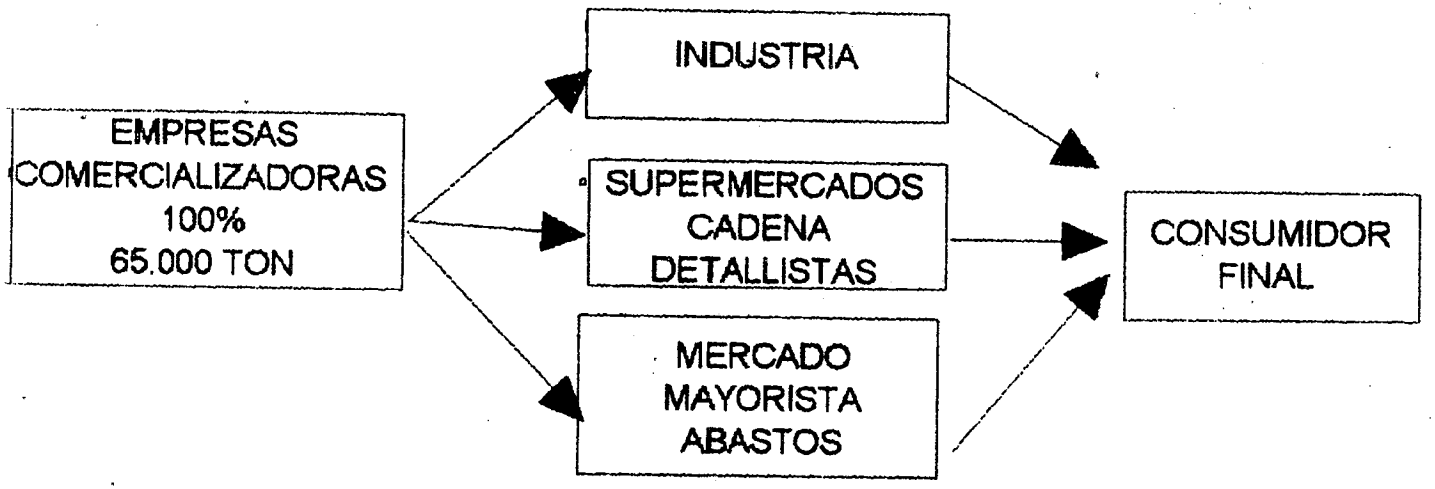
Canales de Comercialización de Cítricos en Colombia



