

**ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA
AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN
FAO**



**Cadenas de abastecimiento y distribución de alimentos en la
ciudad de Manizales**

Documento de trabajo

Elaboró: Carlos Alberto Gómez Agudelo

Coordinación general: Maritza Rodríguez Reyes

Proyecto TCP/COL/3202

“Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales”

Supervisión técnica: Olivio Argenti (FAO/AGS)

Manizales, enero de 2010

© FAO 2010

Tabla de contenido

1. Introducción.....	6
2. Justificación.....	7
3. Objetivo general	9
4. Metodología.....	9
5. Marco de referencia	11
5.1. División administrativa de Manizales	11
5.2 Descripción de los puntos de acceso de los alimentos a Manizales	13
5.2.1 Accesos carreteables intermunicipal sector La Uribe.....	14
5.2.2 Accesos carreteables intermunicipal Sector Maltería.....	14
5.2.3 Acceso interveredal La Linda.....	16
5.2.4 Acceso interveredal Neira y Villamaría	17
5.2.5 Acceso aéreo a Manizales	18
5.3. Condiciones del transporte de carga que llega a Manizales	18
5.4. Volumen de alimentos que llega a Manizales	20
5.4.1. Ingreso de alimentos a las principales plazas de mercado en Colombia	21
5.5 Origen de los alimentos que llegan a Manizales	23
6 Caracterización de los principales agentes de los canales de distribución de alimentos en Manizales	26
6.1 Productor	28
6.1.2 Intermediario acopiador rural	31
6.1.3 El mayorista.....	32
6.1.4 El tendero.....	35
7. Caracterización del consumidor manizaleño	37
7.1 Mercado institucional	41
8. Mercado agroindustrial local	44
9 Caracterización de los canales de abastecimiento y distribución de alimentos agrícolas en Manizales.....	46
9.1 Relación entre productor - canal mayorista- canal minorista	48
9.1.1 Tiendas	49
9.1.2 Mercado libre de Peralonso	53
9.1.3 El mercado del barrio Aranjuez.....	54
9.1.4 Supermercados de barrio	54
9.2 Relación entre productor – supermercados de cadena – consumidor.....	55
10. Análisis de márgenes de comercialización por canal	56
10.1 Cálculo de los márgenes	57
10.2 Precios para los 15 productos seleccionados y sus diferencias relativas.....	58
10.2.1 Márgenes brutos	61
11. Equipamiento de abastecimiento y distribución de alimentos en Manizales	62
11.1 Plaza de mercado “Galería”.....	65
11.1.1 Consideraciones frente a la renovación de la plaza de mercado	68
11.2 Frigocentro - Central de sacrificio.....	70
12. Medios, condiciones, tiempos y costos de transporte de productos agrícolas en Manizales.....	73

12.1 Para el pequeño productor	74
12.2 Para el intermediario y mayorista de la plaza de mercado	76
12.3 Para minoristas	79
13. Pérdida de productos	80
13.1 Pérdidas de los productores de la zona rural de Manizales	81
13.2 Pérdidas de los mayoristas en la plaza de mercado	82
13.3 Pérdidas de los minoristas	84
14. Cumplimiento de las normas para el manejo del producto en la cadena de abastecimiento de alimentos en Manizales.....	85
14.1 Transporte del producto agropecuario	85
14. 1.1 Transporte de productos agrícolas frescos.....	85
14.1.2 Transporte de animales en pie	85
14.2 Red de frío	86
14.3 Infraestructura para el almacenamiento y venta de productos alimenticios.....	87
14.4 Causas del incumplimiento de la normatividad.....	89
15. Políticas municipales y nacionales que promueven y facilitan la integración de los pequeños productores a los mercados locales	90
16 Impacto de las políticas municipales y nacionales	91
16.1 Asistencia técnica rural.....	93
16.2 Programa agro ingreso seguro (AIS)	94
16.3 Proyecto “Apoyo a Alianzas Productivas- PAAP Fase II”	95
16.4 Convenio de créditos FORAD.....	96
16.5 Programa municipal de seguridad alimentaria y nutricional.....	96
16.6 Plan de desarrollo rural de Manizales 2008 – 2011.....	97
17. Demanda de la ciudad que puede ser atendida con oferta de pequeños productores rurales del municipio	97
18. Conclusiones.....	101
19. Recomendaciones	105
20. Estrategias y planes de acción	108
20.1 Estrategia “Reorganización y cualificación de los diferentes equipos técnicos de las Secretarías de la Alcaldía, en función de las estrategias diseñadas para el SADA”.	108
20.2 Estrategia “Establecimiento de centros de acopio, para los pequeños productores, acordes a las condiciones específicas de los productos alimenticios a acopiar”.	109
20.3 Estrategia “Integrando a los pequeños productores al mercado institucional, de los programas nutricionales de la Alcaldía de Manizales”	110
20.4 Estrategia “Acercamiento de los tenderos y del consumidor al pequeño productor a través de mercados itinerantes y de Peralonso”.....	113
20.5 Estrategia “Integración de los pequeños productores a la comercialización con el mercado agroindustrial”.	116
20.6 Estrategia “Fortaleciendo conocimiento y competencias a funcionarios y contratista de la Alcaldía de Manizales”	118
20.7 Estrategia “Reestructuración de la plaza de mercado de Manizales”	120
21. Resultados esperados en el corto y mediano plazos	122
22. Bibliografía.....	123
23. Anexos.....	129

Anexo 1. Accesos y puntos de abastecimiento y distribución de alimentos para Manizales.....	129
Anexo 2. Encuesta realizada por la Alcaldía de Manizales.....	130

Cadenas de abastecimiento y distribución de alimentos en la ciudad de Manizales

1. Introducción

Para el año 2009 la población de Manizales es de 386 931 habitantes, contando con 26 909 habitantes del área rural en sus siete corregimientos (Colombia, la Cristalina, el Remanso, Panorama, Corredor agroturístico, el Manantial y Río Blanco). La ciudad está interconectada con todos los municipios del Departamento de Caldas y con los Departamentos de Antioquia, Risaralda, Tolima, y Cundinamarca a través de su red vial y troncales complementarias que cruzan Manizales - Aranzazu - Aguadas - La Pintada y Petaqueros – Manzanares - Pensilvania. Aún teniendo la posibilidad de abastecerse de un importante número de productos agrícolas por las condiciones agroecológicas de sus tierras, el abastecimiento de alimentos se hace desde fuera de la ciudad.

Este trabajo estudia las condiciones de abastecimiento, entre tipos de productos, cantidades y orígenes, así mismo los márgenes comerciales en los canales de distribución para los productos determinados con base en la Canasta Básica de alimentos de Manizales. Concretamente se contrasta, identifica y mide el efecto que ejercen, sobre la evolución de los márgenes comerciales, dos variables clave para los canales de distribución analizados, las fluctuaciones de los precios en origen y las oscilaciones de la demanda final, para identificar con el estudio las posibilidades de abastecimiento que sean rentables y sostenibles y que a la vez involucren de forma directa a los pequeños productores rurales de Manizales, entre ellos: los canales mayorista y minorista (mercado libre, tiendas, supermercados) y mercados como el institucional y el agroindustrial. Irá de la mano del estudio, el análisis crítico de las políticas municipales y nacionales vigentes que promueven y facilitan la integración de los productores a los mercados locales.

Al identificar los medios de transporte, las condiciones y costos de éste, el origen de los productos, y cruzar esta información con la oferta posible del área rural y la demanda de la ciudad, con especial atención en los posibles canales a utilizar, se podrán diseñar estrategias que permitan en el corto y mediano plazos vincular a estos productores rurales con el mercado, de forma más directa, indagando la posibilidad de disminuir los intermediarios en la comercialización, mejorar la calidad de los productos ofrecidos, así mismo el volumen y la variedad, para brindar productos más económicos a los consumidores y de mejor calidad, al reducir el exceso de manipuleo en los canales y los tiempos de tránsito entre regiones, posibilitando los espacios suficientes en condiciones adecuadas, generando vínculos comerciales más directos entre productores rurales pequeños y medianos, con los consumidores finales, tanto de los hogares como del sector institucional.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO con el proyecto TCP/COL/3202 , “*Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales*”, en cooperación con la Alcaldía de Manizales, desarrolla el estudio del componente canales de abastecimiento y distribución

de alimentos, como parte fundamental en la estrategia del Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA).

2. Justificación

La Alcaldía de Manizales en cooperación con La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO, ha priorizado el análisis diagnóstico del actual modelo de abastecimiento y distribución de alimentos en la ciudad, enmarcado en el proyecto TCP/COL/3202, "Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales". Particularmente en esta investigación se estudia lo referido a los canales de abastecimiento y distribución de alimentos. Dadas las condiciones de abastecimiento y distribución de alimentos actuales en Manizales, se genera la necesidad de realizar la presente investigación, para identificar la problemática de la producción local y los canales de abastecimiento y distribución de alimentos, identificando las ineficiencias de los canales de distribución para proponer estrategias que mejoren el proceso para llegar con mejores precios al consumidor.

Un análisis general de la tendencia productiva en el país, muestra una tasa de crecimiento de la producción de los cultivos transitorios del 2,03 por ciento, y de los permanentes del 2,79 por ciento para los últimos quince años, superior a la tasa de crecimiento de la población, que según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) es de 1,2 por ciento anual¹. Aún así se encuentra que un número significativo de habitantes no tienen acceso a los alimentos de manera suficiente y con adecuada calidad, situación que se hace más evidente en las capitales de departamentos en donde se concentra la población del país, y a donde llegan los habitantes rurales que han sido desplazados por la violencia. En la actualidad el país registra 2,5 millones de personas desplazadas entre 1997 y marzo de 2008, con una tasa de crecimiento promedio anual del 16 por ciento². Diversos estudios realizados hasta ahora en Colombia han demostrado que la situación de inseguridad alimentaria de la población colombiana no es causada precisamente por problemas de disponibilidad de los alimentos. Un factor limitante en las condiciones de acceso en Manizales, es la falta de recursos económicos, en particular en los estratos bajos, dadas las difíciles condiciones económicas actuales que afectan al municipio y que se reflejan en una baja capacidad adquisitiva de algunos sectores de la población.

El impacto en Manizales será importante, siendo una ciudad que cuenta con índices de pobreza del 46,2 por ciento en 2006 y de indigencia es del 7,4 por ciento³, que en términos

¹DANE. 2007 *Proyecciones nacionales y departamentales de población, 2006-2020*. Septiembre de 2007. Bogotá D.C. (Colombia). (Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf).

²Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional. Sin fecha. *Registro Único de Población Desplazada*. (Colombia). (Disponible en: <http://www.accionsocial.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=383&conID=556>, visitado el 18 de julio de 2009).

³Caracol Radio Colombia. 2007. *Misión para el diseño de una Estrategia para la Reducción de la Pobreza y la Desigualdad*. Citado en *De cada 100 campesinos que viven en Colombia, 62 son pobres y 25 indigentes*. 27 de marzo de 2007. Bogotá D.C. (Colombia) (Disponible en: <http://www.caracol.com.co/noticias/407527.asp?id=407527>).

absolutos corresponde a 191 mil habitantes. De otra parte, si se analizan los precios mayoristas absolutos de algunos de los principales alimentos que conforman la canasta básica de la población de menores recursos, se encuentra que para los últimos diez años, el arroz tanto en calidad primera como segunda, prácticamente ha triplicado su precio. La panela, en la variedad que se comercializa en Manizales, ha pasado de los 400 COP⁴ por unidad en febrero de 1997 a 1 300 COP por unidad en el 2009⁵. Adicionalmente, la canasta per cápita de alimentos calculada para el 2005⁶, determina que la ciudad de Manizales cuenta con una de las canastas de alimentos más costosa: 1 105 COP/persona/día, mientras que el promedio nacional es de 1 005 COP/persona/día⁷, teniendo en cuenta que las familias de ingresos bajos destinan la mayor parte de ellos para alimentarse. Una familia que recibe únicamente un salario mínimo, probablemente destinará el 60 por ciento, o más en la compra de comestibles⁸.

Para la Alcaldía de Manizales identificar y caracterizar los canales de abastecimiento y distribución de los principales alimentos perecederos (frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos), con especial énfasis en el análisis de los factores de costo, ingresos, dificultades y los riesgos que enfrentan los agentes en los canales, es una necesidad para, a fin de tomar medidas y diseñar estrategias de trabajo, que contribuyan a mejorar la disponibilidad, acceso y consumo de alimentos en los estratos más vulnerables, que según el SISBEN son alrededor de 226 579 personas pertenecientes a los estratos uno, dos y tres⁹, que equivalen al 58 por ciento de la población.

Siendo el SISBEN un indicador de pobreza, sus cifras para la ciudad muestran con preocupación que más de la mitad de la población se encuentra en condiciones de vulnerabilidad. Con el apoyo de la alcaldía y sus funcionarios, sumando la experiencia de la FAO, se realizó esta investigación, que entrega información de utilidad para la alcaldía y sus instancias directivas encargadas de diseñar, planear y ejecutar los programas de fomento a la producción, abastecimiento y distribución de los alimentos que satisfagan las necesidades de sus habitantes, con la posibilidad de vincular a los pequeños productores rurales del municipio a mercados locales entre ellos el institucional, el mercado libre de Peralonso y mercados itinerantes en el corto plazo y al mercado convencional en el mediano plazo. Todo esto una vez superadas las limitaciones actuales en producción, administración, mercadeo y asociatividad de los productores.

⁴ COP: pesos colombianos de acuerdo con la norma ISO 4217.

⁵ **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia. Agronet** 2009. *Análisis y estadísticas*. (Colombia). (Disponible en: <http://www.agronet.gov.co/agronetweb/AnalisisEstadisticas/tabid/73/Default.aspx>).

⁶ **Departamento Nacional de Planeación (DNP), Consejo Nacional de Política Económica Social (CONPES)**. 2008. *Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Documento Conpes 133*. Marzo de 2008. Bogotá D.C. (Colombia). Pág. 11.

⁷ Como referencia, la ciudad más barata es Pasto con 758/persona/día, y otras ciudades similares a estas son Pereira (1.086), Cartagena (1.066) y Cali (1.064).

⁸ **Raigosa, Blanca Edilia, Castaño Ramírez, Elmer**. 2009. *Geografía de la canasta familiar alimentaria de Caldas*. Editorial Universidad de Caldas. Marzo de 2009. Manizales (Caldas). Pág. 31.

¹⁰ Acuerdo 589 de agosto 31 de 2004, por medio del cual se establece la división del municipio de Manizales en comunas y corregimientos y conforme el decreto extraordinario 0042 del 28 de febrero de 2005, “Por medio del cual se asigna el nombre a las comunas y corregimientos del municipio de Manizales”.

3. Objetivo general

El objeto de esta investigación es identificar y caracterizar los canales de abastecimiento y distribución de los principales alimentos perecederos (frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos) de la ciudad de Manizales, con especial énfasis en el análisis de los factores de costo, ingresos, dificultades y los riesgos que enfrentan los agentes en los canales, para diseñar estrategias de trabajo orientadas a mejorar la eficiencia en la distribución de alimentos en la ciudad.

4. Metodología

El proceso investigativo constó de tres etapas.

En la etapa uno se tomó información secundaria y primaria (encuestas, entrevistas) sobre temas relacionados al abastecimiento de alimentos de la ciudad de Manizales como:

- Los puntos de acceso de los alimentos (encuesta realizada por la Alcaldía de Manizales en los cinco puntos de acceso de la ciudad a transportadores de alimentos). Ver Anexo 1.
- Los canales de distribución por grupos de productos; en particular aquellos de pequeños productores (encuesta realizada por la Alcaldía de Manizales a transportadores veredales y nacionales de alimentos, al mercado libre de Peralonso, mercado itinerante de Aranjuez, supermercados, tiendas de la ciudad y mercado institucional). Ver Anexo 2

En la etapa dos, se basó en el análisis de la información levantada con el apoyo de la Alcaldía de Manizales en lo referido a temas como:

- La demanda de alimentos de la ciudad que puede ser atendida con oferta de pequeños productores rurales del municipio.
- La canasta básica de alimentos para los estratos vulnerables en Manizales.
- La identificación de alternativas viables, modalidades y condiciones de vinculación de los pequeños productores rurales.
- El establecimiento de la tendencia de ventas y la estimación de los márgenes de comercialización a lo largo de la cadena: productor - por mayor - por menor, para los principales alimentos consumidos por los habitantes con menores recursos y cuantificar su incidencia en los precios al consumidor.
- Los medios, condiciones, tiempos y costos de transporte de cada uno de los agentes de las cadenas de los principales productos (con atención particular a los pequeños productores).
- La estimación de las pérdidas de producto (en cantidad y valor) para los principales productos alimenticios consumidos en Manizales y producidos en la región de Caldas y determinar las causas de estas pérdidas.

- La estimación de los márgenes comerciales de los productores rurales para los productos seleccionados y determinar su competitividad frente a otros agentes comerciales.
- El análisis del cumplimiento/incumplimiento de los estándares/normativa relativa a la infraestructura de almacenamiento y conservación (redes de frío), manejo del producto a lo largo de la cadena, sistemas de control de calidad, etc., e identificar las causas.
- El análisis crítico de las políticas municipales y nacionales vigentes que promueven y facilitan la integración de los pequeños productores a los mercados locales.

En el tema de los costos de producción se tomaron como referencia los costos esperados para la zona cafetera, elaborados por la Corporación para el Desarrollo de Caldas, donde se registran los costos detallados de mano de obra, insumos, transporte y además de los ingresos esperados, también como información financiera se tomaron indicadores de rentabilidad, como la Tasa Interna de Retorno (TIR) de los cultivos analizados en el presente estudio.

En la etapa tres, se sistematizó toda la información consignada en el presente documento.

5. Marco de referencia

5.1. División administrativa de Manizales

Por su situación geográfica y su empinada topografía, Manizales posee características de diseño y construcción particulares, ya que está ubicada en una cumbre de la cordillera Central a una altura de 2 150 msnm. En el sector centro de la ciudad se sitúa el eje histórico arquitectónico, conformado por barrios como Los Agustinos, San José y Hoyo Frío que fueron los primeros sitios de habitación, éstos conservan aún el trazado ortogonal original, al igual que barrios de períodos ulteriores como Chipre, y algunos barrios contiguos que fueron creciendo sobre el eje de la avenida Santander, principal vía de la ciudad, que se prolonga a partir de la carrera 23 desde el sector conocido como Fundadores hasta el barrio Alta Suiza al oriente de la ciudad, continuando longitudinalmente sobre el pico de la cordillera.

