

ACUERDO DE COMPETITIVIDAD CADENA DE HORTALIZAS



2005

PRESENTACION

CONTENIDO

	Página
PRESENTACIÓN	1
CONTENIDO	2
INTRODUCCION	6
1. SITUACION DE LAS HORTALIZAS EN EL MUNDO	9
1.1 PRODUCCION HORTÍCOLA MUNDIAL	9
1.1.1 Países productores	9
1.1.2 Principales especies cultivadas	10
1.1.3 Dinámica de la producción	11
1.2 COMERCIO DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS	11
1.2.1 Comercio de hortalizas en fresco	12
1.2.2 Comercio mundial procesado	12
1.2.3 Principales productos procesados	13
1.2.4 Países exportadores	14
1.2.5 Países importadores	15
2. LA HORTICULTURA EN COLOMBIA	16
2.1 ÁREA, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO	16
2.2 REGIONALIZACION DE LA PRODUCCION HORTICOLA	17
2.3 INDICADORES DE LA PRODUCCION HORTICOLA EN COLOMBIA	19
2.3.1 Costos de Producción	19
2.3.2 Costos ocultos	20
2.3.3 Productividad	21
2.3.4 Consumo nacional	22
2.4 AGROINDUSTRIA	23
2.5 ASPECTOS NORMATIVOS	25
2.5.1 Normas de calidad	25
2.5.2 Certificación de los productos	25
2.6 ASPECTOS FITOSANITARIOS	26
2.6.1 Barreras fitosanitarias	26
2.7 SISTEMAS DE INFORMACION	26
2.8 INSTITUCIONALIDAD	27
2.9 COMERCIO HORTÍCOLA	27
2.9.1 Comercialización Nacional	27
2.9.2 Exportaciones	29

2.9.3 Importaciones	30
2.9.4 Balanza comercial hortícola	31
3. DIAGNÓSTICOS REGIONALES DE LA HORTICULTURA COLOMBIANA	34
4. ACUERDOS DE COMPETITIVIDAD	36
4.1 IDENTIFICACION E IMPLEMENTACION DE LAS LINEAS DE ACCION	37
4.1.1 Comercialización	37
4.1.2 Investigación y Transferencia de Tecnología.	39
4.1.3 Fortalecimiento gremial y empresarial	42
BIBLIOGRAFIA	45
ANEXOS	46-50

INDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico No. 1 Participación en la producción mundial por especie. Año 2004	11
Gráfico No. 2 Producción mundial en 10 especies hortícolas 1994-2004	12
Gráfico No. 3 Hortalizas en fresco importadas. Año 2003 (US\$FOB)	13
Gráfico No. 4 Exportaciones de productos hortícolas en fresco y en procesado 1994-2003	14
Gráfico No. 5 Comercio de hortalizas procesadas. Año 2003 (US\$FOB)	15
Gráfico No. 6 Principales países exportadores (US\$ FOB). Año 2003	15
Gráfico No. 7 Principales países importadores. (US\$) Año 2003	16
Gráfico No. 8 Comportamiento del área, producción y rendimiento de hortalizas en Colombia. 1996-2004	17
Gráfico No. 9 Participación especies hortícolas en la producción Nacional. Año 2004	18
Gráfico No.10 Participación por departamento en la producción. Año 2004.	19
Gráfico No. 11 Productividad en rendimiento por Hectárea. Comparativo 5 países - 9 especies	22
Gráfico No. 12 Composición Canasta Alimenticia en Bogotá. Año 2003	23
Gráfico No. 13 Consumo per cápita de hortalizas. Año 2003	24
Gráfico No. 14 Variación mensual precios hortalizas.2004-2005	28
Gráfico No. 15 Exportaciones hortícolas colombianas (US\$). 2000-2003	29
Gráfico No. 16 Participación de las exportaciones en fresco y procesado. (US\$) Año 2003	30
Gráfico No. 17 Participación de las importaciones en fresco. (US\$) Año 2003	31
Gráfico No. 18 Participación de las importaciones en procesado. (US\$) Año 2003	31
Gráfico No. 19 Balanza comercial hortícola (US\$). 2000-2003	32

INDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro No.1 Estructura Costos de Producción en 7 hortalizas	20
Cuadro No. 2 Debilidades regionales en la cadena hortícola	34

INDICE DE ANEXOS.

	Página
Anexo A. Principales países productores por especie	46
Anexo B. Exportaciones colombianas por producto 2000-2003	49
Anexo C. Importaciones hortícolas. 2000-2003	50
Anexo D. Tasa Crecimiento Anual comercio mundial de Hortalizas 1994-2003	51
Anexo E. Tasa crecimiento anual otros frescos y procesados. 1994-2003	51

INTRODUCCION

El Acuerdo de Competitividad que a continuación se presenta, tiene como objetivo fundamental, contribuir al fortalecimiento de la Cadena Productiva de Hortalizas en Colombia, para que se convierta en un sector fuerte, organizado y competitivo en los diferentes mercados.

Este acuerdo nace de un proceso, que se inició con la identificación de los actores de los diferentes eslabones de la Cadena, siguió con diagnósticos DOFAS participativos, que se hicieron en las diversas regiones hortícolas del país y que posteriormente gracias a un proceso de concertación, culminaron en la identificación e implementación de las líneas de acción que se concretan en este documento.

Una vez sea firmado el presente Acuerdo, por los diferentes actores y entidades de apoyo, debe ser llevado al Ministerio de Agricultura para registrarlo, de acuerdo a ley 811, que es el marco legal para la creación y organización de las Cadenas Productivas en Colombia.

Obviamente para darle ejecución y operatividad, es menester el desarrollo de los acuerdos regionales de la Cadena y de los Consejos Nacional y Regionales hortícolas, que permanente estarán creando los espacios para su desarrollo.

La participación de los diferentes eslabones fue fundamental, para la firma de este Acuerdo. Destacamos:

Por el Gobierno Nacional:

Señor Ministro de Agricultura.

Doctora Nohora Iregui. Dirección Cadenas Productivas.

Doctor Mauricio Cuesta. Coordinador Cadenas Hortifrutícolas.

En representación de los agricultores:

A nivel nacional: Gerente de Asohofrucol.

Por Cundinamarca: Albesa, Grupo Agricultores Cámara Comercio.,
Grupo de San José

Por la región Boyacense: SAT de Samaca, Cooperativa Coolago de
Aquitania, Usochicamocha.

Por la región Nortesantandereana: Coagroiscale de Chinacota y
Asociación de Agricultores de Ábrego.

Por la región Caribe: Mini cadena Hortalizas de Córdoba, Comité
Cafeteros del Magdalena.

Por Antioquia: Agropaisa, Asphortas.

Zona Cafetera: Asojulia. Filandia (Quindío).

Comercializadores:

Carulla Vivero. Gerencia Fruver.

Carrefour. Gerencia Fruver.

Tiendas Olímpica. Gerencia Fruver.

Industriales:

Conservas California.

Exportadores:

Andina Foods.

Entidades de Apoyo:

Corpoica.

ICA.

Sena.

IICA. Agrocadenas.

Acosemillas.

Cámara de Agroquímicos de la Andi.

Corabastos.

Central Mayorista de Antioquia.

Corporación Colombia Internacional.

Cámara de Comercio de Bogotá.

CEF.

Institutos Sector Público Regional.

Secretaria Agricultura Cundinamarca

Secretaria Agricultura de Antioquia.

Secretaria Agricultura de Boyacá.

Sector Académico: Universidad Nacional de Colombia.

Secretaria Agricultura de Córdoba.

Coordinación Cadenas Boyacá. Corpoica.

Academia:

Universidad nacional Facultad de Agronomía.

Universidad de Córdoba.

Universidad de Oriente (Rionegro)

Universidad de Pamplona. Norte de Santander

Secretario Técnico Nacional Cadena Hortalizas:

Gustavo A. Cárdenas Z. I. A.

1. SITUACION DE LAS HORTALIZAS EN EL MUNDO

En los últimos diez años, el comercio mundial hortícola se ha incrementado considerablemente gracias al desarrollo de los sistemas de: postcosecha, transporte y comunicaciones, que han permitido atender los requerimientos de una población mundial que quiere consumir, alimentos sanos y nutritivos en todas las épocas del año.

En este capítulo, daremos un vistazo a la producción y comercio mundial de hortalizas, destacaremos cuales países son los grandes productores, quienes son los consumidores y hacia donde van las tendencias del mercado. Identificaremos los mercados objetivos y los productos potenciales, factores claves para el desarrollo del subsector en Colombia.

1.1 PRODUCCION HORTÍCOLA MUNDIAL

Las hortalizas de acuerdo con la definición propuesta por MacGillivray (1961), son: “plantas herbáceas de ciclo anual o bienal excepcionalmente perennes, de prácticas agronómicas intensivas, utilizadas en la alimentación humana al estado natural o procesadas. Presentan un alto contenido de agua (mayor a 70%) así como un bajo contenido energético (- de 100 cal/100 g) y una vida útil corta en poscosecha (variable desde unos pocos días a un año como máximo)”. A este grupo pertenecen las hortalizas de hoja o verduras, las que se consume la raíz como la zanahoria, las que utilizan la flor como el brócoli, las de fruto como el tomate y las hortalizas leguminosas como la arveja.

De acuerdo con datos suministrados por el Food Agriculture Organization (FAO), en el año 2004 se dedicaron al cultivo de hortalizas 37.496.186 Has, registrándose un crecimiento del 15.1% con respecto al año 2000, en el que se cultivaron 32.572.324 Has y se obtuvo de ellas una producción de 605.882.511 Ton y 532.649.876 Ton respectivamente, con un incremento del 13.7%.

1.1.1 Países productores

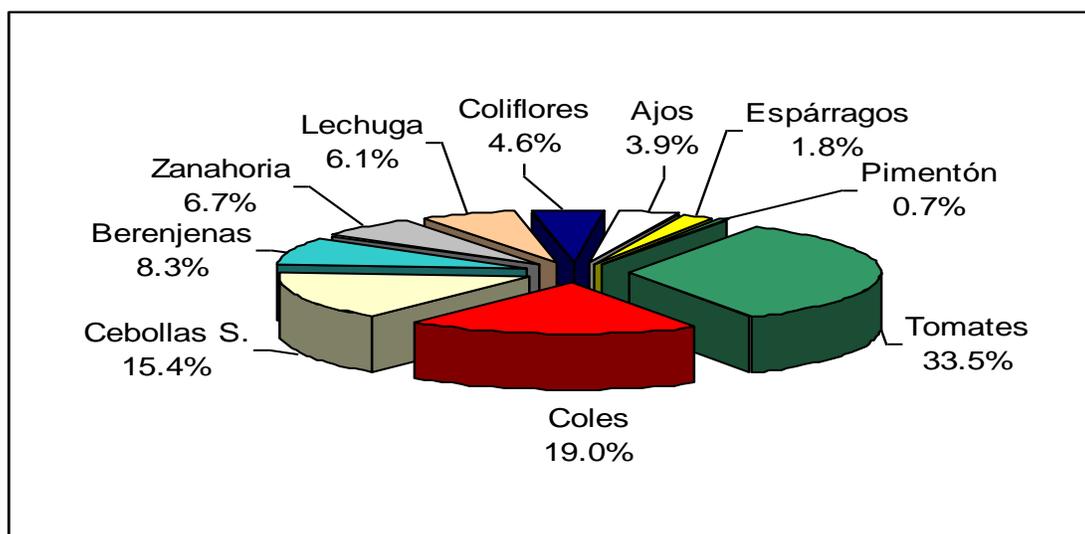
Cabe destacar que entre los países productores de estas hortalizas se destacan China, India y Estados Unidos, constituyéndose el primero como el mayor

productor (con excepción del pimentón) y como uno de los mayores exportadores mundiales a pesar de sus altos consumos nacionales.¹

1.1.2 Principales especies cultivadas

A nivel de especie, el tomate es la hortaliza que registra la mayor cantidad de Ha.s dedicada a la producción, en el 2004 se obtuvieron 120.384.017 Ton (33.5%) siendo China, Estados Unidos y Turquía los principales productores² con una participación del 24.9%, 10.3% y 6.6% respectivamente. Asimismo, las coles obtuvieron una participación del 11.3% del total de la producción hortícola (ver Gráfico No.1).

Gráfico No. 1 Participación en la producción mundial por especie. Año 2004



Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 27 de septiembre de 2005)

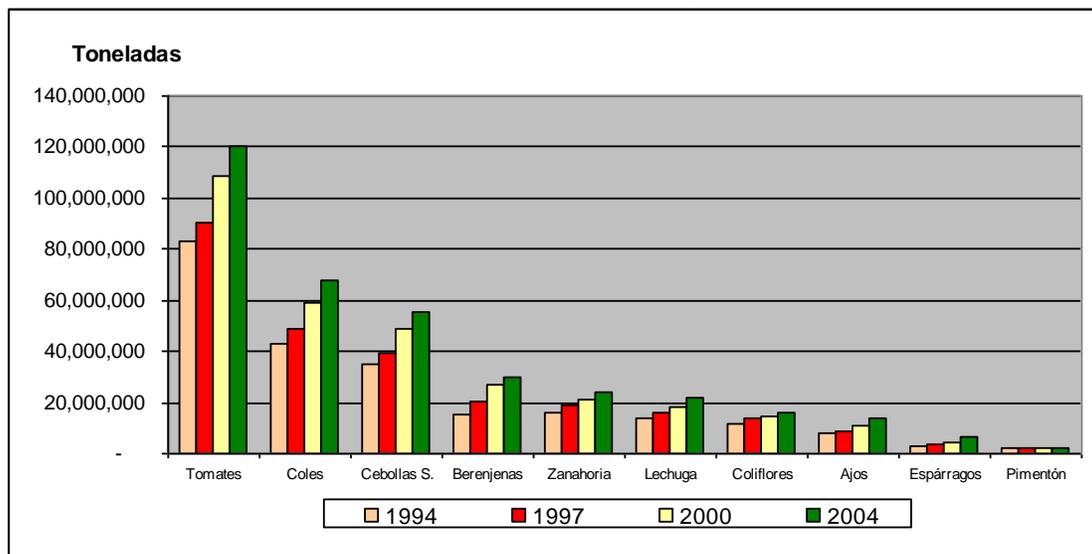
Para el caso de otros productos como la cebolla, las berenjenas, la zanahoria y la lechuga, se obtuvo una participación del 15.4%, 8.3%, 6.7% y 6.1% respectivamente.

¹ Véase en el Anexo A, los principales países productores de hortalizas, de acuerdo con los datos estadísticos suministrados por la Food Agriculture Organization. FAO.

1.1.3 Dinámica de la producción

Con relación a la oferta hortícola mundial, se presenta un crecimiento sistemático en todas las especies durante la última década, del 40 al 65%, con ejemplos muy dicientes como en el caso de la berenjena, ajo y el espárrago (Ver Gráfico No. 2).

Gráfico No. 2 Producción mundial en 10 especies hortícolas 1994-2004



Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 27 de septiembre de 2005)

Estos incrementos en la producción, han sido una respuesta directa, a la creciente demanda internacional por las hortalizas debido a los desarrollos de las investigaciones sobre nutrición, que identifican a estos productos como básicos en la alimentación humana.