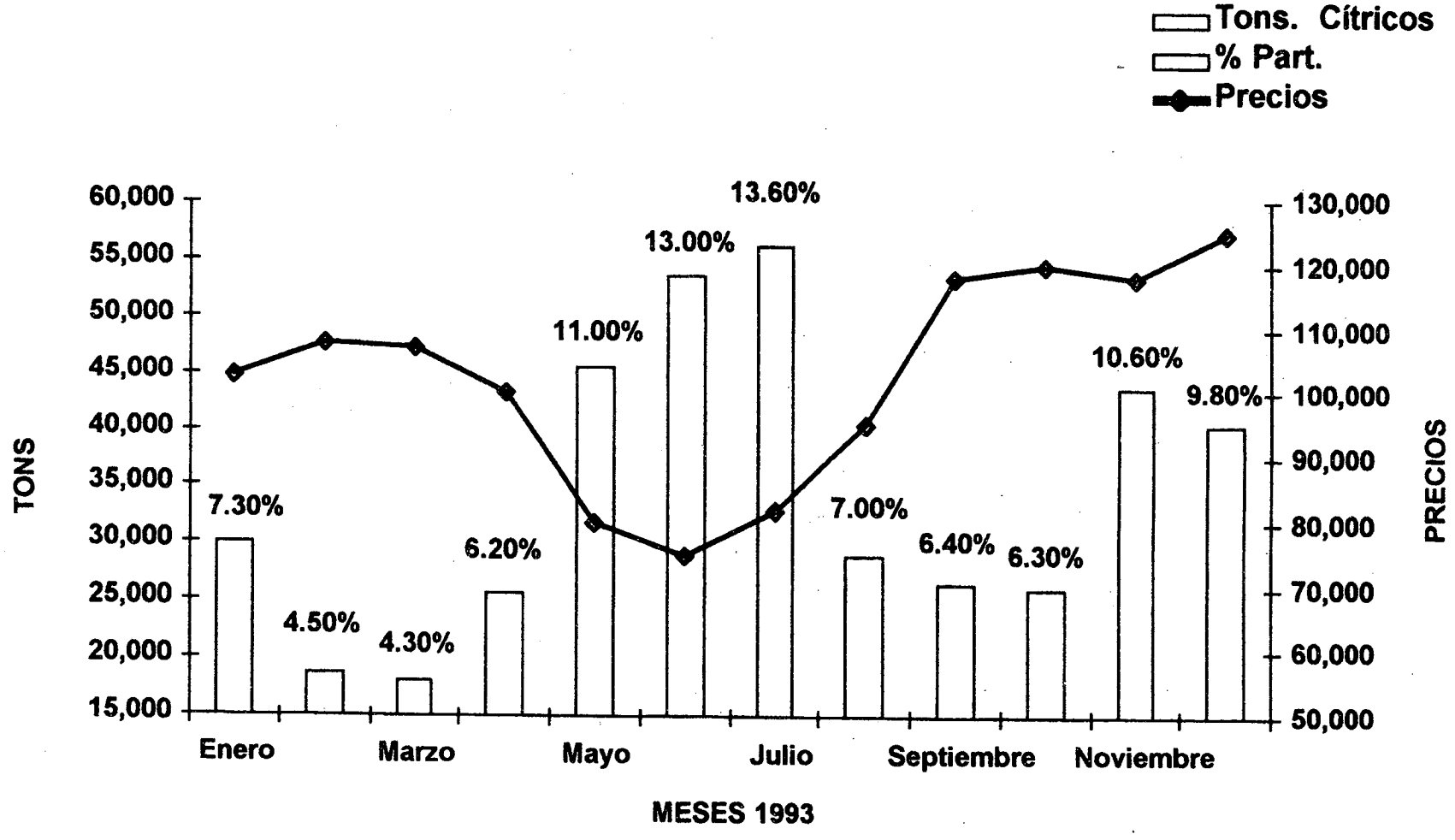
Canales de Comercialización en el Mercado de Naranja de Corabastos



