

LUIS ENRIQUE DUSSAN LOPEZ

**CARACTERIZACION DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCION Y
COMERCIALIZACION DE FRUTALES DE ECONOMIA CAMPESINA EN EL
DEPARTAMENTO DEL HUILA - COLOMBIA**

CURITIBA 2016

LUIS ENRIQUE DUSSAN LOPEZ

**CARACTERIZACION DE LOS SISTEMAS DE PRODUCCION Y
COMERCIALIZACION DE FRUTALES DE ECONOMIA CAMPESINA EN EL
DEPARTAMENTO DEL HUILA - COLOMBIA**

**Trabajo presentado para obtención parcial del
título en el curso de postgrado en MBA en
Gestión de Agronegocio del Departamento de
Economía Rural y extensión, sector de ciencias
Agrarias, Universidad Federal de Paraná**

Orientador: Prof Dr Derli Dossa

**CURITIBA
2016**

CONTENIDO

	Pág.
1. RESUMEN	5
2. INTRODUCCION	8
3. PROBLEMA DE INVESTIGACION	12
4. OBJETIVOS	15
4.1. General	
4.2. Específicos	
5. METODOLOGIA	16
6. RESULTADOS Y DISCUSION	18
6.1. ENTREVISTAS	18
6.2. DOCUMENTO PRESENTADO	22
6.3. RESPUESTAS CUESTIONARIO	24
6.4. ANALISIS	39
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
8. REFERENCIAS	50
9. ANEXOS	51

FIGURAS, TABLAS Y GRAFICAS

	Pág.
FIGURA 1. UBICACIÓN DEPARTAMENTO DEL HUILA	8
FIGURA 2. TOPOGRAFIA DEPARTAMENTO DEL HUILA	9
TABLA 1. PRODUCCION DE FRUTAS DEL HUILA AÑO 2014	10
TABLA 2. DEBILIDADES CADENA FRUTICOLA DEL HUILA, 2005	13
TABLA 3. COMPARATIVO COSTOS Y PRECIOS DE VENTA	32
TABLA 4. AREAS (Ha) Y CRECIMIENTOS PROMEDIOS ANUALES (%)	40
GRAFICA 1. AREAS COSECHADAS PRINCIPALES FRUTALES DEL HUILA (HAS)	41
GRAFICA 2. CANTIDADES PRODUCIDAS PRINCIPALES FRUTALES DEL HUILA (TON)	41
GRAFICA 3. VALORES PRODUCIDOS PRINCIPALES FRUTALES DEL HUILA (MILL DE \$)	42

1. RESUMEN

En el Departamento del Huila el subsector de las frutas, desde mucho antes, pero formalmente desde la construcción colectiva de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, fue escogido por los huilenses como una de las más promisorias apuestas productivas, pues la vocación de sus suelos, las condiciones climáticas, la laboriosidad de sus campesinos y la disponibilidad de recursos hídricos, se constituyen en ventajas que hacen que el Departamento se haya ido posicionando.

Es así como se seleccionaron la granadilla, el lulo, el maracuyá, la cholupa, la mora, el tomate de árbol y la uva como los principales renglones dentro de los frutales a desarrollar en dicha agenda. Sin embargo la gama de frutales que se producen en el Departamento es mucho mayor e incluso algunos han mostrado comportamientos crecientes significativos como la pitahaya, el aguacate y el melón.

El presente trabajo, con base en estadísticas oficiales, documentos elaborados por Entidades relacionadas y otros estudiosos del tema, así como testimonios de actores directamente ligados al sector, hace un análisis del comportamiento de los frutales en los últimos 9 años en el Departamento del Huila. A partir de ello intenta establecer las principales razones de la poca evolución de este subsector a pesar del gran potencial identificado desde la óptica regional y nacional. Así mismo intenta demostrar que los actuales esquemas de comercialización aportan negativa y significativamente en tal situación.

Se encuentra que son muchos los factores que pueden contribuir a la baja competitividad del sector frutícola del Huila: Falta de visión y desarrollo empresarial ligado a la baja formación de los productores; desorden y baja escala en la producción sumado a una débil capacidad organizativa; altos costos de producción relacionados con altos costos de insumos, mano de obra, tierra, agua e impuestos, sumado al bajo acceso a capital de trabajo; baja productividad o rendimiento ligados a la poca tecnología, inadecuadas prácticas agrícolas, uso de semillas o material inadecuado, baja asistencia técnica, problemas fitosanitarios y falta de sistemas de riego.

Se establece también, que la manera como se comercializan estos productos influye de forma definitiva, pues se observa que la oferta de frutales es limitada y discontinua, el manejo pos cosecha y la operación logística son altamente deficientes, el nivel de procesamiento es muy bajo, existe exceso de intermediación, no hay sistemas de formación de precios y presentan muy altas volatilidades, hay una alta informalidad en los mercados, hay abuso de posición dominante de comercializadores, grandes superficies, centrales de abastos e industriales sobre los productores (que tienen muy baja capacidad de negociación) y el gobierno no tiene políticas que aseguren la compra ni el ingreso de los productores.

Después de analizar de manera detallada tanto el comportamiento del subsector frutícola del Huila, teniendo como referencia la situación nacional, como las diversas razones que han impedido un verdadero desarrollo tal como se lo ha propuesto la región en su agenda de competitividad, finalmente se presentan las recomendaciones tanto a los actores públicos como privados, agrupadas en cuatro

líneas de actuación: 1. Ordenamiento productivo, 2. Asociatividad, 3. Competitividad y 4. Mercados justos.

Se considera entonces que este trabajo puede contribuir de manera importante, por un lado a demostrar y explicar de forma sustentada, con base en una investigación tanto de campo como documental, las situaciones que resultan determinantes en la competitividad de los productores frutícolas del Huila. Y a partir de allí dar elementos para el diseño de políticas públicas e iniciativas privadas, que resuelvan las grandes dificultades que se presentan tanto en los aspectos productivos como en los esquemas de comercialización.

1. RESUMO

O subsector fruticultor do Departamento de Huila foi escolhido há muito tempo pelos huilenses, mas só formalmente a partir da construção coletiva da Agenda Interna de Produtividade e Competitividade, como uma das suas apostas produtivas mais promissórias, devido à fertilidade dos seus solos, as condições climáticas, a dedicação dos seus agricultores e a disponibilidade de recursos hídricos, vantagens que têm posicionado cada vez melhor este Departamento.

E foi assim que a granadilha (*Passiflora ligularis*), o lulo (*Solanum quitoense*), o maracujá, a cholupa (*Passiflora maliformis*), a amora, o tomate de árvore (*Solanum betaceum*) e a uva foram escolhidos como os principais produtos frutícolas a serem promovidos por esta agenda. Entretanto, a gama de frutas produzidas no Departamento é muito maior, e algumas inclusive têm apresentado um crescimento significativo como a pitiaia, o abacate e o melão.

Este trabalho, fundamentado em estatísticas oficiais, documentos elaborados por entidades relacionadas e outros estudiosos do tema, bem como testemunhos de atores diretamente ligados ao setor, tece uma análise do comportamento dos produtos frutícolas ao longo dos últimos 9 anos no Departamento de Huila. A partir disto, tenta estabelecer as principais razões da limitada evolução deste subsector apesar do grande potencial identificado desde uma perspectiva regional e nacional, bem como demonstrar que os atuais esquemas de comercialização contribuem negativa e significativamente para tal situação.

São muitos os fatores que podem contribuir para a baixa competitividade do subsector fruticultor do Huila: Falta de visão e desenvolvimento empresarial relacionado à pouca formação dos produtores; desordem e baixa escala na produção somados a uma baixa capacidade organizacional; altos custos de produção devido aos altos preços dos insumos, mão-de-obra, terra, água e impostos, fora o acesso limitado a capital de giro; baixa produtividade ou rendimento devido à baixa tecnologia, práticas agrícolas inadequadas, uso de sementes ou material inadequado, pouca assistência técnica, problemas fitossanitários e falta de sistemas de rega.

Demonstra-se também como a maneira de comercializar estes produtos influi de forma definitiva, pois se verifica que a oferta de frutas é limitada e descontínua, o

manejo pós-colheita e a operação logística são altamente deficientes, e o nível de processamento é muito baixo, há um excesso de intermediação, não há sistemas de formação de preços e as volatilidades são muito altas, há muita informalidade nos mercados, abuso de posição dominante por parte dos comercializadores, grandes centros comerciais, centrais de abastecimento e industriais sobre os produtores (que têm pouca capacidade de negociação) e o governo que não adota políticas para garantir a compra ou a renda para os produtores.

Após uma análise detalhada tanto do comportamento do subsetor fruticultor do Huila, usando como referência a situação nacional, como das diversas razões que têm impedido um verdadeiro desenvolvimento como o proposto para a região em sua agenda de competitividade, finalmente serão apresentadas as recomendações tanto para agentes públicos como privados, agrupadas em quatro linhas de atuação: 1. Ordenamento produtivo, 2. Associativismo, 3. Competitividade e 4. Mercados justos.

Considera-se então que este trabalho pode contribuir de maneira importante, por um lado a demonstrar e explicar de forma bem fundamentada em uma pesquisa tanto de campo como documental, as situações que determinam a competitividade dos produtores frutícolas do Huila. E, a partir daí, apresentar propostas para o desenvolvimento de políticas públicas e iniciativas privadas que resolvam as grandes dificuldades enfrentadas tanto nos aspectos produtivos como nos esquemas de comercialização.

2. INTRODUCCION

El Huila es un Departamento de Colombia ubicado en el centro-sur del País en la región andina, rodeado por barreras naturales pues esta enmarcado por las cordilleras Oriental y Central; es cabeza del Macizo Colombiano, principal fuente hídrica de Colombia en el que nace, entre otros, el río Magdalena, principal arteria fluvial del País, que cruza todo el Departamento de sur a norte (siendo el Huila la parte alta de la cuenca), y que luego atraviesa el resto del País hasta desembocar al Océano Atlántico en la Ciudad de Barranquilla.

El Departamento se localiza entre los 3°55'12" y 1°30'04" de latitud norte y los 74°25'24" y 76°35'16" de longitud oeste, limita por el norte con los departamentos del Tolima y Cundinamarca, por el este con Meta y Caquetá, por el sur con Caquetá y Cauca y por el oeste con Cauca y Tolima. La densidad poblacional es considerada baja, con un total de 1,14 millones de habitantes (Proyección DANE 2014), de los cuales el 63% habitan en áreas urbanas y 37% en zonas rurales; ubicados en una extensión de 19.890 Km² (1,8% del territorio nacional). Su división político - administrativa la integran 37 municipios de los cuales Neiva es la capital, que cuenta con 338 mil habitantes.

FIGURA 1. UBICACIÓN DEPARTAMENTO DEL HUILA

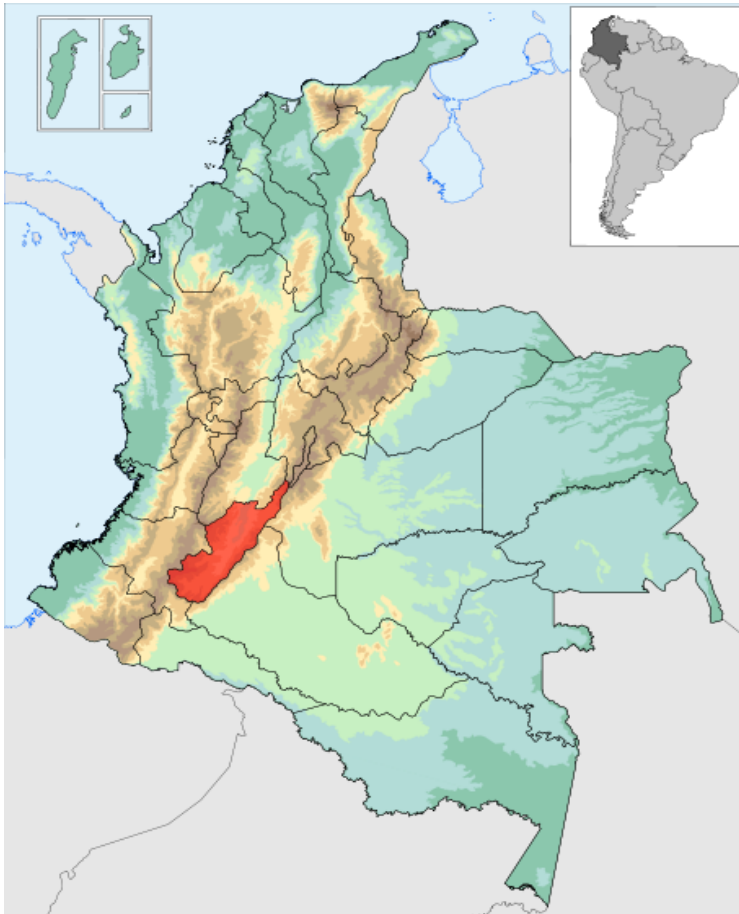
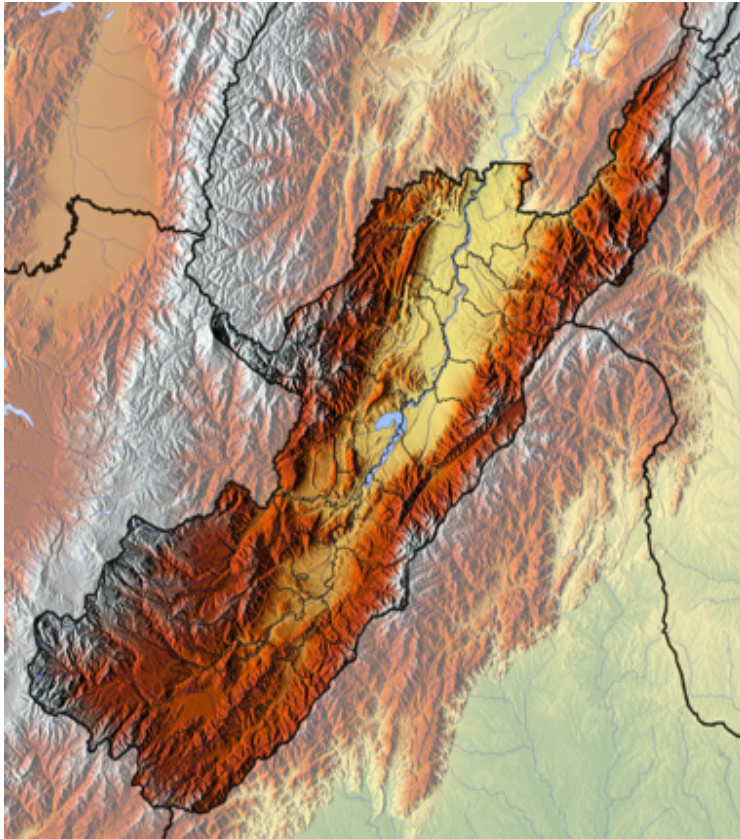


FIGURA 2. TOPOGRAFIA DEPARTAMENTO DEL HUILA



En términos de empleo, en el año 2012 el sector agropecuario ocupó 188.767 personas, que representan el 37,3% de las 506.737 personas económicamente activas ocupadas en todas las actividades en el Departamento (Plan departamental de empleo del Huila, Junio de 2013, p24, Tabla DANE. Gran encuesta integrada de hogares, 2012).