1.2 COMERCIO DE PRODUCTOS HORTÍCOLAS

Gracias al fenómeno de la globalización de la economía, a las mejoras en las comunicaciones, en los medios de transporte y en las cadenas de frío, se han superado las barreras de tiempo y distancia, permitiendo una expansión en el comercio internacional de los productos hortícolas.

Los países compradores son fundamentalmente aquellos que están sometidos a periodos invernales de mayor o menor duración, es el caso del Japón, Canadá, Estados Unidos, los del Norte de Europa y en menor escala países tropicales de economías emergentes como Indonesia y Malasia.

Los países exportadores más posicionados en el mercado hortícola, son aquellos cercanos a los grandes centros de consumo, como son México respecto a USA, España. Israel Italia respecto a la Unión Europea, y China que vende al extremo oriente.

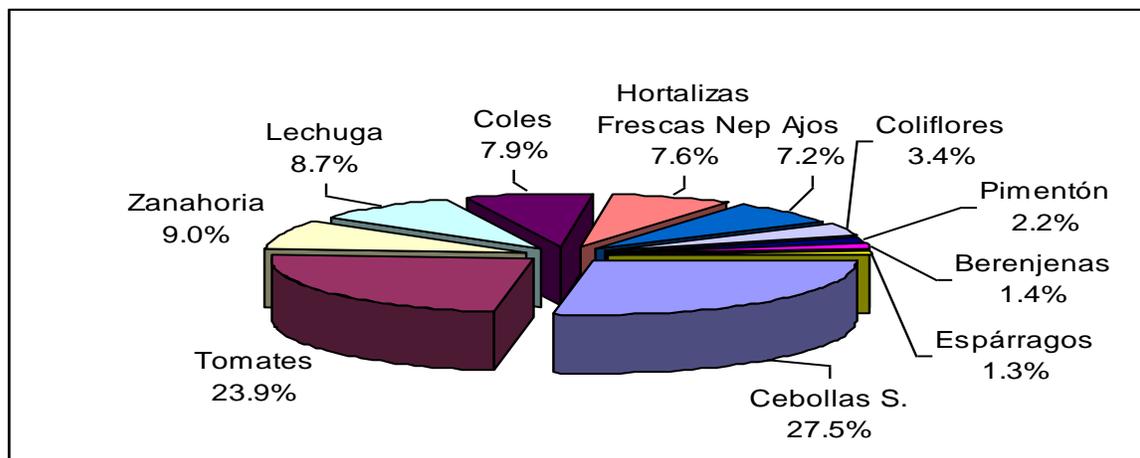
También tienen importancia aquellos países que pueden producir en “contra estación”, para los países del Norte, nos referimos a países como Argentina, Chile, Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda.

1.2.1 Comercio de hortalizas en fresco

Las exportaciones de productos hortícolas, a nivel mundial, presentan un crecimiento sistemático y permanente, durante los últimos diez años, para los productos hortícolas, tanto en fresco y en procesado.

En el comercio mundial de hortalizas frescas, se ve claramente (Gráfico No. 3) la preponderancia del tomate y la cebolla de bulbo y de otras especies como: zanahoria, lechugas y coles. Es de destacar también la presencia que están teniendo otros productos como el pimentón, berenjena y espárrago.

Gráfico No. 3 Hortalizas en fresco importadas. Año 2003 (US\$)

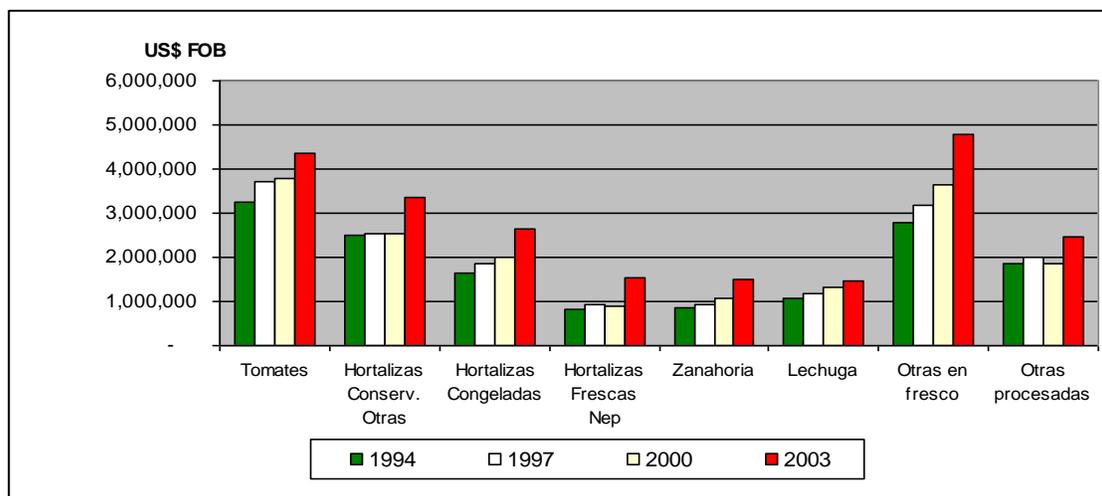


Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 27 de septiembre de 2005)

1.2.2 Comercio mundial procesado

Es de resaltar la mayor importancia que tienen cada día, las exportaciones de productos procesados (Véase gráfico 4) especialmente en el periodo 2000-2003, lo que permite afirmar la tendencia de los consumidores adquirir productos prácticos, listos para comer, mezclados y en porciones individuales.

Gráfico No. 4 Exportaciones de productos hortícolas en fresco y en procesado 1994-2003

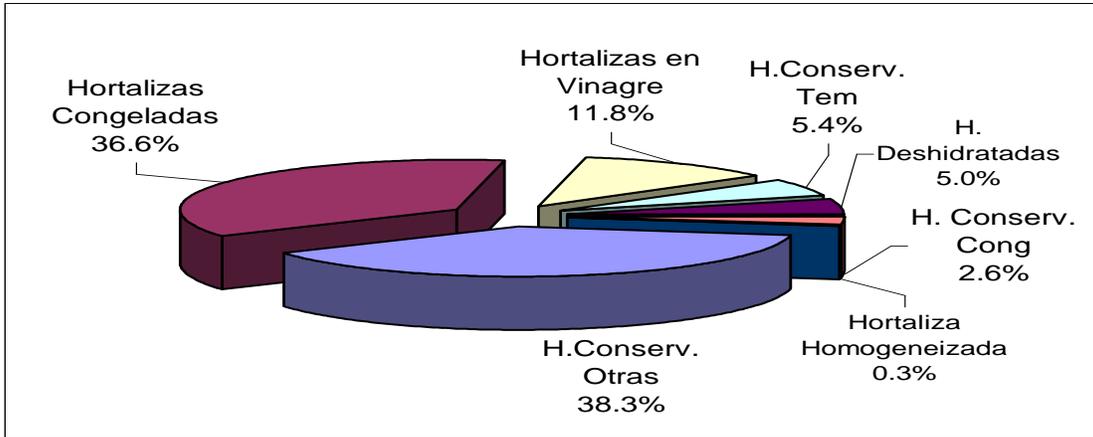


Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 27 de septiembre de 2005)

1.2.3 Principales productos procesados

Dentro de las hortalizas procesadas se destacan las hortalizas en conserva y las hortalizas congeladas (Gráfico No. 5), como los rubros más notorios, sin embargo, tienen presencia creciente las hortalizas conservadas en vinagre y las deshidratadas como un importante insumo de la industria alimenticia.

Gráfico No. 5 Comercio de hortalizas procesadas. Año 2003 (US\$)

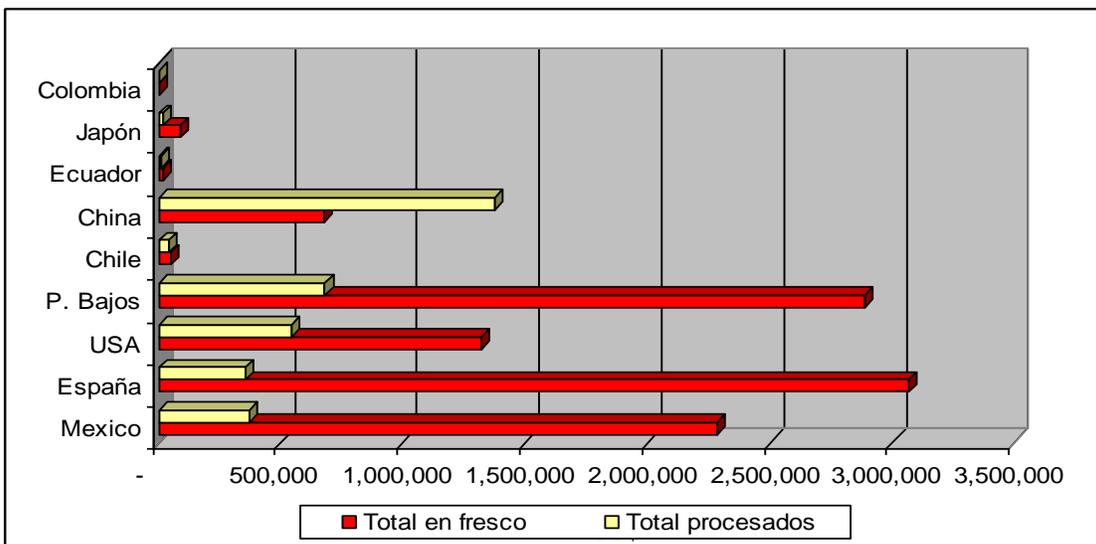


Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 27 de septiembre de 2005)

1.2.4 Países exportadores

Es importante también destacar quienes son los líderes del comercio mundial hortícola. (Ver Gráfico No. 6). En Europa y en el mundo: España, porque puede abastecer a Europa casi todos los meses del año; Países Bajos: figuran en las estadísticas en sitios preponderantes, debido a sus habilidades para reexportar productos; México: que ha aprovechado el TLC Y su cercanía a los mercados de USA y Canadá; China: en crecimiento especialmente en procesados; finalmente Ecuador y Chile como referencias en Latinoamérica.

Gráfico No. 6 Principales países exportadores (US\$ FOB). Año 2003



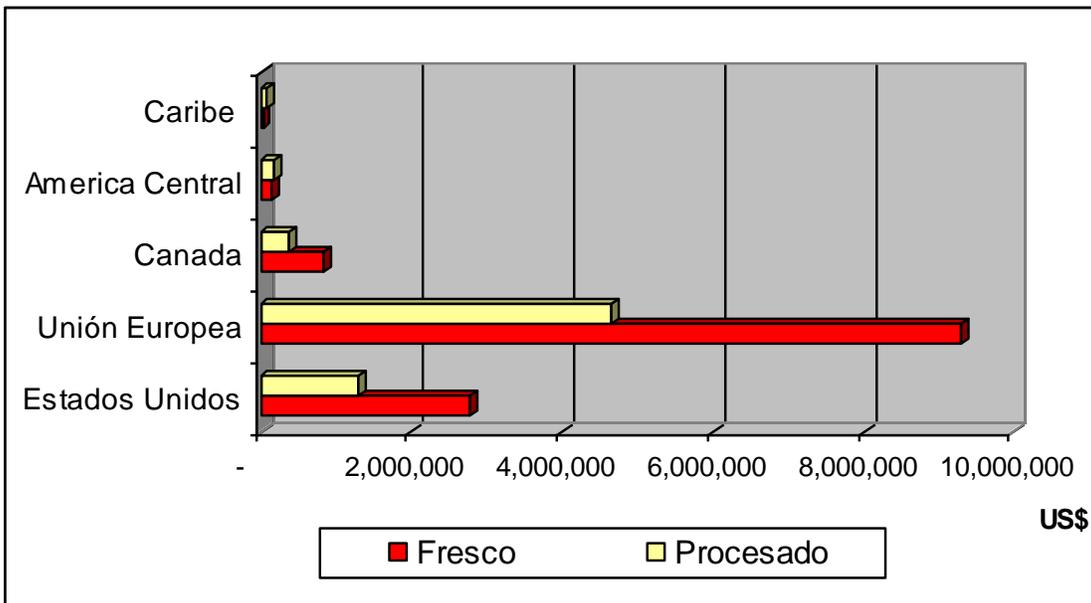
Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 27 de septiembre de 2005)

1.2.5 Países importadores

Igualmente es conveniente comentar que países como China, son autosuficientes por su gran producción y que por lo tanto sus compras son mínimas, por el contrario, Estados Unidos y la Unión Europea figuran entre los grandes importadores por sus consumos y porque son comerciantes (Gráfica No.7).

Por ejemplo, Estados Unidos compra brócoli para la Costa Este, pero al mismo tiempo exporta al Japón y a otros países orientales esta hortaliza producida en California.

Gráfico No. 7 Principales países importadores. (US\$) Año 2003



Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 27 de septiembre de 2005)

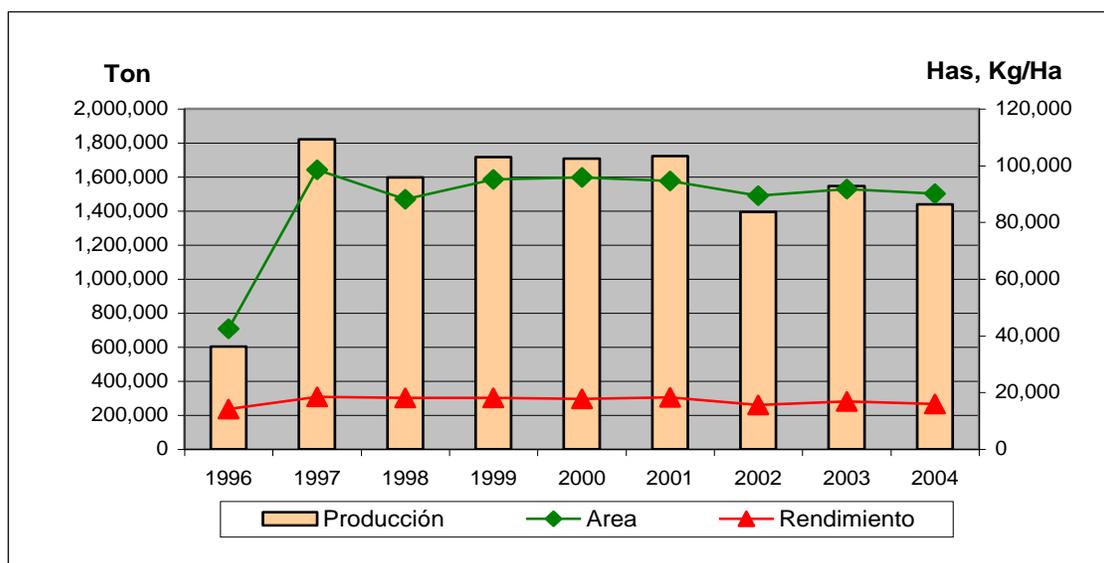
2. LA HORTICULTURA EN COLOMBIA.

2.1 ÁREA, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO

En relación con el área sembrada en Colombia, es muy importante establecer un sistema de recolección de información, que nos de mayor seguridad sobre la oferta real. Los periodos de las hortalizas son muy cortos, por lo tanto es necesario saber cuantas veces se utilizo un área durante el año. Hay que pensar en sistemas novedosos como los SIG o sistemas tradicionales confiables, que nos permitan tener una visión real sobre este punto.