CANALES COMERCIALIZACION DE EMPRESAS SECTOR AGRICOLA EN FRESCO

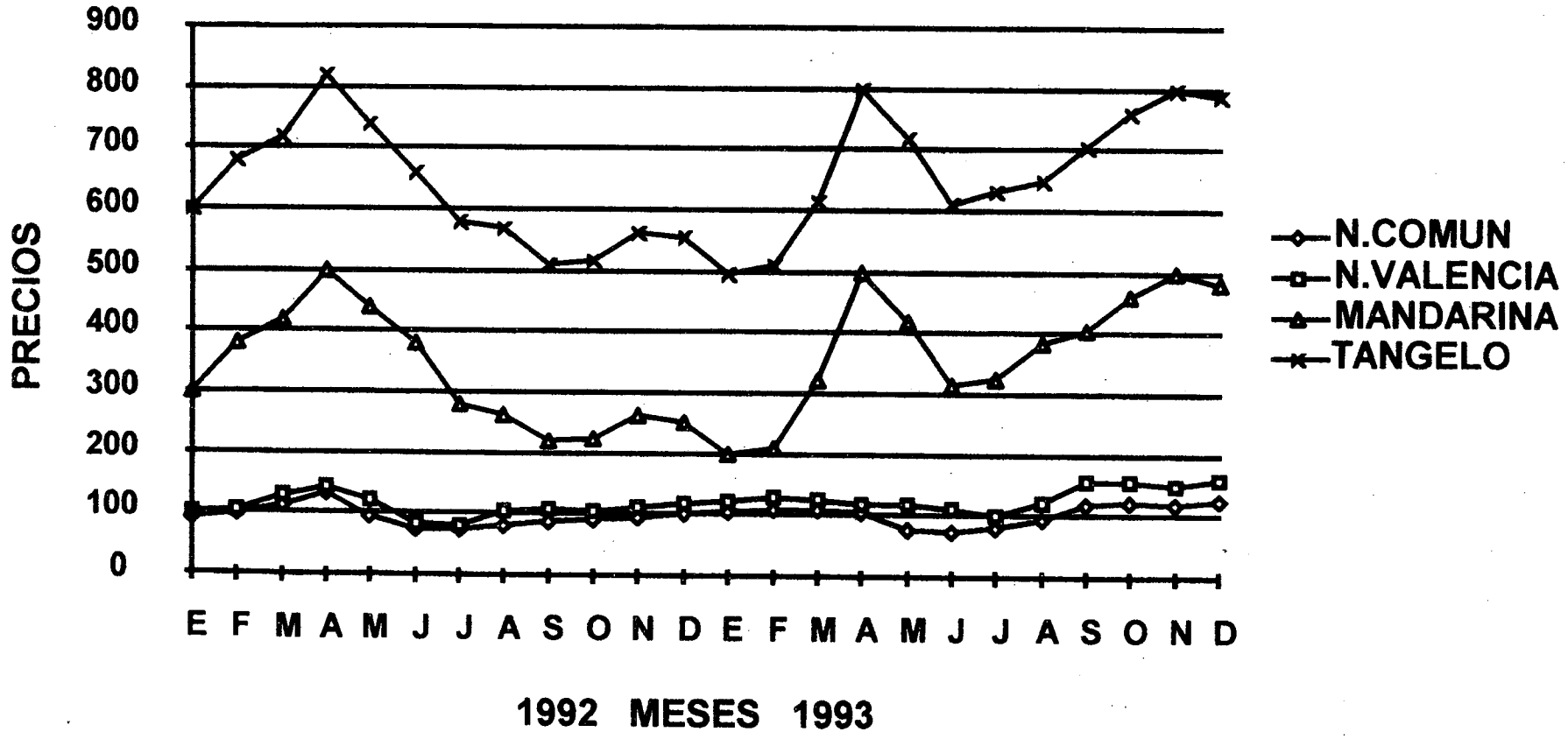


Estacionalidad de la producción colombiana de cítricos y evolución mensual de precios (1993)



Fuente :Centrales de Abastos de las ciudades de Bogotá, Medellín , Cali y Bucaramanga 1992 - 1993

Promedio Nacional de Precios de las Naranjas Común, Valencia , Tangelo y la Mandarina



Fuente: Centrales de Abastos de las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga 1992 - 1993.

Producción de la Naranja Fresca en Colombia Ordenada por Epocas de Cosecha

Departamento	Producción (tons)	Epocas de Cosecha *** Principal	Mitaca
Magdalena	37,607	SEP - NOV	
Subtotal	37,607		
Casanare	1,700	SEP - ENE	
Meta	13,065	SEP - ENE	
Subtotal	14,765		
Atlántico	1,980	SEP - DIC	
Bolívar	26,218	SEP - DIC	
Cesar	16,072	SEP - DIC	
Córdoba	6,420	SEP - DIC	
Nte.de Santander	3,138	SEP - DIC	
Santander	19,782	SEP - DIC	
Sucre	2,400	SEP - DIC	
Subtotal	76,010		
Antioquia	5,105	OCT - FEB	JUN - JUL
Boyacá	76,695	OCT - ENE	JUN - AGO
Subtotal	81,800		
Caldas	26,912	MAY - AGO	DIC - FEB
Cundinamarca	68,350	MAY - AGO	DIC - FEB
Quindio	21,557	MAY - AGO	DIC - FEB
Risaralda	18,270	MAY - AGO	DIC - FEB
Subtotal	135,089		
Huila	3,024	MAR - JUN	NOV - FEB
Valle	45,431	FEB - AGO	OCT - DIC
Cauca	4,498	ABR -AGO	NOV - ENE
Tolima*	14,900	ABR - JUL	OCT - DIC
Subtotal	67,853		
GRAN TOTAL	413,124		

FUENTES:
Ministerio de Agricultura 1993.
* Cifras correspondientes a 1992.
*** Epocas de cosechas según estudio FEDECAFE 1982.