La economía de la región se soporta fundamentalmente en los sectores de hidrocarburos, agropecuario y minero energético. En cuanto al sector agropecuario, que representa el 12,2% del PIB Departamental del Huila, el resultado de producción en el 2014 fue de 1.122.923 toneladas por valor de \$2,06 billones de pesos, de los cuales \$1,56 billones (el 76%) corresponde al sector agrícola; dentro del cual los frutales representaron \$0,22 billones, es decir cerca del 14% de la producción agrícola y el 11% del valor total de la producción agropecuaria del Huila (fuente: evaluación agropecuaria 2014 Secretaria de agricultura Departamento del Huila).

A continuación se presentan las áreas, producción y número aproximado de productores de los principales frutales producidos en el Huila durante el año 2014:

TABLA 1. PRODUCCION DE FRUTAS DEL HUILA AÑO 2014

CULTIVOS	AREA	PRODUCCION		NUMERO *
	Hectáreas	Toneladas	Mill de \$	PRODUCTORES
Granadilla	2.851	29.655	46.292	1.037
Maracuyá	1.583	21.209	33.892	575
Lulo	2.381	14.697	29.953	866
Pitahaya	667	3.487	18.446	242
Aguacate	1.497	6.565	14.587	544
Mora	1.333	7.406	11.591	485
Melón	404	6.793	8.929	147
Banano	2.252	12.804	7.913	819
Tom. Arbol	812	4.478	7.236	295
Cítricos	1.353	8.549	6.882	492
Piña	632	6.124	6.620	230
Uva	558	4.192	5.739	203
Durazno	401	1.108	4.986	146
Papaya	332	3.498	3.918	121
Guanábana	343	1.678	3.754	125
Mango	207	1.739	1.732	75
Cholupa	162	1.112	1.510	59
Sandía	133	2.054	1.277	48
Guayaba Manza	155	915	1.270	56
Badea	122	1.255	1.260	44
Guayaba Común	218	1.059	635	79
Curuba	96	490	380	35
Gulupa	38	201	273	14
TOTAL	18.527	141.067	219.075	6.737

FUENTE: Evaluación Agropecuaria del Huila Año 2014, Secretaría de Agricultura y Minería, Gobernación del Huila

* Estimado a partir de un promedio de 2,75 Has. Por productor

En el contexto nacional, el Departamento del Huila según cifras de 2013, es considerado el primer departamento productor de granadilla, lulo, pitahaya, cholupa (único productor, con denominación de origen) y badea. Ocupa el segundo lugar en maracuyá y en uva, cuarto en mora, quinto en tomate de árbol, séptimo en melón y en banano.

Según el “Plan frutícola nacional, Diagnóstico y análisis de los recursos para la fruticultura en Colombia”, publicado en el año 2006, el Huila es considerado el tercero en área apta para la producción de frutales del País (1’121.484 Has.). Resalta que la fruticultura huilense se ha venido destacando en los primeros lugares, que “El Huila se ha proyectado en los últimos años como uno de los Departamentos más pujantes en el desarrollo de cultivos y comercialización de frutales...”. “Las

condiciones naturales de topografía, suelo, clima y oferta hídrica superficial y subterránea le definen un buen potencial para el desarrollo.” Pero además en sumatoria de los diferentes renglones de frutales, se establece que “El Departamento ocupa el cuarto lugar en el sector frutícola nacional, con el 10,2% del área y 8,3% de la producción” (p. 10).

3. PROBLEMA DE INVESTIGACION

Todo lo anterior indica la importancia del sector de la fruticultura para el Departamento del Huila, no solo actual sino fundamentalmente potencial, establecido formalmente así desde hace unos 9 años. Sin embargo la evolución en ese tiempo ha sido mínima y se considera que se presentan cuellos de botella que no han permitido desarrollar el potencial frutícola del Huila.

Así mismo se percibe que los productores, que en su gran mayoría son pequeños o de economía campesina, no logran aceptables niveles de rentabilidad que les permitan progresar, sacar adelante a sus familias, crecer y contribuir al desarrollo económico y al bienestar general de la región. Es así como habiendo importantes oportunidades de negocio de frutales tanto a nivel nacional como internacional, se dice que estas no se pueden aprovechar pues no se manejan los volúmenes y la periodicidad demandados, ni la uniformidad u homogeneidad en la calidad de los productos, lo que impide a su vez una relación más directa y en mejores condiciones con los exportadores o grandes compradores, existiendo además grandes ineficiencias por los altos volúmenes de desperdicio y mercados de segundas y terceras con muy bajas remuneraciones.

Con respecto a las dificultades para el pleno desarrollo del sector frutícola del Huila se han pronunciado diversos actores, que han estudiado la situación de los frutales del Huila, siendo el trabajo mas reciente el realizado en 2014 mediante Convenio entre Asocoph y la Gobernación del Huila denominado “Diagnóstico de cadenas productivas del Huila”, que en lo referente a frutales conceptúa:

“A pesar de esa hegemonía productiva del departamento, el desarrollo empresarial de los cultivos es muy incipiente. Esto se debe a varios factores, entre ellos al poco nivel organizativo de los productores y a la debilidad del gremio. Esta situación favorece la informalidad de los mercados que está compuesto por muchos intermediarios, lo que resulta en un precio al productor que no cubre los costos de producción. A pesar de las enormes posibilidades del mercado nacional más formal y del internacional, la falta de trazabilidad, de la aplicación de prácticas sostenibles comprobables y una visión empresarial de los productores, no han permitido que puedan atenderlos con productos de calidad. Los esfuerzos realizados por las diferentes entidades no han sido suficientes para masificar la tecnificación de la producción, de la post cosecha y de la logística para llegar a estos mercados”.

Varios años antes, en el Convenio de Cooperación Técnica y Económica No.1070/2005 celebrado entre la Gobernación del Huila y el IICA para “El acompañamiento y apoyo a la Secretaría de Agricultura y Minería del Huila para la formulación del Plan Estratégico Agropecuario y de Desarrollo Rural con Visión al 2020”, en lo referente a frutales expresó lo siguiente:

“Sin embargo, la actividad enfrenta diversas dificultades, entre ellas, la de tratarse en lo fundamental de productos de economía campesina restringidos a pequeñas áreas en razón de la alta concentración y tenencia precaria de la tierra en el Departamento, no especializados (por lo general el cultivo de frutas está integrado a

la actividad cafetera, cacaofera y ganadera), con baja dedicación, altos costos en el transporte debido a los bajos volúmenes que mueven, alta intermediación y bajos precios al productor, escasa o nula asistencia técnica en producción y comercialización, insumos costosos y bajo uso de los mismos y, como corolario de todo lo anterior, baja rentabilidad. Dentro de los problemas específicos que enfrenta la producción frutícola departamental se señalan, en conjunto con los anteriores, los siguientes:

- Dispersión de las áreas de producción
- Limitada y discontinua oferta
- Bajo nivel tecnológico en el proceso productivo
- Recurso humano no calificado
- Malas prácticas en pos cosecha
- Inexistencia de inteligencia de mercados

Todo lo anterior explicado y adosado por el bajo nivel educativo, la extrema pobreza y el bajo nivel de asociatividad efectiva de los productores campesinos”.

Así mismo, en el taller de planeación estratégica realizado en el 2005 para el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Frutícola del Huila, desarrollado por la Gobernación del Huila y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural con la participación de todos los actores de la cadena frutícola del Huila, las Debilidades del ejercicio DOFA resultaron así:

TABLA 2. DEBILIDADES CADENA FRUTICOLA DEL HUILA, 2005

No.	DEBILIDADES	TOTAL	%
1	Falta de visión empresarial	76	15,8
2	Falta de Asistencia Técnica Integral	61	12,7
3	Débiles organizaciones	49	10,2
4	Falta de crédito	47	9,8
5	Falta de planeación	42	8,8
6	Decificiente comercialización	33	6,9
7	Falta de una comercializadora	30	6,3
8	Falta de recursos económicos	27	5,6
9	Falta de compromiso	21	4,4
10	altos márgenes de intermediación	19	4,0
11	Bajos volúmenes de producción	17	3,5
12	Manejo inadecuado poscosecha	15	3,1

13	Falta de capacitación	14	2,9
14	Falta de asociatividad	13	2,7
15	Falta de inversión	12	2,5
16	Falta de procesadora	3	0,6
17	Desconfianza	1	0,2
TOTAL		480	100,0

FUENTE: Acuerdo de Competitividad de la Cadena Frutícola del Huila, 2006

Si bien el numeral 6: “deficiente comercialización” solamente representa el 6,9%, al sumar los numerales 6, 7 y 10 que se refieren directamente a la comercialización (sin considerar otros que tienen relación) el resultado daría 17,2%, superior al primer numeral.

Seguramente existen diversos factores que han impedido un verdadero desarrollo del sector frutícola en el Huila, desde temas de visión y capacidad empresarial, tecnología, economías de escala, infraestructura, costos de producción y volatilidad de mercados, pero sin duda las deficiencias en los sistemas de comercialización de los frutales también representan un grave problema a la hora de buscar garantizar rentabilidad y mejores condiciones para los pequeños productores de ese departamento. Lo anterior se espera dilucidar con la presente investigación para con ello aportar de manera eficaz en darle un nuevo rumbo a la fruticultura del Huila y aprovechar de una vez por todas ese gran potencial del que tanto se ha hablado.

Por tal razón el presente trabajo plantea como el problema a ser investigado el siguiente:

LOS ACTUALES SISTEMAS DE COMERCIALIZACION DE FRUTALES EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA INFLUYEN EN LA BAJA RENTABILIDAD DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

4.1. General:

Establecer cómo los actuales sistemas de comercialización de frutales en el Departamento del Huila impactan en la rentabilidad de los pequeños productores. Con base en ello brindar elementos, criterios y propuestas, para el diseño de políticas públicas por parte de los organismos gubernamentales nacionales y territoriales del Huila, y para el desarrollo de iniciativas y toma de decisiones por parte de los gremios, organizaciones, productores y demás actores privados. De esta forma se espera contribuir a desarrollar sistemas de comercialización adecuados para el aprovechamiento del potencial frutícola del Huila que garanticen mayores niveles de rentabilidad, especialmente en los pequeños productores de economía campesina.

4.2. Específicos:

1. Conocer la evolución histórica de la producción de los principales frutales del Huila, intentando explicar sus comportamientos.
2. Describir los factores que vienen incidiendo en la rentabilidad de los principales frutales del Huila, haciendo énfasis en los aspectos relacionados con comercialización.
3. Conocer los encadenamientos productivos existentes desde la producción hasta el consumidor final de los principales frutales del Huila, estableciendo el relacionamiento entre los diferentes actores.
4. Plantear propuestas que contribuyan a ajustar los sistemas de comercialización de frutales en el Departamento del Huila, haciéndolos más eficientes en beneficio de los productores.

5. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Como metodología para adelantar la presente investigación primero fue necesario revisar toda la literatura y estadísticas existentes, de tal manera que se pudiera establecer la importancia de los frutales en el Huila, su significado a nivel nacional y la prospectiva que ha establecido la región tanto a nivel de Instituciones públicas como gremiales. Así mismo, conocer y analizar el comportamiento histórico y la situación actual de la producción y comercialización de los principales frutales del Huila, los costos de producción y rentabilidades.

Esta parte del trabajo se hizo mediante el análisis de los documentos existentes, tanto en la red como en trabajos físicos, que se han realizado por Entidades públicas y privadas, trabajos de análisis, diagnósticos, formulación de políticas y estadísticas oficiales, los cuales se relacionan en detalle en las referencias bibliográficas.

Con base en la información estadística encontrada, se realizó el trabajo de recopilación y análisis tanto del año 2014 como la construcción y análisis de la serie del 2006 al 2014 de los principales frutales del Huila.

Así mismo, se hizo un trabajo de campo en el ánimo de comprender la realidad de los sistemas de producción y comercialización de los principales frutales del Huila. Para esto se hicieron estudios de caso a partir de entrevistas directas a cuatro productores de frutales y se obtuvo un documento elaborado por un productor, Gerente de una comercializadora local de frutas.

Para la selección de estas 5 personas a entrevistar se tuvo en cuenta que produjeran los principales frutales del Huila tales como passifloras (granadilla, maracuyá, cholupa), pitahaya, aguacate, uva, así como nuevos frutales en crecimiento como durazno y guayaba. También se tuvo en cuenta que hubiera una buena diversidad, estando representados productores de poca y mayor experiencia en el sector, la mujer, diferentes niveles de formación (técnica y profesional), diferentes edades (pensionado y joven). Y diferentes niveles de representación (productor, comercializador, dirigente cooperativo).

Finalmente, se elaboró un cuestionario que fue presentado a cinco diferentes actores representativos del nivel departamental y nacional, con experiencia y niveles de responsabilidad pública o privada, pasada y presente. Estos son:

ALVARO ERNESTO PALACIO, Gerente Nacional de Asohofrucol (Asociación Hortofrutícola de Colombia, gremio que agrupa a nivel nacional productores de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos, plantas aromáticas, especias o medicinales) y productor empresario hortofrutícola con amplia experiencia.

MARISOL PARRA, Gerente de Cepass (Corporación Centro de Desarrollo Tecnológico de las pasifloras de Colombia), ex secretaria técnica de las cadenas hortofrutícolas del Huila y socia del Grupo Asociativo Illari (procesamiento y comercialización de frutas).

CESAR CORTES, Gerente Regional del Banco Agrario de Colombia (Banco Estatal con énfasis en el sector agropecuario), ex presidente de la Junta Nacional de Asohofrucol y productor empresario de frutales y otros renglones agropecuarios.

HECTOR HORACIO GAITAN, Secretario Técnico de la Cadena Hortofrutícola del Huila, profesional del sector agropecuario con experiencia en el sector público.

EDUARDO GUTIERREZ, Ex secretario de Agricultura del Departamento del Huila, Ex director de Asocoph (Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila), consultor con amplia experiencia en el sector agropecuario y cooperativo.