Hecha esta salvedad, presentamos la información disponible (Gráfico No. 8), en la cual puede observarse que el área hortícola en Colombia desde el año 1996 se ha mantenido relativamente estable (alrededor de 90.000 has), con una producción cercana a 1.500.000 toneladas.

Gráfico No. 8 Comportamiento del área, producción y rendimiento de hortalizas en Colombia. 1996-2004

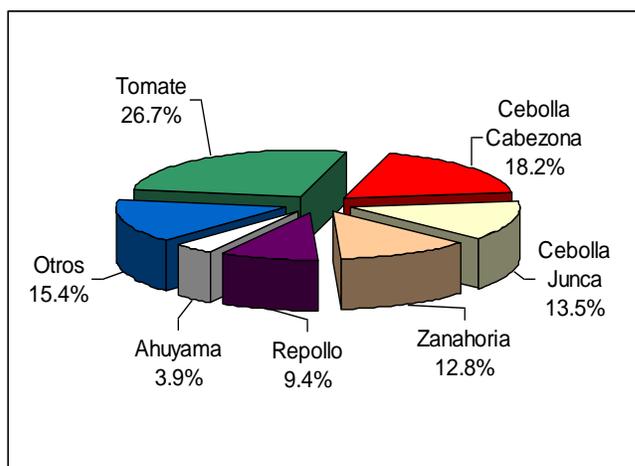


Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Dirección de política sectorial. 2005

Por especie sembrada existe una simetría con la distribución mundial (Ver Gráfico No. 9), sin embargo, hay dos grandes excepciones, la cebolla larga y la ahuyama que representan el 13.5 % y el 3.9 % del total del área sembrada y que no figuran en las estadísticas globales.

Es de destacar que a pesar que se siembran más de 42 especies, en solo seis: tomate, cebolla cabezona, cebolla larga, zanahoria, repollo y ahuyama se concentra casi el 85% del área sembrada.

Gráfico No.9 Participación especies hortícolas en la producción nacional. Año 2004



PRODUCTO	AREA (Has)	RENDIMIENTO (Kg/Ha)
Tomate	14.633	14.633
Cebolla cabezona	12.126	12.126
Cebolla Junca	7.867	7.867
Zanahoria	6.386	6.386
Ahuyama	3.426	3.426
Repollo	2.592	2.592
Pimentón	2.133	2.133
Cilantro	1.461	1.461
Aji	1.405	1.405
Hortalizas varias	1.089	1.089
Pepino	999	999
Lechuga	892	892
Remolacha	720	720
Espárragos	466	466
Coliflor	400	400
Ajo	320	320
Brócoli	206	206
Espinaca	174	174
Otras Hortalizas	436	101.152
Total cultivos	90,021	15,978

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Dirección de política sectorial. 2005

2.2 REGIONALIZACION DE LA PRODUCCION HORTICOLA.

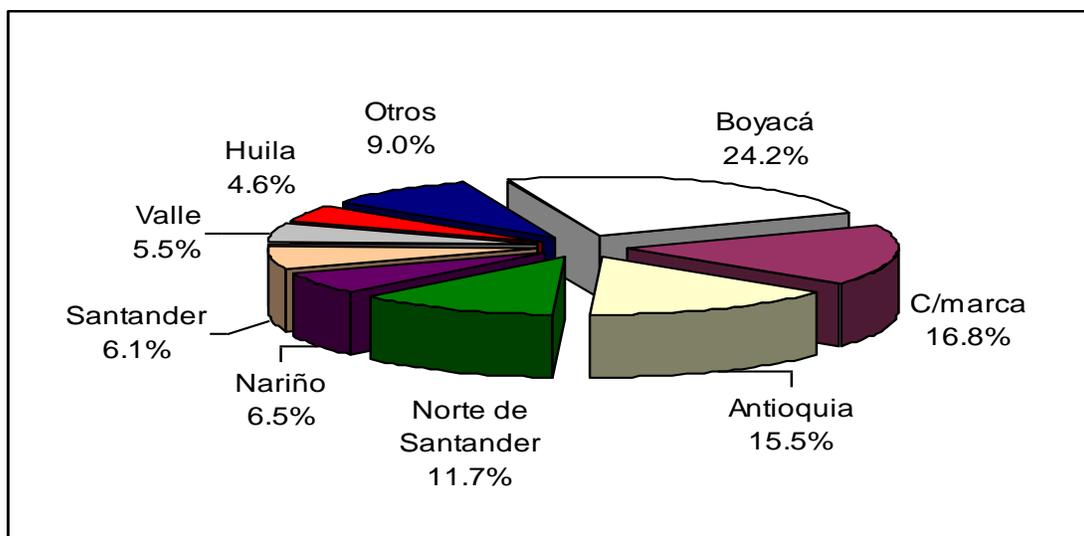
A nivel departamental, Boyacá es el primer productor nacional (Gráfico No.10), gracias a dos especies en las cuales es líder indiscutible: cebolla de bulbo cultivada en el Valle de Samaca, Alto Chicamocha y provincia de Ricaurte y cebolla larga en el municipio de Aquitania.

Cundinamarca es el segundo en la lista, siendo importante productor de lechugas, crucíferas, zanahoria y hortalizas de hoja, en la Sabana Occidente y cebolla bulbo y tomate en las provincias de Oriente y Sumapaz.

Por su parte Antioquia, es importante cultivador de: crucíferas, zanahoria y otras, particularmente en el altiplano oriental.

Norte de Santander es el segundo productor de cebolla de bulbo, gracias a la provincia de Ocaña donde se produce la variedad del mismo nombre y que además juega un papel importante en la producción de tomate y hortalizas de clima frío en la región de Pamplona.

Gráfico No. 10 Participación por departamento en la producción hortalizas. Año 2004



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Dirección de política sectorial. 2005

Nariño es considerado un importante productor de hortalizas del sur occidente colombiano, pues es el encargado de abastecer a los municipios cercanos. Otros departamentos de importancia son el Valle del Cauca y la región Cafetera.

La Costa Atlántica a pesar de no tener un área de importancia actualmente, tiene un gran potencial, por la posibilidad de producir hortalizas en la Sierra Nevada y por su cercanía al mar, lo cual le genera ventajas comparativas en el tema de exportación vía marítima.

Es de comentar que las áreas de hortalizas en Colombia, se han localizado en los llamados “cinturones hortícolas” junto a las grandes ciudades, porque la alta perecibilidad de estos productos condujo a que la producción se localizara junto a los mercados.

Esta situación en la actualidad esta cambiando gracias a varios factores:

- Desarrollo de la postcosecha y nuevos mercados (exportación)

- Agricultura protegida que ha permitido ampliar los niveles de siembra del cultivo. Nos referimos por ejemplo al tomate, que gracias a los invernaderos puede sembrarse en climas atípicos, como la Sabana de Bogotá.
- Abandono de paradigmas que circunscriben el área de las hortalizas a sitios muy localizados. Por ejemplo en el Ecuador y Venezuela, se siembra cebolla y repollo, a una altura cercana al nivel del mar, mientras en Colombia se cultivan estas especies en regiones de mucho mas altitud.

Ante estas circunstancias es necesario zonificar la producción nacional, estableciendo para cada zona los cultivos y las áreas que se recomiendan y teniendo en cuenta los mercados y su vocación agroecológica.

2.3 INDICADORES DE LA PRODUCCION HORTICOLA EN COLOMBIA

2.3.1 Costos de Producción

En el cuadro que se presenta a continuación (Cuadro No.1), puede observarse los ítems que tienen más incidencia en los costos directos de producción de siete hortalizas.

Se puede identificar claramente que cuatro renglones: labores, agroquímicos, semilla y empaque, son los que más pesan en la estructura de costos totales, alcanzando niveles superiores al 80 %.

Cuadro No.1 Estructura Costos de Producción en 7 hortalizas.

	LABORES (%)	AGROQUÍMICOS (%)	SEMILLA (%)	EMPAQUE (%)	COSTO TOTALES (%)
Cebolla B.	44.2	13.4	23.5	2.40	83.5
Cebolla L.	36.0	24.0	10.0	10.0	80.0
Ajo.	35.6	32.5	19.6	11.3	99.0
Ají	59.1	32.1	4.90	2.3	98.4
Pimentón	50.5	23.6	0.90	24.0	99.0
Tomate	51.69	23.08	0.99	15.12	90.88
Zanahoria.	49.6	20.2	5.3	14.8	89.9

Fuente: Cálculos Cadena de Hortalizas-2005.

En nuestro país, la mano de obra es el costo de mayor importancia, generando en promedio 84 jornales directos por hectárea y mas o menos el mismo número en indirectos, convirtiendo a las hortalizas en cultivos de alto impacto social por el empleo que generan. Igualmente este alto porcentaje de utilización puede ser un factor de competitividad si es bien manejado. Comparemos los costos de mano de obra en Colombia con los países desarrollados. (3 a 4 veces menor el salario mínimo.)

En segunda instancia, los agroquímicos representan más del 20% de los costos directos. Su utilización en exceso, haciendo aplicaciones rutinarias y el uso muchas veces indiscriminado de los mismos, originan sobrecostos que disminuyen la competitividad.

La semilla en muchos casos, como en la cebolla y el ajo, son determinantes en los costos. Hay que tener en cuenta que este insumo en la mayoría de las especies es importado.

Por otra parte no deja de ser preocupante el alto costo de empaques, en cultivos como el tomate y el pimentón.

Los Costos de Producción Unitarios, son directamente proporcionales a los costos totales del cultivo y por lo tanto son uno de los indicadores claves para medir la competitividad, por eso es menester manejar con mucha rigurosidad estos ítems, con el fin de poder vender con ganancias en forma sostenible.

2.3.2 Costos ocultos

Nos referimos a aquellos que no aparecen en ninguna matriz, pero que deben considerarse porque afectan la competitividad. Son por ejemplo:

- *Falta de claridad en los mercados*, permiten que haya agentes inoficiosos en la comercialización que aumentan los costos, en desmedro de los agricultores y consumidores.
- *Sobrecosto por no tener en cuenta las “economías de escala”*. Nuestros agricultores por no estar asociados, pierden muchas de las ventajas de la economía de escala, tanto a nivel de las compras de sus insumos como en la comercialización de sus productos.
- *Acceso al crédito*. La financiación bancaria, sigue siendo en muchos casos de difícil acceso para los medianos y pequeños agricultores, lo cual implica mayores costos porque tienen que recurrir al crédito

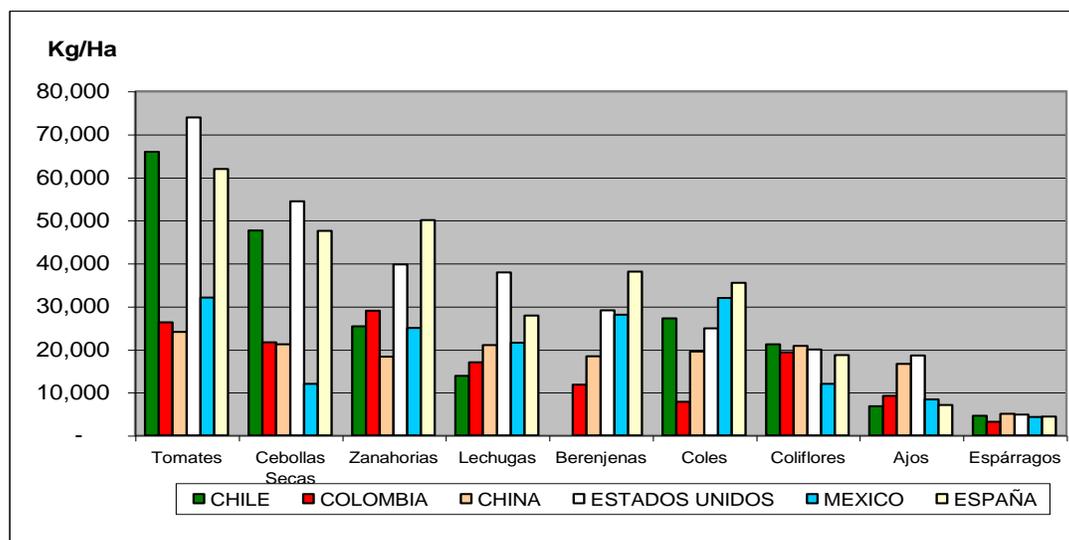
extrabancario, con el comerciante mayorista o con el vendedor de insumos.

- *Las pérdidas en postcosecha siguen siendo muy graves para la Cadena hortícola, se estima que los malos manejos en este paso de la comercialización, pueden llegar a convertirse en pérdidas del 20 al 30%*

2.3.3 Productividad

En el Gráfico No.11, se presenta la productividad expresada en términos de rendimiento en toneladas por hectárea, de nueve especies hortícolas cultivadas en Colombia y en cinco países que consideramos referentes por ser potencias hortícolas, como China, Estados Unidos y España o por ser potenciales competidores como es el caso de Chile y México.

Gráfico No. 11 Productividad en rendimiento por Hectárea. Comparativo 5 países - 9 especies



Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 27 de septiembre de 2005)

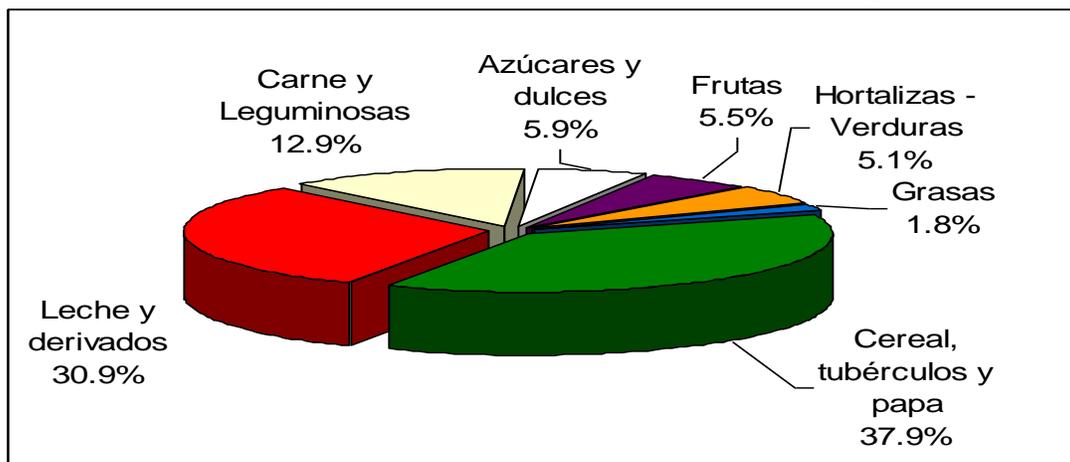
Es claro en este gráfico, que Colombia no se destaca por su productividad a nivel mundial: en Tomate produce por hectárea el 37% de España, en Cebolla de Bulbo el 41% de España, en Zanahoria el 55% de los Estados Unidos, en lechuga el 65% de España, en Berenjena el 31.5% de Chile, en Col el 26% de España y en ajo el 55% de Estados Unidos.

Estos bajos rendimientos conllevan a altos costos unitarios de producción que nos hacen perder competitividad. Esto revela los grandes esfuerzos que tiene que hacer el país en las áreas de investigación y transferencia tecnológica para poder vender a precios competitivos.