Les informo apreciados señores que llegamos a un punto de no retorno, existen inversiones por más de $ 48.000.000.oo en huertos sin contar las tierras en el sector agrícola¿ donde el avión ya despegó, sin carta de navegación , pero es responsabilidad natural de ASOCITRICOS y especialmente de cada uno de ustedes darle norte a este sector, esto será posible si despertamos a una realidad que nunca será igual a los años anteriores a 1990.

Se que ustedes agricultores, son gente esforzada, sufrida y desconfiada
porque a fuerza de palos acaban siendo escépticos e infieles ! NO SERA AHORA SEÑORES DE REPENSAR UN SECTOR NACIENTE QUE NO SEA ESCRITO, Y LO PONGAMOS EN BLANCO Y NEGRO_ ,NO SERA AHORA DE QUE USTEDES SEAN MAS PARTICIPES DEL FUTURO COMERCIAL DE SUS PRODUCTOS?, O VAMOS A SEGUIR EL EJEMPLO DE LOS AGRICULTORES QUE SIEMBRAN CRUZANDO LOS DEDOS PARA CONSEGUIR UN PRECIO QUE COMPENSE SUS COSTOS Y ALGO LES DEJE Y QUE NUNCA HAN MANEJADO UNA VARIABLE DEL MERCADO?", si es así el avión no aterrizará en ningún puerto y lamento informarles que el futuro citrícola será incierto y las anécdotas de empresas como FRESCAS , que hace un par de meses pasó a la historia no como ejemplo sino como un recuerdo, serán cada vez más numerosas y estarán los agricultores de cítricos en manos de un sector totalmente informal , donde se favorece la infidelidad en un sector donde escasea el sentimiento y la cultura cooperativa.

Los tiempos cambiaron y con ellos la agricultura la gente se debe mentalizar que la producción y el comercio de los frutos en fresco son algo muy serio y que también lo son las empresas comercializadoras, y que por lo tanto deben ser modernas , rentables, saneadas y con buen futuro económico , lo de más es demagogia y pan para hoy, hambre para mañana pero si no nos lloramos las mentiras y más bien nos cantamos las verdades y nos decidimos a participar en el diseño de nuestra carta de navegación teniendo en cuenta las necesidades de nuestros clientes y consumidores les informo que el futuro será próspero.Para ello debemos ser conscientes que el mercado nacional es un concepto arcaico, lo que existe es el mercado internacional

colombiano para ello debemos normalizar el sector citrícola de acuerdo a las normas internacionales que nos ayude a ordenar el mercado con un lenguaje único entre productores empacadores, comercializadores distribuidores y consumidores. Esto nos ayudará a mercadear más rápido, manejar mayores volúmenes de producto,reducirá los costos de manejo, también el agricultor que produce con calidad podrá exigir y recibir mejores precios y los consumidores tendrán productos de mejor calidad.

La responsabilidad de los empresarios agrícolas, sean o no agricultores es de invertir en tecnologías modernas de clasificación, selección , encerado, desinfección y especialmente en empaque de marcas que le permita mayor confianza del consumidor, abrir nuevos mercados en Colombia y muy seguramente en mercados internacionales , porque el volumen en los próximos años nos dará la posibilidad.

Si esto se realiza señores les informo que será la citricultura un sector agrícola colombiano próspero, rentable y estable en el primer siglo del próximo milenio, y muy seguramente sus hijos no sólo heredaran unas tierras citrícolas, sino también unos mercados de unos productos llamados cítricos.