

Cali, enero 14, 2019.  
**Actualizado:** domingo, enero 13, 2019 22:44

LA INFORMACIÓN NO TIENE PRECIO.

✉ [Suscríbete a nuestro boletín de noticias](#)



Valle Del Cauca

enero 13, 2019

Beneficio para once municipios del Valle

## Estudio revela encadenamientos productivos para el Valle



Un estudio, contratado por Planeación Municipal, dejó planteadas unas fichas de proyectos de encadenamientos factibles para el desarrollo de proyectos productivos que beneficiarían a los productores agrícolas de 11 municipios del Valle, incluido Cali.

Estos son: Implementación de una comercializadora con enfoque social para los pequeños productores del G11, fortalecimiento de la comercialización de la producción agrícola familiar mediante encadenamientos de cadena corta, fortalecimiento de la agroindustria artesanal y encadenamientos productivos con productores primarios de caña y viche, fortalecimiento de los procesos de producción y comercialización de bananito y la implementación de huertos hortofrutícolas familiares con prácticas agroecológicas y encadenamientos productivos con plazas de mercado, mercados campesinos y tenderos.

Cali, como municipio líder de la Región de Planeación y Gestión RPG G11, presentó recientemente un estudio de factibilidad sobre encadenamientos productivos entre pequeños productores y la demanda empresarial de la región metropolitana de Cali y Buenaventura, con el objetivo de buscar estrategias que mejoren los ingresos de los productores de la zona y que aseguren la oferta de alimentos para la población residentes en los 11 municipios de la RPG.

Dicho estudio realizó un diagnóstico con 19.801 productores de los 11 municipios, de los cuales 1.317 son de Cali.

Igualmente se hicieron 429 encuestas (de 6.141 mipymes identificadas) entre representantes de las mipymes, de las cuales 275 están ubicadas en la capital del Valle.

**Conquistar mercados**

Varias conclusiones deja este estudio, entre ellas, que la forma de garantizar la sostenibilidad financiera de los productores está en la conquista de mercados locales próximos a los centros agrícolas, la implementación de prácticas de agricultura ecológica y la potenciación de productos que en la ladera no generen afectaciones negativas en los ecosistemas. Este reto requiere un compromiso de entidades públicas y privadas (con cooperación internacional inclusive) que brinden soporte, acompañamiento y recursos de inversión.

Igualmente, en el aspecto de la demanda, se indica que el mercado compra lo propio, lo autóctono, lo local y en la actualidad cuenta con más conciencia social, entendida como aquella de apoyo al campesinado, factores que deben aprovecharse diferenciando los productos con marcas distintas ya sean individuales y/o del territorio, atendiendo la estrategia One Village One Product "Mi pueblo, mi producto, mi orgullo" liderada por el Departamento Nacional de Planeación.

Una forma de reducir la intermediación es con la economía solidaria, lo cual se materializa con acciones de comercio justo, disminuyendo la intermediación y generando pago de precios equitativos al productor.

**Con respecto a los productores agrícolas**

El ingreso mensual promedio de un productor en Cali es de \$440.000 y el promedio del G11 es de \$500.182: Los que tienen mejores ingresos son los de Vijes (\$750.000) y los de menores ingresos son los de Buenaventura (\$360.000).

La mayoría de los productores no trabajan asociados. Sin embargo, hay ejemplos en la región para destacar como ejemplos. En Palmira, hay una iniciativa de encadenamientos innovadores entre pequeños productores con los tenderos del casco urbano y recientemente con familias de condominios residenciales.

Asoyumbillo canaliza su oferta de hortalizas y frutas a la plaza de mercado local de manera directa y con impulso de la Umata de Yumbo.

Uneprocumbre ha iniciado con el mercado campesino como alternativa de comercialización directa tras analizar que los productos se encarecen en precio cuando salen del municipio pasan por Cavasa o Santa Elena y retornan a la localidad.

La Umata de Dagua viene fortaleciendo el mercado y se han realizado ruedas de negocios con potenciales compradores. Uno de sus grandes desafíos es añadir valor a productos como la piña.

La Secretaría de Agricultura y Ambiente de Candelaria y el Sena desarrollan el montaje y puesta en marcha de una empresa agroindustrial solidaria para añadir valor a los productos de los pequeños agricultores de la región.

En Cali, la Red de mercados campesinos y Asoproorgánicos son líderes y referentes nacionales de mercado agroecológico.

Se estima que los precios de los agroproductos en ese mercado puede tener un incremento entre el 30 % y 45 % con relación a los precios en otros mercados.

**Con respecto a la demanda**

Los productos más demandados por las mipymes (agroindustria, fruiter, hoteles, restaurantes, supermercados y tiendas) son: papa, plátano, maíz, tomate y zanahoria, con compras superiores a 40 toneladas/mes. Entre 20 y 39 toneladas al mes, estos negocios adquieren: arroz, lechuga, cebolla larga y cabezona, ahuyama y papa criolla.

Las plazas de mercado son el canal de mayor uso (51 %) para la proveeduría de las mipymes encuestadas (en esta región se destaca principalmente el sector de Santa Elena), seguido de los comercializadores directos (23 %) y Cavasa (18%).

La demanda estimada de productos hortofrutícolas para el año 2019 en la RPG del G11 es de 156, 1 toneladas al año y representa un valor aproximado de \$237.000 millones. (Demanda con valor agregado diferencial: productos agroecológicos y amigables con el medio ambiente).

[Facebook](#)[Twitter](#)[Messenger](#)[WhatsApp](#)