Las preguntas realizadas en el cuestionario que se presenta en el Anexo 2 buscan, desde el punto de vista de estas personas representativas del sector frutícola, enriquecer con sus conocimientos y experiencias el análisis de la situación de la fruticultura del Huila, su rentabilidad y productividad, factores que influyen como tecnología, nivel de organización, comercialización, sus características y las políticas del Gobierno, funcionamiento de las cadenas, etc.

Con esta información se hace la descripción y discusión de los factores y variables que tienen relación con los sistemas de comercialización, así como las relaciones existentes entre los actores de las cadenas y sus intereses; y cómo cada cosa influye en la rentabilidad de los productores de frutales en el Huila.

Con base en lo anterior, se presentan las propuestas que contribuyan a definir políticas públicas y que motiven decisiones regionales, para obtener sistemas de comercialización que generen mayores niveles de rentabilidad para todos los actores, pero en especial para los pequeños productores de frutales del Departamento del Huila.

6. RESULTADOS Y DISCUSION

6.1. ENTREVISTAS: Se transcriben a continuación 4 entrevistas hechas en campo y cuyos videos se adjuntan al presente trabajo:

6.1.1. ARTURO PASCUAS YAÑEZ:

Productor Cholupa (1 Ha), Tecnólogo agropecuario.

Demanda creciente, atractiva por denominación de origen (Huila).

Costo producción= \$18.000.000.

Tiempo producción inicia a los 7 meses hasta 4 a 6 años, 3 cosechas al año.

Espera recuperar inversión en 1 año.

Costo tierra \$400 a 500 millones por cambio de vocación (turístico).

Costo arriendo \$1'/año/Ha.

Zona apta determinada por Cepass y Asohofrucol.

Comercialización con intermediarios pero hace 2 años iniciaron una cooperativa con la que esperan comercializar.

Normalmente los intermediarios les compran en los lotes sin precio, tienen que confiar en lo que les dicen que vendieron.

Han intentado vender directamente en Surabastos (central de abastos de Neiva) pero son rechazados pues los compradores (dueños de bodegas) ya tienen acuerdo con los intermediarios.

Con la cooperativa piensan comercializar por peso (Kg) no por bolsa, están en negociaciones con compradores de la central y con procesadores.

Manejo pos cosecha es rudimentario (recogida, almacenamiento, carga, selección, empaque) pero están trabajando en ello para obtener mejor calidad y por ende mejores precios. Van a hacer bodega o centro de acopio con la Cooperativa.

Son 30 socios de la cooperativa que representan aproximadamente 45 a 50 Has (Dice que en el Huila son 200 Has de las cuales 120 Has en el Municipio de Rivera).

Surabastos le vende a los almacenes de cadena y consumidor final como restaurantes (venden en fresco o pulpa).

Piensen además de vender a Surabastos llegar al consumidor final o comercializadores de Bogotá.

Identifica 3 empresas procesadoras (Industria) en el Huila: Illari, Quetzal y otra. Pagan mejor que en Surabastos y están avanzando en producción biológica para tener valor agregado.

Es necesario abrir mercado nacional e internacional, pues a pesar de que siempre ha habido mas demanda local que oferta, están incrementando las siembras y pueden llegar a tener sobreproducción.

6.1.2. ELSY ROJAS:

Productora de Cholupa, uva, guayaba y cacao.

En cacao hace parte de una cooperativa, están organizados y comercializando muy bien.

También hace parte de la cooperativa de pasifloras del Huila.

Están mal en comercialización pues le venden a intermediarios y ellos son los que se quedan con las ganancias, recogen en la finca sin precio y luego liquidan, sacan primero sus utilidades y lo que les sobra va para los productores. Tienen que confiar pero hay algunos muy deshonestos.

Esperan comercializar mejor a través de la cooperativa.

Con la guayaba (tiene 13 Has) es peor porque no tienen asociación o cooperativa, sin embargo el MADR y la Gobernación parece que van a ayudar a crear la asociación. El precio de este producto estuvo bueno el año pasado pero ahora esta muy malo porque están trayendo mucha del llano a menor precio y menor calidad.

Como productores no saben comercializar, lo intentó en Bogotá con Sutifruver (Empresa comercializadora de frutas y verduras con varios almacenes en Bogotá y Municipios vecinos de la sabana), pero por ser Ella sola con poco volumen, así como las exigencias de calidad (reciben solo de primera), no le fue posible. También lo intentó en Surabastos pero no pudo pues esta dedicada a la producción en varios frentes y no le alcanzaría el tiempo para la comercialización y allá le dijeron que era muy complicado y mas para una mujer porque tienen que madrugar mucho, no se les paga a tiempo y tiene que estar detrás mucho tiempo para que les paguen, etc.

Vender directamente al detal en Surabastos tampoco lo permiten ahora, tendrían que pagar bodega e inscribirse, por eso es necesaria la cooperativa o asociación.

Manejo pos cosecha es difícil, además de problemas climáticos, plagas, altos costos de insumos.

Problemas principales para rentabilidad: altos costos de insumos y mano de obra, también impuestos a la tierra y costos por el agua que cobra la CAM (Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena), están reestructurando esos temas y espera que sea para mejorar.

Tiene riego a gravedad por acequias pero acepta que sería mejor con otros sistemas como goteo pero lo considera una inversión costosa.

Accedió al ICR (Incentivo a la Capitalización Rural, subsidio estatal ligado a un crédito) para la siembra de guayaba.

Considera que si hay mercado para la Cholupa, guayaba y uva.

El problema de la rentabilidad además de ser de costos, también es de comercialización. Considera que así no se mejoren los costos, si se comercializara mejor, sería mas rentable.

Los insumos son los que mas pesan en los costos.

Si comercializaran de manera directa mejorarían los precios al productor y aun mas si exportaran.

Con las cooperativas piensan en transformación. No conoce si existen redes de frio. Conoce tres empresas de transformación en el Huila pero compran muy bajos volúmenes y así no se justifica.

6.1.3. MARINO BORRERO

Productor de Cholupa, Administrador de Empresas pensionado, antes fue ganadero y cultivó maracuyá pero por problemas fitosanitarios y de comercialización dejó ese cultivo.

Vicepresidente de la Cooperativa de Cholupa del Huila. Pretenden con la Cooperativa hacer el manejo de la denominación de origen.

En la comercialización dependen de los intermediarios que les comprar sin fijar precio y en la galería o Mercaneiva (plaza de mercado de Neiva) con las señoras que venden es muy difícil lidiar con cada una de ellas. En almacenes de cadena también es difícil.

Con la cooperativa se pretende transformar y comercializar. Hoy son 30 productores cooperados con 60 a 70 Has de Cholupa y 50 de maracuyá.

Están trabajando en la aplicación de productos no contaminantes o limpios, luego certificarse en BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) con el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) y luego el Global Gap para exportar.

También tienen el problema de ser muy perecedera la Cholupa pues tiene hasta 10 días y para exportar se toman de 12 a 15 días para Europa, por lo que no pueden venderlo en fresco sino en procesados.

Redes de frío: No dan los precios mientras no se procese, pues en Cholupa solo el 18 o 19% es pulpa y lo demás es cáscara y esta no tiene en este momento otros derivados para aprovecharla como hacen en Brasil con el maracuyá. Están haciendo algunos trabajos con entidades como el SENA para sacar alimento para ganado.

El problema principal para la rentabilidad es comercialización y costo de insumos. El 80% de la gente no sabe cuanto le cuesta la producción; la cooperativa esta trabajando en esa dirección (capacitando).

Hoy es rentable pero puede serlo mas si se organizan, ya iniciaron en la cooperativa con un pequeño almacén pero requieren recursos de capital para un fondo rotatorio que le compre al productor de contado y que compre insumos para proveérselos. Con este esquema de comercialización obtendrían por lo menos un 20% mas de rentabilidad.

6.1.4. JESUS ALBERTO CASTRO ARIAS

Productor de uva Isabel, guayaba pera y pastos. Joven Administrador de Empresas, motivado por tradición familiar y cultura a producir en la finca familiar en 4 Has.

En uva lo hacen tecnicadamente, teniendo en cuenta diferentes ciclos, desde siembra, producción, podas, riegos, abonos, monitoreos, detección de plagas, de virus, de hongos; y se preocupan por los trabajadores.

Considera que Colombia tiene potencial por producir todo el año, pero nos limitamos para exportar por los parámetros internacionales.

Comercializan en fresco pero están buscando generar valor agregado con la gente del Municipio, para sacar mermeladas, postres, vinos, así como desarrollar ecoturismo.

Hoy la comercialización la considera uno de los factores de riesgo para decisión de inversión por lo limitado del mercado regional, siendo necesario usar parámetros internacionales para pensar en exportar y poder competir. Los mercados regionales están saturados o no están formalizadas las áreas comerciales.

Ya ha vendido 230 mil libras de uva para Bogotá, le recogieron el producto en la finca, pero los costos excedieron el precio de venta pues parece que había mucha oferta, reducción de demanda por la época, es un producto perecedero (8 a 10 días para ser consumido) y las procesadoras exigen altos volúmenes. El riesgo lo asume todo el productor y el precio lo fija el comprador; por esto, esta trabajando en la idea de procesar la uva para producir vino y en exportar.

Además de precios bajos, los costos de producción son altos por el riego, los insumos, los impuestos.

6.2. DOCUMENTO PRESENTADO POR JORGE HONORIO ALBA, Gerente de Comercializadora alba (Municipio de Palestina):

“DESCRIPCION DE LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE FRUTAS DE CLIMA FRIO DE PALESTINA HUILA: La producción de cultivos alternos en nuestra zona, se origina debido a la inquietud y riesgo tomado por los productores de nuestra región, que se atrevieron y se arriesgaron y decidieron experimentar con cultivos que podrían adaptarse a nuestras condiciones climáticas, alturas, temperaturas humedad y demás.

La falta de conocimiento y acompañamiento técnico ha hecho que todos estos proyectos surjan con un riesgo alto de fracasar o sencillamente de no ser competitivos con países que están produciendo con costos más bajos de producción.

GRANADILLA: Las primeras matas que se sembraron en Palestina fueron en el año 1.999, y debido a su excelente calidad y aceptación en el mercado, muy pronto se convierte en una opción económica en nuestra zona y empieza a crecer año tras año las áreas cultivadas. En este crecimiento de producción empezamos también en la tarea de comercialización y llegamos a varios mercados nacionales para ofrecer nuestro producto, y a las principales plazas mayoritarias del país, y tuvimos acercamientos con supermercados de cadena tales como Carulla, Carrefour, etc. Debido a que esta tarea era nueva para nosotros tuvimos muchos inconvenientes y tratamos de negociar con muchos clientes que nos buscaron y que nunca nos pagaron, y poco a poco fuimos aprendiendo e identificando clientes potenciales y fidelizando los mejores para poder avanzar.

Entre los años 2008 y 2.012 alcanzamos nuestra máxima capacidad de producción siendo el mercado ecuatoriano el más importante; pero a partir del año 2.012 debido a los problemas fitosanitarios tan fuertes que enfrentamos, este cultivo se nos fue a pique, llegando a una producción equivalente a menos del 10% de nuestra capacidad.

Nunca estuvimos ni estamos preparados para manejar programas preventivos en nuestros cultivos, la mayoría de técnicas son implementadas tomando todos los riesgos en la propagación de problemas fitosanitarios, como también arriesgando nuestra parte económica, que se ve involucrada cuando se trabaja sin un verdadero acompañamiento y estudio previo de la zona y del cultivo a implementar.

En este momento nuestra producción no alcanza a cubrir nuestra demanda, nuestros principales clientes están en Ecuador, Bogotá, Bucaramanga y la costa, y para poder atenderlos estamos apoyándonos con la producción de otros municipios también del Huila tales como san Agustín, Isnos, Guadalupe y Santa María.

La granadilla sigue siendo un producto con una aceptación en el mercado muy alta, y en todo el año se vende muy bien y los precios oscilan entre \$20.000 y \$40.000 dependiendo las cosechas y temporadas escolares o vacacionales.

Hay un porcentaje muy pequeño de exportación, para el mercado Europeo pero no pasa de unas 5 toneladas semanales.

PITAHAYA: Las primeras pencas o matas que se sembraron en Palestina fueron en el año 2.004 y en unas extensiones muy bajas pero debido a su excelente calidad y aceptación en el mercado de exportación, empieza a crecer muy pronto y se convierte en una opción económica en nuestra zona.

A partir de ese momento varias empresas exportadoras han hecho una tarea muy importante mostrando esta fruta clasificada en la categoría de frutas exóticas en muchos lugares del mundo, siendo en este momento muy importante los mercados de Brasil, Canadá, Europa, Hong Kong entre otros.

También en el mercado nacional este producto ocupa un lugar muy importante y ha venido creciendo significativamente la cultura de consumo, gracias a sus propiedades curativas en temas de digestión y estreñimiento. Nuestros principales clientes para pitahayas que no sirven para exportación que es un equivalente al 80% de la producción total, están en las principales centrales de abastos de Bogotá, Medellín, Bucaramanga la costa y El mercado Ecuatoriano.

Los precios de la pitahaya de exportación oscilan entre 5.000 y 12.000 el kilo, y la pitahaya nacional se vende entre 1.500 kilo en épocas de producción alta y hasta 6.000 en escasos.

La fruta deshidratada también se convirtió en una opción de crecer y de poder manejar producciones más altas, en el momento estamos atendiendo un cliente que deshidrata 7.000 kilos semanales, fruta que tiene como destino el exterior, principalmente Centro América, Canadá y parte de Europa.

Las extensiones en pitahaya registradas ante el ICA, también han ido creciendo, de la fruta que nosotros producimos y comercializamos tenemos 40 registradas de 150 que manejamos.

AGUACATE HASS: Este producto es nuevo en Palestina, tenemos en producción unas 8 hectáreas , y unas 20 mas que aún no han empezado a producir, pero en el sur del Huila hay una extensión bastante amplia y creciente, no tengo datos exactos pero creo que puede estar alrededor de unas 200 hectáreas.

Ha tenido buena aceptación en el mercado, y su cultura de consumo ha venido creciendo satisfactoriamente.

La primer producción se vendió en Bogotá, y en este momento para la costa lo están pidiendo y ha gustado muy bien y los precios han venido mejorando. Se empezó con precios de 800 pesos y en este momento está por encima de 2.000 el kilo.

DURAZNO: Con este cultivo hemos tenido muchos inconvenientes, porque la zona no tiene todas las condiciones para sacar un producto competitivo y de buena calidad y estamos en un punto que pensamos dejar botado ese proyecto, a pesar de tener unas áreas e inversiones importantes.