En el centro de la ciudad, dadas sus condiciones históricas de ocupación y las características urbanas de equipamiento, se ubica en términos de abastecimiento y distribución de alimentos la mayor representación de los canales mayorista, con la plaza de mercado y parte del canal minorista (tiendas, supermercados, vendedores ambulantes), así como diferentes industrias de transformación de alimentos. Los barrios de la ciudad se agrupan en 11 comunas¹⁰ compuestas cada una por al menos ocho barrios, Cuadro 1.

Cuadro 1. Distribución de la población por barrio, estrato y comuna

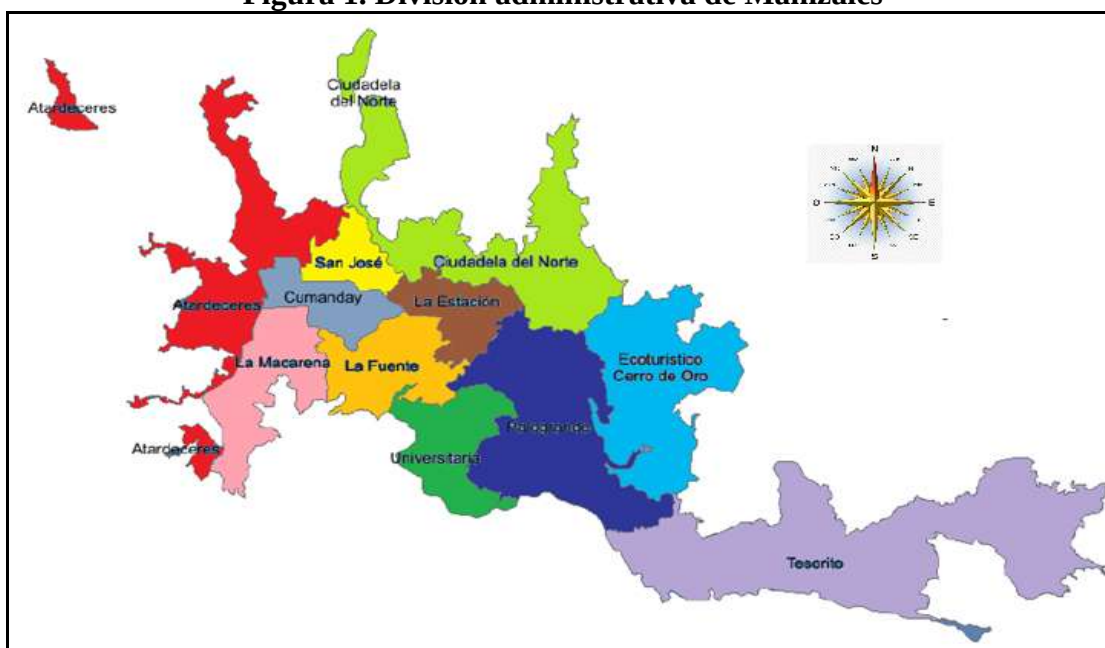
Comuna	N° de barrios	Estratos	Población	Participación (%)
Ciudadela del Norte	23	1,2,3	63 224	18
Tesorito	24	1, 2, 3, 6	22 359	6
Palogrande	32	4, 5, 6	25 046	7
Atardeceres	36	1, 2, 3, 4, 6	28 758	8
San José	17	1, 2, 3	25 676	7
Cumanday	10	3, 4	28 609	8
La Estación	16	3, 4, 5	21 487	6
Cerro de Oro	20	2, 3, 4, 5	30 381	8
Universitaria	21	1,2, 3	36 747	10
La Fuente	27	1, 2, 3, 4	43 651	12
La Macarena	22	1, 2, 3, 6	32 468	9
Total	248		358 406	100

Fuente: Cálculos de la Unidad Planeación Estratégica del municipio de Manizales con base en Base de datos Estratificación y Censo General 2005

¹⁰Acuerdo 589 de agosto 31 de 2004, por medio del cual se establece la división del municipio de Manizales en comunas y corregimientos y conforme el decreto extraordinario 0042 del 28 de febrero de 2005, “Por medio del cual se asigna el nombre a las comunas y corregimientos del municipio de Manizales”.

Las comunas más pobladas son: la cinco, Ciudadela del Norte, con 63 224 habitantes, la cual participa con el 18 por ciento de la población urbana de Manizales y predominancia de los estratos uno, dos y tres; la comuna 10 La Fuente, con 43 651 habitantes, que equivale al 12 por ciento de la población urbana de la ciudad y con presencia de los estratos uno al cuatro, y la comuna nueve, Universitaria con 36 747 habitantes y el 10 por ciento de la población de la ciudad con presencia de los estratos uno, dos y tres. Juntas estas comunas suman el 40 por ciento de toda la población urbana del municipio, Figura 1.

Figura 1. División administrativa de Manizales



Fuente: Wikipedia enciclopedia libre, (disponible en http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/62/Cumunas_de_Manizales.png), mayo de 2009.

El Cuadro 2, muestra los barrios más poblados en la ciudad entre los que están La Sultana, Cervantes, Villahermosa, La Enea; otros barrios con menor densidad poblacional son Malhabar, el Carmen¹¹.

Cuadro 2. Distribución de la población en los barrios más poblados

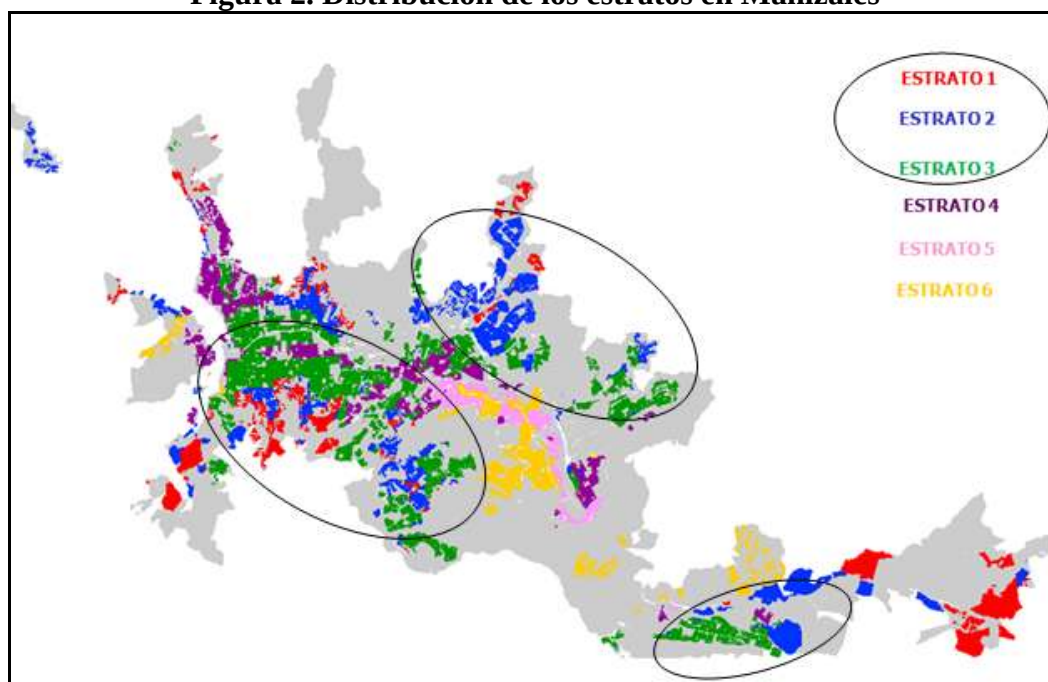
Comuna	Barrio	Población	Estrato
Cerro de Oro	La Sultana	10 014	3
Ciudadela del Norte	Bosques del Norte	8 329	2
Ciudadela del Norte	Villahermosa	10 899	2
Tesorito	La Enea	15 072	3
Universitaria	Malhabar	6 308	3
La Fuente	Cervantes	8 710	3
La Macarena	Carmen	6 202	1 y 2

Fuente: Construcción propia con base en información de Secretaría de Planeación, Alcaldía de Manizales

¹¹ **Alcaldía de Manizales.** 2009. Secretaría de Planeación de la Alcaldía de Manizales. *Documentos prediagnóstico SADA*. Manizales (Colombia).

En la Figura 2, se observa como la población de los estratos uno, dos y tres se concentra en las comunas de mayor número de habitantes, en una relación directa con las zonas que albergan la mayor cantidad de establecimientos del canal minorista de abastecimiento y distribución de alimentos para la ciudad. Para el año 2009 la población calculada total es de 386 931 habitantes, contando con 26 909 habitantes del área rural en sus siete corregimientos (Colombia, la Cristalina, el Remanso, Panorama, Corredor agroturístico, el Manantial y Río Blanco).

Figura 2. Distribución de los estratos en Manizales



Fuente: Alcaldía de Manizales. Secretaría de Planeación. Mayo de 2009

5.2 Descripción de los puntos de acceso de los alimentos a Manizales

Manizales está interconectada con todos los municipios del Departamento de Caldas y con los Departamentos de Antioquia, Risaralda, Tolima, y Cundinamarca a través de su red vial y troncales complementarias que cruzan Manizales - Aranzazu - Aguadas - La Pintada y Petaqueros - Manzanares - Pensilvania. Situada estratégicamente en el centro de las tres principales ciudades del país, con relaciones de distancia entre Manizales y Bogotá de 274 km; Manizales - Medellín, 180 km y Manizales - Cali 300 km. Con Pereira y Armenia se comunica a través de la Autopista del Café. La ciudad tiene cinco accesos carreteables que permiten la entrada de alimentos desde diferentes zonas del país, así:

- **Acceso Maltería:** al oriente de la ciudad. Vía a Bogotá, comunica a Manizales con los Departamentos de Tolima, Cundinamarca y municipios como Mariquita, Honda, La Dorada y Bogotá D.C.
- **Acceso la Uribe:** al sur de la ciudad. Vía a Chinchiná a través de la Autopista del Café. Comunica a Manizales con los Departamentos de Risaralda, Antioquia, Quindío, Tolima y Valle. Vía a Chinchiná a través de la salida a la Siria, comunica

a Manizales con los Departamentos de Risaralda, Quindío, Tolima y Valle; al igual que con sus capitales.

- **Acceso intermunicipal vía a Neira:** al norte de la ciudad, comunica a Manizales con los municipios del norte del Departamento de Caldas.
- **Acceso interveredal vía la Linda:** al noroccidente de la ciudad, comunica a Manizales con sus corregimientos en la zona noroccidental.
- **Acceso intermunicipal vía a Villamaría:** al sur oriente de la ciudad, comunica a Manizales con el municipio de Villamaría a través del puente Jorge Leiva.

El Anexo 1 muestra cada uno de los cinco accesos viales con los que cuenta la ciudad, a su vez se pueden observar la ubicación de los canales de abastecimiento y distribución de alimentos, con la ubicación de la Plaza de mercado, el mercado libre del barrio Peralonso, el mercado itinerante del barrio Aranjuez, el Frigorífico de la ciudad (Frigocentro S.A.), las tiendas y su distribución en el área urbana de Manizales.

5.2.1 Accesos carreteables intermunicipal sector La Uribe

Está localizado al occidente de la ciudad de Manizales en el sitio conocido como Estación Uribe. La vía cruza las veredas Alto Tablazo, Bajo Tablazo y el barrio Estambul, enlazando desde el área urbana con la Avenida Centenario. Confluye aquí la principal vía de acceso con la que cuenta la zona industrial y hace parte de la infraestructura vial nacional (denominada vía al Magdalena, por cruzar por este importante río colombiano). Presenta una carretera de dos carriles, con calzadas amplias, que permiten el acceso a las diferentes empresas del sector. En este punto conjugan diferentes corredores viales que sirven como entrada y salida de vehículos para ciudades como Medellín, Pereira, Armenia, Ibagué y Bogotá¹². Es camino obligado para utilizar la Autopista del Café, Figura 3.

Las restricciones en circulación se dan para los vehículos pesados, éstos no pueden circular por la vía antigua al municipio de Chinchiná, viéndose obligados a circular por la Autopista del Café como trayecto acondicionado para este tipo de tráfico.

5.2.2 Accesos carreteables intermunicipal Sector Maltería

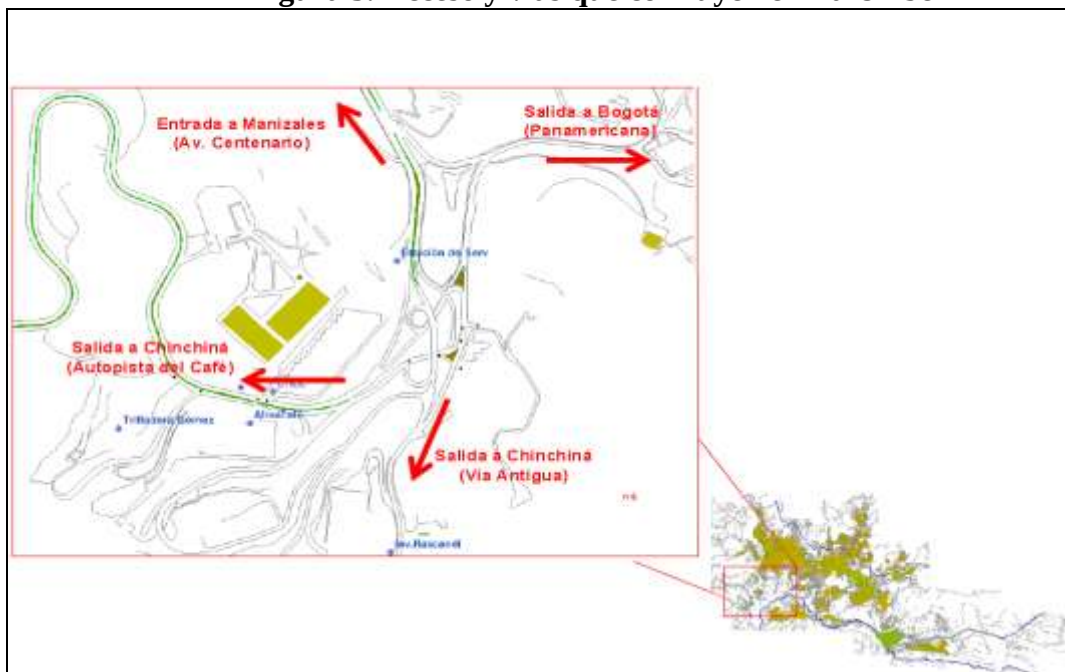
Se encuentra localizado al oriente de la ciudad, hacia la salida a los municipios del oriente Caldense y Bogotá. El sector de Maltería es parte de la más grande zona industrial de Manizales. La vía intercomunica la ciudad con el Recinto del Pensamiento, la zona industrial de la Enea, el parque industrial Juanchito y la zona industrial de Maltería¹³. La principal vía de acceso, la vía al Magdalena hace parte de la infraestructura vial nacional, presenta una calzada de dos carriles amplios, que permite el acceso a las diferentes

¹² **Movilidad Sostenible Ltda. TPD Ingeniería.** 2008. *Estudio de Movilidad para la Ciudad de Manizales, Fase Final. Informe 3 V1- Plan de ordenamiento logístico y de manejo de carga.* Contrato de servicios de consultoría SUB- 0000002941. Manizales (Colombia). Pág. 56.

¹³ Op cite. Movilidad Sostenible Ltda. TPD Ingeniería. 2008. Pág. 46.

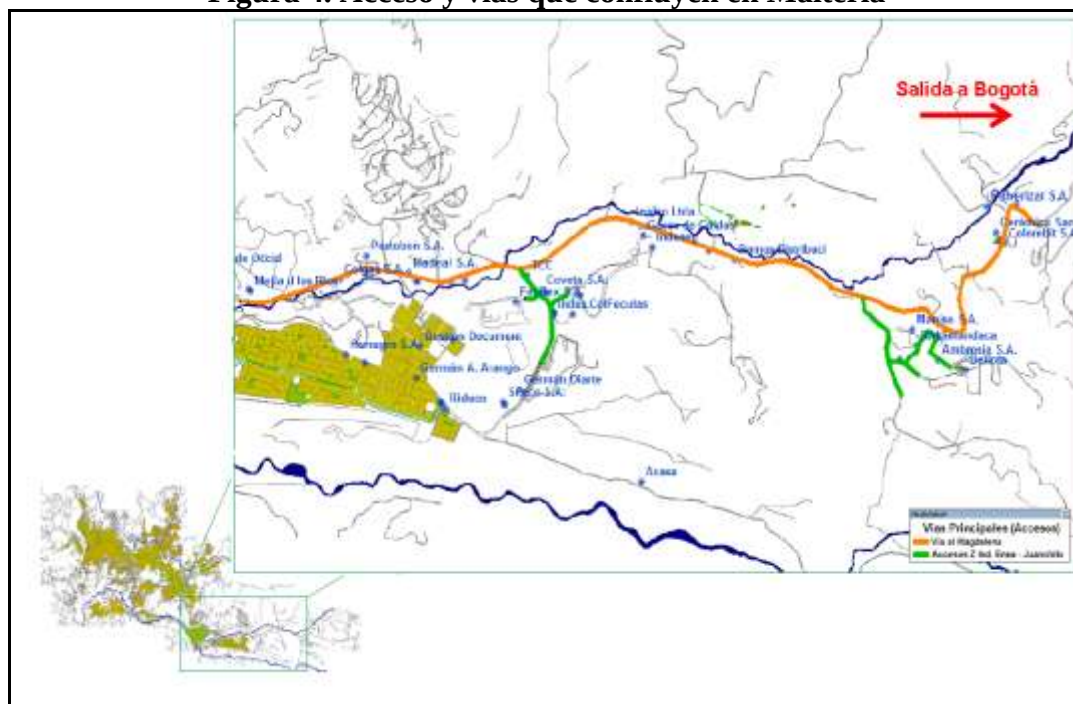
empresas (manufacturas, alimentos procesados, licores, repuestos para automóviles, química, etc.), Figura 4.

Figura 3. Acceso y vías que confluyen en La Uribe



Fuente: Estudio de Movilidad para la ciudad de Manizales, Fase Final Informe 3 V1. Abril de 2008.

Figura 4. Acceso y vías que confluyen en Maltería



Fuente: Estudio de Movilidad para la Ciudad de Manizales, Fase Final Informe 3 V1. Abril de 2008.

En la zona industrial Juanchito se han evidenciado problemas, porque la vía que interconecta esta zona industrial con el sector de Maltería no tiene las mejores características espaciales de diseño que permitan un buen desarrollo de las actividades de cargue y descargue. La Figura 5 muestra la invasión del espacio público y de vías por todo tipo de vehículos de carga y livianos. Evidenciándose como las empresas no cuentan con el suficiente espacio para parqueaderos, áreas de cargue y descargue, que permitan un buen desarrollo de estas actividades en esta zona, que hace parte de la sector industrial de Maltería¹⁴.