2.3.4 Consumo nacional

Tomando como referencia, las estadísticas presentadas en los documentos del programa “Bogotá sin Hambre” de la Alcaldía capitalina (Gráfico No.12) se observa el comportamiento de la demanda alimenticia del bogotano promedio. El 5.1% de su consumo lo destina a las hortalizas mientras que el 37.9% de su demanda se encuentra concentrada en cereales, tubérculos y papa.

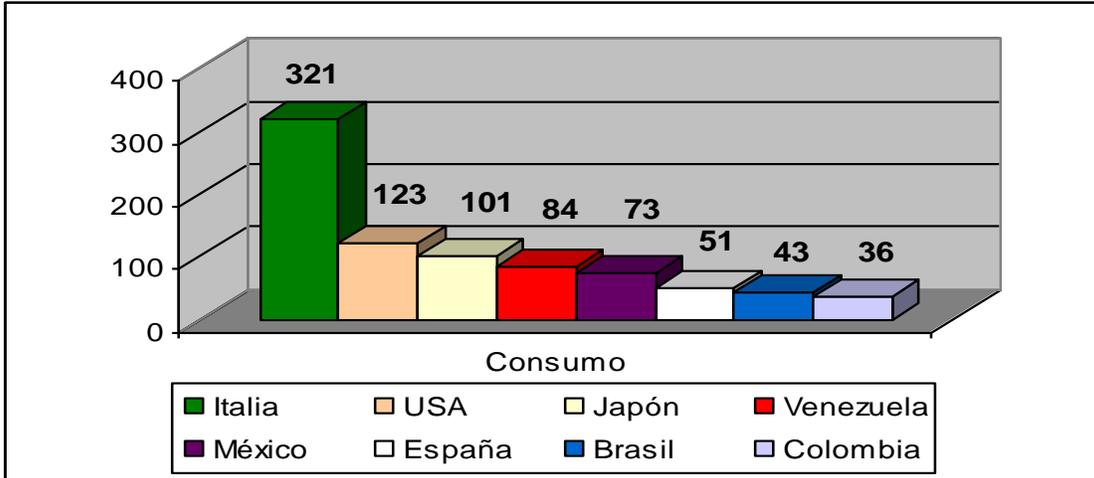
Gráfico No. 12 Composición Canasta Alimenticia en Bogotá. Año 2003.



Fuente: Programa Bogotá sin Hambre. 2004.

Este indicador se confirma al comparar el bajo consumo per cápita anual del colombiano en hortalizas (Véase Gráfico No. 13) con los consumidores de otros países. Mientras en los países europeos, asiáticos y algunos americanos la tendencia al consumo de productos sanos se incrementa, encontramos que apenas consumimos 35 kilos contra 80 kilos de Venezuela y 400 kilos de Italia.

Gráfico No. 13 Consumo per cápita de hortalizas (Kg/año) 2003.



Fuente: Elaborado por la Cadena Hortalizas con base a informaciones DANE, I.C.B.F. 2003

Varias son las razones del bajo consumo, destaquemos entre otras:

- Ingresos del colombiano promedio.
- Desconocimiento de las ventajas nutricionales y de salud que conlleva consumir hortalizas.
- Falta de inocuidad provoca rechazo en el consumidor. (Aguas de riego contaminadas, exceso de agroquímicos).

Obviamente este bajo consumo, impide el desarrollo de la industria en muchos aspectos y puede convertirse en un freno para las exportaciones.

2.4 AGROINDUSTRIA

En Colombia la agroindustria hortícola es todavía muy reducida, debido a que se encuentran productos frescos todo el año. Sin embargo, los requerimientos en los mercados internacionales ocasionados por cambios en la sociedad, con relación a la participación de la mujer en el mercado laboral, menos tiempo en el hogar, personas independientes y la practicidad de los alimentos preparados, esta empezando a generar cambios, que seguramente se aceleraran a corto plazo.

Las estadísticas comerciales mundiales muestran claramente el gran incremento que se ha experimentado en el comercio mundial de procesados, es una tendencia mundial y Colombia debe producir y comercializar de acuerdo con los requerimientos de la demanda.

En el mercado ya se están ofertando hortalizas congeladas, conservadas en vinagre, deshidratadas, sopas, pastas y alimentos precortados mezclados, sin embargo, es difícil conseguir información sobre el estado actual de la agroindustria en Colombia, porque en las informaciones oficiales dentro de las hortalizas incluyen otros productos como la papa y la yuca o en la mayor parte de las estadísticas este rubro es tenido en cuenta junto con las frutas.

2.5 ASPECTOS NORMATIVOS

2.5.1. Normas de calidad

En Colombia, no existe una normalización de los productos hortícolas en lo relacionado con el peso, la medida y los empaques. Existen muchas normas de calidad como mercados y todo esto conlleva a desorden y falta de claridad en la normalización.

El Ministerio de Agricultura, ha trabajado el tema de las pesas y medidas y en lo transcurrido del 2005, se han conseguido algunos avances, pero todavía falta mucho por hacer.

2.5.2 Certificación de los productos

Los requerimientos del mercado internacional en lo relacionado con el cuidado del medio ambiente y la bioseguridad, está empezando a sensibilizar el sector. Como consecuencia, se está empezando a desarrollar producción orgánica³, producción con protocolos de Buenas Prácticas Agrícolas y se está trabajando en procesos agroindustriales con Buenas Prácticas de Manufactura, que debe ser comprobada por organismos acreditados, que certifican las condiciones de producción a los compradores nacionales e internacionales.

La producción limpia es una exigencia internacional de los mercados, razón por la cual es una obligación de la cadena hortícola y de todos los eslabones que hacen parte de ella, ofrecer productos al consumidor que cumplan con estos requerimientos.

³ Llamada también ecológica.

La certificación de los productos, a muy corto plazo, será una condición obligatoria del mercado, el que no lo haga sencillamente quedará afuera y no podrá comercializar sus productos. En este contexto debe trabajarse con sistemas de certificación asociativa, que permitan que el proceso sea más económico y operativo para los agricultores.

Igualmente, en el sector hortícola se debe trabajar para desarrollar producción con certificación de origen, que permita posicionar en los mercados la oferta de una determinada región, con una connotación geográfica y cultural de características especiales.

2.6 ASPECTOS FITOSANITARIOS

2.6.1. Barreras fitosanitarias

Los insectos y los microorganismos (bacterias, hongos, virus), además de producir pérdidas muy grandes en los ingresos de los agricultores (por reducción de rendimientos y calidades), se pueden constituir en barreras fitosanitarias para las exportaciones colombianas, porque los países compradores protegen su agricultura de esos patógenos, impidiendo la entrada a su país de nuestras hortalizas.

Para resolver esta situación se están haciendo esfuerzos. El ICA y el APHIS, dependencia del Departamento de Agricultura de EEUU, crearon el CEF (Centro de excelencia fitosanitaria), que se encarga de analizar los riesgos de plagas y enfermedades y de implementar las medidas para mitigarlos.

El desarrollo del mercado internacional en un futuro próximo dependerá en gran parte de dar acceso real, no solo nominal, a nuestras hortalizas y en este contexto es muy importante trabajar arduamente en el tema fitosanitario, no solo para los EEUU sino también para los otros mercados de exportación. Este tema es prioritario en la llamada “agenda interna” y para trabajarlo es fundamental que institutos como el ICA y el INVIMA sean fortalecidos por el Estado.

2.7 SISTEMAS DE INFORMACION

Existe una gran falencia, los sistemas de información: son incompletos, atrasados y mal orientados. En primer lugar debe existir una identificación o un consenso, sobre cuales son sus principales objetivos y cual es la información clave para el subsector. Una vez alcanzado este paso, hay que conseguir que funcionen en tiempo real, para que el sistema sea dinámico y operativo. De no

ser así, no podemos tener diagnósticos adecuados, no se puede capitalizar el conocimiento como un activo social de las organizaciones hortícolas, se retrasan los proyectos de inversión y no se pueden aplicar objetivamente las herramientas del sector público y privado para fomento e innovación.

2.8 INSTITUCIONALIDAD

Los horticultores tienen un gremio: *ASOHOFrucol*, el cual por convenio con el Ministerio de Agricultura, es el administrador del Fondo Nacional de Fomento Hortifrutícola y por ello recibe el 1% del valor del comercio Hortifrutícola.

El papel de ASOHOFrucol es clave en la Cadena Hortícola, porque no se puede hacer ningún desarrollo, sino existe un gremio fuerte y estructurado, que sea la base y el canal para llegar a la competitividad. Cualquier esfuerzo que se haga será vano, sino esta presente el sector primario en forma organizada.

2.9 COMERCIO HORTÍCOLA

2.9.1 Comercialización Nacional

Los deficientes sistemas de información, unidos a la falta de organización y planeación de los productores, *conllevan a una producción no orientada al mercado*, originando graves pérdidas a los agricultores, y problemas de abastecimiento al sector agroindustrial y comercial.

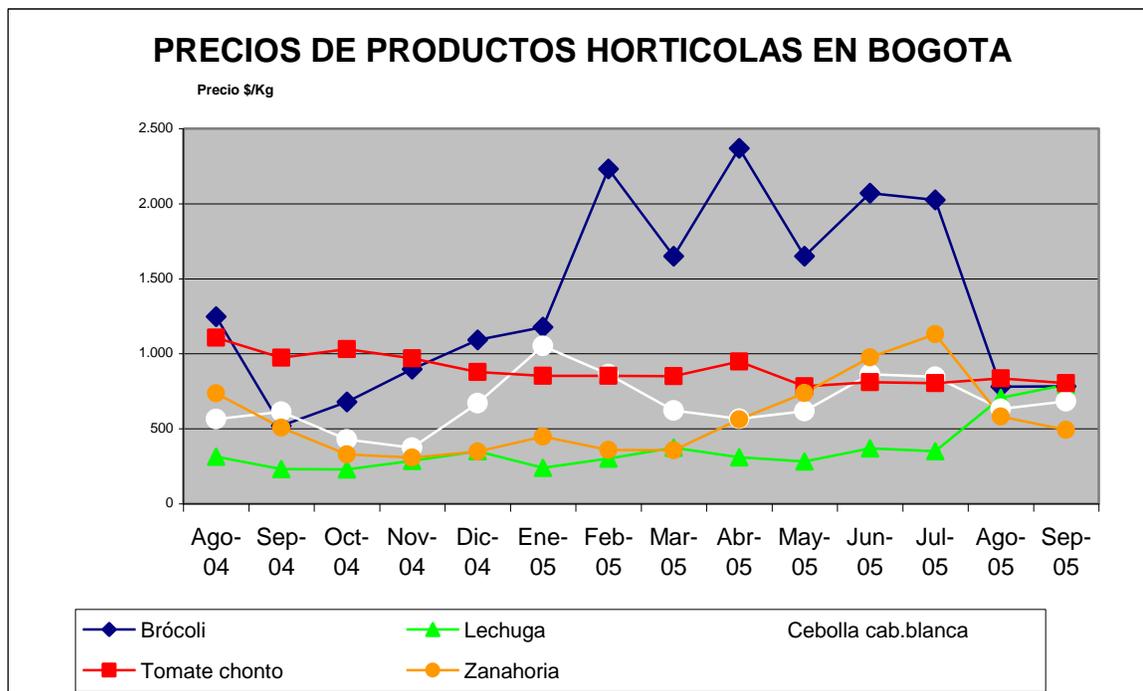
Como un ejemplo de lo anterior, en el grafico No.14, puede verse la gran variación de precios por la estacionalidad de la producción, que se presenta en el mercado de hortalizas de Bogotá, que es ejemplo que se repite para otras regiones colombianas. Esta situación inestable hace la horticultura extremadamente riesgosa en nuestro medio, hasta el punto que pueden alcanzarse importantes incrementos en productividad o en disminución de costos, que no tendrán ningún efecto en el futuro del sector, si no conseguimos organizar la oferta para que responda al mercado.

Tenemos el caso del Brócoli, que en septiembre del 2004 estaba a \$ 520 Kg., ascendió a \$ 2369 Kg. en abril del 2005, para cotizarse en agosto del \$ 2005 a \$ 781 Kg.

Cebolla Cabezona Blanca: nov. 2004 a \$ 734, enero 2005 \$ 1052, abril \$ 566 Kg.

Tomate Septiembre 2005 - \$ 803 Kg. y en Agosto 2004 \$ 1107.

Gráfico No.14 – Variación mensual precios hortalizas. Agust. 04- Sep. 05



Fuente: Elaboración Cadena Hortalizas con base datos SIPSA.

Si a esto sumamos que el mercado es de compradores y que estos ejercen una posición dominante, concluimos que hay que hacer cambios de fondo.⁴ De lo contrario la horticultura no será nunca un sector empresarial sino una actividad marginal a punto de sucumbir con la oferta extranjera producto de la globalización.

En este capítulo relacionado con el comercio interno, es importante mencionar el documento Visión 2019, del Departamento Nacional de Planeación, que es un ejercicio de prospectiva para los 200 años del estado colombiano. Allí se menciona que en el caso de las hortalizas, algunos productos serán más competitivos para el comercio interno, considerando en este grupo especialmente al tomate, ajo, habichuela, arveja, zanahoria.

⁴ El uso de sistemas de información en “tiempo real” sobre área sembradas, la transferencia de tecnología de postcosecha, el desarrollo agroindustrial, el manejo de distritos de riego, son elementos importantes para contribuir a solucionar en gran medida esta situación.

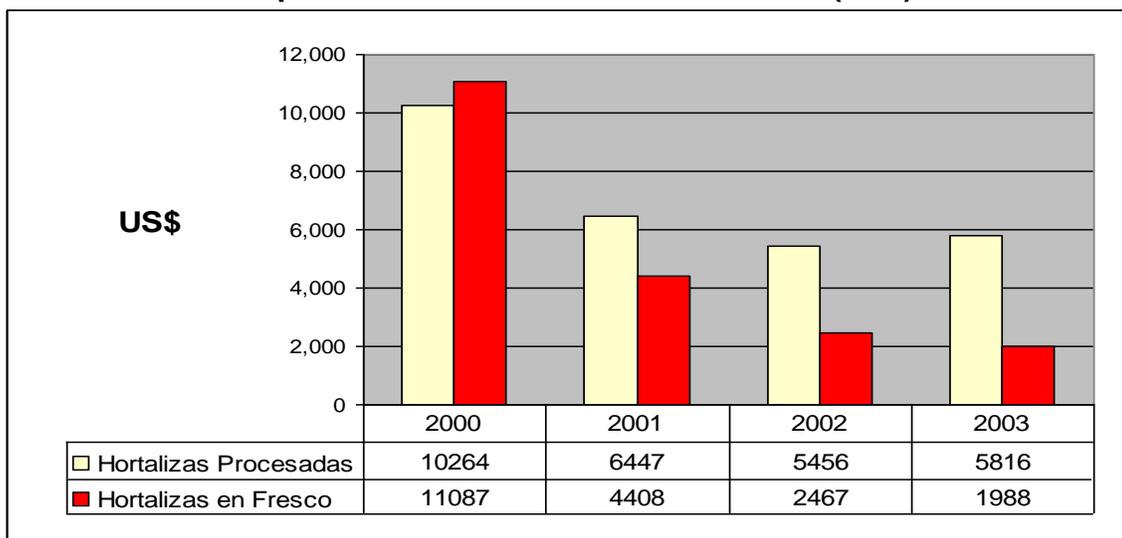
2.9.2 Exportaciones

En el gráfico 14, podemos observar claramente el comportamiento de las principales exportaciones hortícolas colombianas, durante los años 2001 a 2004.