Esta información es una narración a groso modo del comportamiento de cultivos y mercado de frutas de clima frío, cualquier inquietud o ampliación necesaria, estaré atento”.

6.3. RESPUESTAS CUESTIONARIO:

Identificación personas:

AEP: ALVARO ERNESTO PALACIO

MP: MARISOL PARRA

CC: CESAR CORTES

HHG: HECTOR HORACIO GAITAN

EG: EDUARDO GUTIERREZ

A continuación se presenta el consolidado de las respuestas aportadas:

PREGUNTA 1. Cual es la rentabilidad y cuales son los principales factores que la afectan, de los pequeños productores de frutas del HUILA? (granadilla, lulo, maracuyá, cholupa, mora, tomate de árbol y uva).

AEP: La rentabilidad es de subsistencia debido a dos situaciones puntuales:

a. El AREA SEMBRADA: el área sembrada por los productores de (pasifloras, lulo, mora, uva), en términos generales no superan una hectárea, lo que significa una oferta pequeña y atomizada, que dificulta la comercialización, no hay asociatividad con estos fines.

b. No hay suficiente acompañamiento a los pequeños y medianos productores, para hacerlos mas competitivos.

La asistencia técnica de calidad se puede decir que va directamente con la productividad y sostenibilidad ambiental, social y económica.

MP: Estas frutas, en promedio tienen una rentabilidad del 25 al 30%; de acuerdo a la tecnología aplicada; Sin embargo, se puede incrementar hasta en un 50% o más. Entre los factores que la afectan, se encuentra la fluctuación de los precios (temporadas de cosecha), que no permite que ésta rentabilidad sea permanente. Así mismo, los altos costos de producción, (insumos y mano de obra); disponibilidad de tecnologías (riego) y asistencia técnica idónea. Es importante tener en cuenta los costos de transporte, por la deficiente infraestructura vial en las zonas productoras.

Cabe anotar, que la producción de frutas en el Huila, se desarrolla en gran proporción, en zonas de economía campesina, en un área promedio entre 0,5 hasta 5 has, de acuerdo a la capacidad económica del productor. Esta situación no permite generar un esquema de agronegocio de mayor rentabilidad; aunque el

actual, supera el porcentaje del promedio en otros negocios (10 al 15%).

CC: La rentabilidad es totalmente variable como consecuencia principal de la inestabilidad de los precios de venta productor. Otros factores que afectan la rentabilidad son los rendimientos alcanzados en cada ciclo productivo y la calidad de la producción obtenida, donde la fruta que se denominan como corrientes o segundas entran al mercado con un 20% o más de menor precio frente a las “primeras”.

Desde la perspectiva de los costos la rentabilidad se afecta por el intensivo y muchas veces irracional uso de agroquímicos.

HHG: La fruticultura en el departamento del Huila ha surgido como alternativa de diversificación en las zonas cafeteras y está caracterizada por una gran diversidad de oferta productiva: pasifloras, mora, lulo, tomate de árbol, aguacate, cítricos, mango, guayaba, guanábana y pitahaya entre otros, que suman alrededor de 13.074 hectáreas. En su mayoría son pequeños productores organizados en Asociaciones y cooperativas de productores de base, con diferentes niveles y capacidades organizacionales y empresariales. El Huila tiene gran disponibilidad de tierras aptas para el cultivo, condiciones edafoclimáticas y otros recursos naturales – hídricos - favorables.

Sin embargo, entre los factores de producción que afectan a los pequeños productores de frutas del departamento del Huila se pueden mencionar los siguientes:

Factores Técnicos: Baja estandarización de la calidad y la producción, obtención de material vegetal sin regulación sanitaria, bajo conocimiento y uso de tecnología en los procesos productivos, pocos predios certificados en BPA y otras certificaciones, bajo conocimiento y aplicación del manejo pos-cosecha, incluida la cadena de frío. La erosión del suelo y la deforestación se han convertido en un del ciclo vicioso de la pobreza y la degradación ambiental.

Infraestructura y logística: Deficiencias en la infraestructura de transporte -aérea, terrestre, férrea y fluvial, especialmente en la malla vial terciaria, muy pocos predios con infraestructura de riego y fertiriego, Información inexistente o poco confiable sobre el subsector.

Factores Financieros: Baja capacidad de endeudamiento de los pequeños productores y del adecuado manejo financiero del crédito.

Mercados: Altos costos de intermediación, largos y débiles canales de distribución, informalidad, bajo poder de negociación de los productores y una alta incertidumbre en los precios.

Normatividad y Regulación: Baja capacidad institucional y empresarial del subsector y de las organizaciones de productores e inoperancia en la aplicación de políticas y normas vinculadas con el subsector - sanitarias, ambientales, otras. Muchos pequeños agricultores se han convertido en agentes de destrucción, al

sobreexplotar los recursos naturales, motivados por la escasez de tierras y la falta de oportunidades económicas.

EG: La rentabilidad varía de un cultivo a otro y de un año a otro. Los tres cultivos con mejor rentabilidad son granadilla, lulo y maracuyá, con una rentabilidad líquida promedio anual de \$10.000.000 por hectárea. En los otros es de alrededor de \$8.000.000 anual por hectárea promedio en los últimos cinco años.

La mejor demanda de granadilla, lulo y maracuyá contribuye a mejorar sus precios y rentabilidad.

Todos estos cultivos son de pequeños productores y en ellos aún se carece de investigación genética y agroecológica para lograr protocolos sanitarios adecuados, más productividad y resistencia al cambio climático, plagas y enfermedades.

También afecta la rentabilidad el mal estado de las vías terciarias y secundarias que encarecen el transporte y afecta la calidad del producto, incluso cuando se transporta con adecuados empaques.

En general para todas estas frutas las labores pos cosecha son muy deficientes en cuanto a clasificación, empaqueo y sistemas de transporte, lo que les resta rentabilidad. Algunos estudios le adjudican una pérdida de alrededor del 20% por malas labores pos cosecha.

PREGUNTA 2. Cual es el nivel de tecnología y como esto influye en la productividad y los ingresos?

AEP: La tecnología aplicada es baja, y esto se refleja en la productividad por área sembrada, no hay manejo ambiental en todos los cultivos que requiera de tutorado como la granadilla, gulupa, uva, etc. Pues el tutorado lo hacen cortando árboles por cada hectárea sembrada, no hay sistemas de riego y fertirriego. Por falta de tener acceso a la tecnología y su implementación, la productividad es baja (en calidad y cantidad), afectando los ingresos.

MP: El nivel tecnológico se encuentra entre bajo y medio; porque los pequeños productores en los últimos 3 años han estado recibiendo asistencia técnica más permanente y distinta a la que les ofrece las casas comerciales. Reitero que la tecnología aplicada depende de la capacidad de inversión del productor e influye directamente en los ingresos del núcleo familiar. La productividad de un cultivo es directamente proporcional a la tecnología aplicada.

CC: Si bien en la Región se encuentran productores con desarrollos muy importantes, en el sector se tiende a sobrevalorar el conocimiento empírico en los procesos productivos, de allí el paradigma que indica que “los productores sabemos producir...lo que no sabemos es comercializar”. Esta situación que aunada a la limitante en el acceso de una asistencia técnica especializada, trae consigo usos irracionales de agroquímicos y prácticas culturales inapropiadas, con paquetes tecnológicos que no se corresponden con los últimos desarrollos técnicos

disponibles; situación que finalmente eleva los costos de producción y afecta los rendimientos por hectárea, incidiendo directamente en los ingresos de los productores.

Es imperativo abordar la oferta y la calidad de la asistencia técnica disponible, donde el desarrollo constante debe ser una preocupación, dado la evolución permanente de las tecnologías de producción que se desarrollan en el mundo entero.

Si bien la asistencia técnica al pequeño productor debe ser integral, es decir técnica para la producción y la post - cosecha, debe involucrar aspectos de orden socio - empresarial. Esto es el tema organizacional para acceder a economías de escala, como empresarial para el manejo integral de la producción. En este punto deseo resaltar que este concepto de integralidad no debe malinterpretarse como una asistencia técnica donde en función de la integralidad se sacrifique la rigurosidad en el manejo técnico de los cultivos, donde es necesario contar con los Ingenieros Agrónomos especializados en el manejo técnico de estos cultivos.

HHG: El departamento del Huila desde el año 2012, suscribe un convenio interadministrativo con el Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural, MADER, para atender 12.096 productores a través del programa Incentivo de Asistencia Técnica Directa Rural Integral (IAT), de los cuales el 15% corresponden a productores de frutas, es de aclarar, que por medio de este programa, se le brinda a los productores Asistencia Técnica Integral, durante seis meses del año, es pertinente mencionar, que la asistencia técnica debe ser de carácter permanente, no se debe interrumpir para facilitar los procesos que se vienen implementando.

A través del Plan Nacional de fomento Hortifrutícola, aplicado por ASOHOFRUCOL, 21 municipios de nuestro departamento tiene cobertura, sin embargo, aclaro que no es una cobertura total, tan solo 1.125 pequeños productores de frutas han cambiado los esquemas de trabajo. Este modelo se basa en 4 pilares:

Sembrar: La Asociación Hortifrutícola de Colombia trabaja en el análisis de de las zonas aptas de producción, seleccionan las variedades y materiales de siembra adecuados para cada cultivo; realizan las recomendaciones a través de las ECAS y las jornadas de asistencia técnica en cuanto a: adecuación del terreno para la siembra, manejo de suelos, nutrición, fertilización y manejo integrado de plagas y enfermedades (MIPE).

Cultivar y cosechar: en este componente se acompaña al agricultor tanto en la etapa de cultivo como en la fase de cosecha, asegurando que siga los procesos recomendados para la obtener un producto con calidad y listo para el consumo.

Comercialización: en esta fase, buscan que las organizaciones conformen sus esquemas comerciales, estudien los mercados, establezcan alianzas, vendan sus productos de manera conjunta y logren fortalecer sus capacidades productivas para ingresar al mercado internacional.

Este enfoque busca la aplicación de las Buenas Prácticas Agrícolas, para que los productores manejen su finca como una empresa, produzcan fruta inocua, bajo un esquema ambientalmente sostenible y socialmente consiente con los trabajadores.

Se están implementando, aunque de manera muy tímida, iniciativas de implementación tecnológica con el objetivo de obtener calidad, rentabilidad y productividad, enfocando los usos en los sistemas de riego como pilar de la estabilidad productiva y optimización de los recursos naturales. El riego es una actividad que impacta de manera afirmativa en la productividad de los cultivos, pero las acciones para implementar esta tecnología en los sistemas productivos no son consecuentes con las respuestas.

EG: Como ya se planteó, la investigación científica es muy incipiente en el Huila y la dirige Cepass, un centro de investigación creado hace 8 años. La transferencia tecnológica es débil. En general, todavía este sector es de agricultura campesina tradicional. Como tal es frecuente que en algunas zonas de mayor cultivo aparezcan plagas que terminan con la producción como en Palestina con la granadilla, que la terminó el hongo llamado comúnmente “secadera”, tal como había sucedido en Urrao (Antioquia). Esto puede volver a pasar en las nuevas áreas de desarrollo del cultivo como Baraya (La Profunda).

PREGUNTA 3. Como es la organización de los productores y como incide esto en sus ingresos?

AEP: Las organizaciones de los productores tanto del Huila como del resto del País no es la mejor, hay dificultades inmensas para la asociatividad. Lo ideal es que la asociatividad se enmarcara en objetivos que se pueden cumplir dentro de la organización y que obedezca a las principales problemas que se deben solucionar, como son: aplicación de una misma tecnología para conseguir un mismo resultado, que es la calidad y cantidad producida, y el otro aspecto sería que se asocien para la venta, buscando generar una sola oferta, y por consiguiente la formación de precios. Esto no lo están haciendo.

MP: Los productores, a pesar que tienen sus organizaciones, en la mayoría de los casos, operan sus negocios de manera individual. Esta situación es netamente cultural y para cambiar el esquema se requiere mayor acompañamiento en éste componente y mayor presencia institucional que no abandonen sus procesos. Por tal motivo, no logran tener una economía de escala que les permita optimizar los recursos disponibles de todos los asociados.

CC: Tanto la organización gremial como socio-empresarial de los productores es muy precaria, de allí que difícilmente se accede a economías de escala en la adquisición de insumos y tampoco se llega a la comercialización de las cosechas de manera unificada, quedando en condiciones totalmente desventajosas frente a una intermediación concentrada y con mayor capacidad de negociación. Una gran cantidad de productores dispersos frente a una intermediación más concentrada hace que la relación comercial termine siendo desventajosa para los productores, donde su poder de negociación es prácticamente inexistente.

Los intentos de organización socio empresarial han sido en su mayoría fallidos por la cultura de los productores a trabajar de manera individual y donde el sentido de pertenencia frente a las organizaciones que se han creado, es bastante pobre. Es necesario avanzar hacia una visión en la que los productores se concienticen en que las inversiones en modelos de agrocomercio y agroindustria son igualmente importantes que las inversiones que se hacen a nivel de la producción en los predios.

HHG: La Secretaría de Agricultura y Asofrucol venimos sembrando la semilla de la asociatividad entre los productores y los asesoramos en la creación de sus organizaciones, fortalecemos sus capacidades administrativas y los motivamos a crear fondos rotatorios para su estabilidad financiera, haciéndolos conscientes de que la confianza es el cambio, de esta manera atendemos 45 asociaciones de productores, de las cuales 18 están iniciando sus procesos de venta en conjunto en mercados más estables, compra de insumos con precios preferenciales y acceso a servicios con las ventajas de una economía de escala, es de aclarar, que esta cifra es muy pequeña frente al número de productores de nuestro departamento, sin embargo, el nivel de organizacional de nuestros productores es bajo, existe en la Cámara de Comercio de Neiva un número importante de asociaciones, pero la mayoría están inactivas e inoperantes, creadas con múltiples propósitos, pero que finalmente desfallecieron.

EG: Los productores cuentan con su gremio Ashofrucol, al que se encuentran vinculados cerca del 15% de fruticultores. Aún más débil es la organización económica empresarial. No llegan al 10% los productores con asociatividad empresarial. Sobresale la Cooperativa de Choluperos de Rivera, que ha desarrollado una eficaz labor orientada por Asocoph.

En los últimos años se han venido desarrollando áreas a manera de clúster para algunas frutas: uva: Altamira y Tarqui; banano: Tello y La Plata, Maracuya: Suaza; Granadilla: Baraya y La Plata; Durazno: Palestina; lulo: Garzón y Gigante.