Figura 5. Sector industrial Juanchito



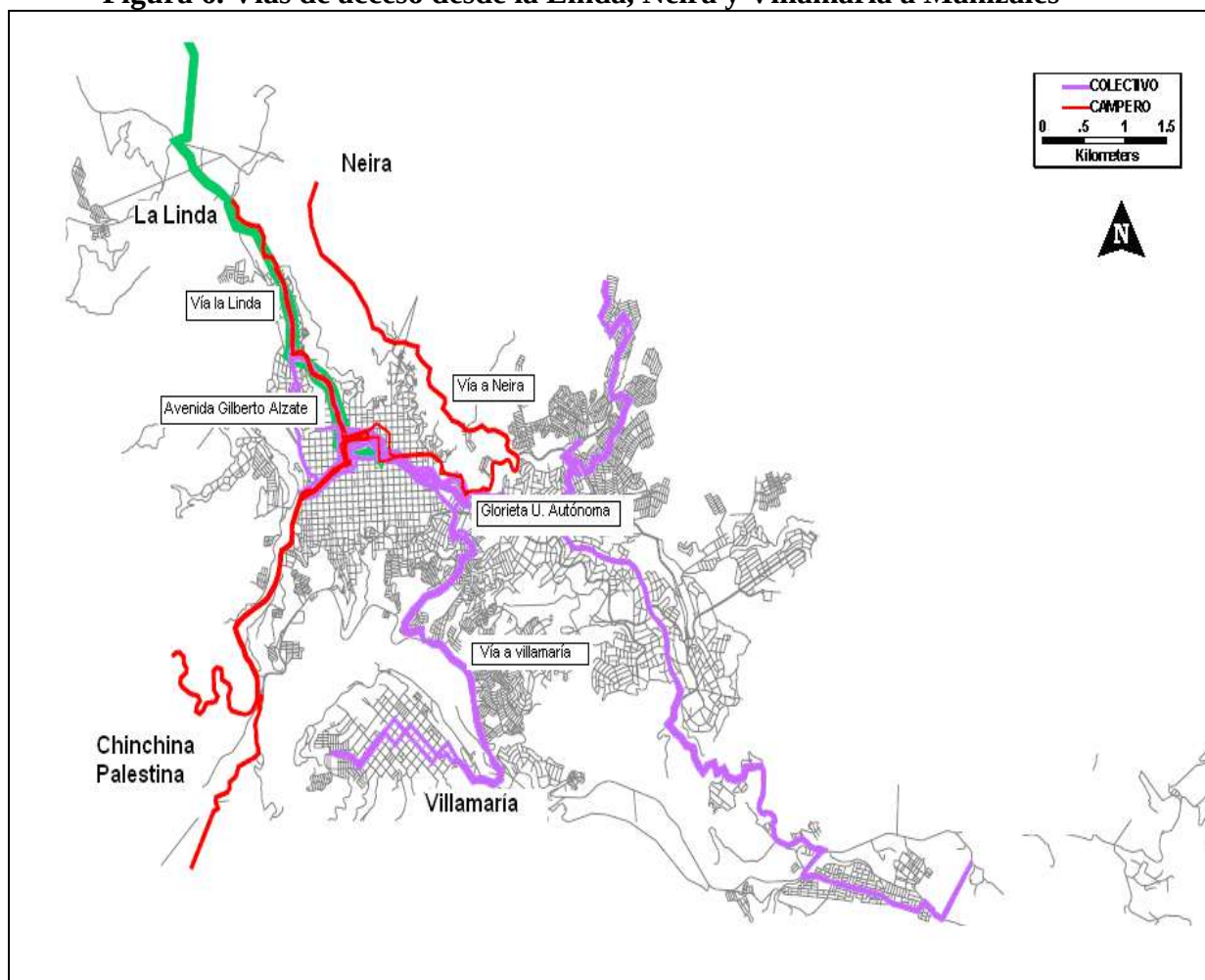
Fuente: Estudio de Movilidad para la Ciudad de Manizales, Fase Final Informe 3 V1. Abril de 2008.

5.2.3 Acceso interveredal La Linda

Para dirigirse hacia los corregimientos del noroccidente, de la ciudad se utiliza el acceso desde el barrio Villapilar con la Avenida Bernardo Arango, la cual cuenta con una doble calzada hasta llegar a la carrera 16. Antiguamente esta salida se utilizaba para el transporte que se dirigía hacia Medellín. La vía conecta con los corregimientos Remanso, Cristalina y Colombia, Figura 6.

¹⁴Op cite. Movilidad Sostenible Ltda. TPD Ingeniería. 2008. Pág. 47.

Figura 6. Vías de acceso desde la Linda, Neira y Villamaría a Manizales



Fuente: Estudio de Movilidad para la ciudad de Manizales, Fase Final Informe 4 V1. Julio de 2008.

5.2.4 Acceso interveredal Neira y Villamaría

La Figura 6 muestra la Avenida Gilberto Alzate que conecta el centro de Manizales con la glorieta de la Universidad Autónoma, donde empieza la Avenida Kevin Ángel, hasta llegar al cruce donde inicia la vía que comunica con la salida a los municipios de Neira, Filadelfia y Aranzazu, entre otros. Desde ese punto en adelante la vía es de una calzada y dos sentidos.

Es una vía con características representativas de la región; topografía abrupta, con pendientes fuertes con curvas de radio estrecho y longitudes verticales cortas. Por este motivo no son usadas para transporte pesado de carga, encontrándose normalmente tránsito de camiones pequeños no mayores a 10 toneladas y el típico transporte en buses y camperos para la carga interveredal. El municipio de Villamaría utiliza la vía Panamericana para conectarse con el centro de la ciudad de Manizales.

5.2.5 Acceso aéreo a Manizales

Manizales cuenta con el aeropuerto nacional la Nubia, con una pista de 1 400 metros lineales y presta sus servicios en la mañana de 6.00 a las 18.00. Debido a las condiciones climáticas variables de la zona, a menudo es cerrado por baja visibilidad¹⁵. Las restricciones del aeropuerto para el uso de su pista son: imposibilidad de operación de aeronaves en horario nocturno, uso restringido por asentamientos urbanos cercanos, restricciones topográficas dentro del área de aproximación de las aeronaves y condiciones meteorológicas adversas¹⁶. La construcción del Aeropuerto del Café se plantea como la solución para satisfacer las necesidades de transporte aéreo de la región centro sur del Departamento de Caldas, así como para algunas poblaciones del Departamento de Risaralda, constituyéndose en una iniciativa para el desarrollo económico y social de la región. Ubicado a 24 kilómetros de Manizales, a 26 kilómetros de Pereira, a 75 kilómetros de Armería y a 48 kilómetros de Cartago, busca prestar servicios aeroportuarios principalmente a la ciudad de Manizales y municipios vecinos, incrementando el número de usuarios y posibilitando el aumento de frecuencias y cantidad de vuelos en horarios diurnos y nocturnos¹⁷.

En cuanto a la accesibilidad y conectividad del aeropuerto con la infraestructura vial, el proyecto “Desarrollo Vial Armenia - Pereira - Manizales” (Autopista del Café), actualmente en ejecución, le proporcionará a la región futuros beneficios adicionales que se verán reflejados en menor tiempo de viaje desde las ciudades del eje cafetero, mayor seguridad y comodidad en los desplazamientos y menores costos de operación para los vehículos. Así mismo, el proyecto busca abrir las fronteras del comercio exterior mediante la creación de un nuevo nodo de transferencia de carga en la red de distribución física nacional, que permita la reducción de los costos del transporte aéreo, y de esta manera facilite y favorezca el intercambio de bienes y servicios de la región con el resto del país y el mercado externo¹⁸.

5.3. Condiciones del transporte de carga que llega a Manizales

Los vehículos utilizados para el transporte de la carga en general desde y hacia Manizales, son en su mayoría camiones de dos ejes con capacidad entre 10 y 18 toneladas, y camiones pequeños de dos ejes con capacidad entre tres y cinco toneladas o más. Las vías de mayor tránsito como la entrada desde Bogotá y la nueva Autopista del Café, registran todos los tipos de vehículos de carga, con mayor presencia de los vehículos con más de dos ejes

¹⁵Op cit. Movilidad Sostenible Ltda. TPD Ingeniería. 2008. Pág. 6.

¹⁶**DNP: DIES – ST Ministerio de Transporte Ministerio de Hacienda y Crédito Público Unidad Administrativa de Aeronáutica Civil – AEROCIVIL.** 2009. *Documento CONPES 3586 Importancia estratégica del Proyecto “Aeropuerto del Café”*. Mayo de 2009. Bogotá D.C. (Colombia).

¹⁷**Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia Departamento Nacional de Planeación.** 2004. *Documento CONPES 3270*. Bogotá, D.C., (disponible en: www.dnp.gov.co/archivos/documentos/...Conpes/3270.pdf). pág. 3.

¹⁸Ibíd. pág. 4

(tracto camiones y tracto mulas), por representar el mayor volumen de carga proveniente de otros departamentos.

Los mayoristas, utilizan varios tipos de vehículos para transportar sus productos. En efecto, el 51,24 por ciento lo hace en camiones turbo siendo esta la mayor representación, el 30,58 por ciento utiliza camionetas, el 10,74 por ciento utiliza el campero, especialmente para el transporte de plátano y tubérculos provenientes de los corregimientos cercanos¹⁹.

La ruta de entrada de Chinchiná reporta el 46,2 por ciento del total de la carga de todo tipo de productos que abastece a Manizales, esto es casi la mitad del total, que junto con lo que ingresa por la antigua vía a Chinchiná suma un 62,9 por ciento²⁰. A pesar de que Manizales tiene otras vías de acceso para la carga que viene desde Departamentos como Tolima y Cundinamarca, como el acceso de Maltería, éste solo representa la entrada del 32 por ciento de la carga que llega a la ciudad, dados los cierres frecuentes que se dan en épocas invernales por derrumbes presentados en el trayecto Petaqueros - Manizales, obligando a los transportadores a tomar la ruta entre Ibagué - La línea - Armenia - Pereira - Chinchiná-Manizales.

El transporte de alimentos que entra por las vías de la Linda y los municipios del norte de Caldas por la vía a Neira es apenas un 5,1 por ciento del total de la carga que ingresa a la ciudad. Visto este proceso de abastecimiento de productos a la ciudad de Manizales, en términos de carga por toneladas y diferenciado por grupos de productos se tiene que; los productos manufacturados suman 2 535 toneladas/día representando el 18,64 por ciento de la carga local total, le siguen los productos alimenticios en general 2 396 toneladas/día con un 17,62 por ciento de la carga local total y por último, la carga denominada otros, que abarca la carga por encomiendas y de otros productos como madera, reporta un 15,66 por ciento de la carga local total²¹.

Para la carga de paso que utiliza las vías de Manizales como tránsito hacia otros municipios y departamentos de la región, se distribuye en términos de porcentaje diario así: los productos agrícolas representan un 36,97 por ciento de la carga diaria de paso que va a otros municipios de Caldas, a la ciudad de Bogotá, a Medellín y al Departamento de Risaralda. En segundo lugar, están los productos alimenticios manufacturados con un 21,43 por ciento; otros productos, con un 16,28 por ciento; los productos manufacturados suben a un 15,88 por ciento y el 9,44 por ciento restante se distribuye entre desperdicio mineral, productos metálicos, productos químicos y fertilizantes²². Es decir, que más de la mitad de la carga de paso corresponde a alimentos frescos o procesados.

La carga en general que ingresa al municipio proviene en su mayoría de municipios del mismo Departamento de Caldas, con un 66,81 por ciento del total de la carga; el 49,19 por ciento restante es carga nacional. Es así como el Departamento del Valle del Cauca es el

¹⁹ **Saldaña Reyes, Rodrigo de Jesús.** 2002. *Censo a comerciantes mayoristas de productos perecederos en la Plaza de mercado de la ciudad de Manizales*. Julio de 2002. Manizales (Colombia).

²⁰ Op cit. Movilidad Sostenible Ltda. TPD Ingeniería. 2008. Pág. 36

²¹ *Ibíd.*

²² *Ibíd.* Pág. 41

que más carga aporta a Manizales proveniente principalmente de los municipios de Cali (1 045 toneladas/día) y Buenaventura (615 toneladas/día); otro departamento del que llega un volumen importante de carga a Manizales es Cundinamarca, en cabeza de Bogotá (1 583 toneladas/día); en tercer lugar se encuentra el Departamento de Antioquia, que mueve diariamente hacia Manizales 1 280 toneladas, provenientes de la ciudad de Medellín²³. Por otra parte se encuentran otros departamentos que ofertan en una menor proporción productos manufacturados y alimentos, como Tolima, Risaralda y Boyacá; el Departamento del Cauca suministra toda clase de productos manufacturados, productos agrícolas y alimentos principalmente; el Departamento de Cundinamarca provee a Manizales minerales, productos manufacturados y alimentos.

5.4. Volumen de alimentos que llega a Manizales

Considerando que no existe información más reciente, se parte de los registros del 2002, momento en el que se determinó que el volumen mensual que entró a la ciudad en materia de alimentos como frutas, hortalizas plátanos y tubérculos, para ser distribuidos en la plaza de mercado por los comerciantes fue de 6 156 toneladas²⁴. En el año 2005 el flujo de alimentos hacia la plaza de mercado de Manizales abastecía en promedio 576 000²⁵ personas entre su área urbana, rural y los municipios cercanos (la región centro-sur de Caldas)²⁶ teniendo en cuenta que esta plaza ha abastecido y sigue abasteciendo de estos productos a municipios cercanos a Manizales entre ellos Chinchiná, Villamaría, Neira y Palestina, los cuales para el año 2009 cuentan en conjunto con una población promedio de 131 000 habitantes.

El Cuadro 3, muestra cómo en Manizales el comercio de papa y plátano tenía para el año 2002 una mayor relevancia que el de frutas y hortalizas con 4 120 toneladas mensuales, el 67 por ciento del total, siendo estos dos productos aún hoy parte fundamental de la dieta manizalita, como lo ratifican los cálculos realizados con base en la encuesta de canasta básica de alimentos para Manizales (3 526 toneladas mensuales sobre 29 productos entre frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos) en el año 2009²⁷, donde en los estratos del uno al tres el consumo de plátanos y papas es de 1 399,8 toneladas mensuales, un 43 por ciento

²³Op cit. Movilidad Sostenible Ltda. TPD Ingeniería. 2008. Pág. 42.

²⁴Op cit. Saldaña Reyes, Rodrigo de Jesús. 2002.

²⁵Esta cifra la desglosa la CCI de la siguiente forma: de acuerdo con el DANE, la población de Manizales proyectada para el año 2005 debía ser de aproximadamente 358.782 personas en su área urbana y de 23 mil más en el área rural. Además, su zona de influencia (la región centro-sur de Caldas), comprendida por los municipios de Chinchiná, Neira y Villamaría, abarcaba 146 mil personas.

²⁶**Corporación Colombia Internacional.** 2009. *Flujo de alimentos hacia la Central de Manizales*. Junio de 2009 (Colombia). (Disponible en: http://www.cci.org.co/publicaciones/1_Jun%2002%2006%20Abastecimiento%20Manizales.pdf).

²⁷**Benjumea R. María Victoria; Agudelo G., Luz Marina.** 2008. *Canasta usual de alimentos de los hogares de estratos I a III de Manizales comprada y/o adquirida*. Alcaldía de Manizales Centro de Información Estadística (CIE). Junio7 de 2008. Manizales (Colombia).

del total, para una población promedio de 268 698 habitantes, que equivalen al 74,9 por ciento de la población de la ciudad²⁸.

Cuadro 3. Toneladas de productos comercializados mensualmente en la Plaza de mercado de Manizales en el año 2002

Productos	Toneladas	%
Papa	2 516	31,02
Granos y abarros	1 956	24,11
Frutas y hortalizas	1 408	17,36
Piña	480	5,92
Plátanos	1 604	19,77
Tubérculos	140	1,73
Tomate	4	0,05
Cebolla	4	0,05
TOTAL	8 112	100

Fuente: Alcaldía de Manizales. Encuesta Plaza de mercado Manizales, 2002

5.4.1. Ingreso de alimentos a las principales plazas de mercado en Colombia

Debido a la falta de datos actualizados para el tema de abastecimiento en la ciudad, se tomó el estudio realizado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de cálculos de la Corporación Colombia Internacional (CCI), la cual estableció la cantidad de alimentos en toneladas que entró a las principales plazas de mercado en Colombia en los meses de marzo y abril de 2009²⁹. El Cuadro 4 resume esta información para las plazas de mercado de Pereira (Mercasa) y Armenia (Mercar), ciudades del Eje Cafetero tomadas como referencia, dado el consumo de alimentos frescos (frutas, hortalizas, plátanos, tubérculos, granos y carnes), cercanos a los patrones de consumo en Manizales, y las aproximaciones culturales y en número de habitantes.

²⁸ **Arroyave, Germán.** 2009. *Cálculos de la demanda total de frutas, hortalizas plátanos y tubérculos para Manizales*. Proyecto TCP_COL_3202 FAO. Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales. Junio de 2009. Manizales (Colombia).

²⁹ **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Corporación Colombia Internacional.** 2009. *Abastecimiento de alimentos en los principales mercados*. Boletín mensual SIPSA Vol. 4 N.º 4. Abril de 2009. Bogotá D.C. (Colombia). Pág. 4.

Cuadro 4. Ingreso de alimentos a las principales plazas de mercado de Colombia entre los meses de marzo y abril de 2009

Ciudad	Mercado	Marzo (ton)	Abril (ton)	Variación (%)
Bogotá	Corabastos	10 4204	111 906	7,4
Medellín	CMA	88 824	89 366	0,6
Bucaramanga	Centroabastos	27 271	27 262	0,0
Cali	Cavasa	22 461	20 005	-10,9
Cali	Sta. Helena	23 347	19 154	-18
Medellín	P.Minorista	14 094	16 660	18,2
Barranquilla	Barranquilla	11 972	10 385	-13,3
Cúcuta	Cenabastos	12303	11 443	-7,0
Pereira	Mercasa	8 104	8 090	-0,2
Villavicencio	Llanobastos	6 216	6 206	-0,2
Neiva	Surabastos	3 312	3 059	-7,6
Armenia	Mercar	6 945	7 549	8,7
Bogotá	Las flores	1 264	1 228	-2,8
Total general		330 317	332 313	0,6

Fuente: SIPSA. N°4 Vol. 4.Abril de 2009.

En detalle se puede observar en el Cuadro 5 una demanda promedio de 4 817 toneladas mensuales, en productos como frutas, hortalizas, plátanos, tubérculos para el período de referencia en la ciudad de Pereira.