Al analizarlo podemos concluir:

- Las exportaciones colombianas son de bajo monto, no superando en estos últimos años (2001-2004), niveles superiores a los 9.5 millones de U.S dólares.
- Dentro de esta bajo nivel, habría que comentar que en ají y hortalizas conservadas, ha habido un incremento muy interesante en estos cuatro años.
- En el caso de los espárragos, se presenta un comportamiento errático, debido a falta de competitividad ante referentes como el Perú.
- Igualmente en cebolla de bulbo, las pocas exportaciones efectuadas tienen muchas oscilaciones, porque han sido producto de problemas coyunturales de los países compradores, más que de una política de exportaciones.

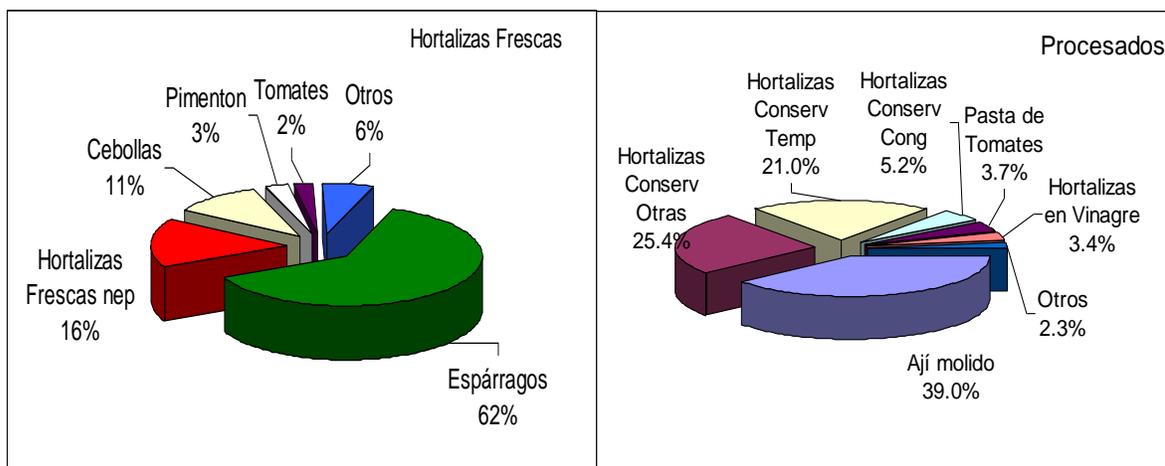
Gráfico No.15 Exportaciones hortícolas colombianas (US\$). 2000-2003



Fuente: Fao. www.fao.org (visitado el 29 de octubre de 2005)

En el Gráfico No. 15, podemos ver mas en detalle las exportaciones por producto, analizando la importancia de cada uno en la canasta exportadora. Puede observarse que en el año 2003, en cuatro rubros (ají molido, hortalizas conservadas, espárragos y cebollas) se concentran el 81% de las exportaciones.

Gráfico No. 16 Participación de las exportaciones en fresco y procesado. (US\$) Año 2003



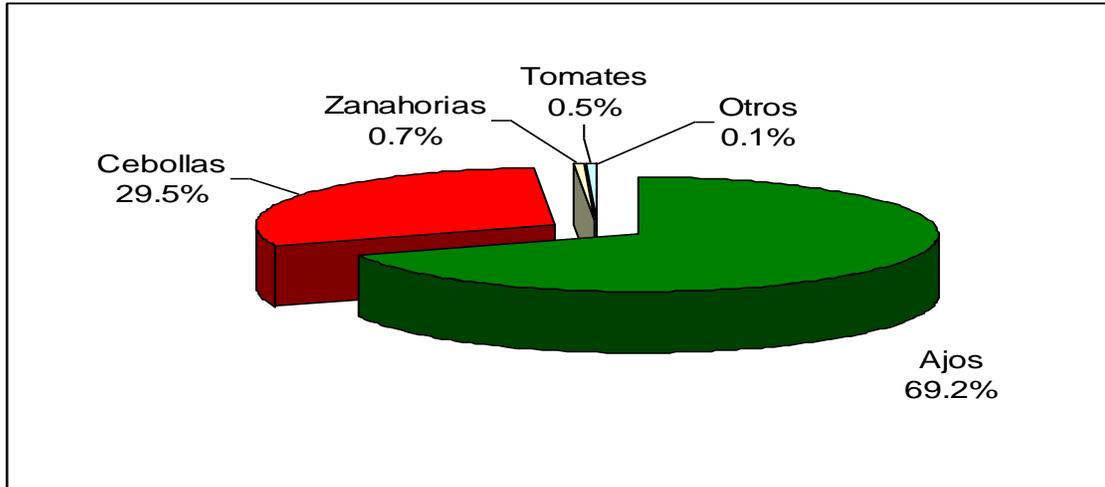
Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 29 de octubre de 2005)

2.9.3 Importaciones

En la gráfica 16, puede observarse claramente las principales importaciones hortícolas en fresco.

Sobresale el ajo con el 57.5%. Colombia tuvo niveles de autosuficiencia de ajo hace diez años, pero debido a problemas fitosanitarios hubo una reducción drástica en el área cultivada. Actualmente, tenemos la variedad Rubí, obtenido por Corpoica para la región cundiboyacense. Esperamos que a mediano plazo podamos aumentar la semilla disponible para incrementar áreas, reduciendo importaciones.

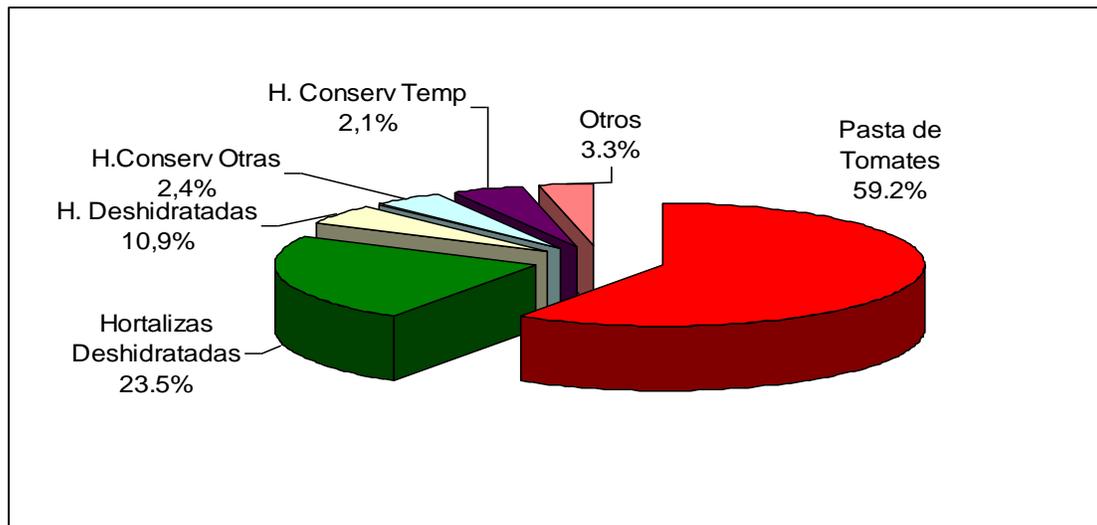
Gráfico No. 17 Participación de las importaciones en fresco. (US\$) Año 2003



Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 29 de octubre de 2005)

Con relación a las importaciones de procesados, ver Gráfico No.17, la pasta de tomate es la más representativa y es un indicador elocuente de la baja competitividad que tenemos en tomate industrial.

Gráfico No. 18 Participación de las importaciones en procesado. (US\$) Año 2003



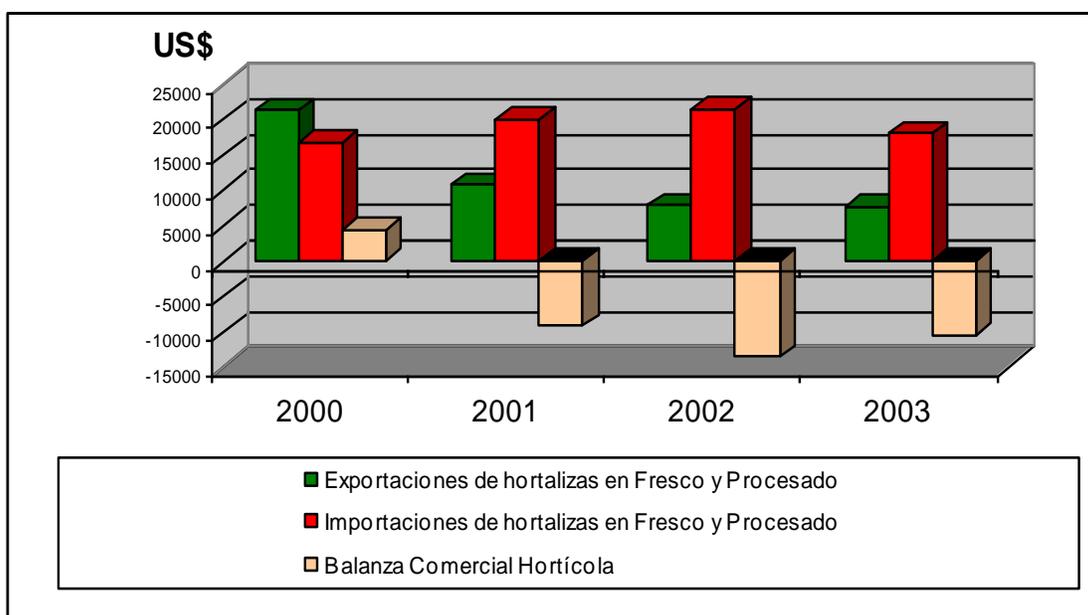
Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 29 de octubre de 2005)

2.9.4 Balanza comercial hortícola

En un país que cuenta con tantas ventajas comparativas, relacionadas fundamentalmente con nuestra diversidad de climas, producción continua y posición geográfica, no se justifica la situación deficitaria de la balanza comercial hortícola que se registra. (Ver Gráfico No. 18).

Gráfico No. 19 Balanza comercial hortícola (u.s \$). 2000-2003.

	2000	2001	2002	2003
Importaciones	16.797	20.049	21,453	18.01
Exportaciones	21.351	10,855	7.923	7.804
	4,554	9.194	13.530	10.287



Fuente: FAO. www.fao.org (visitado el 29 de octubre de 2005)

Las razones son muchas y de diferente índole, citemos algunas de ellas:

- Falta de compromiso por parte de los eslabones de la cadena especialmente en el tema de calidad, por tanto, existe un alto porcentaje de actores que no cumple con las normas, que carecen de planeación de la oferta y como consecuencia no hay continuidad ni permanencia en los mercados.
- Faltan empresarios exportadores que trabajen con las oportunidades que ofrece el mercado. Desafortunadamente en Colombia no existe en el sector, cultura exportadora.

- No existe una planeación estratégica que permita priorizar productos y destinos.
- En gran porcentaje, seguimos produciendo agricultura no apta para el consumo humano.

Esta situación actual deficitaria, se complica mas al revisar los nuevos espacios que brinda el comercio mundial.

Todo esto ha llevado al gobierno nacional, por medio del Ministerio de Agricultura a implementar un Plan Exportador Hortifrutícola y con este objetivo se esta trabajando en una matriz de competitividad, de la cual saldrán proyectos y actividades que hay que acometer para posicionar a Colombia en el escenario Hortifrutícola mundial.

En este contexto, la comisión del Plan Exportador Hortifrutícola, ha comenzado por identificar las hortalizas con mayor potencial de exportación, es decir, las más competitivas, por ser aquellas que tienen un mercado potencial grande y en expansión. Los productos con alto potencial son ají, brócoli, espárragos, cebolla, pimentón, lechugas especiales y alcachofa.

En algunos casos hay que hacer esfuerzos en aumento de área, en otros casos habrá que aumentar productividad para poder dar respuesta a la potencialidad del mercado.

De acuerdo a esta priorización se está determinando: hectáreas necesarias, apoyos, insumos, proyectos especiales y todo el desarrollo de una agenda interna que permita cumplir los objetivos.

3. DIAGNÓSTICOS REGIONALES DE LA HORTICULTURA COLOMBIANA

Con el objetivo de conocer la problemática de la horticultura en Colombia, las cadenas regionales realizaron talleres DOFA para identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de cada subsector, con el fin de obtener una información suficiente, que permitiese identificar las líneas de acción sobre las cuales se debe realizar el Acuerdo de Competitividad de la Cadena.

Posteriormente se hizo entre los asistentes a los talleres, una priorización de las debilidades más importantes, en las cuales debe enfocarse el trabajo de la Cadena.

El cuadro que viene a continuación, resume este trabajo, allí se presenta para cada región expresado en porcentaje, los principales grupos de debilidades encontradas.

Cuadro No. 2 Debilidades regionales en la cadena hortícola

GRUPO DEBILIDAD	C/marc a	Boyacá	Antioquia	N. Sant.	Córdoba	Atlántico	Magdalena	Promedio
Mercado	28.3	24.8	20.5	26.2	29.8	16.3	11.1	22.42
Debilidad Empresarial	19.61	15.6	8.7	5.6	9.1	5.2	15.4	11.31
Debilidad Gremial	20.0	40.1	10.8	11.1	4.5	22.0	24.3	18.97
Investigación/ o tecnología	23.9	13.4	37.73	49.2	45.4	31.6	27.5	32.67
Asistencia Técnica	8.2		9.0	15.9				4.72
Agroindust.		1.8	9.9		10.7			3.20
Carencia Infraestructura				8.7		24.2	21.7	7.80

Fuente: Consolidación de la Cadena, con base en los Talleres DOFA regionales. 2004.

Consideraciones:

1. Las debilidades encontradas en las regiones, se agruparon en cuatro y se refieren fundamentalmente a: problemas de comercialización, a la falta de

investigación y transferencia y a la falta de fortaleza en los aspectos gremial y empresarial.

2. Cada grupo corresponde a debilidades relacionadas, por ejemplo Investigación y Transferencia de Tecnología, cubre toda la problemática que se encontró en esta área: baja productividad, exceso de agroquímicos, alta perecibilidad, falta de inocuidad, degradación de suelos, el reto de las nuevas tecnologías, falta de evaluación de las semillas etc.

3. Algunas regiones tuvieron en cuenta otras debilidades, como son la falta de asistencia técnica, agroindustria y la carencia de infraestructura, pero la mayoría consideró que los temas de asistencia técnica corresponden a transferencia, los de agroindustria están relacionados con la tecnología y la comercialización y la problemática de la infraestructura es un tema que tiene que ver con Transferencia Tecnológica y organización gremial y empresarial.

4. Por esta razón y para poder consolidar la información producto de los DOFAS, podemos decir que la horticultura tiene que trabajar a nivel nacional en los cuatro grandes temas, que son comunes a todas las regiones, pero que la importancia a nivel regional no es la misma. Por ejemplo en Boyacá, los miembros de la Cadena consideran que la falta de organización es el problema fundamental, sin embargo, en Antioquia hay una larga historia de trabajo en comunidad y ven a este tema menos importante.