En general la falta de planificación, organización, asistencia técnica e investigación científica y tecnológica, son las principales debilidades del sector frutícola en el Huila.

PREGUNTA 4. Que políticas proporciona el Gobierno para asegurar la compra en situaciones adversas y para garantizar el ingreso?

AEP: El gobierno no tiene políticas de compra y venta de productos del sector, solo crea centrales de abastos o galerías comerciales, sin que tenga ningún control en las transacciones y los productores quedan a expensas de los comerciantes. Hay desorganización de los mismos productores en la oferta de su producción. El gobierno no garantiza el ingreso, es un tema que requiere de mucha planeación para hablar de inteligencia de mercados.

El gobierno debe formalizar el sector para que pueda pensar en estrategias que permitan mejorar los ingresos de los productores, teniendo esto unas variables que controlar.

MP: Ninguna. En el sector de frutas el Gobierno no proporciona políticas para asegurar la compra en situaciones adversas. Dado, que en muy pocas ocasiones se presentan situaciones que conlleven al productor a pérdidas en su negocio. Yo diría, que se requiere mayor conocimiento en el calendario de siembras y cosechas de los cultivos, sobre todo con el maracuyá, que es la única fruta que se importa del Ecuador a unos precios más bajos que los mismos costos de producción en Colombia.

CC: En los renglones frutícolas descritos, el gobierno nacional no ha adelantado ninguna política orientada a garantizar la intervención comercial en momentos de depresión en los precios de manera que se garantice un ingreso mínimo al productor para librar sus costos de producción y a su vez generar los ingresos adicionales para su manutención. En el sector impera la práctica de mantenerse en el mercado con la expectativa que ante una caída de precios, sobrevenga una reactivación de los mismos para lograr recuperarse de las pérdidas de una cosecha anterior.

HHG: A diferencia de sectores como el cafetero, el gobierno no tiene una política de protección, ni subsidios a la comercialización de productos hortifrutícolas. El libre comercio y la competencia desleal hacen que los precios de los productos agrícolas domésticos dependan del salvaje Corabastos. La liberalización del comercio ha reducido la protección en una época en que los precios de los productos básicos han alcanzado mínimos históricos, imposibilitando que los pequeños agricultores compitan en los mercados domésticos.

EG: No existen políticas del gobierno o el Estado para enfrentar coyunturas adversas para los productores. El Fondo Hortofrutícola es muy débil para garantizar como en el café, precios de sustentación. A las crisis se reacciona con propuestas de coyuntura, como recurrir al Fonsa cuando se eleva la cartera vencida por pérdidas en las cosechas

PREGUNTA 5. Como comercializan los productos? A quien le venden? Quien define el precio?

AEP: Los productos son comercializados en las centrales de abastos o galerías, sin ninguna planeación de los productores, y para esto se deben organizar, tanto para la siembra, como para la cosecha. El precio lo definen en las centrales de abastos, como Corabastos, es decir los comercializadores.

MP: El 98% de los productores de frutas comercializan sus productos a través de intermediarios, quienes llegan hasta las zonas de producción a comprar y recoger la fruta. El precio lo definen los compradores mayoristas de las grandes centrales de abastos del país. En la mayoría de los casos los intermediarios le entregan todos los insumos (empaques) para la recolección y empaque de la fruta.

CC: La práctica generalizada es vender a acopiadores veredales que normalmente comercializan en las centrales de abasto y en menor medida con grandes superficies o con la industria como el caso del maracuyá. Cuando se trata de productores de mayor tamaño, estos intervienen en la actividad comercial despachando directamente a comerciantes de las centrales de abasto y en algunos casos ante las grandes superficies.

Lo que no se observa es una intervención en la comercialización que lleve a un acercamiento entre el productor y el consumidor final, de manera que los márgenes de intermediación beneficien tanto a productores como consumidores. Este sería un reto para los productores que les significaría pasar de un estatus de productores a empresarios con una intervención en el agrocomercio y que para el caso de los pequeños pasa necesariamente por criterios de asociatividad.

HHG: El mercado general de frutas está regido por el libre juego de la oferta y la demanda. Los productores venden a un comercializador intermediario quien recoge la fruta directamente en las fincas; la lleva hacia las centrales de abastos de las grandes ciudades, principalmente Corabastos en Bogotá. Una parte de esa fruta sale para almacenes de cadena, otra para tiendas de barrio y otra para las diferentes zonas del país donde no se producen y a través de estos llegan al consumidor final. La fruta de menor calidad va hacia la agroindustria (plantas procesadoras)

En años anteriores (2012, 2013 y 2014) el Plan Nacional de Fomento Hortifrutícola (PNFH) tuvo un impacto destacado en el componente productivo, en particular, asistencia técnica y transferencia de tecnología. Para la fase 2015, ASOHOFRUCOL, con el respaldo del Fondo Nacional de Fomento Hortifrutícola y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, ha estructurado un plan escalonado para que los agricultores avancen hacia una etapa empresarial a partir del componente socio-empresarial.

ASOHOFRUCOL-FNFH ha sembrado la asociatividad entre los beneficiarios del proyecto y la producción con enfoque en Buenas Prácticas Agrícolas y ha hecho el acercamiento a mercados especializados como Almacenes ÉXITO, para que reduzcan los riesgos y mejoren sus ingresos. Se está configurando una Red Comercial en el departamento que lidere la articulación entre los diferentes actores de la cadena, las diferentes líneas productivas las 4 zonas geográficas para mejorar las condiciones comerciales de estas organizaciones priorizadas.

Paralelamente, el componente socio-empresarial del PNFH ha implementado un proceso de articulación interinstitucional con Procolombia, el ICA y otros aliados estratégicos. En este proceso se identificaron 7 organizaciones que están siendo intervenidas, cada una con su plan de comercialización para la consolidación del proceso exportador

EG: Las frutas son uno de los sectores agropecuarios donde existe una de las cadenas más larga de intermediarios, que afectan fundamentalmente al agricultor. El precio de las frutas lo definen un muy reducido grupo de grandes comercializadores de las centrales de abastos del país especialmente Corabastos en Bogotá. Alrededor de 5 grandes comerciantes con conexiones en las principales áreas de producción, definen el precio de cada producto (maracuyá, granadilla, tomate de

árbol, piña, banano, cítricos, aguacate, mango, pitahaya, etc.). Estos grandes comerciantes surten en buena medida las grandes superficies y el comercio minorista de tiendas, a través de una red de comerciantes más pequeños.

El campesino le vende su producción a comerciantes medianos, algunos con origen en la misma zona productora, quienes viajan con sus vehículos hasta los corregimientos y veredas a hacer el acopio. Generalmente se compra sin ninguna clasificación.

PREGUNTA 6. Cual es la relación entre costo de producción, el precio de venta del productor (en finca, plaza de mercado, central de abastos, almacenes de cadena, industria, etc.) y el precio de venta al consumidor final (local, nacional, internacional)? Cual es la proporción y los precios entre las diferentes calidades (1^a, 2^a y 3^a)?

AEP: En la vida real no hay ninguna relación, al comercializador no le interesa saber cual es el costo del productor. Eso hace que en términos reales no exista una relación directa entre los costos de producción y la venta del producto. Ahora teóricamente y en términos económicos, debe existir una relación directa entre estos dos.

Ahora la venta se realiza en todas las mencionadas, los almacenes de cadena tienen mayores precios y exigen buena calidad, El mercado internacional lo hacen comercializadores de acuerdo a sus necesidades.

MP: Vamos a presentar un ejemplo:

TABLA 3. COMPARATIVO COSTOS Y PRECIOS DE VENTA

FRUTA	CALIDAD	COSTO DE PRODUCCION PROMEDIO	COSTO DE VENTA PRODUCTOR	PRECIO DE CONSUMIDOR NACIONAL
GRANADILLA	PRIMERA	\$ 1.000/KILO	\$ 1.500/KILO	\$ 4.500/KILO
	EXPORTACION	\$ 2.500/KILO	\$ 4.500/KILO	
MARACUYA	PRIMERA	\$ 450-500/KILO	\$ 800-1.000/KILO	\$ 3.000/KILO
	INDUSTRIA	\$ 450-500/KILO	\$ 600-800/KILO	
CHOLUPA	PAREJA	\$ 450-500/KILO	\$ 800-1.200/KILO	\$ 2.500/KILO
LULO	PRIMERA	\$ 800/KILO	\$ 1.200/KILO	\$ 3.500/KILO
UVA	PRIMERA	\$ 800-1.000/KILO	\$ 1.600/KILO	\$ 2.400/KILO
MORA	PRIMERA	\$ 500/KILO	\$ 1000/KILO	\$ 3.000/KILO
	INDUSTRIA	\$ 500/KILO	\$ 800/KILO	

Estos precios varían de acuerdo a la oferta y demanda, Los costos de producción no tienen una precisión, porque los productores no llevan registros, los valores corresponden a la información promedio que reportan los técnicos en las capacitaciones que facilitamos.

Adjunto los bullet's del año pasado de las pasifloras y el acuerdo de competitividad de la Cadena, con información primaria.

CC: Como mencioné al comienzo, el valor de la venta al productor no está relacionado en modo alguno con su costo de producción y obedece mayormente a la dinámica de oferta y demanda, donde tratándose de productos perecederos que no cuentan con alternativas de almacenamiento en frío ni de procesos de transformación agroindustriales, son precios con una alta volatilidad no solo diaria sino horaria. En las centrales de abasto el precio a la madrugada es uno y después de las 7 de la mañana es otro.

Márgenes de intermediación:

Grandes superficies: 80% - 100% precio productor Vs precio al consumidor. Normalmente el consumidor paga por una libra lo que al productor le cancelan por un kg.

Comerciantes mayoristas de centrales de abasto: 20% Precios compra Mayorista-Mayorista Vs Precio venta al Mayorista- Minorista

Comerciantes mayorista-minoristas: 50 – 70% Precio compra Mayorista-Minorista Vs Precio de venta al consumidor final.

Variabilidad de Precios por calidades:

Este es un comportamiento que afecta gravemente al productor ya que la intermediación es la que ha impuesto una categorización de calidades donde una fruta de muy buena calidad pero de un inferior calibre entra a ser categorizada como de inferior calidad y su precio se deteriora entre un 20% y un 50%, como en el caso del lulo: Grueso, semi, parejo, richi. Las diferencias de un grueso y un semi son del orden del 10- 20%, las de un semi y un parejo otro 10-20%; cuando todos los tres calibres son frutas de excelente calidad para el mercado en fresco.

Tratándose de calidades por apariencia externa el castigo entre una primera y una segunda puede ser del orden del 50% , sin que exista una alternativa intermedia de uso agroindustrial que permita suavizar esta variación tan radical de precios.

HHG: Producir un Kilogramo de maracuyá en la zona centro del departamento del Huila cuesta \$800. Un Kilogramo de maracuyá calidad selecta que vale \$1.000 en el primer eslabón de la cadena (productor-finca), en la central de abastos cuesta alrededor de \$1.600 (Los costos de empaque y logística de transporte de ese Kilogramo está alrededor de \$300). Ese mismo Kilogramo de fruta es facturado en un almacén de cadena en \$2.200 y vendido al consumidor final alrededor de \$2.800 ó \$3.000.

La proporción de los precios es del 20% entre la primera y la segunda y del 30% entre segunda y la tercera.

EG: El productor no es el que define el precio del producto. Como ya se dijo antes, eso lo definen los grandes comercializadores y en el precio influye mucho más la relación oferta/demanda que los costos de producción. Como ellos conocen bastante

bien el mercado del producto, terminan haciendo buenas ganancias tanto en épocas de escasez como de abundancia. Los precios suben y bajan permanentemente. Las amas de casa han aprendido a variar la dieta de acuerdo al precio del producto. Si hay escasez de maracuyá, compran cholupa o badea; Si está muy caro el mango compran piña. La mayoría de frutas tropicales que se consumen en Colombia son poco conocidas en el exterior y por tanto no se ha formado un mercado y unos precios internacionales para las mismas.

La variación de precios por calidades dependen de la temporada, teniendo una franja diferencial más pequeña en épocas de escasez, pero en general la diferencia de precio entre la 1ª. y 2ª. es de un 20% y otro tanto entre la 2ª. y 3ª.

PREGUNTA 7. Cuales son los volúmenes, periodicidad y homogeneidad en calidad, demandados (en los diferentes niveles de mercado) y producidos u ofertados?

AEP: Los volúmenes. La prioridad de los productores depende de las siembras y no tiene planeación en el tiempo, solo siembran, la homogeneidad es relativa y no es igual, porque no se aplican paquetes tecnológicos iguales y la producción es dispersa. En conclusión las calidades varían sustancialmente.

MP: Adjunto la información de las evaluaciones agropecuarias de la Secretaría de Agricultura. El Huila oferta todo el año fruta. Las calidades son primeras, segundas (mercado fresco e industria)

CC: Normalmente la periodicidad de demanda es dos veces por semana, presentándose la recolección los días lunes y jueves, esto según dinámica comercial de las centrales de abastos.

HHG: La Mora produce alrededor de 18 Toneladas y el Maracuyá 16 Toneladas por hectárea al año. Se cosechan 2 días a la semana durante todo el año, con 2 picos de cosecha que duran 2 meses aproximadamente cada uno. La proporción en calidades es del 70%, 25% y 5%.

La Granadilla (16 Ton), la Pitahaya (26 Ton) y la Uva (25 Ton) tienen 2 épocas de cosecha al año, las cuales están condicionadas o inducidas por las prácticas de poda que se alargan alrededor de 1 mes cada una, periodo en el cual se cosechan semanalmente.

Todo el volumen de producción es consumido por el mercado nacional, y los precios varían dependiendo del mercado.

EG: En pasifloras como maracuyá y granadillas el 40% de la cosecha es de 1ª. calidad, otro 40% de 2ª. y un 20% de 3ª. Esta segmentación se mantiene para la mayoría de frutas, pero como quedó dicho, la mayoría de campesinos las venden sin clasificar, pidiéndoles valor pues son compradas como de tercera, y el comerciante las reempaca clasificadas.

PREGUNTA 8. Como son las prácticas de manejo pos-cosecha, transporte, almacenamiento, conservación y procesamiento de los productos? Y cual el nivel de pérdidas en todo el proceso?

AEP: Las prácticas cosecha y pos cosecha son irregulares, por varios factores: Falta de asistencia técnica y transferencia de tecnología y la adopción de las mismas, el transporte va ligado al manejo poscosecha. En el Huila en muchas ocasiones estos productos son transportados en mulas.

El almacenamiento es precario, no existe.