Cuadro 5. Ingreso de alimentos a Mercasa en marzo y abril de 2009

Grupo	Marzo		Abril		Variación (%)
	Pereira – Mercasa				
	Volumen (ton)	%	Volumen (%)	%	
Frutas frescas	1 494	16,9	1 604	19,8	7,4
Otros grupos	3 016	42,6	3 454	42,7	11,2
Tubérculos, raíces y plátano	1 593	16,5	1 322	16,3	-17,0
Hortalizas	1 911	24,0	1 710	21,1	-10,5
Total MERCASA	8 014	100	8 090	99,9	-0,2

Fuente: SIPSA. N°4 Vol. 4.Abril de 2009.

El Cuadro 6, muestra en detalle un consumo promedio mensual de 5 818 toneladas en Armenia para el mismo período, en productos como frutas, hortalizas, plátanos, tubérculos, refiriendo la condición re exportadora de plátanos y tubérculos para la ciudad de Bogotá y municipios cercanos que tiene Mercar.

Cuadro 6. Ingreso de alimentos a Mercar en marzo y abril de 2009

Grupo	Marzo		Abril		Variación (%)
	Volumen (ton)	%	Volumen (ton)	%	
	Armenia- Mercar				
Frutas frescas	1 209	17,0	1 345	17,8	11,3
Otros grupos	1 265	20,1	1 593	21,1	26,0
Tubérculos, raíces y plátano	3 250	46,7	3 109	41,2	-4,3
Hortalizas	1 221	16,2	1 502	19,9	22,9
Total Mercar	6 945	100	7 549	100	8,7

Fuente: SIPSA. N°4 Vol. 4.Abril de 2009.

El Cuadro 7, muestra la demanda mensual de frutas, hortalizas, plátanos, tubérculos reportadas en cada plaza de mercado; Manizales en el año 2002 con 6 156 toneladas (para la población de Manizales y sus municipios cercanos³⁰); Armenia y Pereira, reportan un consumo de 5 818 y 4 817 toneladas respectivamente, en los meses de marzo y abril de 2009. Una comparación entre la demanda de las tres ciudades permite una aproximación a la actual demanda de Manizales, dadas sus similares características en hábitos de consumo y tamaño de su población. Por tanto, se puede inferir que el abastecimiento promedio para Manizales oscila entre las 5 800 y 6 150 toneladas mensuales.

Cuadro 7. Abastecimiento de productos hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos en ciudades del eje cafetero

Ciudad	Año	Volumen (ton/mes)
Manizales	2002	6 156
Pereira	2009	4 817
Armenia	2009	5 818

Fuente: Para Manizales es la encuesta a mayoristas de la plaza del año 2002; para Pereira y Armenia es el SIPSA. N°4 Vol. 4.Abril de 2009.

5.5 Origen de los alimentos que llegan a Manizales

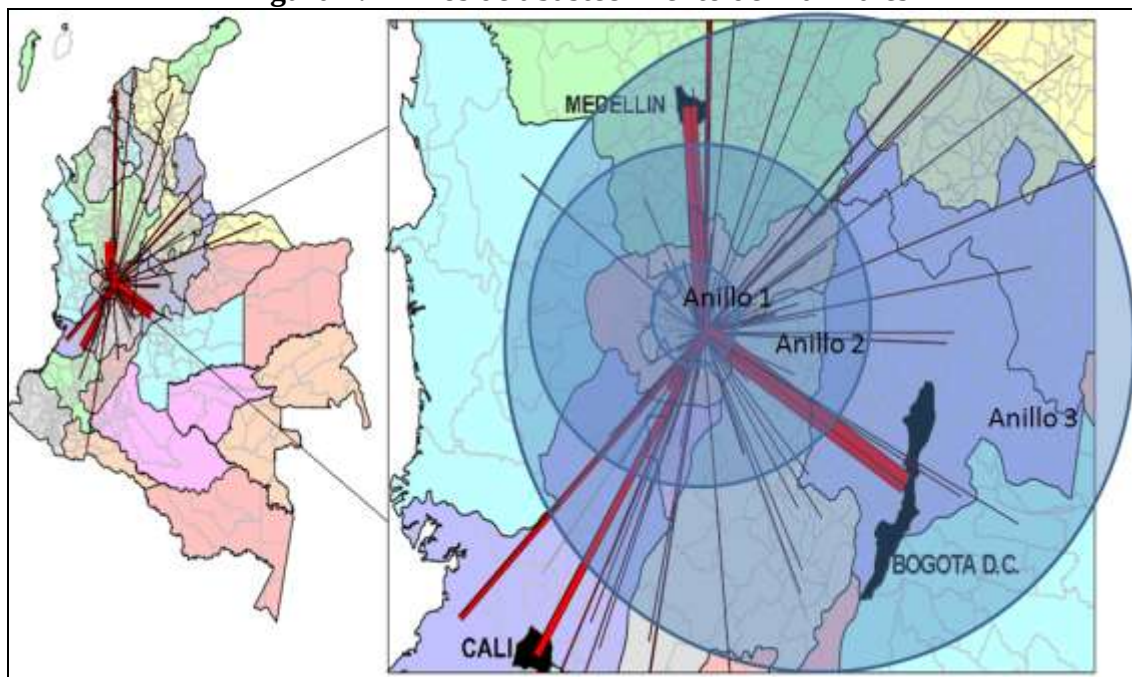
El proceso de abastecimiento de la ciudad se genera a partir de tres anillos, hacia y desde los cuales se intercomunica Manizales y obtiene la mayoría de sus alimentos, vinculando corregimientos, municipios, ciudades capitales, departamentos y países vecinos como abastecedores de productos importados, Figura 7.

- El anillo número uno comprende los corregimientos del municipio de Manizales y municipios del centro sur caldense.

³⁰La población de Manizales para el año 2009 es de 386 931 habitantes (asumiendo para Manizales un crecimiento poblacional no superior al 1 por ciento anual), sumada a 131 000 habitantes de los municipios de Villamaría, Neira, Palestina y Chinchiná conjuntamente son 517 931 habitantes. La población de Pereira es de 454 000 habitantes y de Armenia de 320 000 habitantes para el año 2009.

- El anillo dos comunica a Manizales con regiones aledañas a Caldas, capitales departamentales y municipios de esos departamentos, como por ejemplo, Risaralda, Antioquia, Tolima, Quindío, Valle y regiones como el Magdalena Medio.
- El tercer anillo comprende los departamentos más lejanos y las importaciones. Cundinamarca, Boyacá, Llanos Orientales, Costa Atlántica y países como Ecuador y Canadá, entre otros.

Figura 7. Anillos de abastecimiento de Manizales



Fuente: Elaboración propia

En el censo a los mayoristas, realizado por la gerencia de la Plaza de mercado en el año 2002, se señala que más de la mitad de los encuestados marcaron como regiones de origen aquellas más cercanas al municipio de Manizales, en particular los mismos municipios del Departamento de Caldas, de Risaralda y Valle del Cauca, Cuadro 8.

Cuadro 8. Procedencia de los alimentos que ingresaron a la Plaza de mercado en Manizales

Regiones y/o Países	Número de respuestas	Participación (%)
Caldas	46	25,41
Valle del Cauca	28	15,47
Risaralda	26	14,36
Bogotá	21	11,6
Nariño	14	7,73
Tolima	14	7,73
Antioquía	10	5,52
Boyacá	5	2,76
Costa Atlántica	4	2,21
Santander	4	2,21
Quindío	3	1,66
Todo el país	2	1,1
Magdalena medio	1	0,55
Huila	1	0,55
Ecuador	1	0,55
Chile	1	0,55
TOTAL	181	100

Fuente: Alcaldía de Manizales. Encuesta Plaza de mercado 2002

Para ese año, el Departamento de Caldas abastecía el 25,41 por ciento de los perecederos y abarros comercializados en la plaza de mercado, incluyendo papa, plátano, cítricos, guayaba y aguacate, siendo el origen de 26 de las 92 referencias de verduras, hortalizas, tubérculos y plátanos que se comercializan allí. El otro 73,49 por ciento de los productos llegaban provenientes del resto del país, principalmente de Departamentos como Risaralda, Antioquia, Valle del Cauca, Tolima y de la ciudad de Bogotá, como principal abastecedora de hortalizas. Los datos son corroborados por la CCI, la cual planteó que la plaza de mercado absorbe buena parte de la producción departamental, y que a su vez funge un papel como punto de reexportación de alimentos al mismo Departamento de Caldas, Cuadro 9³¹.

Cuadro 9. Procedencia por grupos de alimentos (%)

Grupo	Cundinamarca	Valle	Antioquia	Caldas	Tolima	Nariño	Importados
Hortalizas	11	5	4	11	2	0	0
Tubérculos y plátanos	3	0	1	3	2	2	0
Frutas	2	6	3	9	6	0	0
Lácteos, carnes y huevos	0	4	1	5	2	0	0
Granos	0	1	1	2	1	1	2
Procesados	0	2	1	0	0	0	0
Total	16	18	11	30	13	3	2

Fuente: SIPSA, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Cálculos: Corporación Colombia Internacional.

³¹Op. cit. Corporación Colombia Internacional. 2009.

Según la información recopilada por la FAO, la oferta de frutas, plátanos, tubérculos y hortalizas proveniente de los siete corregimientos que componen el área rural de Manizales, es de 1 784,8 toneladas mensuales, que suplen el 29 por ciento de la demanda mensual de la ciudad que se comercializa a través de la Galería, teniendo en cuenta que la oferta local es suficiente para abastecer la demanda de la ciudad en naranja, plátano, banano, tomate y yuca³². En el Cuadro 10 se observa como el plátano y la yuca son productos con oferta desde los corregimientos del municipio de Manizales y municipios como Palestina, Chinchiná y Anserma. Tubérculos como las papas negras y papa criolla, proceden del altiplano cundiboyacense y el Departamento de Nariño. La variedad San Félix se produce en el corregimiento del mismo nombre en el municipio de Salamina (Caldas) y es complementada con la oferta que proviene del municipio de Murillo (Tolima) y la variedad de papa Nevada llega desde la ciudad de Medellín. La arracacha amarilla llega desde Murillo y Cajamarca, siendo el Departamento de Tolima el mayor proveedor en la plaza de mercado³³.

De las 26 referencias de frutas que monitorea el Sistema de Precios del Sector Agropecuario (SIPSA) en la plaza de mercado de Manizales, solo ocho las provee el Departamento de Caldas (banano criollo, guayaba, naranja valencia, naranja Tangelo, mandarina oneco, limón tahití, limón común, y tomate de árbol) y se producen en los municipios de Manizales, Villamaría, Chinchiná, Palestina, Anserma, Risaralda, Riosucio y Manzanares³⁴. Para el año 2007, granos como arveja seca y lenteja fueron importados del Canadá, Frijoles variedad Nima Calima llegaron de los Departamentos del Valle y Nariño, frijoles Cargamanto y Radical de los Departamentos Tolima y Antioquia.

6 Caracterización de los principales agentes de los canales de distribución de alimentos en Manizales

Existen dos sistemas de comercialización que prevalecen en Colombia³⁵:

El sistema tradicional, el cual se fundamenta en la actividad del intermediario mayorista, cuya función principal es la formación de los precios, con efectos que toman vía hacia el productor y hacia el consumidor.

El sistema moderno o descentralizado de mercadeo que se caracteriza por la importancia que brinda a la relación productor – detallista. Este último busca un lazo directo para el abastecimiento con el productor (individual u organizado), y sólo por particularidad (en el caso de no encontrar los productos) acude al canal mayorista. Este sistema, dadas las ventajas que brinda al proceso de comercialización y su importancia para la vinculación de los pequeños productores, se muestra como una alternativa a tener en cuenta al momento de formular estrategias de vinculación de pequeños productores y el mercado en Manizales.

³²Op cit. Arroyave, Germán. 2009. Págs. 13 al 15.

³³Op cit. Corporación Colombia Internacional. 2009. Pág. 4

³⁴Op cit.. Corporación Colombia Internacional. 2009. Pág. 3.

³⁵**Téllez Iregui Gonzalo, Cubillos González Alexander.** 2009. *Mercadeo agropecuario en Colombia*. Universidad Nacional de Colombia. Agosto de 2009. (Colombia). (disponible en: www.veterinaria.unal.edu.co/.../Cap%EDtulo%20Manual%20Agropecuaria%20FHJC.pdf).

Cuadro 10. Origen y tipo de alimentos que ingresan a la plaza de mercado en Manizales

Grupo	Corregimientos de Manizales y municipios de Caldas	Cundinamarca	Altiplano Cundiboyacense	Santanderes	Valle	Antioquia	Tolima	Nariño	Llanos	Importado/ Canadá
Hortalizas	Ahuyama, tomate chonto, habichuela, pepino cohombro, arveja verde en vaina, cebolla junca, cilantro, repollo blanco, lechuga lisa, pepino de rellenar,	Apio, coliflor, lechuga batavia, repollo blanco, zanahoria, cebolla cabezona, blanca y roja, cebolla junca.	cebolla blanca, espinaca, remolacha	cebolla roja	Ahuyama, tomate chonto, habichuela, pepino cohombro, pimentón,	Arveja, fríjol				
Tubérculos y Plátanos	plátano, yuca, papa San Félix	Papa criolla,	Papas negras			Papa nevada	Papa San Félix, Arracacha amarilla	Papas negras		
Frutas frescas	Banano criollo, guayaba pera, naranja, banano criollo, guayaba pera, naranja Valencia, naranja Tangelo, mandarina oneco, limón Tahití y común, curuba, granadilla, tomate de árbol	Fresa, Patilla			Guanábana, guayaba agria, maracuyá, papaya melona, uvas	Curuba larga, tomate de árbol, granadilla	Aguacate común, aguacate injerto, mango común, reina y Tommy, limón común			
Granos	Frijoles Cargamanto y Radical				Frijol Nima Calima	Frijoles Cargamanto y Radical	Arroz de primera y segunda calidad , Frijoles Cargamanto y Radical	Frijol Nima Calima	Arroz de primera y segunda calidad	Arveja seca, Lenteja

Fuente: Elaboración propia con base datos SIPSA, 2006. Flujo de alimentos hacia Plaza de mercado Manizales

La aceptación de los riesgos es una condición *sinecuanum* en los procesos de abastecimiento y se relacionan con pérdidas físicas y financieras, durante los procesos de mercadeo ya sea por el difícil acceso vial a las zonas productoras, por las pérdidas poscosecha debidas al sobre manipuleo de los productos, el exagerado número de intermediarios que puede llegar a tener la comercialización de un producto, la posible contaminación por agentes físicos o microbiológicos, etc. Los riesgos están presentes a lo largo de toda la canal de abastecimiento y distribución, incluso hasta el consumidor final. Aunque existe una diversidad de agentes que conforman los eslabones en los canales de comercialización de productos como hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos en Manizales, una clasificación general es la siguiente:

6.1 Productor

Es el primer participante en el proceso, y su actuación se inicia en el momento mismo de tomar una decisión acerca de su producción (qué, cuándo, cuánto y para quién producir). Existen, en la zona rural de Manizales, grupos de agricultores con características de medianos y grandes productores, quienes vienen abasteciendo el mercado local de productos perecederos como cítricos, guayaba, plátanos, bananos, yuca y tomate chonto; estos productores se caracterizan por llevar un proceso de producción que les permite competir con las exigencias actuales del mercado.

Las funciones comerciales realizadas por medianos y grandes productores rurales se hacen en la finca y corresponden a la cosecha, almacenamiento del producto en el lugar donde se clasifica según peso, tamaño, sanidad, forma y presentación, para luego ser trasladados al sitio de despacho, almacenamiento temporal o cargue en sus predios y luego llevar el producto hacia Manizales o la región de destino. En el caso de cítricos, banano, guayaba y plátano interviene el mayorista de la Plaza de mercado, quien es el que compra los productos para venderlos en Manizales o enviarlos a otras Plaza de mercados, aunque se dan casos de relación directa entre productores y compradores de otras Plaza de mercados, quienes por vía telefónica compran el producto y esperan la llegada de éste directamente desde las fincas productoras.

El caso de los pequeños productores (incluido el minifundio con áreas entre los 0 a 2 500 metros que abarcan al 50 por ciento de los predios del municipio) es diferente, son agricultores que por tradición solo siembran café, plátano y banano, en algunos casos cuentan con frutales del tipo cítricos, guayaba y papaya, cuyo volumen de producción en la mayoría solo alcanza para el autoconsumo, y son pocos los que destinan volúmenes para la venta, llegando a realizar esta actividad en la plaza de mercado.

La Alcaldía de Manizales buscando dar soluciones al sector rural, tiene como bandera la implementación para el sector agropecuario, del proyecto Agrovillas productivas, el cual se encuentra en fase de diseño. Su objetivo central es el de disminuir la dependencia alimentaria de la ciudad de Manizales de otras regiones del país, a través de la capacitación e implementación de proyectos en las áreas de producción agrícola,

pecuaria, agroindustria, desarrollo ambiental y agroempresarial. Este proyecto en su fase inicial plantea trabajar de forma asociada con 30 familias de productores del corregimiento Manantial en 50 hectáreas de tierra, colocadas en conjunto por los agricultores participantes, a fin de iniciar el montaje de diferentes sistemas agropecuarios durante el año 2010. El proyecto busca mejorar la calidad de vida de los productores, incorporando la transformación de alimentos en la parte de agroindustria y creando una estrategia de mercadeo sostenible para el pequeño y mediano productor, y generar los espacios de comercialización directa para los agricultores a través de mercados campesinos y la vinculación al proyecto de restructuración de la plaza de mercado. También pretende mejorar el acceso a los alimentos (repollo, tomate chonto, lechuga, zanahoria, cebolla larga, cebolla de bulbo, frijol, maíz, habichuela, arveja, lulo, tomate de árbol, mora y carne de cerdo) ofreciéndolos a un precio razonable para los estratos más vulnerables de la ciudad de Manizales. La inversión calculada inicial para los desarrollos a realizar es de 1 626 millones COP³⁶.

- **Riesgos asumidos por el productor**

Los riesgos asumidos por el productor empiezan con los costos de producción, los cuales suben de forma más acelerada que el mismo valor de venta de los productos. El incremento en los precios del petróleo ha disminuido la rentabilidad del sector agrícola, al aumentar los precios de los fletes, fertilizantes, agroinsumos, bolsas plásticas y las canastillas entre otros insumos. Costos que deben ser asumidos por anticipado por los productores, mientras esperan el pago de sus productos, los cuales pueden variar de uno a 15 días en la plaza de mercado y en los supermercados de 15 a 20 días y en algunos casos hasta 30 o más días.

Además hay que tener en cuenta que las compras de mayoristas, al contado o a ocho días, son a un menor precio. La cadena de Supermercados Olímpica, con presencia a nivel nacional, tiene diferentes modalidades de pago para proveedores, en el caso de perecederos (hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos) se procuran pagos entre 24 horas a 20 días dependiendo la negociación. En cuanto a la calidad se refiere únicamente a tamaño y presentación, no a sanidad de producto, esta es igual para todos los negocios.