Por otra parte en la Costa hay un gran interés por las hortalizas, por el gran potencial exportador que pueden tener y por eso consideran fundamental que la cadena desarrolle con prioridad actividades conducentes a obtener la tecnología necesaria.

5. Obviamente existen temas transversales en los cuales hay que trabajar, como son:

- Sistemas de Información en tiempo real, que permiten capitalizar el conocimiento
- Capacitación a todos los eslabones en aquellos temas y actividades conducentes a lograr la competitividad de la cadena.

6. Además de las regiones relacionadas en el cuadro, también se trabajó en Nariño y aunque los parámetros de diagnóstico son los mismos y los resultados muy parecidos, no se adoptó la misma metodología y por eso no se presentan.

4. ACUERDOS DE COMPETITIVIDAD

Por medio de la Ley 811 de junio del 2003 se crearon las organizaciones de Cadena, en el sector agropecuario, pesquero, forestal y acuícola.

En esta Ley, se establecen los requisitos para inscripción de las organizaciones de Cadena ante el Ministerio, que se refieren fundamentalmente a los acuerdos firmados entre los miembros de la organización, básicamente en los siguientes aspectos:

- Mejora de la productividad y la competitividad.
- Desarrollo del mercado de bienes y factores de la Cadena,
- Disminución de los costos de transacción entre los distintos agentes de la Cadena.
- Desarrollo de alianzas estratégicas de diferente tipo.
- Mejora de la Información entre los agentes de la Cadena.
- Vinculación de los pequeños productores y empresarios a la cadena.
- Manejo de recursos naturales y del medio ambiente.
- Formación de recursos humanos.
- Investigación y desarrollo tecnológico.

Teniendo en cuenta estos parámetros, los miembros de la Cadena tomaron los resultados de los DOFA, para establecer una línea base, a partir de la cual se visionó a donde queremos llegar en el 2010.

VISION DE LA CADENA DE HORTALIZAS EN EL AÑO 2010

En el año 2010, la horticultura en Colombia es un negocio rentable y sostenible, la Cadena comercializa sus productos en un mercado transparente, bajo estrictas normas de calidad, pactando desde antes de la siembra volúmenes y precios de Venta.

Los Canales de comercialización nacional y de exportación se han diversificado y están en constante crecimiento gracias a la calidad e inocuidad de sus productos.

Un punto muy importante para este cambio, fue que todos los eslabones de la Cadena entendieron que la competitividad se consigue buscando que todos ganen y trabajando con mentalidad de largo plazo.

Para llegar a ese nivel en el 2010 y partiendo del estado actual, se trabajó en identificar e implementar unas líneas de acción, que permitan construir el Acuerdo Nacional de Competitividad, desarrollado por un sector empresarial y dinámico.

Una vez firmado el Acuerdo y constituido el Consejo Nacional Hortícola, se procederá a trabajar en los Acuerdos Regionales, que permitirán darle una estructura operativa a la organización de la Cadena.

4.1 IDENTIFICACION E IMPLEMENTACION DE LAS LINEAS DE ACCION.

Este trabajo se realizó en las diferentes regiones y para hacerlo operativo, en Bogotá se consolidó esta información trabajando en mesas temáticas, para identificar e implementar líneas de acción.

4.1.1 Comercialización

Buenas Prácticas Comerciales.

Para buscar claridad y transparencia en la comercialización.

2006. Celebrar convenios Asohofrucol - Fenalco y Asohofrucol - comerciantes mayoristas, para conseguir reglas de juego claras y relaciones comerciales seguras entre el gremio y los comercializadores.

2006-2010. Celebrar reuniones Semestrales de Control y Seguimiento.

Normas de Calidad en productos, pesos, medidas y empaques.

Para unificar lenguaje del mercado, facilitando negocios de exportación y la modernización de los mercados.

2006. Apoyar la obligatoriedad de las normas sobre pesas, medidas y empaques. Cebolla de Bulbo y cebolla larga y Tomate.

2007. Apoyar la obligatoriedad de las normas sobre pesas, medidas y empaques. Lechugas, Pimentón, Zanahoria y crucíferas.

2008-2010. Respaldar la obligatoriedad de las normas sobre pesas, medidas y empaques. Hortalizas de hoja y otras.

Disminución de riesgos de la Comercialización.

Para conseguir seguridad en la inversión y facilitar financiación.

2006-2010. Celebrar contratos a cosecha, utilizando la Bolsa Nacional Agropecuaria. Con este objetivo, priorizar productos en fresco y procesado,

buscando que cada año partiendo de ceros, se contrate el 10% mas hasta llegar al 2010, año que se espera que por lo menos el 50% de la comercialización, se negocie por anticipado.

Para conseguir este objetivo se espera canalizar las compras de las instituciones del estado, negociando directamente con las asociaciones de agricultores.

Regionalización de la Producción.

Para conseguir que la producción hortícola se haga en las zonas mas competitivas.

2006. Financiar y ejecutar el proyecto de regionalización. (Plan Hortícola), que nos permitirá de acuerdo a los mercados, zonificar la producción 2006-2010. Implementar la zonificación, utilizando estrategias como financiación y aprobación de proyectos de inversión solo en las áreas seleccionadas.

Campañas orientadas a aumentar el consumo de hortalizas en Colombia.

Buscando mayores ingresos para el agricultor, generación de empleo, reducción pérdidas postcosecha y desarrollo agroindustrial,

2006. Desarrollar campaña publicitaria de la Cadena en todo el país, que tenga en cuenta aspectos relacionados con la seguridad alimentaría, salud, nutrición, inocuidad y culinaria.

2006- 2010. Ejecutar las campañas regionales.

2006-2008. Aumentar consumo de 35 a 40 kilos per Capita anual.

2008-2010. Aumentar consumo de 40 a 45 kilos per capita anual.

Desarrollo comercialización productos agroindustriales.

Responder a las tendencias del mercado, generando empleo y reduciendo pérdidas postcosecha.

2006. Obtener por parte de la cadena, la expedición de una ley marco sobre Agroindustria, que abarque temas como capacitación, financiación, incentivos, sistema de información de mercados etc.

2006 Identificar proyectos agroindustriales para cada uno de los clústeres más competitivos.

2007- 2010. Desarrollar los proyectos agroindustriales identificados en el 2006.

Apoyo Planes exportadores.

Generación de divisas, generación de empleo directo e indirecto.

2005-2006. Concertar la matriz y priorizar regiones para la exportación de los productos potenciales priorizados: brócoli, ají, espárrago, pimentón, lechugas y alcachofa.⁵

2006. Crear Banco de Proyectos con actualización anual (hasta el 2010) de los productos exportables.

2006-2010. Ejecutar mínimo un proyecto exportador por producto potencial.

2005-2010. Apoyar proyectos que permitan desarrollar Análisis de Riesgos de Plagas y Enfermedades y Sistemas de mitigación, para eliminar barreras fitosanitarias y vender en los diferentes mercados.

2005-2006. Identificar y catalizar la operatividad de la Agenda Interna, para que el acceso a los mercados de exportación, en los productos potencialmente competitivos, no sea nominal sino efectivo.

Planeación de la Oferta de acuerdo a la demanda.

Mejorar ingresos de toda la cadena y dar seguridad a la proyección flujos de Caja.

2006-2008. Desarrollar proyecto Piloto, para controlar oferta y equilibrarla a la demanda, por medio de Sistemas de Información en tiempo real y desarrollo de procesos agroindustriales.

2008-2010. Ejecutar programas de manejo de la oferta para otras hortalizas.

Utilización “economías de escala” en la Comercialización de insumos y servicios.

Reducción costos incrementándose la competitividad.

2006-2010. Presentar resultados contra objetivos fijados a principios año

4.1.2 Investigación y Transferencia de Tecnología

Como elemento transversal fundamental, se estableció que las labores de la cadena deben ir dirigidas a producir eficientemente con sistemas de calidad en agricultura limpia y orgánica para los mercados nacional e internacional.

Líneas de Acción:

⁵ De acuerdo al comité creado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para la implementación del plan Exportador Hortofrutícola

Regionalización.

Identificar la vocación agroecológica de las regiones hortícolas para aquellos productos que requiere el mercado.

2006. Ejecutar componente tecnológico del estudio de regionalización. (Plan Hortícola).

2006-2010. Implementar progresivamente la regionalización. En el 2010 no podrá hacerse ninguna inversión y proyectos del Estado, ni tampoco recursos de crédito para determinada especie si no se encuentran en las zonas delimitadas.

Recursos Genéticos.

Todos los aspectos relacionados con semillas y plántulas, paso inicial al camino a la competitividad.

2005. Concertar con ICA, Corpoica, importadores de semillas, plantuladores sobre disposiciones y regulaciones materiales de siembra.

2006. Poner en marcha programa nacional de evaluación de semillas, como política del Ministerio.

2006-2010. Evaluar semestralmente los desarrollos concertados.

Manejo Integrado del Cultivo.

Buscar productos competitivos por precio y calidad, trabajando: recurso hídrico en lo relacionado a calidad y cantidad, manejo plagas y enfermedades, producción y manejo de bioinsumos, manejo nutrición y recurso del suelo, manejo postcosecha, manejo modelos predictivos, desarrollos tecnológicos y otros.

2006 al 2010. Construir cada año las Agendas Tecnológicas regionales y la Agenda Nacional de la Cadena.

2006 al 2010. Identificar y ejecutar cada año proyectos claves de la Cadena, de acuerdo a la Agenda tecnológica. Las prioridades establecidas en las Agendas tecnológicas deben cumplirse en un 100 %

Transferencia y Capacitación en Tecnología.

Adopción por parte de los agricultores y otros eslabones de la Cadena, de los resultados de la investigación, disminuyendo la "Brecha Tecnológica".

2005 Reunir las entidades que trabajan el tema: Corpoica, SENA, universidades, Secretarías Agricultura, para coordinar actividades e identificar indicadores de Transferencia.

2006-2010. Evaluar anualmente los indicadores de adopción de tecnología. El principal indicador es el de la productividad, expresada en rendimiento por hectárea. El objetivo es aumentarla anualmente el 5 %, hasta llegar a un aumento mínimo del 25 % en el 2010

2006-2010. Montar mínimo un proyecto al año por región, relacionado con transferencia de tecnología en los productos priorizados.

Desarrollo Agroindustrial de la Cadena Hortícola.

Para atender nuevas tendencias del mercado, generar empleo, reducir problemática de la perecibilidad de los productos.

2006. Ejecutar la encuesta nacional agroindustrial hortícola, para conocer de “primera mano” las necesidades de ciencia e innovación de este subsector de la Cadena Hortícola.

2006-2010. Evaluar los objetivos logrados en el sector con base a los indicadores de principio del año.

Levantamiento Barreras Fitosanitarias.

Para lograr acceso real a los mercados objetivo. (No solo el de USA).

2005-2010. Apoyar al ICA, al CEF,⁶ todos los eslabones de la cadena para elaborar estudios de Análisis de Riesgos de Plagas (ARP) y Enfermedades (ARM) y desarrollo sistemas de mitigación de plagas y enfermedades.(SMP Y SME)

2006. Desarrollar escenarios para trabajar análisis de riesgos, hacia otros destinos como la Unión Europea, Japón etc.

2006-2010. Establecer cada año, programa anual proyectos sector fitosanitario.

2006-2010. Controlar y realizar seguimiento anual de los logros conseguidos de acuerdo a los objetivos fijados.

Agricultura Protegida.

Uso de invernaderos y coberturas al suelo que permiten manejar diversas variables como clima, agua, humedad relativa, luz, dando como resultado mas productividad , calidad y posibilidad de romper hasta cierto punto estacionalidad de la oferta..

2006. Realizar el Encuentro Nacional de Agricultura protegida para fijar objetivos y priorizar especies de acuerdo a herramientas tecnológicas y mercado.

⁶ CEF. Centro de Excelencia Fitosanitaria, producto del convenio ICA y APHIS (USDA).

2006-2010. Realizar la evaluación anual del desarrollo de los programas y proyectos de la horticultura plastificada.

Certificación.

Implementar certificados Buenas prácticas Agrícolas y/o de Agricultura orgánica como herramientas de competitividad. Para comprobar a terceros que el producto colombiano goza de inocuidad y ha sido respetuoso del medio ambiente.

2007. El 30 % de la producción debe tener certificación de “agricultura limpia”.
2010. El 80 % de la producción hortícola colombiana debe estar certificada bajo protocolos de Buenas Prácticas Agrícolas y/o de Agricultura Orgánica..

4.1.3 Fortalecimiento gremial y empresarial

Creación de empresas hortícolas.

Convertir las oportunidades en ingresos mejorando la competitividad gracias al emprendimiento.

2006. Crear alianzas estratégicas con diferentes eslabones de la Cadena, como el SENA y las universidades, para el desarrollo del emprendimiento en diversos niveles.

2006-2010. Contribuir al desarrollo de mínimo un proyecto de desarrollo empresarial en todas las regiones hortícolas.

Conocimiento Real de la oferta hortícola.

Existen dudas sobre la seguridad de la información del área sembrada, que debe ser subsanada.

2006. Celebrar reuniones del Ministerio de Agricultura con las Secretarías de Agricultura en todas las regiones, para revisar e implementar nuevos sistemas de recolección de información regional de las áreas sembradas que le den confiabilidad al sistema.

2006-2010. Control y seguimiento de la nueva metodología adoptada.

Desarrollo Capital Social (Activos del Conocimiento)

Búsqueda y apropiación de nuevas ideas como la más valiosa fuente de competitividad que pueda tener una organización.

2006-2010. Conseguir financiación a las empresas asociativas de un 80 % de los costos para el desarrollo de proyectos enfocados a la conectividad, que permitan expandir el conocimiento en las diferentes actividades de la Cadena. El objetivo es que en el 2010, todos los eslabones de la cadena estén interconectados, funcionando en tiempo real.

Visión Prospectiva.

El asunto no tiene que ver, con decir lo que va a suceder, sino identificar las oportunidades que pueden aprovecharse y en que áreas se puede desarrollar el conocimiento.

2006-2007. Ejecutar talleres para capacitar a los eslabones de la Cadena en visiones de largo plazo, construyendo redes compartidas y dándoles las herramientas para ponerlas a funcionar.

2006-2010. Evaluar semestralmente el trabajo de las diversas áreas para llegar a la visión de la Cadena el 2010.

Formación de Clústeres.

Para beneficiarse de las ventajas que brindan las “economías de escala “y los sinergismos resultantes de la interacción con otras empresas proveedoras de insumos y servicios, en una zona geográfica determinada.

2006. Ejecutar el proyecto de zonificación hortícola a nivel regional.

2006. identificar clústeres o nódulos donde se van a implementar los proyectos modelos agroindustriales.

2006. Elaborar y poner en marcha de un programa permanente de capacitación de los clusters.

2006.-2010. Desarrollar los clústeres priorizando los proyectos pilotos en las regiones escogidas. Muy importante en este aspecto trabajar con los esfuerzos regionales que ya se han iniciado, como es el caso de la Cámara de Comercio con el Megaproyecto Industrial de la Sabana de Bogotá.

Fortalecimiento Gremial.

Empoderamiento del sector productivo ante otros sectores y entidades públicas y privadas, buscando un equilibrio entre los diferentes eslabones, para darle a la Cadena sustentabilidad y sostenibilidad.