La conservación depende del manejo cosecha y pos cosecha, no hay sistemas de frío

El procesamiento es mínimo

Se puede decir que las pérdidas pos cosecha alcanzan hasta un 30%

MP: Los productores utilizan un bajo nivel tecnológico en éstas prácticas. No cuentan con infraestructura de red de frío, ni almacenamiento y la agroindustria es escasa. Esta situación presenta un porcentaje alto de pérdidas, hasta el 30%.

CC: Las prácticas post- cosecha en la región son básicas: Clasificación y empaque. Lavado, Desinfección, Encerado y Almacenamiento y Pre-enfriado, son casi inexistentes. La Fruta se despacha una vez cosechada y se realiza especialmente en turbos no climatizadas de 5 ton, es decir no existe un almacenamiento previo ni en finca ni en centros de acopio en zonas productoras.

Los niveles de perdida post-cosecha oscilan en un 20 a 30%, presentándose pérdidas importantes en pre cosecha resultado de plagas como el pasador del fruto en Lulo.

HHG: Ejemplo: Granadilla

Cosecha

De nueve a diez meses después de la siembra, la Granadilla produce sus primeros frutos, la cosecha está definida por el intervalo de tiempo entre el botón floral y fruto maduro el cual es de 75 a 85 días dependiendo de factores climatológicos y del manejo del cultivo.

La cosecha de la Granadilla se debe hacer con cuidado, tratando de no dañar las características externas, pues ésta fruta posee una cascara muy delicada cubierta por una cutícula cerosa delgada y transparente, la cual al rozar una fruta con otra o con alguna superficie dura, se remueve produciendo una rápida oxidación de los tejidos superficiales, desmeritando la calidad del fruto.

La fruta una vez madura no cae por si sola de la planta y se hace necesario su recolección, cuya labor se recomienda realizarla manualmente haciendo presión con los dedos pulgar e índice en el tercer nudillo del pedúnculo, ubicado por encima del cáliz.

Se debe evitar el manipuleo excesivo de la fruta.

La Granadilla debe ser empacada inmediatamente después de ser recolectada, por lo tanto, la cosecha debe realizarse cuando la fruta este completamente seca, con el fin de evitar pudriciones.

La Granadilla es una de las frutas tropicales las cuales se pueden conservar por largo tiempo en el árbol, aunque no es muy recomendable por la sobremaduración del fruto y sus consecuencias al cosecharse, empacarse y transportarse, además son fácilmente atacadas por microorganismos.

Después de la primera cosecha, la granadilla producirá constantemente durante los años siguientes, solo si se realiza un manejo técnico oportuno en podas (producción-sostenimiento), riego y fertilización balanceada.

Sin embargo se presentan picos de producción que están regulados por épocas de lluvias.

El fruto se cosecha de acuerdo con las exigencias del mercado, seleccionándose con base en el color, forma, tamaño y sanidad.

Poscosecha

La Granadilla se puede conservar al medio ambiente preservando su calidad externa hasta por 20 días sin tratamiento alguno, con una variación de peso del 8.80 %.

Existe una relación directamente proporcional entre la temperatura y la variación del peso.

Ensayos realizados en Granadilla al medio ambiente, sin tratamiento obtuvieron pérdidas de peso en fruta del 17.70 % durante 35 días de almacenamiento y frutas refrigeradas durante el mismo tiempo tuvieron unas pérdidas por peso del 7.23 %.

La Granadilla pintona pierde mayor cantidad de peso (9.95%) que la madura (8.83%) a lo largo del almacenamiento.

El producto a granel pierde en promedio más peso (16.4%), que el producto empacado (2.39%).

La temperatura de refrigeración que mejores resultados mostró en el almacenamiento de Granadilla fue la de 8°C yá que en este ambiente se encontró las menores pérdidas de peso, y se mantienen más estables los factores de calidad.

Los problemas de la Granadilla en Post-Cosecha fuera del empaque y transporte, empiezan en el campo por el ineficiente manejo técnico, control de plagas y enfermedades de las reportadas en capítulos anteriores.

La fácil remoción de la cutícula del fruto al contacto con cualquier superficie y la subsiguiente oxidación del pericarpio, produce lesiones físicas que además de disminuir la calidad externa, favorecen la penetración de infecciones. Esta característica exige disminuir al máximo el manipuleo de la fruta en post-cosecha.

EG: Siempre se ha dicho que las pérdidas por malos manejos poscosecha que incluye recolección, empaçado, transporte, bodegaje y conservación en frío, se aproxima al 40% de las cosechas en frutas. En esta materia hace falta una verdadera revolución cultural para que el campesino entienda como afecta sus ingresos, las malas prácticas poscosecha que comienza con la recolección dañando los frutos por la forma equivocada como son separados de la planta y sigue con el resto de procesos en los que el descuido y la falta de técnica causan mucho daño al producto.

PREGUNTA 9. Como ha evolucionado la calidad de vida de los productores de frutas del Huila? Como estas actividades productivas han impactado la economía de las regiones productoras y el Departamento?

AEP: La calidad de vida de los productores del Huila, la desconozco, con respecto al impacto en la economía del Huila, tendrían que ver los indicadores que maneja el Departamento.

MP: Teniendo en cuenta que la fruticultura en el Huila, es un subsector con bajo desarrollo tecnológico y a menor escala de producción comercial, por encontrarse en manos de pequeños productores en zonas de economía campesina, ha impactado de manera positiva la economía regional, porque se convirtió en una alternativa productiva de diversificación oportuna con la crisis cafetera y poco a poco a incrementado sus áreas de producción y los ingresos para las familias productoras. Las frutas en general son rentables para un mercado nacional y ha permitido mejorar la calidad de vida de los productores. La fruticultura se ha convertido en unos de los sectores de mayor potencial para la zona rural del país y una solución acertada para el posconflicto.

CC: La actividad frutícola en el Departamento ha sido una fuente importante de ingresos para los productores y una actividad dinamizadora de la economía local en muchos municipios del Departamento. No obstante la exagerada fluctuación de los precios, los bajos rendimientos y calidades por hectárea y los elevados costos de producción en los pequeños productores una capitalización que se traduzca en un crecimiento de las unidades productivas y en un mejoramiento sostenido de sus ingresos.

HHG: Los productores de frutas de nuestro departamento, han mejorado sustancialmente su estilo de vida, muchos de ellos cultivadores por excelencia de café han incursionado simultáneamente en la producción de frutas de trópico de altura, esta aleación productiva, les ha generado mayores ingresos económicos. En los tiempos de crisis cafetera la producción frutícola ha sido una solución, nuestro departamento se caracteriza y es reconocido a nivel nacional por la producción de passifloras y frutas de clima frío, lo cual le genera al departamento mayores ingresos al PIB.

El proyecto más grande del sector hortifrutícola del departamento, el Plan Departamental de Fomento Hortifrutícola llega a su cuarto año de ejecución, con destacados logros para la competitividad y productividad de los agricultores.

Dentro de los principales logros se destaca el proceso de validación de los modelos tecnológicos y la formulación de los planes de asistencia técnica para las asociaciones beneficiarias. Estos dos instrumentos permitirán identificar condiciones reales de producción en las zonas de intervención, con el propósito de reorganizar la oferta de acuerdo a las características óptimas de cada terreno.

Estas actividades se han articulado con Agricultura específica por Sitio (AESCE), instrumento que ya cuenta con 130 productores registrados. Esta plataforma tiene lotes de productores caracterizados en términos climáticos, edáficos, y topográficos, con el propósito de identificar zonas geográficas que compartan condiciones de clima y suelo.

Estas herramientas están permitiendo la formación de nuevos empresarios hortifrutícolas, trabajando asociadamente para comprar insumos, para comercializar en conjunto, produciendo bajo el esquema de Buenas Prácticas Agrícolas. Algunos de ellos preparándose para procesos de exportación.

Este enfoque busca una transformación del campo. Creemos que la empresarización es posible. En tres años de la implementación del Plan Nacional de Fomento Hortifrutícola (PNFH) se ha visto el cambio en los productores, evidenciado en el crecimiento del sector.

EG: Ha medida que se ha venido especializando la actividad frutícola en el Huila, se mejoran técnicas de cultivo, se hacen estudios genéticos y técnicas de hibridación, mejorando las cosechas y haciéndolas más resistentes a plagas, enfermedades e incluso al cambio climático, los productores especializados han mejorado sus ingresos y sus ganancias en esta actividad.

PREGUNTA 10. Quisiera agregar algo relacionado con este tema?

MP: Si. La informalidad en los mercados no registran los negocios y por eso no se reportan indicadores económicos de exportación, sobre todo con granadilla, que se venden para el mercado del Ecuador de manera ilegal. De igual manera los mercados nacionales, porque la mayoría de los compradores de las Centrales de Abastos no facturan ni reportan los parafiscales.”

CC: Es muy importante que en la región se sigan estimulando la participación de los productores en ruedas de negocios, seminarios técnicos y ferias tanto del orden nacional como internacional, toda vez que esto mejora la cosmovisión de los productores y los pone en una mejor disposición de avanzar en la modernización de la producción y en la integración directa con mercados cada vez más globales.

Es imperativo la oferta Regional de especializaciones y diplomados tanto para profesionales de las áreas agronómicas como de los propios productores, donde se pueda acceder o actualizar el conocimiento frente al manejo agronómico de los cultivos, con conceptos como el manejo integrado de plagas, nutrición, manejo de

enfermedades, usos de semillas, equipos, racionalidad en el manejo de los agroquímicos, prácticas culturales, etc. Todo enmarcado en el concepto de agricultura de precisión.

A nivel Regional y con la experiencia desarrollada a nivel de otras regiones por el SENA, es importante trabajar por el desarrollo de iniciativas agroindustriales (mermeladas, dulces, jugos, etc) a nivel de microempresa que además de demandar producto no atractivo para el mercado en fresco, pueden ser un paso hacia la dirección de crear opciones de transformación a mayor escala.

EG: El sector frutícola es uno de los sectores priorizados en la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, donde los niveles de asociatividad gremial, y mu especialmente empresarial, son más débiles. La formación del talento humano es muy limitada y en este aspecto el Sena y las universidades regionales han avanzado muy poco. Los resultados en investigación científica y tecnológica son muy escasos. Aún no se han formado verdaderos clúster productivos, pero es un avance que comience a aparecer una cierta especialización de municipios para algunos cultivos como se dijo antes, que contribuye a la planificación, formación del talento humano y formación de clúster.

6.4. ANALISIS

Evidentemente el comportamiento de la producción de frutas en el Departamento del Huila en los últimos años, no ha tenido el ritmo previsto (Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila, Acuerdo de competitividad Frutícola del Huila y Plan Frutícola Nacional Asohofrucol), a pesar de reconocerse permanentemente la gran vocación y la dinámica de los mercados potenciales.

Es así como al hacer el análisis histórico de las cifras de estos últimos 9 años (2006 al 2014) en producción de frutales en el Huila (Anexo 1), tomando los 15 principales renglones con representación de mas del 1% del valor de la producción total de frutales del Huila en 2014 y agregando la cholupa por ser parte de la agenda de competitividad y por su consideración especial de denominación de origen, encontramos que efectivamente la evolución no ha sido la esperada, pues a pesar de observarse un incremento relativamente importante en valor del 139% en los 9 años (15% promedio anual), este se explica principalmente por el incremento en los precios, pues en realidad se pasó de cosechar 8.358 Has y producir 100.736 Ton en el 2006 a 12.481 Has y 133.355 Ton en el 2014. Mostrando incrementos en los 9 años del 49% en área (6% anual) y del 32% en producción (4% anual), que de paso refleja un retroceso en productividad promedio.

Se destacan los crecimientos en pitahaya que pasó de 14 a 271 hectáreas y de 98 a 3.487 toneladas, convirtiéndose en el cuarto frutal de mayor importancia económica del Huila y demostrando gran avance en rendimientos promedios; el melón que pasó de 21 a 400 hectáreas y de 377 a 6.793 toneladas; el aguacate que pasó de 147 a 631 hectáreas y de 1.732 a 6.565 toneladas; anotando que ninguno hace parte de la agenda de productividad y competitividad trazada por el Departamento. Se

presentan otros crecimientos relativamente importantes en el banano, la uva y la guanábana.

Y si lo miramos para los renglones definidos en la agenda de productividad y competitividad el resultado es mas pobre aun, pues el crecimiento en área en el periodo analizado de los productos priorizados es solamente del 29% (3% anual) y en producción del 14% (2% anual), resaltando lulo (64 % en área y 35% en producción en los 9 años), mora (46% en área y 20% en producción) y uva (48% en área y 63% en producción, el único que mejoró en rendimiento); pero observando disminuciones entre 2006 y 2014 en toneladas producidas de maracuyá, tomate de árbol y cholupa, a pesar de que tuvieron un muy leve aumento de áreas sembradas.