El manejo de “reglas” impuestas a los agricultores por parte de intermediarios que ofertan a supermercados o a comerciantes mayoristas son comunes. Aunque las reglas son parte fundamental de la negociación, se puede apreciar por los relatos de los productores, que éstas cambian a favor del intermediario en detrimento del productor, presentándose casos donde el producto es devuelto argumentando sobre maduración o no cumplimiento de los estándares exigidos. El agricultor asocia estos rechazos a las condiciones de cambio de precio en el mercado o de la oferta cambiante, por lo cual el intermediario se asegura a costa del productor.

³⁶Op cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

- **Las dificultades de los productores de Manizales**

Variadas son las dificultades que tienen los pequeños productores rurales para vincularse a mercados justos y posibles de sostener, dadas sus capacidades reales y sus debilidades, en temas como producir con calidades definidas, en cantidades suficientes, en tiempos escalonados y a precios competitivos. Muchos productores carecen de recursos para realizar una comercialización directa. Por ejemplo las distancias entre los corregimientos de Manizales y los lugares de consumo en la ciudad requieren de transporte para hacer llegar los productos, como en muchos casos los productores no cuentan con los recursos para el pago del flete o el impacto del valor del transporte en el precio final del producto es alto, se prefiere acudir a otras alternativas. Tal es el caso de los intermediarios distribuidores quienes facilitan la transformación dinero-producto-dinero, brindando facilidades al productor, aunque dichas facilidades no siempre representan mayor ganancia para el productor.

Los pequeños productores no cuentan con posibilidades reales de seleccionar los canales que les permita un flujo de ventas constantes. Tradicionalmente se piensa que la venta directa al consumidor facilita los bajos precios, pero en el caso del mercado libre de Peralonso esto no está sucediendo. Dicho mercado hoy cuentan con una serie de vendedores que solo están cumpliendo la labor de intermediación entre la compra hecha en la Plaza de mercado y el consumidor habitual de este mercado, ofertando una reducida variedad de productos.

Diversas condiciones hacen que el pequeño productor no acceda al crédito (como impulsor rural de la producción, la modernización y diversificación de las actividades); entre ellas el incumplimiento de los requisitos exigidos por la banca, ya sea por causas culturales, técnicas o sociales y el insuficiente de capital de trabajo. Los pequeños productores encuentran dificultades para acumular conocimiento sobre el cliente, ya sea por falta de experiencia o por el desconocimiento puntual de su importancia; por eso para un pequeño productor se convierte en una alternativa la condición de vender sus productos al “mejor postor”, en algunos casos no respetando los compromisos previamente adquiridos de venta con sus clientes.

La venta en la plaza de mercado, exige a los productores de cumplir con requisitos legales y de tipo organizativo, que sí exigen otros canales como el minorista (supermercados y el mercado institucional) para participar en las transacciones comerciales, situación que de ninguna manera se puede presentar como ventajosa o “cómoda”, ya que no permite a los productores visualizar la importancia de formalizar su actividad, frente a actividades propias de la comercialización como la organización y la legalidad de la actividad comercial. Otras condiciones son:

- Falta de tierras suficientes y adecuadas para la siembra.
- Baja capacidad tecnológica y de infraestructura de acopio y distribución.
- Dificultad para acceder a la información de mercados y precios.
- Baja capacidad empresarial y gerencial.

6.1.2 Intermediario acopiador rural

Se conoce también como camionero o intermediario - camionero. Sus funciones son las de reunir la producción rural dispersa, consolidar la oferta y transportarla a los centros de consumo. Los mayoristas de la plaza de mercado compran los productos de la zona como cítricos, guayaba, plátano y banano para ser enviados y revendidos en las plazas de mercado de Medellín, Pereira, Armenia y Bogotá. Por lo general el acopiador impone las reglas en términos de precio, presentación del producto, forma de pago y otras condiciones de negociación a los productores.

En Manizales se vienen presentando varias situaciones en torno al relacionamiento con algunos agentes del proceso de intermediación. De acuerdo a las versiones entregadas por diferentes personas entrevistadas, entre ellas funcionarios de la alcaldía, comerciantes de la plaza de mercado y productores mismos, se comparten las siguientes apreciaciones frente a la intermediación:

“Los productos son bautizados”³⁷ en la vía de entrada desde Chinchiná a Manizales en el sector de la plaza de toros. Si el productor o quien transporta la carga para la venta, no la vende al precio que le pongan los intermediarios en la vía en ese momento, y se va para la plaza de mercado a buscar comprador, puede ocurrir que no le compren los productos o le ofrecen un menor precio que cuando la “bautizaron”. Este es un escenario claro de la forma como se viene presentando una especie de “mafia” entorno a la comercialización de algunos de los productos agrícolas procedentes de la zona rural de Manizales, que obliga a los productores a aceptar las reglas de monopolio implantadas, o a no vender su carga, con el agravante que implica para muchos productores la decepción y la frustración de este proceso.

En el caso del municipio de Villamaría el cual actúa como abastecedor de algunas hortalizas para la plaza de mercado de Manizales, se presentan situaciones como el cobro de vacunas o impuestos a la producción de cebolla larga, por parte de actores armados miembros de grupos paramilitares, según los testimonios de productores. La siembra de la cebolla y otras hortalizas está ligada hasta la misma etapa de comercialización, donde se pagan “impuestos” si se desea participar del negocio³⁸.

Según el Internacional Crisis Group (ICG), la tenencia de tierras es “el mejor instrumento paramilitar para lavar y ahorrar dinero”. Por ejemplo, y según el mismo informe, los paramilitares en Caldas controlan el negocio de la cebolla desde su siembra

³⁷En Manizales llaman “bautizar” al hecho de adjudicar un valor, por parte de algunos de los intermediarios o agentes de estos, a los productos que llegan a Manizales por las diferentes vías de entrada a la ciudad, antes de llegar a la plaza de mercado. El dueño de la carga se ve obligado a pactar sobre este valor inicial, de lo contrario tendrá ofertas por de bajo de este precio en la plaza de mercado o corre el riesgo de no vender sus productos.

³⁸**Internacional Crisis Group.** 2003. *Colombia: Negociar con los Paramilitares*. Informe sobre América Latina N°5. 16 de septiembre de 2003. Bogotá (Colombia), Bruselas (Bélgica). (Disponible en <http://www.crisisgroup.org/home/index.cfm?l=4&id=2302>).

en Villamaría hasta su venta en Manizales, con lo cual además de obtener estos ingresos, van consolidando sus corredores estratégicos³⁹.

Estas condiciones de negociación impuestas por la intermediación generan oligopolios frente a la comercialización, afectando los consumidores debido a que en épocas donde el producto debe estar a precios más bajos no lo está, generando impacto negativo en precios para los consumidores que menos recursos tienen para la compra; esta situación obliga a buscar alternativas de comercialización que rompan los ciclos viciosos que afectan estos sectores de la población. A pesar de estos antecedentes, no se puede generalizar ni mucho menos satanizar la actividad de todo el conjunto de intermediarios, ya que estos son un importante agente dentro del proceso de abastecimiento en Manizales.

- **Dificultades y riesgos asumidos por los intermediarios de Manizales**

La escasa oferta agrícola del municipio frente a cantidad, variedad, calidad y frecuencias de producción, así como el reducido número de productores que realizan la actividad con la calidad que exige el mercado, son entre otras, las dificultades planteadas por intermediarios.

La calidad de los productos ofertados en la zona rural del municipio no es la mejor para el caso de los pequeños productores, haciendo que los intermediarios tengan que decidir entre comprar lo que ofrece el pequeño productor o buscar los productos que se necesitan en el proceso de abastecimiento, y dirigirse a mercados más estables como son las lazadas de mercado de otras ciudades del país. Un ejemplo del tema es el caso de las hortalizas, donde plantean dificultades en relación con las variedades sembradas; la calidad que no es la mejor, o son producidas sin frecuencias estables, respondiendo las siembras a hábitos de moda más que a las necesidades del mercado. Esto es visto por los intermediarios como falta de experiencia en la producción hortícola por los productores rurales en Manizales, permeados por la cultura cafetera tradicional.

6.1.3 El mayorista

En la Plaza de mercado se ubican alrededor de 10 mayoristas⁴⁰. Las principales características del mayorista en Manizales son:

- Cuentan con bodegas para el almacenamiento de los productos que distribuyen (según las necesidades de la ciudad).
- Tienen la capacidad de comercializar sus productos rápidamente
- Compran altos volúmenes de productos como naranja, plátano, banano y tomate, e incluso se da el negocio de intercambio de mercancías con otros mayoristas.

³⁹ **Cubides Salazar Olga Marcela.** 2009. *De la racionalidad de una decisión: ¿Por qué negociar?*. Junio de 2009. (disponible en www.emagister.com/.../Comunidad_Emagister_54443_54443.pdf).

⁴⁰ **FAO.** 2009. *Encuesta mercados mayoristas*. Septiembre de 2009. Manizales (Colombia).

- Sus principales clientes son las tiendas de barrio, vendedores ambulantes, algunos supermercados, restaurantes y consumidores finales (hogares).
- Venden sus productos al por mayor, pero también lo hacen al por menor y al detalle.

Tiene la función de concentrar la producción y clasificarla en lotes grandes, que permiten la formación del precio y facilitan las operaciones masivas de distribución.

Precisar lo que es un mayorista de la plaza de mercado en Manizales es un tanto complejo debido a que en su actividad diaria de comercio realizan acciones que se pueden catalogar de igual forma como acciones de minorista, ya que pueden vender grandes volúmenes de productos en su función de intermediación o vender al detalle los mismos productos, en relación directa con el consumidor. Entre los mayoristas de la plaza de mercado se encuentran dos tipos; el intermediario comerciante (recibe la propiedad de la mercancía y la revende), compra a productores de la región, intermediarios o directamente en plazas de mercado como la de Bogotá, y otras ciudades. Por otro lado, está el intermediario agente, quien no llega a poseer la mercancía físicamente, pero recibe una comisión por realizar la compraventa de ésta. En general el mayorista tiene la función de recibir el producto, seleccionarlo y ordenarlo en lotes grandes y uniformes, para ser distribuidos en Manizales al canal minorista e incluso al consumidor de los hogares directamente en pequeñas cantidades, o enviarlo a otros destinos como Bogotá, Medellín o Pereira, entre otras ciudades.

- **Riesgos asumidos por el mayorista**

Muchos de los constantes visitantes de la plaza de mercado en Manizales han cambiado su camino rumbo a los almacenes de cadena, situación generada por los inconvenientes sanitarios, la deficiente manipulación de los alimentos, la congestión en las vías, el mal estado de los pabellones, los problemas de seguridad presentes, la novedad de otros mercados y sus ofertas, entre las principales causas que afectan directamente a los comerciantes mayoristas en su función comercial.

Todos los agentes de los diferentes canales de distribución asumen conscientemente los riesgos y tratan de evitarlos. Entre los riesgos que tratan de evitar los mayoristas están las pérdidas poscosecha, por ello tienen exigencias relacionadas con el empaque, la apariencia física, el grado de madurez y el tamaño del producto. A pesar de dichas exigencias siguen llegando productos como mango, empacados en cajas de madera, cuya capacidad promedio es de 12 a 15 kg, este empaque tiene la desventaja de generar pérdidas por daños mecánicos y fitosanitarios; o la llegada del plátano en racimo, la naranja en costales de fique, polipropileno, bolsas plásticas, cajas de cartón, de poliestireno expandible o canastillas plásticas. Esta última modalidad de embalaje buscan mantener las características físicas y biológicas de los alimentos frescos, tratando de garantizar así la calidad, la inocuidad y la prolongación de la vida útil del producto, al disminuir los daños por sobre manipulación. Las características del embalaje buscan responder a las necesidades de los clientes de los centros de acopio,

que demandan altos volúmenes de cada uno de los productos para ser comercializados en supermercados, fábricas de alimentos procesados y tenderos de barrio⁴¹.

En materia de almacenamiento, la plaza de mercado de Manizales no cuenta con la infraestructura adecuada, como bodegas con ventilación o ambientes controlados para tratar de mantener los productos frescos. Por otro lado el interés del comercializador mayorista radica en vender sus productos y no en almacenarlos, debido a que se trata de productos de alta rotación; cuando el producto es almacenado, generalmente se presentan pérdidas por daños mecánicos y sobre madurez.

En cuanto a la administración de la contabilidad, esto comerciantes llevan el negocio dentro de cierta informalidad, así como los inventarios e incluso las relaciones laborales con sus empleados, y tienen características de canal tradicional, no en términos comerciales sino tributarios. Se encuentran comportamientos de evasión (no expiden factura de venta), lo que conlleva a que los gastos de operación de su actividad y las tributaciones sean inferiores a los de los negocios establecidos formalmente.

Algunas dificultades que enfrentan los mayoristas son:

- invasión del espacio público alrededor de la plaza de mercado por parte de aproximadamente 1 600 vendedores informales, de los cuales a la fecha 400 están sindicalizados, situación que genera desorden e inseguridad en sus alrededores, afectando las opciones de comercialización para los mayoristas.
- Los paros de transportadores implican dificultades para los comerciantes mayoristas, por sobre costos en fletes y mercancías, ya que como se ha observado, la mayoría de los productos que se comercializan para la ciudad vienen de afuera.
- Falta de espacios como parqueaderos y zonas de cargue y descargue adecuados dentro y en los alrededores de la plaza de mercado, que permitan un flujo constante y adecuado de vehículos y peatones.
- La característica de plaza abierta impide la toma de información concerniente a origen de los productos, precios de fletes, calidad de productos, frecuencias de entrada y salida, entre otros datos.

Para cambiar este caótico escenario es necesario llegar a acuerdos entre los usuarios comerciantes de la plaza de mercado y la administración municipal de forma que se pueda generar alternativas que mejoren las condiciones.

⁴¹ **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** 2009. *Sistema de información de precios del sector agropecuario*. Boletín semanal SIPSA. Julio 18 al 24 de 2009. Bogotá D.C. (Colombia). Pág. 4

6.1.4 El tendero

Empieza su actividad comercial desde la compra por peso de productos como hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos al mayorista o al minorista en la plaza de mercado, siendo este el sitio habitual de compra por varias razones, entre ellas el precio del producto, la calidad ofrecida, la variedad de productos en un mismo lugar, la facilidad para cargar y transportar a cada destino, entre otros; así lo manifiesta el 79 por ciento de los tenderos encuestados por la FAO⁴². De otra parte, un 81 por ciento de los encuestados por FENALCO, considera que su mejor forma de abastecimiento en granos y abarrote es a través de los intermediarios, ya que este canal representa un flujo más rápido y que responde mejor, bajando los costos en el recorrido entre el productor y los comerciantes⁴³.

- **Riesgos asumidos por el tendero**

En el caso de los tenderos, los riesgos son varios en la comercialización de hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos, y van desde las pérdidas de producto por sobre maduración, hasta las pérdidas por fiado del producto o la demora en el pago. En el caso de Manizales esta situación afecta hasta al 32,7 por ciento de los tenderos, teniendo en cuenta que Manizales cuenta con 2 000 tiendas⁴⁴, el número de negocios involucrados en actividades de fiado sería alrededor de 654 establecimientos. El fiado sin requisitos especiales o la miniaturización de las presentaciones de los productos son dos condiciones de venta que hacen que se incurra en errores al definir los márgenes de ganancia o pérdida en los productos, ya que el fiado implica demora en el pago que pasa en ocasiones de 15 a 30 días, teniendo en cuenta que el tendero debe comprar productos en intervalos que van desde el diario al semanal, haciendo uso del dinero efectivo que obtiene diariamente de su sistema de ventas; para el caso de frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos los precios fluctúan de semana en semana, así las cosas, el producto que hoy se fía a un precio, la próxima semana puede costar más o menos según la situación.

El tendero en Manizales compra productos como plátano y banano en presentación de racimo, y vende por unidad sin diferenciar el peso neto del peso bruto del producto que vende. Esto hace que se esté comprando productos sin ningún tipo de proceso poscosecha (como alistamiento para la venta), y que los subproductos terminen siendo basura pagada que debió quedarse en el área de producción. Esto repercute en mala calidad y precios que no son justos en algunos casos para el consumidor, donde el tendero traslada a los consumidores el valor que le han cobrado por vástagos y partes deterioradas de los productos

A través de las tiendas se comercializan toda clase de productos, tanto perecederos (hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos) como no perecederos, y en su mayoría son

⁴² **Guarín Alejandro.** 2009. *Análisis socioeconómico de las tiendas de alimentos en áreas urbanas de bajos recursos en Latinoamérica*. FAO. Septiembre de 2009. (Colombia).

⁴³ **FENALCO.** 2008. *Proyecto el tendero competitivo 2008*. Manizales (Colombia).

⁴⁴ **Cámara de Comercio de Manizales.** 2008. *Base de datos final Censo Manizales 2008*. Manizales (Colombia).

almacenados en los mismos establecimientos, en algunos casos sin tener en cuenta buenas prácticas de manipulación⁴⁵. Es este un punto que se debe atender a través de capacitaciones a los tenderos de la ciudad de Manizales, en temas relacionados con el almacenamiento y la comercialización en condiciones sanitarias mínimas, y la importancia de asumir responsabilidad sobre la calidad de los productos que expenden. En los productos que no se venden de manera fluida, incurren en pérdidas por daños de los productos al terminar su vida útil; es el caso de productos como limón, aguacate, piña y papaya que tienen poca rotación de venta pero que de acuerdo a la cultura comercial típica de las tiendas, son considerados necesarios para “amarrar” la venta o para la atención de determinados clientes “fieles” que buscan dichos productos⁴⁶.

De los establecimientos que se ubican alrededor de la plaza de mercado, graneros (tiendas que venden granos, abarrotos y estanquillo al detalle y al por mayor), carnicerías (venta de carnes de res y cerdo), y supermercados (el Ahorro, la Cosecha, la Milagrosa y supermercado 1A, Confamiliares), son estos últimos los preferidos por los consumidores, dadas las diferencias en la presentación de los establecimientos, de los productos y los horarios de atención al público que están entre las 9.00 y las 20.30 para los supermercados y las 7.00 a 18.00 para los graneros. Esto a pesar de que los supermercados tienen precios comparativamente más elevados⁴⁷.