2006. Apoyar decididamente a ASOHOFrucol para la conformación del Comité de la Sabana de Bogotá, que es fundamentalmente hortícola.

2006-2010. Articular el trabajo de la cadena en las regiones con los comités regionales de Asohofrucol, para desarrollar coordinadamente proyectos y acciones integrales, novedosas y muy objetivas.

Disminuir informalidad en la comercialización.

Se dimensiona el sector, aumentan los recursos parafiscales.

2006-2007. Involucrar a los comerciantes de las Centrales de Abasto en la Cadena, desarrollando proyectos con otros eslabones en temas como Incremento producción, posicionamiento productos limpios, campañas de consumo.

2007. El 30 % del comercio de las Centrales esta formalizado.

2010. El 70 % del comercio de las Centrales esta formalizado

Organización de la Cadena.

Para que la cadena de hortalizas llegue a la competitividad, firmando y operativizando los Acuerdos a nivel nacional y regional.

2005. Conformar las Mesas Temáticas de la Cadena, para trabajar en la identificación e implementación de las líneas de Acción, como una respuesta a las problemáticas planteadas en los DOFAS y de acuerdo a los parámetros de la Ley 811 del 2003.

2005. Firmar el Acuerdo de Competitividad.

2005. Realizar un plan de trabajo a corto, mediano y largo plazo de acuerdo al trabajo realizado en las mesas temáticas. Muy importante el compromiso de todos los miembros de la cadena, para actuar con sentido de pertenencia y ser proactivos en el momento de conseguir los objetivos propuestos.

2006. Conformar los Consejos de la Cadena, a nivel nacional y regional, que van a convertirse en asesores de las políticas del Ministerio en el subsector hortícola.

2006-2010. Operativizar la Cadena por medio de los objetivos fijados al implementar las líneas de acción, siguiendo las estrategias de trabajar en mesas temáticas y por productos.

2006-2010. Dar cumplimiento anual del 100% de los indicadores y planes fijados por los consejos de cadena, al principio de cada año.

BIBLIOGRAFIA

CADENAS PRODUCTIVAS. *Informe de gestión 2004 y programación 2005 Cadenas Productivas.*

CAMARA COMERCIO BOGOTÁ. *Presentación “Mega Proyecto de la Sabana” Dr. Jorge Carulla en Reunión Cadena Hortalizas. 7 octubre 2005.*

PLAN DE DESARROLLO.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. *Ley 118 de 2003. Cadenas Productivas.*

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. *Visión 2019.*

DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE)-ASOHOFRUCOL. *Censo Hortícola de Cundinamarca, 2002.*

CADENA DE HORTALIZAS. *Diagnósticos regionales. Talleres DOFA.*

CENTRO DE EXCELENCIA FITOSANITARIA. *Boletines.*

ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ. *Plan de abastecimiento de Bogotá, 2005.*

BANCO AGRARIO. *Costos de producción. Bogotá, 2003.*

PROEXPORT. *Programa de formación exportadora. Bogotá, 2005.*

DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE). *Productividad, competitividad e internacionalismo de la economía. Bogotá, 1996.*

PROEXPORT. *Colombia, Frutas y Hortalizas Frescas. Bogotá, 1990.*

www.fao.org

www.cci.gov.co

www.dnp.gov.co

**ANEXO A
PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES POR ESPECIE. AÑO 2004**

O		BERENJENA		CEBOLLA	
PAIS	Producción (Ton)	PAIS	Producción (Ton)	PAIS	Producción (Ton)
China	10,578,000	China	16,500,000	China	18,000,000
India	500,000	India	8,200,000	India	5,500,000
República de Corea	378,846	Turquía	970,000	Estados Unidos	3,162,750
Estados Unidos	236,960	Egipto	710,000	Turquía	1,800,000
Federación de Rusia	236,170	Irak	442,000	Pakistán	1,657,900
Otros	2,141,379	Otros	3,018,793	Otros	25032377
TOTAL MUNDO	14,071,355	TOTAL MUNDO	29,840,793	TOTAL MUNDO	55,153,027

COLES		COLIFLORES		ESPARRAGOS	
PAIS	Producción (Ton)	PAIS	Producción (Ton)	PAIS	Producción (Ton)
China	32,000,000	China	7,250,000	China	5,800,000
India	6,000,000	India	4,800,000	Perú	186,000
Federación de Rusia	4,500,000	Italia	500,000	Estados Unidos	122,020
República de Corea	2,800,000	España	492,400	México	67,247
Estados Unidos	2,450,000	Estados Unidos	397,850	Alemania	62,000
Otros	20,419,651	Otros	2,963,875	Otros	313,388
TOTAL MUNDO	68,169,651	TOTAL MUNDO	16,404,125	TOTAL MUNDO	6,550,655

**ANEXO A.
PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES POR ESPECIE. Año 2004**

LECHUGA		TOMATE		ZANAHORIA	
PAIS	Producción (Ton)	PAIS	Producción (Ton)	PAIS	Producción (Ton)
China	10,500,000	China	30,000,000	China	8,200,000
Estados Unidos	4,429,720	Estados Unidos	12,400,000	Estados Unidos	1,900,110
España	960,000	Turquía	8,000,000	Federación de Rusia	1,825,000
Italia	900,000	India	7,600,000	Polonia	800,000
India	790,000	Egipto	6,780,000	Japón	660,000
Otros	4,872,677	Otros	55,604,017	Otros	10,592,431
TOTAL MUNDO	21,902,397	TOTAL MUNDO	120,384,017	TOTAL MUNDO	23,977,541

Fuente: FAOSTAT. www.fao.org (visitado el 25 de octubre de 2005)

ANEXO B

**EXPORTACIONES HORTICOLAS COLOMBIANAS US \$ FOB
2000-2003**

PRODUCTOS	2000	2001	2002	2003
Ají molido	968	2,491	2,300	2,271
Hortalizas Conservadas Otras	7,882	1,967	1,051	1,480
Hortalizas Conservadas Temporalmente	778	1,068	1,356	1,219
Hortalizas Conservadas Congeladas	214	370	238	301
Pasta de Tomates	99	116	100	215
Hortalizas en Vinagre	176	367	287	195
Hortalizas Deshidratadas	35	52	58	58
Hortalizas Congeladas	107	7	50	48
Tomates Pelados	5	7	11	18
Hortalizas Homogeneizad	0	2	5	10
Jugo de Tomates Concentrados	0	0	0	1
Hortalizas Procesadas	10,264	6,447	5,456	5,816
Espárragos	2,027	1,930	1,546	1,539
Hortalizas Frescas nep	2,181	303	115	317
Cebollas	6,934	1,218	422	213
Pimentón	15	163	127	52
Tomates	1,058	217	100	47
Alcachofas	130	24	36	32
Coles	1	47	94	30
Ajos	397	149		23
Lechugas	283	166	16	17
Zanahorias	45	162	3	8
Coliflores	5	2	4	6
Pepinos y Pepinillos	10	26	4	4
Espinacas	1	0	0	0
Berenjenas	0	1	0	0
Hortalizas en Fresco	11,087	4,408	2,467	1,988
FRESCO + PROCESADO	21,351	10,855	7,923	7,804

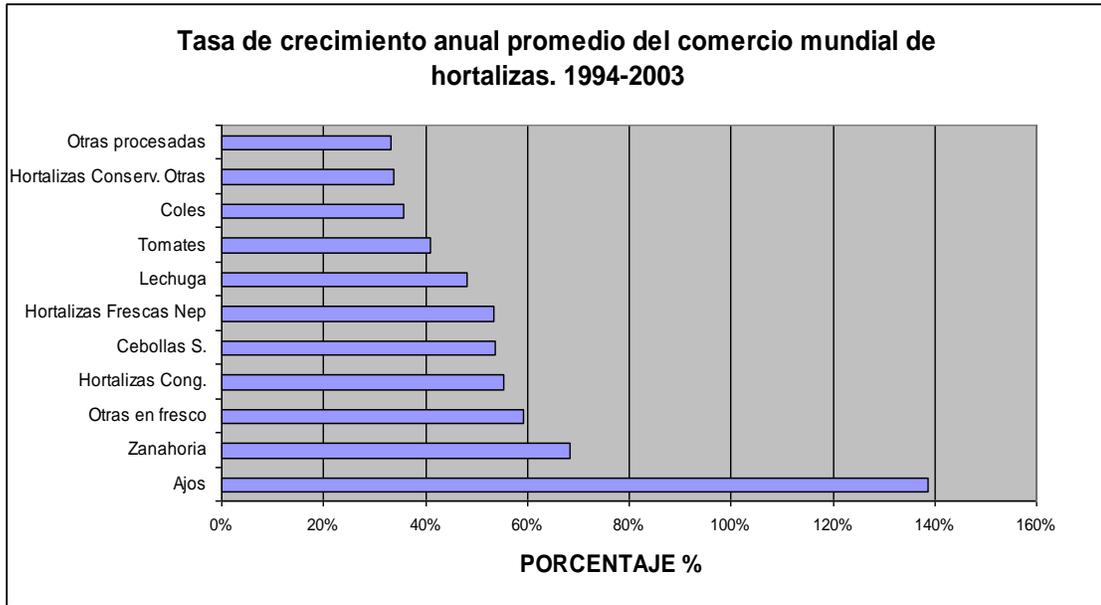
Fuente: FAOSTAT. www.fao.org (visitado el 25 de octubre de 2005)

ANEXO C
IMPORTACIONES HORTICOLAS COLOMBIANAS us \$ CIF
2000-2003

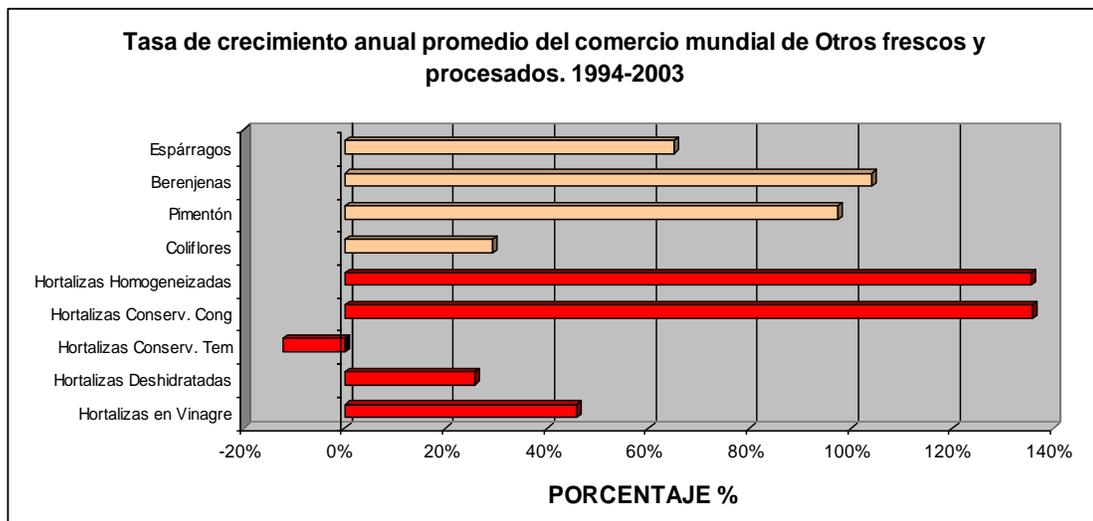
PRODUCTOS	2000	2001	2002	2003
Pasta de Tomates	3,853	4,532	4,562	5,111
Hortalizas Deshidratadas	1,713	1,891	2,146	2,030
Hortalizas Conserv. Otras	607	596	599	438
Hortalizas Conserv. Temp.	253	300	351	389
Hortalizas congeladas	519	542	414	386
Hortalizas en vinagre	87	120	138	123
Hortalizas conserv. Congeladas.	42	55	94	78
Tomates pelados	65	70	96	77
Jugo de tomates concentrados	10	11	10	7
Hortalizas Frescas nep.	4	1	4	0
Hortalizas homogenizadas	0	0	1	0
Hortalizas en Procesados	6.883	8,118	8,415	8,639
Ajos	5,436	8,825	9,937	6,544
Cebollas	4,234	2,935	3,617	2,792
Zanahorias	70	70	62	64
Tomates	116	5	12	46
Coliflores	15	16	10	5
Alcachofas	0	3	0	1
Espárragos	15	36	0	0
Espinacas	0	0	0	0
Lechugas	2	0	0	0
Pepinos y Pepinillos	11	5	0	0
Coles	0	0	0	0
otros	15	36	0	0
Hortalizas en fresco	9,914	11,931	13,038	9,452
TOTAL HORTALIZAS	16,797	20,049	21,543	18,091

Fuente: FAOSTAT. www.fao.org (visitado el 25 de octubre de 2005)

ANEXO E.



ANEXO F



Fuente: Fao

4.1 ESTRATEGIA GENERAL Y PLAN DE ACCION

Para empezar a lograr el objetivo de la competitividad, los firmantes de este Acuerdo, se reunieron en Bogotá para trabajar en Mesas Temáticas, identificando e implementando “líneas de acción” sobre las cuales se debe focalizar el trabajo de la Cadena.

De acuerdo con el DOFA, las líneas de acción están relacionadas con:

- Comercialización
- Investigación y Transferencia de Tecnología,
- Fortalecimiento Gremial y
- Fortalecimiento Empresarial.

4.1.1 Comercialización.

En este campo de acción, se priorizaron por los participantes a la Mesa, las siguientes líneas de acción

Buenas Prácticas Comerciales.

Para buscar claridad y transparencia en la comercialización.

En este aspecto los firmantes estuvieron de acuerdo en la necesidad de realizar convenios entre los productores y los compradores, para conseguir reglas de juego claras y relaciones comerciales seguras entre el gremio y los comercializadores.

Normas de Calidad en productos, pesos, medidas y empaques.

Para unificar lenguaje del mercado, facilitando negocios de exportación y la modernización de los mercados. Se considero fundamental que la Cadena apoye al Ministerio para implementar los desarrollos que esta trabajando en desarrollo de normas sobre productos, pesas, medidas y empaques.

La Mesa Temática de Comercialización, priorizará anualmente los productos a normalizar y por otra parte estará permanente revisando los resultados encontrados.

Disminución de riesgos de la Comercialización.

Para conseguir seguridad en la inversión y facilitar financiación.

Para conseguir resultados en este tema, la Cadena considera fundamental trabajar en el desarrollo de los contratos a cosecha, utilizando la Bolsa Nacional Agropecuaria.

Con este objetivo, se deben priorizar productos en fresco y procesado, buscando que cada año partiendo de ceros, se contrate el 10% mas hasta

llegar al año 2010, que se espera que por lo menos el 50% de la comercialización, se negocie por anticipado.

Como una acción complementaria a este objetivo se espera canalizar las compras de las instituciones del estado, negociando directamente con las asociaciones de agricultores.

Zonificación de la Producción.

Para conseguir que la producción hortícola se haga en las zonas más competitivas, hubo identificación de los miembros de la Cadena, sobre la necesidad de financiar y ejecutar el proyecto de zonificación (Plan Hortícola), que nos permitirá de acuerdo a los mercados, conocer las mejores zonas para la producción hortícola, teniendo en cuenta su vocación agroecológica, infraestructura etc.

Una vez identificados las regiones se trabajará en la implementación de los resultados, utilizando estrategias como financiación y aprobación de proyectos de inversión para cada producto, solo en las áreas seleccionadas.