En la siguiente tabla se muestra el comportamiento de las áreas sembradas de estos productos y la proyectada por dicha agenda para el año 2020, donde se observa claramente que de seguir con el ritmo llevado hasta ahora sería imposible cumplir con las metas planteadas:

TABLA 4. AREAS (Ha) Y CRECIMIENTOS PROMEDIOS ANUALES (%)

CULTIVOS	2006	2014		2020*	
Granadilla	1.770,5	1.976,2	1,45%	20.000,0	73,54%
Maracuyá	1.083,0	1.301,5	2,52%	2.000,0	6,05%
Lulo	1.215,0	1.996,3	8,04%	2.500,0	7,55%
Mora	732,5	1.068,9	5,74%	1.556,0	8,03%
Tom. Arbol	661,0	684,0	0,43%	1.579,0	9,92%
Uva	251,5	373,3	6,05%	480,0	6,49%
Cholupa	124,5	134,8	1,03%	1.000,0	50,23%
TOTAL	5.838,0	7.535,0	3,63%	29.115,0	28,48%

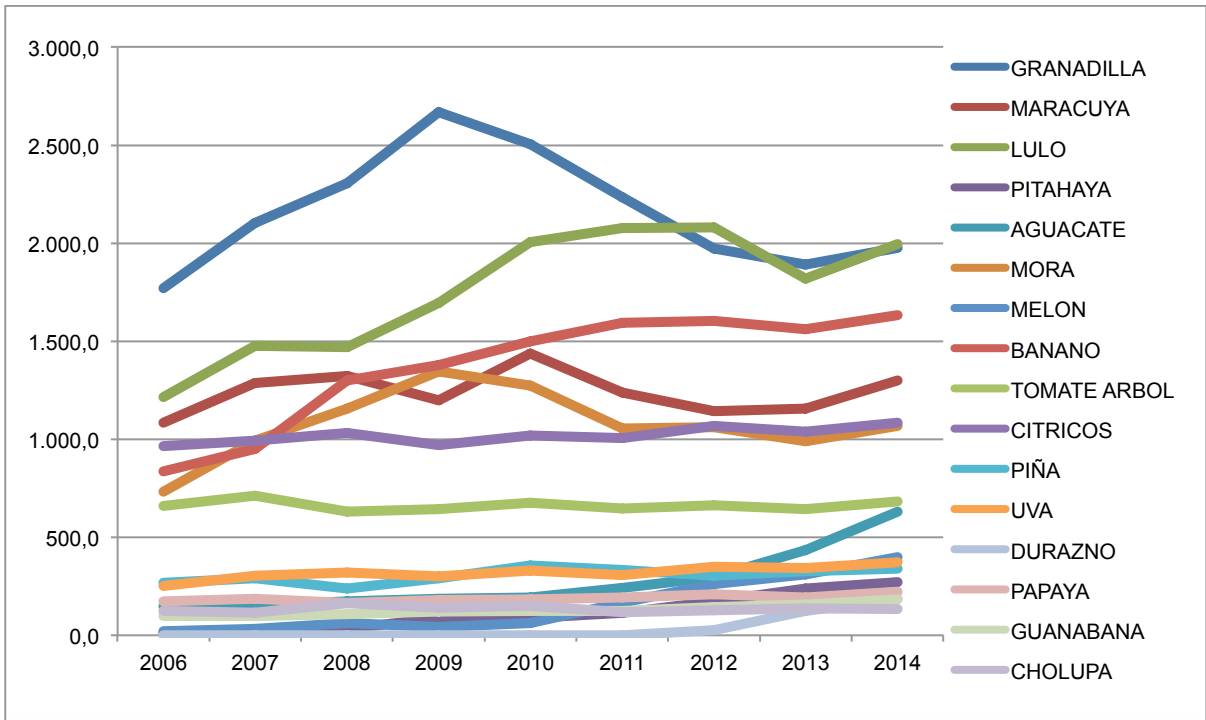
FUENTE: Secretaría de agricultura y minería, Observatorio de territorios rurales, Estadísticas

*Esperado según Agenda Interna de Productividad y Competitividad

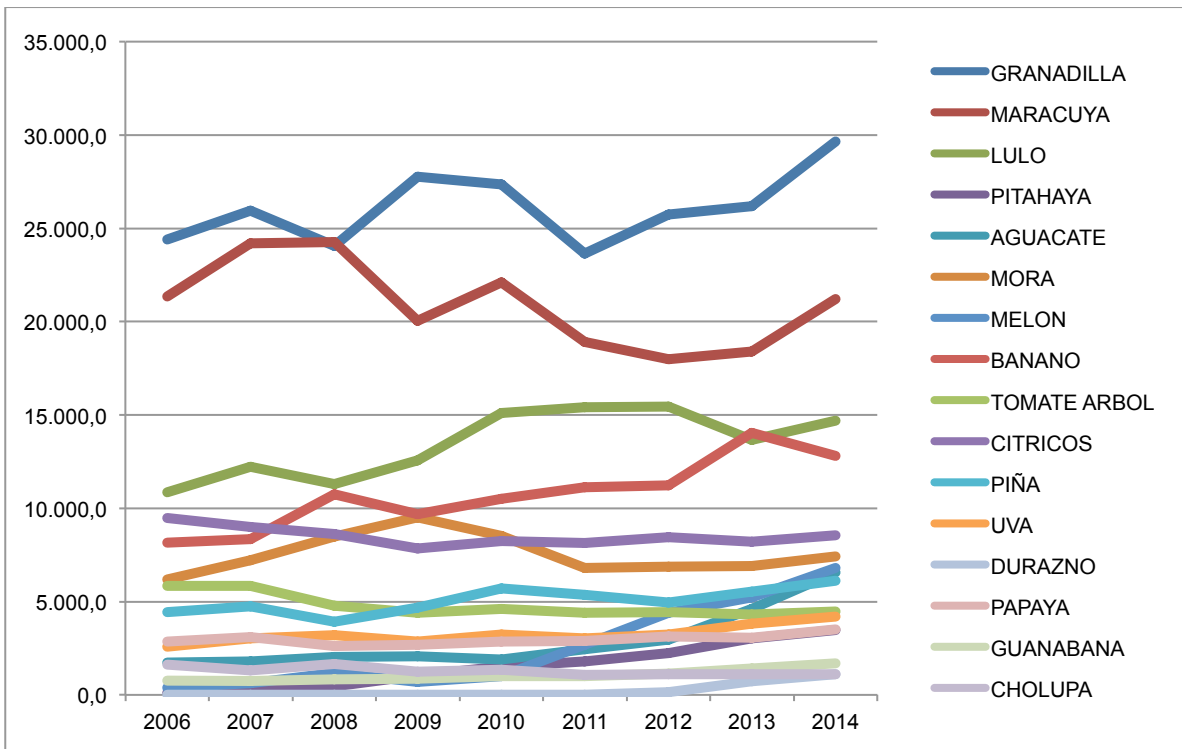
Evidentemente el ritmo de crecimiento del área promedio anual de estos frutales, hasta el año 2014 ha sido del 3,63%, mientras el esperado era del 28,48%, siendo críticos la granadilla y la cholupa que esperaban crecimientos anuales de 73,54% y 50,23% respectivamente pero solo han alcanzado 1,45% y 1,03%. Se destacan como excepción el lulo que viene creciendo a un ritmo deseado (8,04% contra 7,55% esperado) y la uva cercana a lo esperado (6,05% contra 6,49%).

A continuación se presenta el comportamiento de los frutales analizados del Huila entre los años 2006 y 2014, por áreas cosechadas, cantidades producidas y valores producidos:

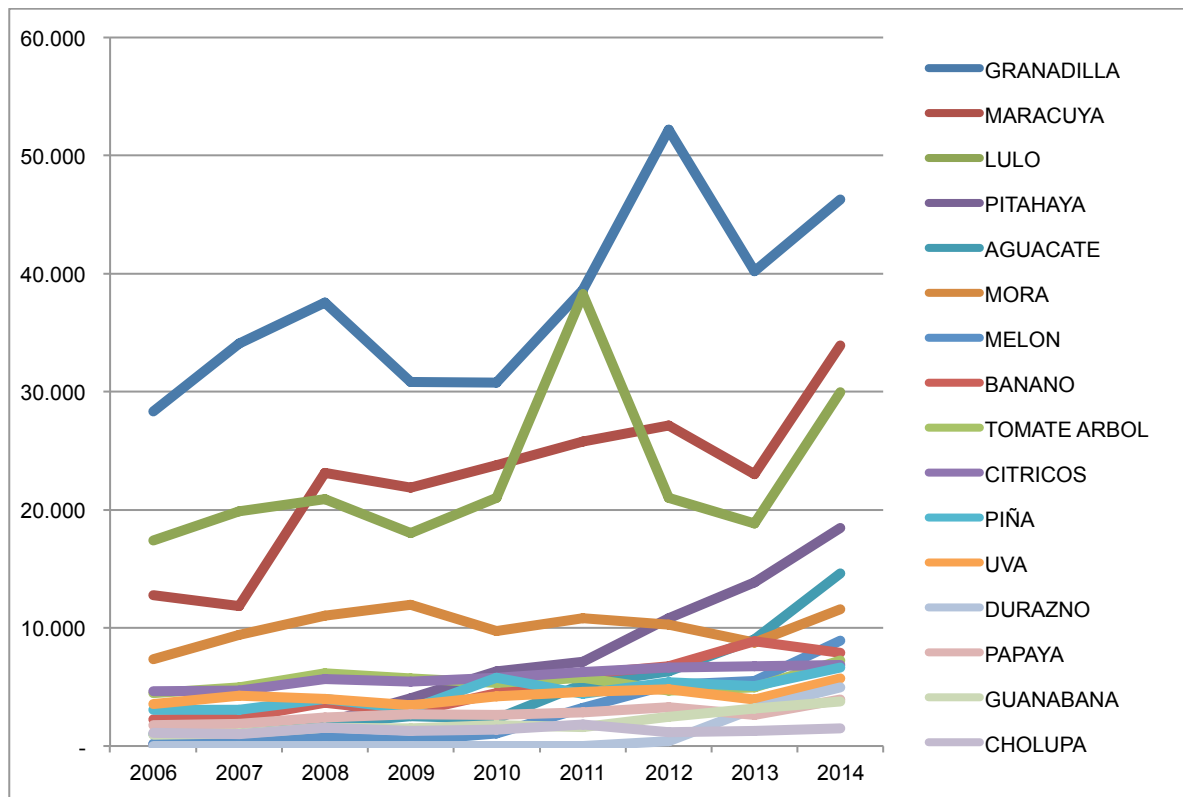
GRAFICA 1. AREAS COSECHADAS PRINCIPALES FRUTALES DEL HUILA (HAS)



GRAFICA 2. CANTIDADES PRODUCIDAS PRINCIPALES FRUTALES DEL HUILA (TON)



GRAFICA 3. VALORES PRODUCIDOS PRINCIPALES FRUTALES DEL HUILA (MILL DE \$)



Como se explicó anteriormente, este crecimiento de los valores se explica fundamentalmente por el incremento de los precios, que lo que demuestra es que el mercado a nivel nacional de estos frutales ha evolucionado favorablemente, mientras que el ritmo de crecimiento en el Huila de las áreas y las producciones no ha sido el esperado, con el agravante que en lugar de mejorar los rendimientos o productividad, como estaba previsto en la agenda de competitividad y demás acuerdos y planes, estos han disminuido, evidenciando como se ha dicho, la existencia de factores que impiden el desarrollo de los potenciales identificados.

Tal conclusión sobre los rendimientos en la producción de frutales también se evidencia en el reciente trabajo de diagnóstico de las cadenas productivas del Huila realizado por la Gobernación en convenio con Asocoph, donde compara con cifras del 2013 los rendimientos de algunos frutales del Huila con el promedio nacional, mostrando que en mora el rendimiento promedio del Huila era de 7 Toneladas por hectárea mientras a nivel nacional era de 12,8; en granadilla 13,9 contra 14,3; en lulo 7,5 contra 8,9; en maracuyá 15,9 contra 19,4; en piña 16,8 contra 30,6; y en tomate de árbol 6,7 contra 12,4. Concluyendo que en todos estos casos la productividad del departamento era menor que el promedio nacional.

De otra parte, podría afirmarse que a pesar de todas las dificultades, existe la convicción de los productores de continuar en la producción de frutas, seguramente

motivados por los niveles de rentabilidad aceptables, la combinación de esta actividad con la producción de café (el Departamento del Huila es el primer productor de café del País) que les permite diversificar fuentes de ingresos y la expectativa de desarrollar el potencial identificado por la región y el País. Efectivamente, en general los márgenes de utilidad de los productores son positivos; así lo muestran los diferentes ejercicios que se han hecho y que corroboran varios de los actores, indicando rentabilidades de entre el 20 y el 35%.

Teniendo claro que a pesar de tener el Departamento del Huila no solo la aptitud o vocación frutícola, sino también el rumbo trazado, y que no se ha logrado cumplir con las expectativas en el desarrollo de este subsector, se hace necesario, a partir de toda la información documental y testimonial recopilada, ahondar en el análisis de los diferentes factores que influyen en esta situación.

En términos de los procesos de producción se identifican los altos costos de producción y los bajos rendimientos o productividad:

- Los altos costos de los insumos, de la mano de obra, de la tierra, del agua y de los impuestos.
- La falta de investigación genética y agroecológica, la casi nula transferencia de tecnología en el proceso productivo y las inadecuadas prácticas agrícolas, sumada la sobrevaloración del conocimiento empírico y el uso excesivo de agroquímicos.
- El inadecuado manejo ambiental y sanitario y baja adaptación al cambio climático ligados a problemas fitosanitarios (plagas y enfermedades), con falta de estudios técnicos previos de la zona y de esquemas de prevención y acompañamiento.
- La falta de sistemas de riego y fertirriego.
- El bajo acceso a capital de trabajo (capacidad endeudamiento limitada, pocas garantías y mal manejo de créditos).
- Material vegetal sin control (carencia y bajo uso de material certificado) ligado a la baja calidad y poca uniformidad de los productos.
- La baja capacidad y visión empresarial de los pequeños productores y el recurso humano poco calificado, la formación es en general baja y deficiente con respecto a la demanda (pertinencia en la educación). Así mismo, hay muy poca información hacia los productores, existen bajos niveles de asociatividad y una débil capacidad organizativa (socio empresarial y gremial) de productores. Hay un problema cultural de individualismo y en los pocos grupos que se han organizado ha habido alta deserción.

En cuanto a los procesos de comercialización (énfasis de este trabajo) se identifica lo siguiente:

- La demanda local es insuficiente, lo que hace necesario sacar los productos a otras regiones o fuera del País, pero esto se hace complejo por la baja escala o volúmenes de producción para exportar, dada la alta dispersión y atomización de los productores y la falta de planeación para producir de acuerdo con la demanda. Esto hace que la oferta de frutales no sea confiable o consistente en calidad (no hay suficiente homogeneidad y son pocos los que cuentan con certificaciones en buenas prácticas agrícolas BPA, inocuidad, ambientales, etc.), en cantidad y precios, pues es limitada y discontinua.
- No hay un sistema de formación de precios que contemple los costos de producción y un mercado justo. Por un lado, la mayoría de productores no llevan registros ni cuentas de sus costos y por otro, los diferentes eslabones de comercializadores no les interesa saber cual es el costo del productor, sino que es el mayorista el que fija el precio y lo hace intuitivamente de acuerdo a los volúmenes observados en cada momento. Hay una total carencia de un sistema de mercados que permita establecer vínculos reales entre productores y compradores en el mercado local y externo.
- El manejo pos cosecha (recolección, clasificación, almacenamiento, empaque, transporte, procesamiento y cadenas de frío) es altamente deficiente. En especial el almacenamiento, redes de frío y procesamiento en el Huila son muy precarios, casi inexistentes. Prácticamente no hacen lavado, desinfección y encerado. Se presentan pérdidas en los procesos de pos cosecha y comercialización entre el 30% y el 40%. Y el costo de transporte por las muy deficientes vías, especialmente en zonas rurales (vías terciarias) es exageradamente alto, restando considerablemente en competitividad; en algunos casos se transporta en animales (mulas).
- Al ser productos perecederos y no tener sistemas de conservación, redes de frío o procesos propios de transformación, siendo muy limitada la capacidad de procesamiento y desarrollo de productos con mayor valor agregado, los productores terminan vendiendo a lo que les paguen y los precios presentan muy altas volatilidades, variando incluso entre una hora y otra del mismo día y generando gran incertidumbre.
- Hay exceso de intermediación que genera altos costos. La gran mayoría (casi la totalidad) de la comercialización se hace a través de intermediarios o acopiadores veredales, quienes llegan hasta las zonas de producción a comprar y recoger la fruta que generalmente se compra sin ninguna clasificación y sin definir precio hasta que se venda a la central de abastos o al cliente final. Una parte de esa fruta sale para almacenes de cadena, otra para tiendas de barrio y otra para las diferentes zonas del país donde no se producen y a través de estos llegan al consumidor final.
- El precio lo definen unos pocos compradores mayoristas de las grandes centrales de abastos del país, especialmente Corabastos en Bogotá. Este esquema de intermediación lleva a que el precio pagado al productor sea entre la mitad y una tercera parte del precio al consumidor final, por los altos márgenes de los miembros de estas cadenas de intermediación, las altas pérdidas de producto en el proceso y los altos costos de la operación logística.