- **Supermercados**

Son variadas las estrategias usadas en todos los casos por los minoristas para evitar pérdidas y mantener o aumentar sus ganancias en el tiempo. En el caso de los supermercados la forma más utilizada para promover el consumo de frutas y hortalizas, consiste en ofrecer un porcentaje de descuento en los precios de todos los productos un día a la semana, también es frecuente la oferta de los productos que están en época de cosecha. Por lo general, estas estrategias se apoyan en los descuentos realizados por los proveedores, productores, asociaciones de productores o intermediarios quienes proveen el 80 por ciento de las compras de frutas y hortalizas de los supermercados (el porcentaje restante está representado por compras, incluidas la plaza de mercado)⁴⁸.

El clima y la estacionalidad de cosechas, es una condición restrictiva en el caso de la oferta de productos y el precio de venta, dadas las incertidumbres que se presentan. En busca de minimizar este riesgo, algunos supermercados en Manizales recurren a comercializadores especializados que ubican el producto y sostienen la oferta a lo largo del año, o ajustan las normas y exigencias en la compra, para tener en cuenta los

⁴⁵El bodegaje o guardado se hace alistando rincones de poco uso en la tienda, incumpliendo normas de higiene y manejo seguro de los productos.

⁴⁶Op cite. Guarín Alejandro. 2009.

⁴⁷**Acebedo Restrepo Luis Fernando; Velásquez Luz Stella.** 2006. *Formulación del Plan Parcial de Renovación Urbana del Sector de la Plaza de mercado*. Instituto de estudios ambientales IDEA. Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales. Septiembre de 2006. (Colombia). Pág. 95.

⁴⁸Información suministrada por proveedores intermediarios de Supermercados a través de Entrevista. Manizales. Agosto 2009

patrones estacionales o para no ofrecer el producto durante el periodo de escasez⁴⁹. Otras dificultades y riesgos son:

- La situación de desempleo en la ciudad dificulta predecir las ventas, generando exceso de inventarios y congelación de dineros que son necesarios para la ampliar operaciones.
- La inseguridad presentada en los establecimientos hace necesario reforzar la vigilancia para prevenir y controlar robos.
- El manejo de desperdicios y devoluciones, con su impacto en el estado de pérdidas y ganancias.
- El alto costo de los seguros para proteger los negocios contra riesgos, sólo se puede equilibrar con altos volúmenes de venta.
- El mantenimiento de estructuras operativas con grandes costos fijos, aún en épocas de poco movimiento, asociada con la necesidad de optimizar el potencial de los recursos productivos (personal, espacio y equipo) para el almacenamiento de perecederos y no perecederos.

7. Caracterización del consumidor manizaleño

El gasto promedio en alimentos por parte del consumidor en Manizales está referenciado en el Cuadro 11. Se observa que para el año 2008 que 28,73 por ciento del gasto correspondió a los alimentos⁵⁰. Así mismo, la discriminación porcentual en este grupo es la siguiente: cereales y productos de panadería 3,32 por ciento, tubérculos y plátano 2,92 por ciento, hortalizas y legumbres 2,94 por ciento, frutas 0,89 por ciento, carnes y derivados 5,88 por ciento, pescado y otras de mar 0,44 por ciento, lácteos grasas y huevos 4,89 por ciento, alimentos varios 3,93 por ciento y comidas fuera del hogar 3,51 por ciento⁵¹. Son las hortalizas y las frutas, los productos con un nivel de gasto menor frente a otros productos de la canasta, posiblemente por el precio alto que tienen frente a los tubérculos, plátanos y cereales, situación que tiende a ser más representativa para los estratos más vulnerables en donde la decisión es entre comprar frutas para jugo o papas y plátanos para la sopa.

El Cuadro 12, muestra cómo en Manizales el consumo de alimentos fuera del hogar no tiene una relación tan notable como si ocurre en ciudades como Bogotá, con un 7,3 por ciento del consumo fuera del hogar sostenido en los últimos 10 años. En Manizales se presenta esta característica en el consumo por las condiciones culturales y comerciales de la ciudad, que aún permite a las personas tomar sus alimentos calientes en el hogar. Otra razón del consumo de alimentos fuera del hogar es el ingreso de la mujer al campo laboral, fenómeno que está en aumento en el país.

⁴⁹Op cite. Alcaldía de Manizales. 2009.

⁵⁰Op cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

⁵¹Esta información es la resultante de la encuesta de ingresos y gastos realizada por el DANE; para la determinación de los porcentajes se utiliza el índice de precios al consumidor de cada uno de los años consignados (1999 a 2008), así mismo el ingreso promedio es el resultante de la valoración de los ingresos a nivel nacional.

Cuadro 11. Gasto promedio en alimentos en Manizales, 1999 – 2008 (%)

PRODUCTOS POR GRUPO	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Alimentos	28,6	28,4	28,4	28,4	28,4	28,5	28,5	28,5	28,6	28,7
Cereales y productos de panadería	3,3	3,3	3,2	3,2	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3
Tubérculos y plátanos	2,7	2,8	2,7	2,6	2,5	2,4	2,4	2,5	2,6	2,9
Hortalizas	2,9	2,8	2,9	2,9	2,9	3,1	3,2	3,1	3,1	2,9
Frutas	0,8	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9
Carnes y derivados	6,0	6,0	5,9	5,9	5,9	5,9	5,9	5,9	5,9	5,9
Pescado y otros de mar	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Lácteos, grasas y huevos	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9
Alimentos varios	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9
Comidas fuera del hogar	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5

Fuente: DANE

Cuadro 12. Consumo de alimentos fuera del hogar en Manizales, Pereira, Bogotá y el nivel nacional, 1999 – 2008 (%)

Ciudad	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Manizales	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,6	3,6	3,5	3,5	3,5
Pereira	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9	3,9
Bogotá	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,3	7,4	7,3	7,3	7,2
Nacional	5,7	5,7	5,7	5,7	5,7	5,7	5,7	5,7	5,7	5,6

Fuente: DANE

La crisis económica global generada a partir del año 2008, y que sumada a los conflictos económicos entre Colombia y sus socios comerciales más importantes, Ecuador y Venezuela, ha golpeado fuertemente a la ciudad de Manizales por la disminución del balance comercial de exportación, que tenían empresas locales con estos países, lo cual ha generado nuevas olas de desempleo. Alrededor del 15 por ciento fue la tasa de desocupación para febrero y abril de 2009, con un total de 28 mil personas sin trabajo, mil más que las que estaban desempleadas en el periodo similar del año anterior (solo en Manizales para el primer trimestre del año se perdieron 600 empleos)⁵².

La encuesta realizada a 518 personas de los estratos uno al seis, por People Contact para el periódico local La Patria en 2009; mostró cómo para el 84,56 por ciento de los encuestados la situación de empleo en la ciudad ha empeorado, afectando su presupuesto familiar y el 48 por ciento de los encuestados redujo el gasto en la compra de alimentos. Es de anotar que los estratos bajos de la población dan más importancia al consumo, que a la estructura del consumo de alimentos básicos⁵³.

Cuando hay variación frente a aumentos en el ingreso, se da la sustitución de productos de bajo valor como cereales y tubérculos por productos de mayor valor, entretanto en sectores de ingresos medios, un incremento en el ingreso tiende a aumentar el gasto en fuentes de nutrientes más costosas como carnes, frutas y vegetales, y a disminuir el de cereales y tubérculos, convirtiéndose en mercados muy sensibles a este tipo de cambios. Por su parte para los sectores de ingresos altos, la variación en el ingreso no implica cambios significativos en la estructura del consumo, pero sí en las características de la demanda, la cual se orienta a productos con mayor valor agregado como los procesados, productos novedosos como nuevas variedades de frutas y hortalizas y productos importados que se perciben como de mejor calidad.

El Índice de Precios del Consumidor (IPC) entre febrero de 2008 y enero de 2009 presentó una variación de 7,18 por ciento. Entre los grupos de bienes y servicios que ha tenido incremento para enero del año 2009, está el de los alimentos con el 1,13 por ciento y dentro del grupo de alimentos, los subgrupos con mayores incrementos en los precios correspondieron a hortalizas y legumbres con el 2,59 por ciento; tubérculos y plátanos con el 2,47 por ciento, y frutas con el 1,80 por ciento⁵⁴. Situación que sumado a la crisis por desempleo que enfrenta la ciudad, viene a golpear la posibilidad de acceso a los alimentos por los sectores de la población más

⁵² **La Patria**. 2009. Agosto de 2009. Manizales (Colombia). (Disponible en http://www.lapatria.com/Noticias/ver_noticia.aspx?CODNOT=69017&CODSEC).

⁵³ *Ibíd.*

⁵⁴ **DANE**. 2009. *Comunicado de prensa Índice de precios al consumidor*. Oficina de Prensa DANE. Julio de 2009. Bogotá D.C. (Colombia). (disponible en: www.legismovil.com/.../comunicado%20ipc%20enero%202009.pdf).

vulnerables, que según el SISBEN⁵⁵ son alrededor de 226 579 personas en los estratos uno, dos y tres⁵⁶, que equivale al 58 por ciento de la población perteneciente a estratos bajos, Cuadro 13. Siendo el SISBEN un indicador de pobreza, los registros para la ciudad muestran con preocupación que más de la mitad de la población se encuentra en condiciones de vulnerabilidad.

Cuadro 13. Informe estadístico de personas sisbenizadas por estrato y nivel a 2009 en Manizales

Estrato	Total Sisbenizados	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5	Nivel 6
Estrato 0 (inquilinos y residencias)	12 355	9 033	2 836	421	65		
Estrato 1	54 892	47 617	6 898	332	45		
Estrato 2	113 124	11 218	88 622	12 316	968		
Estrato 3	47 520	8	217	47 061	234		
Estrato 4	555				523	32	
Estrato 5	32			6	9	7	10
Estrato 6	6				3		3
Totales	228 484	67 876	98 573	60 136	1 847	39	13

Fuente. Alcaldía de Manizales, julio de 2009. Estadístico de personas sisbenizadas por estrato.

Así, los estratos bajos ven más resentida su disponibilidad de presupuesto para la compra de alimentos y en este caso particular, verifican los lugares donde los productos se encuentren más baratos y que haya la posibilidad de entrar en el denominado “*regateo*”⁵⁷, como parte de su acervo cultural en relación con la compra. Por ello el aumento del precio de un producto implica que el consumidor deba tomar una de estas decisiones:

- ahorrar menos;
- comprar menos de ese producto;
- no comprar el producto;
- dejar de comprar otro producto para poder seguir comprando lo mismo del producto que subió de precio.

⁵⁵El Sistema de Selección de Beneficiarios Para Programas Sociales (SISBEN), es un indicador de pobreza. Una herramienta conformada por un conjunto de reglas, normas y procedimientos para obtener información socioeconómica confiable y actualizada de grupos específicos en todos los departamentos, distritos y municipios de Colombia. Lo que se busca con la información que arroja el SISBEN es focalizar el gasto público para de esta manera garantizar que el gasto social sea asignado a los grupos de población más pobres y vulnerables Vargas Juan Fernando. *Políticas públicas universales o focalizadas: ventajas y desventajas: El caso SISBEN en Colombia*. 2000. Disponible en: http://www.webpondo.org/files_enemar03/politicass_pub_jfv.pdf

⁵⁶Alcaldía de Manizales. 2009. *Estadístico de personas sisbenizadas por estrato*. Secretaría de Planeación Centro de Información y Estadística (CIE). DANE. Julio de 2009. Manizales (Colombia).

⁵⁷Regateo es una actividad donde el comprador y el vendedor entran en un proceso negociación del precio de un producto, buscando llegar a un acuerdo conveniente para la compra-venta.

La situación de escasos recursos, o recursos limitados para la compra de los alimentos afectan la calidad de vida del consumidor de bajos ingresos, ya que el aumento del precio en los alimentos, hace que la situación de los consumidores desmejore⁵⁸. La posibilidad de los consumidores para acceder a los alimentos de calidad, en forma constante y en cantidades suficientes, se está viendo afectada por los precios altos de los alimentos, que son consecuencia, en buena medida, de la ineficiencia en el proceso comercial.

La dependencia de la oferta externa de alimentos para Manizales y de la improductividad rural en la zona (para el caso de alimentos de la canasta básica) que trae como consecuencia la necesaria importación desde otras regiones, variables que se contraponen a la difícil condición económica de la población, hace que los consumidores se limiten a consumir cada vez menores cantidades de los diferentes productos básicos de la canasta. Esto en el mejor de los casos, en otros, la situación implica disminuir o eliminar parte de ese consumo.

Según la canasta usual de alimentos de los hogares de estratos del uno al tres de Manizales los lugares más frecuentados para la compra de hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos son la plaza de mercado, las tiendas y los supermercados⁵⁹. En el caso del factor de compra y la elección del lugar para estratos bajos, los resultados de la encuesta aplicada por la FAO a los tenderos muestran, que sus clientes son en un 38,33 por ciento madres; 37,67 por ciento los hijos, y el esposo en un 15 por ciento, con gastos que van desde los 1 500 COP hasta los 11 500 COP diarios, siendo la primera cifra la de mayor frecuencia con un 66,67 por ciento de los tenderos encuestados que lo confirman⁶⁰. La encuesta confirma también que el consumidor de estratos bajos de Manizales compra diariamente en las tiendas debido a su bajo poder adquisitivo.

7.1 Mercado institucional

Desde la Secretaría de Salud Pública, a través del programa de nutrición, la alcaldía brinda complementación alimentaria con 20 910 raciones, en las modalidades de restaurantes escolares, desayuno escolar, madres gestantes, restaurantes infantiles, soporte nutricional y desayunos infantiles saludables para habitantes del área urbana y rural⁶¹. La Alcaldía de Manizales realizó en junio de 2009 una encuesta a nueve instituciones que son parte del canal institucional de abastecimiento y distribución de alimentos, entre ellas:

- Fundación Hogar de la divina misericordia.
- Cruzada Social.

⁵⁸Raddar y Asomercadeo. 2009. *El Consumo y el Consumidor en Manizales en 2007 y Proyecciones para 2008*. Julio de 2009. Manizales (Colombia). (Disponible en: www.raddar.net).

⁵⁹Benjumea R. María Victoria. 2008. *Canasta usual de alimentos de los hogares de estratos I a III de Manizales comprada y/o adquirida*. Grupo de Investigación FRICAVA. Instituto de Investigaciones en Salud. Universidad de Caldas. 7 de Junio de 2008. Manizales (Colombia).

⁶⁰Op cit. Guarín Alejandro. 2009.

⁶¹Op cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

- Confamiliares.
- Fundación Niños de los Andes.
- Coasobien.
- Gota de Leche.
- Fundación San Pedro Claver.
- Nutrir.
- Recepción de Menores.

El número de personas atendidas por estas instituciones da una idea del volumen de productos que demandan. Así por ejemplo, Coasobien atiende a 40 000 personas (160 000 raciones mensuales), La Cruzada Social a 680 personas (2 720 raciones mensuales), Comfamiliares 19 300 personas (77 200 raciones mensuales) el resto atienden alrededor de 1 200 personas semanales (4 800 raciones mensuales). El proceso de elaboración y supervisión de la calidad en la preparación de alimentos es diaria y especializada, labor realizada por personal calificado, como ingenieros de alimentos, nutricionistas, jefes de cocina los cuales se apoyan en sistemas y parámetros definidos para estas labores, Cuadro 14.

Cuadro 14. Parámetros para supervisar la calidad de los alimentos en el canal institucional

Institución	Método de supervisión de la calidad e higiene en los alimentos
Fundación Hogar de la divina misericordia	Bajo supervisión visual.
Cruzada Social	Observación directa del producto al momento de compra
Confamiliares	Directa al momento de recibo de los alimentos. Se identifican variables de calidad y se llevan registros en un formato del Sistema de Gestión de Calidad.
Fundación Niños de los Andes	Bajo supervisión visual.
Coasobien	Codificación del proveedor de acuerdo a las políticas de calidad de la empresa, visita y seguimiento con el ingeniero de alimentos y de calidad.
Gota de Leche	Con buenas prácticas de manufactura y un profesional encargado.
Fundación San Pedro Claver	Revisión de cada pedido, aseo y desinfección de los lugares de almacenamiento.
Nutrir	Bajo un sistema de muestreo (método militar estándar).
Recepción de Menores	Se revisan fechas de vencimiento y estado de los alimentos en el momento de recibirlos

Fuente: Encuesta realizada por la Alcaldía de Manizales en agosto de 2009

El mercado institucional frecuenta para sus compras a los mayoristas de la plaza de mercado, donde encuentra variedad, calidad y economía para la compra de sus productos hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos. Cuatro de las instituciones encuestadas, establecen parámetros de compra y negociación de productos de acuerdo a los precios encontrados en la plaza de mercado de Manizales, dos de ellas de acuerdo al SIPSA y el resto de acuerdo a otros parámetros como son el IPC y el comportamiento del mercado. Esto denota el nivel de organización en la administración de estas instituciones las cuales aplican parámetros definidos para la compra. A dichos parámetros en el caso de precios, calidad y frecuencia de entrega, debe plegarse el ofertante de los productos para llegar a negociaciones exitosas, esto es importante para el caso de posibles ofertas de los productos como frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos provenientes del área rural de Manizales,

específicamente de la oferta de pequeños productores, observando con ello la importancia de la organización y la formalidad para atender un cliente de este tipo, Cuadro 15.

Cuadro 15. Parámetros para la fijación de los precios de compra en el mercado institucional

Institución	Plaza de mercado	SIPSA	Finca	Otro
Fundación Hogar de la divina misericordia	X			
Cruzada Social	X			
Confamiliares	X			
Fundación Niños de los Andes	X			
Coasobien	X			
Gota de Leche	X			
Nutrir				Historial de precios del producto IPC y comportamiento del mercado
Recepción de Menores				Cotización mercado actual.
San Pedro Claver				Merado libre Peralonso

Fuente: Encuesta realizada por la Alcaldía de Manizales, agosto de 2009

En el Cuadro 16 se observa el consumo de estas instituciones de los diferentes productos perecederos (hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos), para un total semanal aproximado de 227,37 toneladas. El punto de abastecimiento es la plaza de mercado para cuatro de las ocho instituciones. La institución San Pedro Claver realiza sus compras en el mercado libre de Peralonso y Confamiliares tiene su propio centro de acopio el cual está ligado a los supermercados Confamiliares.

Cuadro 16. Volumen de la demanda mensual

Grupo	Producto	Demanda semanal (kg)	Demanda mensual (ton)
Cereales, Tubérculos y Papa	Papa común	8 683	64,7
	Plátano	7 100	
	Yuca	163	
	Papa criolla	244	
	Arracacha	6	
Hortalizas y Verduras	Tomate	18 446	103,7
	Zanahoria	3 325	
	Cebolla cabezona	1 034	
	Cilantro	209	
	Cebolla larga	436	
	Habichuela	519	
	Repollo	867	
	Lechuga	5	
	Pimentón	5	
	Ahuyama	240	
	Pepino cohombro	823	
	Remolacha	40	
Frutas	Tomate de árbol	14 698	58,8
	Guayaba		
	Banano		
	Limón		
	Naranja		
	Papaya		
	Maracuyá		
	Piña		
	Mango		
	Mora		
	Lulo		
	Mandarina		

Fuente: Encuesta realizada por la Alcaldía de Manizales en agosto de 2009

Lo anterior evidencia una demanda de alimentos interesante en términos de frecuencia y volumen, para ser surtida por los pequeños productores de Manizales.