Campañas orientadas a aumentar el consumo de hortalizas en Colombia.

Buscando mayores ingresos para el agricultor, generación de empleo, reducción pérdidas postcosecha, desarrollo agroindustrial y darle mayor envergadura el subsector.

Esta línea de acción beneficia a todos los actores de la Cadena porque todos viven de la horticultura, por lo tanto es muy importante la participación de los mismos.

Es necesario desarrollar campañas publicitarias de la Cadena en todo el país, que tenga en cuenta aspectos relacionados con la seguridad alimentaria, salud, nutrición, inocuidad y culinaria.

El objetivo es que Colombia, pueda aumentar los consumos de hortalizas partiendo de los 38 kilos por cabeza año actuales, a los 50 kilos en el año 2010.

Desarrollo comercialización productos agroindustriales.

Responder a las tendencias del mercado, abriendo nuevos canales de comercialización, generando empleo y reduciendo pérdidas postcosecha, es un objetivo fundamental de la Cadena.

Para alcanzar este logro, es necesario conseguir por parte del Ministerio de Agricultura, la expedición de una ley marco sobre Agroindustria, que abarque temas como capacitación, financiación, incentivos, sistema de información de mercados etc.

Igualmente se hace necesario identificar y desarrollar proyectos agroindustriales, para cada uno de los clústeres más competitivos.

Apoyo Planes exportadores.

Los eslabones de la Cadena son concientes de la imperiosa necesidad de exportar para incrementar la generación de divisas, y la creación de empleo directo e indirecto, por lo tanto la Cadena será muy proactiva apoyando y dando todo el apoyo.

Este análisis condujo a los firmantes a establecer la necesidad de trabajar en un Plan Exportador, que empiece por priorizar productos, regiones, destinos y proyectos claves para implementar estos desarrollos.

En primer lugar se trabajara en la zonificación de los productos potenciales priorizados; brócoli, ají, espárrago, pimentón, lechugas y alcachofa.⁷

Posteriormente se acordó que cada año a nivel de producto, se revisara la brecha tecnológica comparándola con nuestros competidores internacionales y de esa forma identificar estrategias que nos permitan superarla.

Esto permitirá: crear Banco de Proyectos, con actualización anual de los productos exportables.

. Ejecutar mínimo un proyecto exportador año. por producto potencial.

Apoyar proyectos que permitan desarrollar Análisis de Riesgos de Plagas y Enfermedades y Sistemas de mitigación, para eliminar barreras fitosanitarias y vender en los diferentes mercados.

Por otra parte hubo conciencia sobre la necesidad de estar revisando permanentemente la Agenda Interna, para que el acceso a los mercados de exportación, en los productos potencialmente competitivos, no sea nominal sino efectivo. En este punto el Consejo Nacional de la cadena debe estar apoyando al Ministerio de Agricultura, para el fortalecimiento de entidades como el ICA, Invima, Sena, Corpoica, que nos permitirán estar adecuando nuestra producción a los requerimientos externos.

Planeación de la Oferta de acuerdo a la demanda.

La comercialización hortícola debe brindar seguridad a todos los miembros de la Cadena en el sentido que van a tener ingresos que respondan a los esfuerzos efectuados y que además sean en forma sostenible.

En este sentido, se visualizó la importancia de desarrollar un proyecto Piloto,⁸ que permita controlar la oferta y equilibrarla a la demanda, trabajando en:

Sistemas de Información en tiempo real para todos los eslabones, que manejen las variables involucradas

⁷ De acuerdo al comité creado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para la implementación del plan Exportador Hortofrutícola y el Documento 2019 de Planeación Nacional.

⁸ Para un cultivo que permita desarrollarlo gracias a su situación geográfica, focalización, infraestructura de producción y postcosecha.

Desarrollo y transferencia de manejo postcosecha y procesos agroindustriales. Producción en distritos de Riego. Los resultados de ese Plan Piloto, permitirán refinar los programas de manejo de la oferta para otras hortalizas.

Utilización “economías de escala” en la Comercialización de insumos y servicios.

Que conlleva, reducción costos e incremento de la competitividad.

En este aspecto los eslabones de la cadena, representados en la Mesa de Comercialización se comprometen a presentar resultados contra objetivos fijados a principios año

4.1.2 Investigación y Transferencia de Tecnología

Como elemento transversal fundamental, se estableció que las labores de la cadena deben ir dirigidas, a producir eficientemente con sistemas de calidad en agricultura limpia y/o orgánica para los mercados nacional e internacional.

Dicho en otras palabras los esfuerzos de la Cadena deben dejar a un lado la agricultura convencional, agresiva contra el medio ambiente y trabajar en un tipo de horticultura respetuosa de la naturaleza, el consumidor y el obrero campesino.

Los eslabones se comprometieron a trabajar puntualmente en las siguientes Líneas de Acción:

Regionalización.

Identificar la vocación agroecológica de las regiones hortícolas para aquellos productos que requiere el mercado.

El primer paso es ejecutar el componente tecnológico del estudio de zonificación. (Plan Hortícola).

A continuación se debe implementar progresivamente la regionalización. En el 2010, no podrá hacerse ninguna inversión y proyectos del Estado, ni tampoco recursos de crédito para determinada especie si no se encuentran en las zonas delimitadas.

Recursos Genéticos.

Todos los aspectos relacionados con semillas y plántulas, paso inicial al camino a la competitividad.

En primer lugar la Cadena debe concertar con ICA, Corpoica, importadores de semillas, plantuladores sobre disposiciones y regulaciones materiales de siembra.

A continuación poner en marcha programa nacional de evaluación de semillas.

Esto permitirá la evaluación del material de siembra, que no debe ser coyuntural por proyectos, sino que debe atender a toda una política del Ministerio.

Los resultados de estas evaluaciones deben revisarse semestralmente en lo relacionado con comportamiento agronómico, rendimientos, resistencia plagas y enfermedades, análisis posibilidad de transmisión enfermedades por semilla.

Manejo Integrado del Cultivo.

Buscar productos competitivos por precio y calidad, trabajando: recurso hídrico en lo relacionado a calidad y cantidad, manejo plagas y enfermedades, producción y manejo de bioinsumos, manejo nutrición y recurso del suelo, manejo postcosecha, manejo modelos predictivos, desarrollos tecnológicos y otros.

Otro compromiso de los firmantes es el de construir cada año, las Agendas Tecnológicas regionales y la Agenda Nacional de la Cadena.

Este desarrollo permitirá Identificar y ejecutar cada año proyectos claves de la Cadena, de acuerdo a la Agenda tecnológica. Las prioridades establecidas en las Agendas tecnológicas deben cumplirse en un 100 %

Transferencia y Capacitación en Tecnología.

Adopción por parte de los agricultores y otros eslabones de la Cadena, de los resultados de la investigación, disminuyendo la “Brecha Tecnológica”. La Cadena procurará que todos los proyectos tengan involucrado el componente de transferencia, que es el producto que en últimas se les entrega a los agricultores.

En este aspecto es muy importante el papel de la Cadena para reunir las entidades que trabajan el tema: Corpoica, SENA, universidades, Secretarías Agricultura. El objetivo es coordinar actividades e identificar indicadores de Transferencia. Las estrategias a seguir pueden ser los Umatas, los Centros Provinciales de Gestión

Este trabajo debe ser evaluado anualmente por medio de los indicadores de adopción de tecnología. El principal indicador es el de la productividad, expresada en rendimiento por hectárea. El objetivo es aumentarla anualmente el 5 %, hasta llegar a un aumento mínimo del 25 % en el 2010

Desarrollo Agroindustrial de la Cadena Hortícola.

En el comercio mundial de los procesados cada día cobran mayor importancia los productos procesados (casi el 40 % del mercado en el 2004)

El primer objetivo puntual de la Cadena, es ejecutar la encuesta nacional agroindustrial hortícola, para conocer de “primera mano” las necesidades de ciencia e innovación de este subsector de la Cadena Hortícola.

Este documento es básico para que el gobierno pueda determinar una política agroindustrial, que analice necesidades investigación tecnológica, sistemas de información, formación de recursos humanos, mercados, infraestructura etc.

..

Acceso Real a los Mercados.

El levantamiento de las Barreras Fitosanitarias permite que el acceso a los mercados no sea nominal, sino que realmente sea efectivo.

Apoyar al ICA, al CEF,⁹ para elaborar estudios de Análisis de Riesgos de Plagas (ARP) y Enfermedades (ARM) y desarrollo sistemas de mitigación de plagas y enfermedades.(SMP Y SME), es una Línea de acción muy clara para la Cadena.

Desarrollar escenarios para trabajar análisis de riesgos, hacia otros destinos como la Unión Europea, Japón etc.

Los firmantes del acuerdo se comprometen a establecer cada año, programa anual proyectos sector fitosanitario y a controlar y realizar seguimiento anual de los logros conseguidos de acuerdo a los objetivos fijados.

Agricultura Protegida.

Uso de invernaderos y coberturas al suelo que permiten manejar diversas variables como clima, agua, humedad relativa, luz, dando como resultado mas productividad , calidad y posibilidad de romper hasta cierto punto estacionalidad de la oferta..

Un objetivo claro y a corto plazo de la Cadena es el de realizar el Encuentro Nacional de Agricultura protegida, para fijar objetivos y priorizar especies de acuerdo a herramientas tecnológicas y mercado.

Los objetivos se deben concretar en proyectos, que deben ser evaluados anualmente para conocer el desarrollo de los programas y proyectos de la horticultura plastificada.

Certificación.

Implementar certificados Buenas prácticas Agrícolas y/o de Agricultura orgánica como herramientas de competitividad. Para comprobar a terceros que el producto colombiano goza de inocuidad y ha sido respetuoso del medio ambiente.

⁹ CEF. Centro de Excelencia Fitosanitaria, producto del convenio ICA y APHIS (USDA).

Progresivamente debemos buscar mínimo que el 80 % de la producción hortícola colombiana deberá estar certificada bajo protocolos de Buenas Prácticas Agrícolas y/o de Agricultura Orgánica. De no lograrlo, no seremos competitivos en los mercados internacionales y a larga por los vientos de apertura comercial mundial, tampoco en los nacionales.

Para lograr estos objetivos los eslabones de la cadena se comprometen a desarrollar proyectos de Implementación de protocolos de Agricultura Limpia que permitan la certificación de la producción, desarrollando en lo posible modelos asociativos de certificación.

4.1.3 Fortalecimiento gremial y empresarial

Creación de empresas hortícolas.

Convertir las oportunidades en ingresos mejorando la competitividad gracias al emprendimiento.

Los miembros de la cadena se comprometen a establecer alianzas estratégicas con instituciones de apoyo, como el SENA y las universidades, para el desarrollo del emprendimiento en diversos niveles.

Estas acciones deben concretarse mínimo anualmente, en el desarrollo de un proyecto de desarrollo empresarial en todas las regiones hortícolas.

Conocimiento Real de la oferta hortícola.

Existen dudas sobre la seguridad de la información del área sembrada, que debe ser subsanada.

La Cadena debe a muy corto plazo, empezar a celebrar reuniones con el Ministerio de Agricultura y las Secretarías de Agricultura en todas las regiones, para revisar e implementar nuevos sistemas de recolección de información regional de las áreas sembradas que le den confiabilidad al sistema.

Igualmente debe trabajar en el control y seguimiento de la nueva metodología adoptada, para que la información generada corresponda a las necesidades del sector en cuanto a veracidad y oportunidad.

Desarrollo Capital Social (Activos del Conocimiento)

Búsqueda y apropiación de nuevas ideas, como la más valiosa fuente de competitividad que pueda tener una organización.

Conseguir financiación de un 80 % a las empresas asociativas, para el desarrollo de proyectos enfocados a la conectividad, que permitan expandir el conocimiento en las diferentes actividades de la Cadena.

El objetivo es que en el 2010, todos los eslabones de la cadena estén interconectados, funcionando en tiempo real.

Visión Prospectiva.

El asunto no tiene que ver, con decir lo que va a suceder, sino identificar las oportunidades que pueden aprovecharse y en que áreas se puede desarrollar el conocimiento.

Con este objetivo se acordó, que la Cadena debe organizar talleres para capacitar a los diferentes eslabones en visiones de largo plazo, construyendo redes compartidas y dándoles las herramientas para ponerlas a funcionar.

Formación de Clústeres.

Para beneficiarse de las ventajas que brindan las “economías de escala” y los sinergismos resultantes de la interacción con otras empresas proveedoras de insumos y servicios, en una zona geográfica determinada.

Esta línea de acción, debe empezar por ejecutar el proyecto de zonificación hortícola a nivel regional.

Posteriormente es necesario identificar clústeres o nódulos donde se van a implementar los proyectos modelos agroindustriales.

A continuación es necesario elaborar y poner en marcha un programa permanente de capacitación de los clusters.

Este trabajo debe ir hasta la priorización y ejecución de los proyectos pilotos en las regiones escogidas.

Muy importante en este aspecto, trabajar con los esfuerzos regionales que ya se han iniciado, como es el caso de la Cámara de Comercio con el Megaproyecto Industrial de la Sabana de Bogotá.

Fortalecimiento Gremial.

Empoderamiento del sector productivo ante otros sectores y entidades públicas y privadas, buscando un equilibrio entre los diferentes eslabones, para darle a la Cadena sustentabilidad y sostenibilidad.

En estos aspectos, la Cadena se compromete a apoyar decididamente a ASOHOFrucol, para la presencia proactiva de los productores hortícolas en los comités regionales..

Igualmente en articular el trabajo de la cadena en las regiones con los comités regionales de Asohofrucol, para desarrollar coordinadamente proyectos y acciones integrales, novedosas y muy objetivas.

Disminuir informalidad en la comercialización.

Se dimensiona el sector, aumentan los recursos parafiscales.

Los miembros de la Cadena se comprometen a trabajar en el tema. Consideran que el camino para lograrlo, es involucrando a los comerciantes de las Centrales de Abasto en la Cadena, desarrollando proyectos conjuntos intereslabones en temas como Incremento producción, posicionamiento productos limpios, campañas de consumo.

Organización de la Cadena.

Para que la cadena de hortalizas llegue a la competitividad, firmando y operativizando los Acuerdos a nivel nacional y regional.

El paso inicial esta dado por la conformación de las Mesas Temáticas de la Cadena, para trabajar en la identificación e implementación de las líneas de Acción, como una respuesta a las problemáticas planteadas en los DOFAS y de acuerdo a los parámetros de la Ley 811 del 2003.

A continuación se debe firmar y registrar ante el Ministerio, el Acuerdo de Competitividad y conformar el Consejo Hortícola Nacional y los Consejos Hortícolas regionales, que deben convertirse en asesores de las políticas e inversiones del Ministerio en el Sector Hortícola..

La fase operativa de la Cadena, se inicia formalmente con la realización de un plan de trabajo a corto, mediano y largo plazo de acuerdo al trabajo realizado en las mesas temáticas.

Muy importante el compromiso de todos los miembros de la cadena, para actuar con sentido de pertenencia y ser proactivos para conseguir los objetivos propuestos en los Acuerdos de Competitividad.

Precisamente sobre este tema, se considero muy importante que a nivel de Mesa y Consejos se hiciera una evaluación semestral de los objetivos propuestos.