- La red de intermediarios siempre ganan; si hay sobreoferta le bajan el precio al productor sin que eso signifique que lo bajen en igual proporción al consumidor; y si hay déficit el precio sube para el consumidor sin que lo haga en igual proporción al productor.

- En mucho menor medida se comercializa directamente con grandes superficies o con la industria. Existe gran dificultad de venta directa de productores a mayoristas o almacenes de cadena o consumidores, pues existen pactos entre compradores mayoristas e intermediarios, los pagos son excesivamente demorados y en general hay una muy baja capacidad y poder de negociación de los productores que manejan pequeños volúmenes, poca uniformidad en calidad y poca garantía de periodicidad. La clasificación por calidades generalmente la definen los comercializadores de forma unilateral y los precios varían entre un 20 a 30% entre categorías.

- Hay una alta informalidad en los mercados, pues no se registran los negocios y por eso no es fácil tener estadísticas e indicadores. La gran mayoría de los compradores de las Centrales de Abastos no facturan ni reportan, evadiendo los aportes parafiscales.

- El gobierno no tiene políticas que aseguren la compra de los productos ni que garanticen el ingreso de los productores, no hay ningún control en las transacciones y los productores quedan a expensas de los comerciantes. No hay una política para garantizar la intervención comercial en momentos de depresión en los precios, opera el libre comercio y se abusa de la posición dominante con especulación y competencia desleal.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Sin lugar a dudas, después de analizar todos los documentos encontrados, las estadísticas, los testimonios de productores y las respuestas de actores relevantes de la fruticultura del Huila y el País, son muchos los factores que impiden que este subsector promisorio en el departamento del Huila haya tenido el desarrollo esperado. Pero siguen vigentes el potencial existente y las expectativas de la región, lo cual motiva a que con este trabajo y seguramente con otros mas, se contribuya a la definición de líneas de política pública y de acciones gremiales, si todos apuntan en la misma dirección.

De hecho en estos momentos la Gobernación del Huila junto con la Cámara de Comercio, vienen haciendo la revisión de la agenda de productividad y competitividad para muy seguramente dar nuevos elementos a la nueva administración departamental (el 25 de octubre pasado elegimos autoridades regionales en Colombia), abrir la discusión en las instancias de coordinación de esta agenda y hacer los ajustes pertinentes.

En tal sentido, se presentan las siguientes propuestas o recomendaciones:

1. ORDENAMIENTO PRODUCTIVO

Es imprescindible conocer mejor nuestros ecosistemas y aprender a manejarlos científicamente, usar adecuadamente la oferta ambiental respetando sus limitantes y determinantes, y resolviendo los conflictos de uso del suelo entre agricultura, ganadería, minería, generación eléctrica, etc. Y dentro de la agricultura, hacer una revisión detallada de la vocación o aptitud del territorio departamental en cuanto a los principales frutales que viene trabajando el Departamento y otros posibles, considerando las condiciones de suelos, aguas, bioclimáticas, infraestructura, mercados y demás variables que tengan relación con las diferentes actividades productivas.

Con base en esto, definir las subregiones mas aptas para cada cultivo y desarrollar ejercicios de planificación para determinar colectivamente qué producir, para qué mercados, en dónde, cuándo, cuánto, de qué calidades, con qué tecnologías, a qué costos, etc.

Este debe ser un propósito colectivo del departamento, público y privado, liderado por la Comisión regional de Competitividad, en cabeza del nuevo Gobernador y la Cámara de Comercio, incluyente, con gremios de la producción, organizaciones de productores, cooperativas, organizaciones campesinas, productores en general, Alcaldes, diputados y concejales electos, Congresistas, universidades, Instituciones de educación técnica y tecnológica, Centros de investigación y tecnología, Corporación Autónoma Regional (Autoridad ambiental), entidades financieras del sector, etc.

Así mismo es necesaria la articulación con las políticas e instrumentos nacionales (actualmente se está desarrollando el Plan “Colombia Siembra”, desde donde se han priorizado renglones productivos que incluyen los frutales tanto para exportación como para sustitución de importaciones y seguridad alimentaria)

2. ASOCIATIVIDAD:

Indudablemente, la forma como se organiza la producción, transformación y comercialización de los productos agropecuarios es determinante a la hora de garantizar desarrollos productivos eficientes y sostenibles. En ese sentido, cuando se trata de pequeños productores, la asociatividad y la organización gremial resultan vitales para estos propósitos.

Es de esta forma como se pueden lograr economías de escala en compra de insumos, adecuación predial, acceso a tierra, agua y servicios, desarrollos tecnológicos, asistencia técnica, capacidad administrativa y estabilidad financiera, estandarización en calidad y cantidad de los productos, logrando volúmenes significativos y más continuos, de calidad homogénea, así como mayor generación de valor agregado. Pero por sobre todo, con la asociatividad se obtiene mucho mayor capacidad y poder de negociación en la comercialización, influyendo en la formación de los precios, y se construye capital social, integración, confianza, compromiso y solidaridad.

En Colombia se han trabajado diferentes modelos de asociatividad en el sector agropecuario (empresas comunitarias, cooperativas, alianzas productivas, encadenamientos, asociaciones de productores), algunos con mayor éxito que otros, pero muy seguramente es en los modelos cooperativos donde se pueden identificar los mayores aciertos y potencialidades. En cuanto a los productores de frutas en el Huila, como se ha visto, el nivel de asociatividad es muy bajo y precario.

En tal sentido se sugiere fortalecer los diferentes esquemas asociativos, especialmente el cooperativismo; labor que podría estar en cabeza de los tres niveles de Gobierno (Nacional, Departamental y Municipal) junto con Asofrucol, Asocoph y la Cámara de Comercio.

3. COMPETITIVIDAD

Como se pudo observar en el desarrollo de este trabajo, en la fruticultura del Huila existen grandes debilidades de competitividad, sumando a los altos costos de producción, la baja productividad y rendimientos por la marcada ineficiencia en el proceso productivo, bajo conocimiento y capacidad del recurso humano, inadecuadas semillas y material vegetal, baja tecnificación, prácticas inadecuadas, bajo acompañamiento, bajo acceso a sistemas de riego y a capital de trabajo, entre otros.

En este aspecto se observan problemas estructurales que requieren un mayor compromiso gubernamental, pero también toda la disposición de los productores para hacer un cambio de mentalidad hacia la empresarización.

En cuanto a costos de producción, para su reducción se debe buscar mayor intervención estatal en los mercados de insumos y semillas; adicionalmente en la medida que se avance en mayor conocimiento de los suelos y las condiciones técnicas de cada uno de los cultivos, hacer un uso más racional de los insumos, así como el mejoramiento de semillas a partir de mayores desarrollos tecnológicos. De otra parte se deben atacar los factores especulativos en el costo de la tierra y ampliar la oferta de tierra con riego, revisar la política laboral y de seguridad social en el sector rural y mejorar considerablemente la infraestructura vial y portuaria para la reducción de los costos de transporte.

Sin duda, se requieren mayores avances en tecnología que conduzca a reducir costos y mejorar productividad, mejoramiento genético, resistencia a plagas, adaptación a condiciones de suelos y climas, etc., pero especialmente se requieren modelos adecuados para la transferencia de dicha tecnología, dentro de un modelo de asistencia técnica integral que comprenda el asesoramiento en todo el proceso productivo y de pos cosecha, pero también el socio empresarial que los conduzca a la asociatividad y el empresarismo.

En Colombia se cuenta con una Entidad cabeza de la investigación y desarrollo tecnológico agropecuario denominada CORPOICA, que esta en proceso de ajuste y sobre la cual recaen las esperanzas de avanzar en la dirección correcta en este campo, articuladamente con los centros de investigación de los diferentes renglones productivos agropecuarios y entidades como el CIAT.

En cuanto a asistencia técnica, hoy la responsabilidad es compartida entre los Municipios, la Nación y los Gremios a través de sus Fondos Parafiscales, el papel de los Departamentos es complementario; se han venido haciendo en los últimos años diversos ensayos como la creación de las Epsagros y los Centros Provinciales de Gestión Agroempresarial. También se cuenta con recursos del presupuesto nacional con el IAT (Incentivo a la Asistencia Técnica), que se han manejado de diversas formas y a través de diferentes entidades nacionales, en algunas ocasiones en conjunto con Municipios y Departamentos y en otras con Gremios.

Pero en general no se han logrado los mejores resultados y se cuestiona mucho la calidad, pertinencia y oportunidad de estos modelos, lo que definitivamente lleva a concluir que se requiere hacer una redefinición a fondo de la asistencia técnica integral para el sector agropecuario, donde por supuesto esta incluido el subsector frutícola en cabeza de su gremio.

En general también se requiere promover la industrialización, transformación, procesamiento y generación de valor agregado, así como la modernización del equipamiento productivo, la implementación de una política educativa para el sector rural con pertinencia según la vocación y mejorar el acceso a los instrumentos de financiación, con créditos suficientes, de fácil acceso, oportunos y con tasas

adecuadas, así como incentivos y subsidios a la inversión rural, dirigidos a mejorar en competitividad.

4. MERCADOS JUSTOS

Complementario a todo lo anterior que sin duda aporta considerablemente a generar condiciones mucho más favorables para una mejor comercialización, se considera necesario establecer otros mecanismos que apunten a obtener mercados justos para los pequeños productores agropecuarios, especialmente los fruticultores del Huila.

Resulta de la mayor importancia contar con un servicio o sistema de inteligencia de mercados de frutales, que le permita a los productores y demás actores conocer en tiempo real los comportamientos, tanto a nivel nacional como internacional (transables), de los frutales que se producen en el Huila, contribuyendo a establecer, con parámetros reales de mercado, los precios más adecuados para todos los actores de las cadenas: productores, transformadores, comercializadores y consumidores.

Así mismo, se requiere en general una mayor intervención del Estado en las cadenas productivas, para garantizar equilibrio y equidad entre los diferentes eslabones. Tales intervenciones se harían en varios frentes:

1. Incentivando y subvencionando mecanismos de garantía de precios (franjas, fondos de estabilización, coberturas o seguros).
2. Desarrollando programas de compras públicas, articuladas con las organizaciones de pequeños productores, para atender las necesidades de las fuerza militares y los programas de alimentación escolar y bienestar familiar.
3. Promoviendo acercamientos entre el productor, los comercializadores y el consumidor final a través de ruedas de negocios y ferias, para la integración directa con mercados cada vez más globales.
4. Contando con instrumentos transparentes y efectivos de control, para actuar cuando sea necesario (abusos de posición dominante, competencia desleal, especulación), incluso hasta con medidas de carácter sancionatorio.

8. REFERENCIAS

ASOHOFRUCOL. Plan nacional de fomento hortifrutícola 2012 – 2022: un nuevo modelo organizacional gremial para el mejoramiento de la competitividad y la productividad del sector hortifrutícola. Agosto 2012.

GOBERNACION DEL HUILA. Acuerdo de competitividad cadena productiva frutícola. Neiva, Enero 2006.

GOBERNACIÓN DEL HUILA; ASOCOPH. Convenio 100/2014: Actualización diagnósticos estratégicos de las principales cadenas productivas agropecuarias del Huila. Neiva, Diciembre 2014.

GOBERNACION DEL HUILA; CAMARA DE COMERCIO DE NEIVA. Agenda interna para la productividad y competitividad Departamento del Huila. Neiva, 2005.

GOBERNACION DEL HUILA; INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA - IICA COLOMBIA. Convenio de cooperación técnica y económica No. 1070/2005: Plan estratégico agropecuario y de desarrollo rural con visión al 2020. Neiva, 2005

GOBERNACION DEL HUILA. Secretaría de agricultura y minería/Observatorio de territorios rurales/Estadísticas/Anuarios: Anuario 2006 al 2012. Disponibles en <<http://www.huila.gov.co/observatorio-de-territorios-rurales-estadisticas/estadisticas/anuarios.html>>.

GOBERNACION DEL HUILA. Secretaría de agricultura y minería/Observatorio de territorios rurales/Estadísticas/Evaluaciones agropecuarias: Coyuntura agropecuaria 2006, Evaluaciones agropecuarias 2007 al 2014. Disponibles en <<http://www.huila.gov.co/observatorio-de-territorios-rurales-estadisticas/estadisticas/evaluaciones-agropecuarias.html>>.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Agronet/Estadísticas/Cifras agropecuarias/Area, producción y rendimiento: Producción departamental por producto, Producción nacional por producto, Principales departamentos productores, Anuario de frutas y hortalizas 2004-2008, 2006-2010, Anuario estadístico de frutas y hortalizas 2011, 2012, 2013, Anuario 2008 al 2013. Disponibles en <<http://www.agronet.gov.co/Paginas/estadisticas.aspx>>.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL; FNFH; ASOHOFRUCOL; SAG. Plan frutícola nacional: Diagnóstico y análisis de los recursos para la fruticultura en Colombia. Cali, Noviembre 2006.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL; FNFH; ASOHOFRUCOL; SAG. Plan frutícola nacional: Desarrollo de la fruticultura del Huila. Neiva, Noviembre 2006.

MINISTERIO DE TRABAJO; FUPAD. Convenio N° 188: Plan Departamental de empleo del Huila. Junio 2013.

9. ANEXOS

ANEXO A: CIFRAS FRUTALES HUILA (USB).

ANEXO B: CUESTIONARIO.

ANEXO C: USB con entrevistas realizadas a los productores, denominadas: Entrevista 1.1 MBA, Entrevista 1.2 MBA, Entrevista 2 MBA, Entrevista 3 MBA y Entrevista 4 MBA.