8. Mercado agroindustrial local

El mercado agroindustrial es para la región caldense una alternativa para colocar excedentes de producción de calidades que no sean para el consumo en fresco. Las empresas de más reconocimiento en la agroindustria caldense son Casa Luker, Alpina, Frugy y Coldes, entre otras, las cuales en la actualidad importan la materia prima (frutas y hortalizas) de otras zonas productoras del país⁶².

La agroindustria de Caldas está constituida desde 1991, con excelente tradición en calidad y venta de sus productos a nivel nacional e internacional, siendo la empresa Passicol (Alpina) la que abrió el camino como una alternativa importante para el

⁶²Op cit. Arroyave, Germán. 2009. Pág. 39.

desarrollo frutícola del departamento. En el año 2005 Casaluker reactiva la empresa Frutasa S.A, productora de jugo de naranja y realiza una inversión en maquinaria de punta para el proceso de 15 frutas tropicales, creando la necesidad de buscar proveedores de fruta a nivel regional y nacional. Así mismo está la empresa Frugy, ubicada en Manizales y productora de pulpas de frutas y verduras precortadas para venta a nivel regional y con exportaciones esporádicas al mercado norteamericano⁶³.

El Cuadro 17, resume la demanda actual de esta tres agroindustrias con presencia en la región para los años 2009 y 2010. Los productos como mora, maracuyá, tomate de árbol, zanahoria y maíz tienen la posibilidad de ser producidos en el municipio por los pequeños productores, gracias a la demanda, los mercados, la potencialidad agroecológica y la rentabilidad. Pero es necesario tener un sólido apoyo institucional para buscar recursos y acompañamiento técnico, sociocultural administrativo y comercial, para lograr abastecer dicha demanda. La oportunidad con estos productos, debe ser aprovechada como parte de los mercados a abordar con el pequeño productor.

Cuadro 17 Demanda de la agroindustria caldense (toneladas)

Producto	Alpina		Casa Luker			Frugy			Total	
	2009	2010	Subtotal	2009	2010	Subtotal	2009	2010	Subtotal	Total
Mora	400	420	820	800	840	1 640	400	420	820	3 280
Fresa	800	840	1 640				100	105	205	1 845
Maracuyá	1 200	1 260	2 460	2 500	2 625	5 125	500	525	1 025	8 610
Lulo	100	105	205	600	630	1 230	250	263	513	1 948
Naranja	400	420	820	200	210	410	400	420	820	2 050
Tomate de árbol				250	263	513	250	263	513	1 025
Papaya	100	105	205	200	210	410				615
Guanábana	200	210	410	300	315	615	350	368	718	1 743
Piña	200	210	410	350	368	718	120	126	246	1 374
Guayaba	80	84	164	60	63	123	100	105	205	492
Limón							150	158	308	308
Arveja							120	126	246	246
Zanahoria							120	126	246	246
Maíz							200	210	410	410

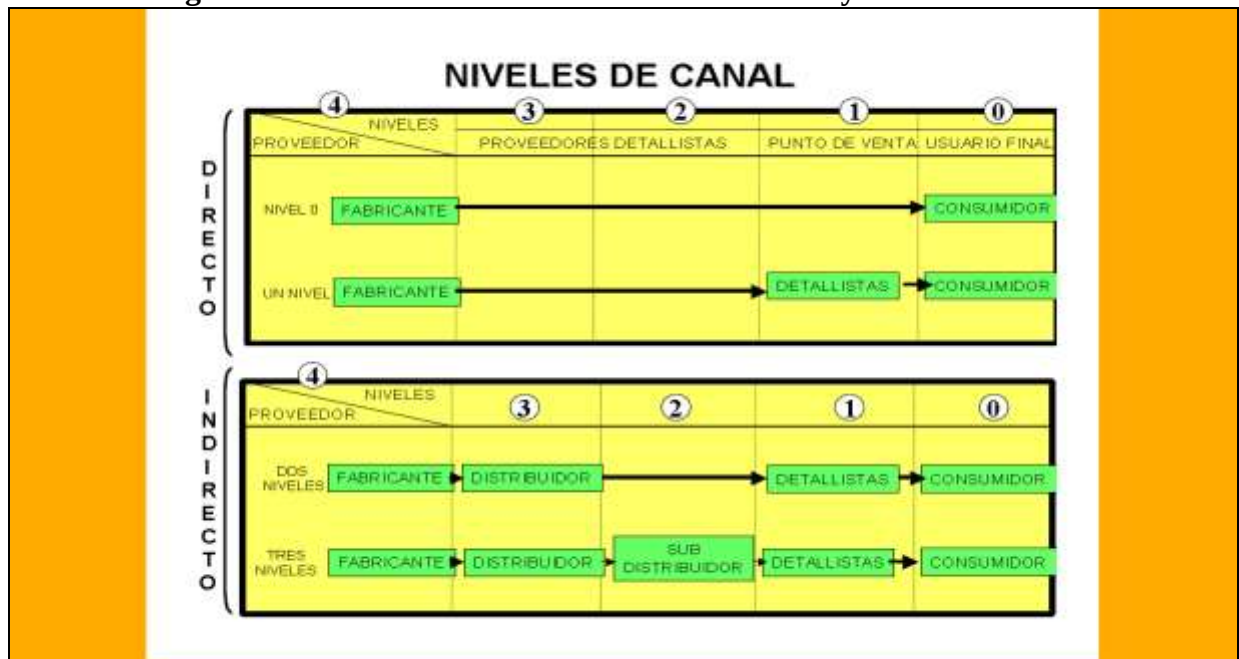
Fuente: Departamento de compras de las empresas para los años 2009 y 2010.

⁶³Ibid. Pag. 40.

9 Caracterización de los canales de abastecimiento y distribución de alimentos agrícolas en Manizales

Los canales pueden ser directos o indirectos. En el primer caso, el productor entra en contacto directo con el consumidor y en el segundo, hay presencia de intermediarios para vincular al productor y al consumidor, Figura 8. El tamaño del canal se mide por el número de intermediarios que la conforman, siendo las cadenas largas o cortas según el número de intermediarios presentes en el proceso de distribución⁶⁴. Buscar las formas de vincular a los pequeños productores con un nivel de canal más directo, que les dé posibilidades de comercializar productos que cumplan con condiciones de calidad, en tiempos regulados de producción y que respondan a demandas específicas con precios competitivos, es una necesidad para el sector rural de Manizales, con el fin de disminuir las intermediaciones innecesarias y posibilitar negociaciones directas de venta.

Figura 8. Niveles en los canales de abastecimiento y distribución



Fuente: Estrategias para el desarrollo de la canal tradicional, septiembre 2003

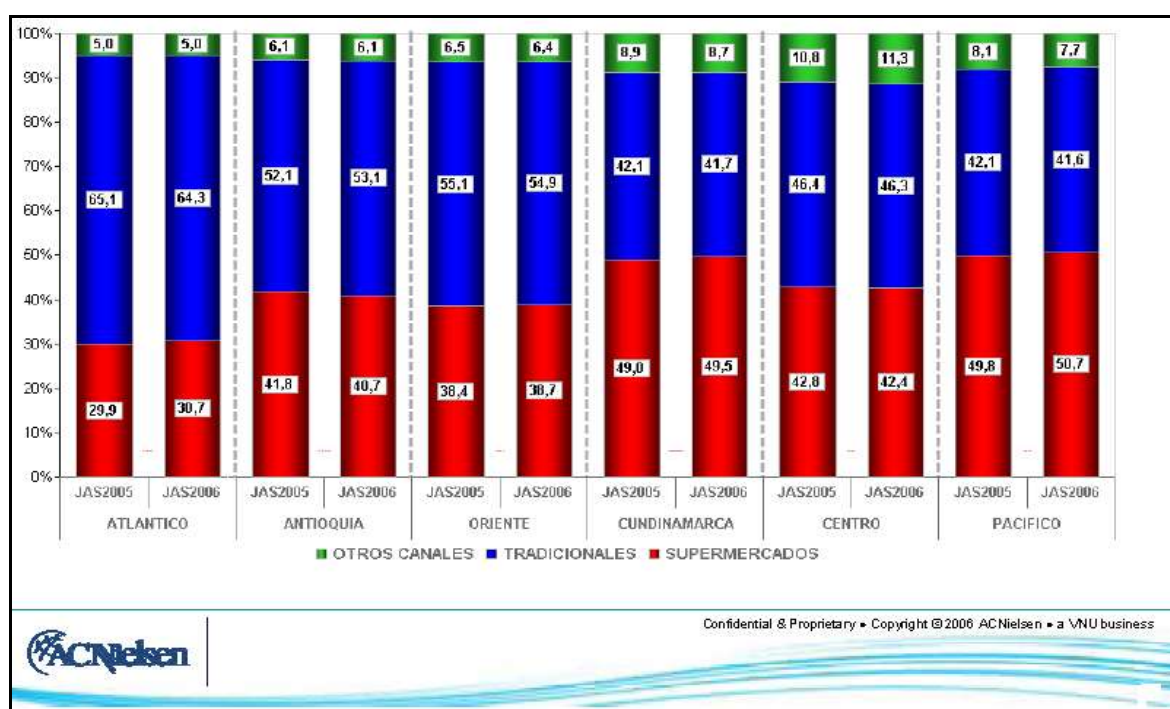
Respecto a la función principal de la distribución, la cual consiste en hacer llegar el producto al consumidor final, el asunto es determinar si los consumidores de la ciudad están accediendo a ese alimento de forma constante, en cantidad suficiente, con calidad y a precios justos. Un factor limitante en las condiciones de acceso, es la falta de recursos económicos, en particular en los estratos bajos, dadas las difíciles condiciones económicas

⁶⁴Salazar Pineda Jorge Augusto. 2003. *Estrategias para el desarrollo del canal tradicional. El canal tradicional en el contexto de mercadeo*. Septiembre de 2003. (Colombia). (Disponible en www.iacolombia.org/.../Presentacion%20Jorge%20Augusto%20Salazar1.PDF).

actuales que afectan al municipio y que se reflejan en una baja capacidad adquisitiva de algunos sectores de la población.

La Figura 9, muestra la importancia del canal minorista, en especial la tienda tradicional, reflejando en su dinámica la participación en más de la mitad de las ventas en departamentos y regiones de Colombia. La región centro donde está Caldas y su capital Manizales, muestra para el año 2006 una participación del 46,3 por ciento de las ventas en tiendas, evidenciando su importancia en la comercialización de los alimentos para los estratos más vulnerables. Así mismo la participación de los supermercados fue del 42,4 por ciento en el mismo año⁶⁵.

Figura 9. Estructura de ventas por canal en algunas regiones y departamentos de Colombia en el 2006

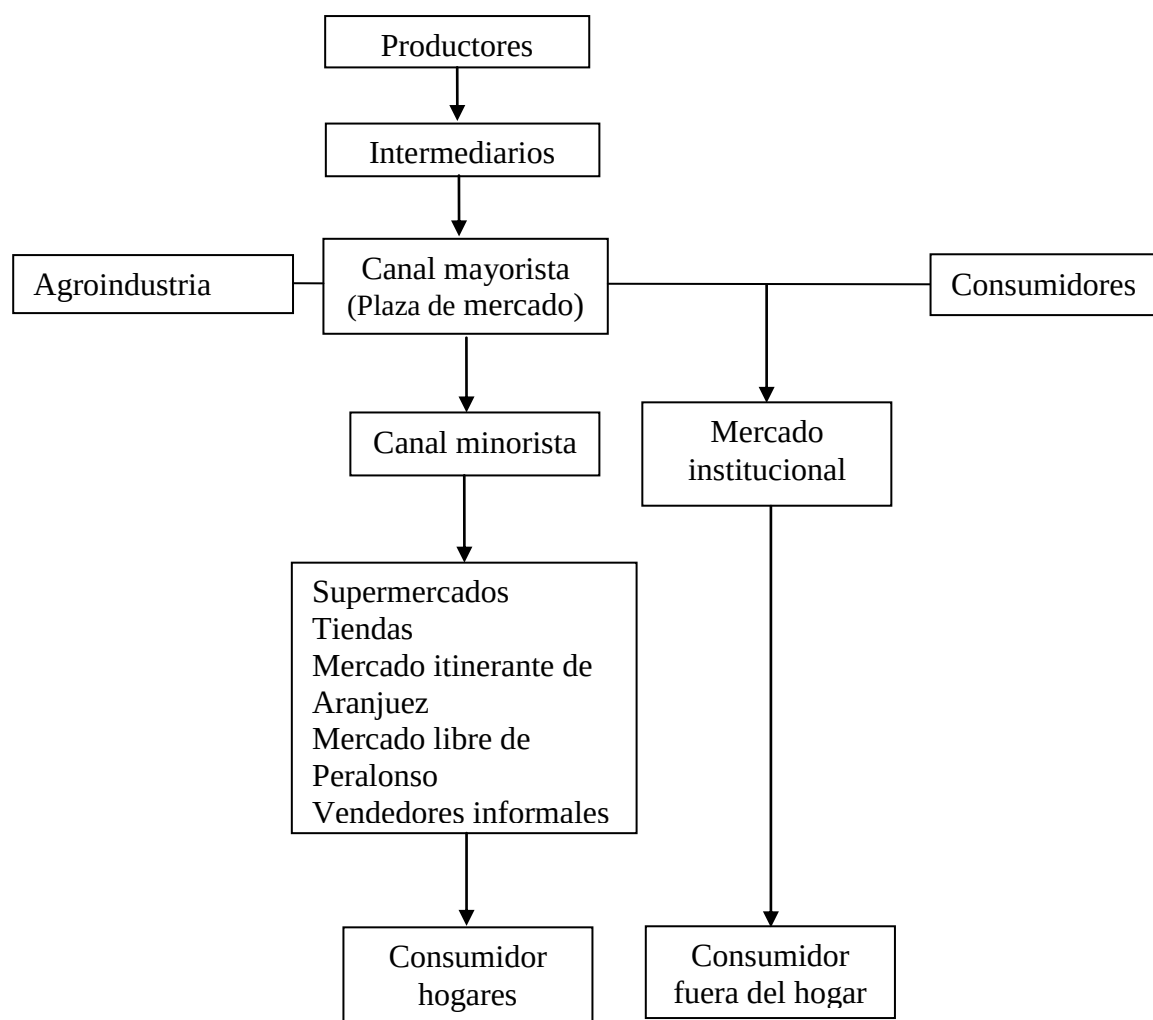


Fuente: Nielsen. 2006

La distribución de los alimentos a través del canal minorista en Manizales ha evolucionado hacia varias tendencias, como la amplia incorporación de tiendas tradicionales de consumo local en las diferentes comunas, sobre todo aquellas caracterizadas por estratos bajos, y el desarrollo y la construcción de nuevos supermercados, con la creciente participación en volumen de ventas. Los canales de abastecimiento y distribución minorista en Manizales incluyen grandes supermercados, tiendas en general, los vendedores informales (cajoneros y estacionarios), mercado libre de Peralonso y mercado itinerante de Aranjuez, Figura 10.

⁶⁵ **Díez Quiceno Tulio. Gómez Quiceno María Patricia. AC Nielsen. 2006. Aproximación a las alternativas de abastecimiento de la tienda tradicional de Medellín en algunos productos de consumo popular.** Septiembre de 2006. Medellín (Colombia). (Disponible en www.virtualum.edu.co/mercadeo/rim1/3tulio_diez.pdf).

Figura 10. Canales de abastecimiento y distribución de alimentos agrícolas en fresco en Manizales



Fuente: Construcción propia.

9.1 Relación entre productor - canal mayorista- canal minorista

El principio y el fin en un sistema de abastecimiento y distribución de alimentos está definido entorno a productores y consumidores. Los productores rurales en Manizales han dejado de intervenir paulatinamente en el abastecimiento de la ciudad (aunque continúan participando con la venta de productos como plátanos, banano, naranja, cebolla, yuca, cilantro y hortalizas), dadas las múltiples y variadas condiciones que se unen en un círculo vicioso, circunstancias como el incremento continuo de precio de los insumos agropecuarios; la falta de asistencia técnica, social, financiera y administrativa especializada de forma continua y sostenida; la falta de mercados organizados para la

oferta de los productos alimenticios producidos en la zona, sumado a la merma en la calidad y la frecuencia de producción, la competencia con la oferta que proviene desde otras regiones y el limitado acceso a las tierras productivas. En Manizales es frecuente encontrar comerciantes que financian la producción agrícola mientras que todas las labores del proceso agrícola están a cargo del productor, al final el comerciante recibe el porcentaje de ganancia que fue pactado⁶⁶.

En el año 2002 la gerencia de la plaza de mercado realizó un censo a comerciantes mayoristas estableciendo un total de 89 comerciantes mayoristas en la plaza de mercado, que distribuían productos como papa, tomate, piña, mango, frutas, hortalizas, plátano, banano, tubérculos y cebolla, como los principales productos comercializados⁶⁷, Cuadro 18. Para el año 2009 la gerencia de la Plaza⁶⁸ los estimó en un número de 10.

Cuadro 18. Comerciantes mayoristas en la plaza de mercado de Manizales

Producto	No. de comerciantes	%
Papa	18	20,22
Frutas y hortalizas	23	25,84
Piña	5	5,62
Mango	2	2,25
Plátanos	10	11,24
Tubérculos	3	3,37
Tomate	8	8,99
Cebolla	1	1,12
TOTAL	89	100

Fuente: Encuesta Plaza de mercado 2 002

Los vendedores ambulantes en Manizales compran sus productos directamente a mayoristas en la plaza de mercado, habitualmente adquieren los productos que se encuentran en cosecha dadas las condiciones de bajos precios, ventaja que usan para obtener una ganancia que les posibilite mantenerse en ese tipo de negocio diario. Los consumidores de esta canal son variados y pertenecen a todos los estratos sociales debido a que estos vendedores se ubican tanto en sectores donde transita todo tipo de público así como en sectores de estratos altos para vender productos como aguacate y otras frutas.

9.1.1 Tiendas

En cuanto a los lugares más frecuentes de adquisición de bienes de consumo en Colombia, las estadísticas revelan el siguiente comportamiento: las tiendas de barrio participan con el

⁶⁶ Hay comerciantes que se asocian con uno o más productores; éstos obtienen el suministro de materias primas, insumos, asistencia técnica y la compra de la producción, siendo los precios iguales para todos; este esquema es usual en productos como tomate chonto y yuca.

⁶⁷ Op cite. Saldaña Reyes Rodrigo de Jesús. 2002.

⁶⁸ López Justo Pastor, Gerente de la Plaza de mercado, entrevista realizada el 25 de septiembre de 2009.

46 por ciento, las grandes superficies con el 22 por ciento, la plaza de mercado 10 por ciento, los sitios especializados 9 por ciento, las panaderías 5 por ciento, el vendedor ambulante 3 por ciento y otros, como los centros comerciales y las droguerías 5 por ciento⁶⁹. Más del 62 por ciento de todas las ventas al detalle en Colombia se hacen a través de las tiendas. Este canal tradicional de distribución, no se ha debilitado, situación que se esperaba sucediera a partir de la entrada en vigencia de las políticas de libre comercio a partir de la década de 1990 con la creciente entrada al país de nuevos modelos culturales de compra, asociados al incremento de establecimientos comerciales como grandes supermercados y autoservicios, por el contrario las tiendas han, llegado incluso a aumentar su número total, como respuesta al creciente desempleo en la ciudad⁷⁰.

Algunos de los productos (cebolla, zanahoria, papa, plátano, tomate, banano, guayaba, mandarina, mora y tomate de árbol, etc.) demandados en las tiendas de Manizales, tienen una directa relación con la posibilidad de oferta de los productores rurales de Manizales, ya que éstos pueden llegar a tener la capacidad de proveer los productos que las tiendas distribuyen. En el Cuadro 19 se presenta el porcentaje de tenderos encuestados que venden cada uno de los productos relacionados.

Algunas de las ventajas de las tiendas reposan principalmente en aspectos como:

- fraccionamiento de unidades de empaque;
- variedad en el surtido;
- distancia o ubicación (ahorro en transporte o servicio a domicilio gratis);
- atención personalizada (conocen muy bien a sus clientes porque son pocos);
- mejor preparación de los tenderos: los empíricos han comenzado a capacitarse para conducir con mayor habilidad sus negocios, y otros tantos profesionales, que no han encontrado empleo formal, deciden administrar profesionalmente su propia tienda⁷¹.

De acuerdo con los registros de la Cámara de Comercio de Manizales, esta ciudad cuenta con más de 2 000 establecimientos detallistas clasificados como tiendas, las cuales hacen un cubrimiento del total de las comunas de la ciudad constituyéndose en una importante canal de abastecimiento y distribución de los alimentos⁷².

La distribución de productos como hortalizas, frutas plátanos y tubérculos en los barrios se hace a través de las tiendas, algunas con características de mixtas (complementan la venta

⁶⁹ **Raddar.** 2009. *Tendencias de consumo en Colombia*. Mayo de 2009. (Colombia). (Disponible en http://www.bancoldex.com/documentos/1_190_Alimentos_Mayo.pdf).

⁷⁰ **Londoño, E.; Navas, M. E.** 2005. *Canal tradicional en Colombia. Tiendas de barrio*. Investigación en administración en América Latina: Evolución y resultados. Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Manizales (Colombia).

⁷¹ **Acevedo Navas, C, Páramo Morales D y Ramírez E.** 2008. *¿Por qué las tiendas de barrio en Colombia no han fracasado frente a la llegada de las grandes cadenas de supermercados?*. (Disponible en: http://www.unipiloto.edu.co/Contenido/pdf_relinter/admon/tiendas.pdf).

⁷² Op cite. Cámara de Comercio de Manizales. 2008.

de abarrotes con las de frutas, verduras, tubérculos y plátanos), revuelterías⁷³ y fruterías. Con base en la encuesta realizada por la FAO a 300 tenderos de Manizales en 2009⁷⁴, se determinó que el 94,67 por ciento de los encuestados son propietarios de su negocio, condición típica en relación a la instalación de este tipo de negocios, donde su establecimiento hace parte de la intención de buscar fuentes de ingresos como estrategia para hacer frente a la carencias de empleo, así lo señala el 47 por ciento de los tenderos encuestados, mientras que 18,67 por ciento de ellos reportó que su decisión de abrir un negocio de este tipo se debió a la pérdida de su empleo anterior.

Cuadro 19. Composición de la oferta de frutas y verduras, en las tiendas de Manizales

Producto	%	Producto	%
Ahuyama	1,6	Aguacate	0,8
Arveja	0,5	Banano	41,5
Cebolla	48,1	Granadilla	4,1
Cilantro	2,7	Guayaba	54,5
Habichuela	5,5	Limonos	1,6
Papa	27,9	Mandarina	9,8
Plátano	24	Mango	14,6
Tomate	54,1	Manzana	13
Repollo	1,6	Maracuyá	3,3
Yuca	2,7	Mora	14,6
Zanahoria	23,5	Naranja	4,1
Piña	4,9	Papaya	4,9
Tomate de árbol	35	Pera	1,6

Fuente: FAO. Junio de 2009. *Resultados de la encuesta a tenderos de Manizales*.

Frente a la dedicación en tiempo para atender la tienda, se observa claramente las diferencias entre un trabajador cobijado por la ley, donde la duración máxima legal de la jornada ordinaria de trabajo es de ocho horas al día y 48 a la semana, mientras que un tendero como lo muestra el estudio, trabaja como mínimo 10 horas al día, esto debido a que los propietarios de las tiendas, no descargan la responsabilidad total de los establecimientos en terceros, y buscan aprovechar diferentes horas en el día como tiempos habituales de compra del consumidor, permaneciendo las tiendas abiertas los siete días de la semana según el 88,33 por ciento de las respuestas de los tenderos encuestados. Un 64,95 por ciento de los tenderos considera el fin de semana como los días de mayor movimiento comercial y las horas de la tarde entre las 15.00 y las 20.00 como las de mayor flujo de clientes con un 46,97 por ciento de los tenderos que así lo afirman⁷⁵.

La tienda de barrio como sector informal, provee una importante opción de empleo en la ciudad, y se reconoce esta labor como la mayor opción de autoempleo a la que recurren los

⁷³En el eje cafetero se usa este término para nombrar los establecimientos comerciales que se encargan de distribuir alimentos perecederos como frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos. En Bogotá a este tipo de establecimientos se les denomina Líchigos.

⁷⁴Op cite. Guarín Alejandro. 2009. Pag. 43

⁷⁵Op cit. Guarín Alejandro. 2009. Pág. 43.

manizaleños como resultado de las altas tasas de desempleo. En efecto, unas 23 mil personas estarían sin empleo a julio de 2009⁷⁶. El 50 por ciento de los tenderos encuestados recibe ingresos entre los 230 000 y los 920 000 COP mensuales y un 20,67 de los encuestados tiene ingresos promedio entre 920 000 y 1 150 000 COP mensuales, mientras que para el 24,02 por ciento son menores de 230 000 COP⁷⁷.

Las tiendas en Manizales tienen una débil estructura de financiación, manifestada entre otros en la periodicidad con la que el tendero se abastece de sus productos, el 29,1 por ciento de ellos hace compras diarias y el 33,4 por ciento lo hace semanalmente; esto indica que el 62,5 por ciento de estos negocios tiene una frecuencia de aprovisionamiento inferior a una semana⁷⁸. La forma de compra que usan los tenderos en Manizales muestra la ineficiencia del proceso, el 96,69 por ciento de los tenderos reportaron que hacen el pago de contado al hacer sus pedidos y en términos de financiación de sus deudas, el 99,17 por ciento lo hace máximo a tres días, desaprovechando la posibilidad de usar el efectivo en inversiones de compra de los productos a los cuales no acceden a crédito perdiendo la posibilidad de ampliar su oferta en cantidad y variedad de productos. La ineficiencia en la negociación de volúmenes, precios y tiempos de pago es corroborada con un porcentaje bajo de los tenderos que compra directamente a la fábrica, solo lo hace un 17 por ciento⁷⁹.

La importancia que puede llegar a adquirir la implementación de asociaciones de tenderos es evidente; al realizar actividades de compra de productos en volumen, se aseguran resultados más ventajosos en la negociación de precios y formas de pago, con fabricantes o productores directos. Un esquema como este permitiría una negociación más directa y la disminución de varios eslabones de intermediación, lo cual podría incrementar el margen de ganancia y a la vez permitiría a los tenderos ofertar productos con precios competitivos que beneficien de igual forma al consumidor.

Los mismos tenderos no son ajenos a su realidad si se tiene en cuenta que al 73 por ciento le gustaría contar con la representación de un sector para defender sus intereses gremiales que les proporcione equidad en el canal de abastecimiento. Estas estadísticas reflejan la preocupación de los tenderos por mejorar su actividad y sus condiciones de vida, en tiempos donde esta actividad comercial necesita mejorar sus posibilidades de competir con otros minoristas, que cada vez se especializan más y usan técnicas modernas para atraer consumidores de todos los estratos.

Así mismo un 96 por ciento de los tenderos encuestados en Manizales no pertenece a instituciones o agremiaciones, básicamente por desconocimiento de su existencia y de las ventajas de pertenecer a una⁸⁰. La innovación y la mejora en técnicas de oferta de productos con calidad, variedad, frescura y precios competitivos, se posibilitaría a través

⁷⁶ **El Tiempo**. 2009. *Alerta por aumento del desempleo en Manizales, que es segunda en el país con el 14,3 por ciento*. Bogotá D.C. (Colombia) (Disponible en www.eltiempo.com/.../ejecafetero/alerta-por-aumento-del-desempleo-en-manizales-que-es-segunda-en-el-pais-con-el-143-p).

⁷⁷ *Ibíd.*

⁷⁸ **FAO**. 2009. *Resultados de la encuesta a tenderos de Manizales*. Junio de 2009. Manizales (Colombia).

⁷⁹ *Ibíd.*

⁸⁰ *Op cit.* FAO. 2009..

del asocio con otros tenderos. Este paso es necesario para este eslabón de abastecimiento en la ciudad, dado que es una alternativa de acceso a los alimentos para un importante segmento de la población en la ciudad y por la generación de empleo que representa. Mejorar las condiciones de los tenderos debe ser una prioridad en las condiciones actuales de Manizales⁸¹. Los dos problemas que se mencionaron con más frecuencia en la encuesta fueron: la inseguridad y el cobro excesivo de impuestos. Otros problemas igualmente referenciados son la inestabilidad y el alza en los precios, la dificultad para acceder a crédito, la falta de obras públicas (especialmente vías) y el desempleo⁸².

9.1.2 Mercado libre de Peralonso

El mercado libre corresponde a un lote ofrecido en comodato por parte de la administración municipal a la Asociación de usuarios campesinos del mercado libre de Manizales, antiguo grupo de campesinos establecidos en el sector de Fundadores, lote público que no contaba con las condiciones de infraestructura y servicios necesarios para realizar la actividad de comercialización de forma cómoda, adecuada e higiénica⁸³.

Ubicado en la actualidad en la entrada al barrio Peralonso en la comuna cinco, Anexo 2. Con capacidad para instalar 93 puestos de 4m x 4m, hoy este mercado se encuentra subutilizado, ocupado por nueve comerciantes de los cuales dos son agricultores y siembran parte de los productos que comercializan como cítricos, papaya, plátano, banano, mora, lulo, yuca, provenientes de veredas y municipios vecinos a la ciudad, los otros siete vendedores compran sus productos directamente al canal de mayoristas de la plaza de mercado⁸⁴. Según la encuesta aplicada en el mercado de Peralonso por la alcaldía, cada fin de semana se da una intermediación entre el vendedor y el comprador final, el número de visitantes semanales no es significativo si se compara con el número potencial de compradores que podría atender el mercado. Actualmente se atiende un promedio de 175 personas entre viernes y domingo. Los siete comerciantes venden 5,5 toneladas semanales de productos y tienen una venta total promedio de 8,3 millones COP, incluyendo venta de huevos, panela y carne de pollo (correspondiendo en promedio a cada vendedor un valor de venta de 918 238 COP), el flete pagado por transportar los productos desde la plaza de mercado es de alrededor de 15 000 COP⁸⁵.

Si bien el mercado está ubicado en un barrio estrato dos, no son los habitantes del sector sus principales clientes, pues estos buscan precios más bajos y acuden principalmente a las tiendas de la zona, ubicadas más cerca a sus viviendas. Los compradores que visitan este

⁸¹Con el objetivo de Incrementar la capacidad competitiva de los tenderos de la ciudad de Manizales y su visión de la tienda como empresa, actualmente la Secretaría de Competitividad y Fomento Empresarial en alianza con FENALCO está desarrollando un proyecto denominado El tendero competitivo el cual consiste en: i) sensibilización a los tenderos con la temática “Mi tienda una Empresa”; ii) capacitación en temas de Mercadeo, Contabilidad y Manipulación de Alimentos; iii) tutorías y asesorías en el lugar de trabajo

⁸²Op cit. Guarín Alejandro. 2009. Pág. 23

⁸³**Alcaldía de Manizales. 2007. Plan de ordenamiento territorial de Manizales. Diagnóstico Integral del territorio área urbana.** Pág. 258.

⁸⁴Op cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

⁸⁵Ibid.

mercado pertenecen a estratos altos y sus motivos de compra se enfocan en aspectos como la calidad, frescura y el precio más bajo comparado con los obtenidos en supermercados o en tiendas especializadas de los sectores donde residen. Los productos ofertados cada semana son frescos dadas las condiciones de rotación que exige este mercado.

Los puestos de venta son acondicionados con guaduas plásticos para la disposición, vitrina y protección de la intemperie. La disposición, ubicación y presentación de los productos afecta la comodidad, funcionalidad y estética del lugar. La basura es recogida todos los lunes por la Empresa Municipal de Aseo (EMAS).

Los carros de los compradores se parquean en una bahía frente al lote con capacidad para 25 vehículos. Actualmente el mercado libre cuenta con una infraestructura limitada para la atención al público, a falta de una zona adecuada para la distribución de comidas para los mismos vendedores y el público en general, se ha adaptado una improvisada cocina, la cual no cumple con condiciones ajustadas para el servicio y la oferta de alimentos preparados, así mismo adolece de baterías sanitaria públicas. La zona actualmente ocupada por los vendedores en el mercado equivale al 10 por ciento de su área potencial de uso, ocupación baja si se tiene en cuenta la capacidad instalada del mercado; entre las razones que en general argumentan los usuarios comerciantes del mercado para tener una ocupación tan baja están: el pago de un arriendo por puesto (valor de 5 000 COP semanal), los bajos márgenes de rentabilidad y la poca afluencia de público.

9.1.3 El mercado del barrio Aranjuez

El mercado itinerante de Aranjuez ubicado en la entrada del barrio Aranjuez estratos dos y tres, en la comuna Universitaria. Usa el espacio público como asiento, Anexo 2. Según la encuesta aplicada por la alcaldía en 2009, es un espacio de venta informal sin ningún control, donde se reúnen vendedores informales (cuatro agricultores provenientes de la vereda el Guineo de Manizales) para comercializar frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos, resultado de su actividad agrícola. Cada fin de semana los cuatro comerciantes venden aproximadamente 951 kg y tienen una venta promedio de 918 543 COP, con un valor de venta individual de 229 635 COP.

No existen servicios públicos, estacionamientos o infraestructura alguna para el desarrollo de la labor comercial, se ha convertido en un espacio que se mantiene más por tradición de compra y por los vínculos generados entre compradores del barrio y ofertantes rurales, ofreciendo semanalmente a los consumidores productos variados. Para los productores es una alternativa directa de comercialización sin intermediación, que les ha servido para ampliar la posibilidad de obtener mayor ganancia por la venta directa.

9.1.4 Supermercados de barrio

Los supermercados de barrio, dada su capacidad comercial y el espacio que usan, que en muchos casos no supera los 70 metros cuadrados, no ofertan regularmente frutas, verduras,

tubérculos y plátanos. Estos productos se proveen de los mayoristas de la plaza de mercado de Manizales, con frecuencias que van desde semanal a dos veces por semana. La calidad de los productos ofertados no difiere de la calidad ofertada por las tiendas estando entre la primera y la segunda calidad. Esta es una situación que los diferencia de los supermercados de cadena, estos últimos realizan sus compras de frutas verduras, tubérculos y plátano directamente a los productores o con asociaciones de productores.

9.2 Relación entre productor – supermercados de cadena – consumidor

La categoría de venta de hortalizas, frutas, plátanos y tubérculos representa en los supermercados un porcentaje menor de las ventas, entre el 3 por ciento y el 5 por ciento, excepto en el caso de los mercados especializados, donde ésta es una categoría principal con un 15 por ciento de las ventas⁸⁶. Por ello la venta de estos productos se convirtió en una estrategia válida para la atracción de clientes y la rotación de otros productos. En la compra de estos productos el consumidor con posibilidades de compra puede comparar y evaluar la frescura, limpieza, variedad, disponibilidad y precio de forma más sencilla que con otros tipos de productos, dado que estas características son mucho más visibles. Por esto, las cadenas prestan cada vez más atención a la categoría, renovándola y convirtiéndola en un efectivo mecanismo de diferenciación frente a la competencia.

La forma más utilizada para promover el consumo de frutas, hortalizas plátanos y tubérculos en los supermercados, consiste en ofrecer un porcentaje de descuento en los precios de todos los productos un día a la semana, o en productos que estén en cosecha, generalmente estas rebajas se apoyan en las negociaciones hechas entre los supermercados y los proveedores directos.

La calidad de los productos ofrecidos es primordial para los supermercados, la cual va desde extra, primera y en algunos casos segunda (paquetones). Para estos garantizar la calidad de los productos ofertados realizan inversiones para adecuaciones de los puntos de venta, capacitación a los empleados y la compra de equipos adecuados como plantas de maduración, refrigeración y conservación de productos hortofrutícolas. La rentabilidad en el negocio de venta de estos productos se explica por la compra directa a productores individuales o asociados, representando entre el 70 por ciento y el 90 por ciento, el volumen restante está representado por compras a los comercializadores, incluidas las centrales mayoristas⁸⁷.

El comercializador especializado es un actor importante para los supermercados, sobre todo los de cadena; éste garantiza la regularidad de la oferta en todo el año, al conseguir los productos que le demanden en cualquier época. En el caso de supermercados que hacen parte de las cadenas nacionales como Éxito, Pomona, Carulla, Olímpica y la 14, tienen negociaciones con productores e intermediarios locales y de otras zonas del país quienes deben cumplir con las condiciones y requerimientos de esta canal detallista. En general los

⁸⁶ **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Corporación Colombia Internacional.** 2003. *Mercado nacional de frutas y hortalizas*. Sistema de inteligencia de mercados (SIM) Monitoreo de mercados No. 5. Abril a Junio del 2003. Bogotá D.C. (Colombia). Pàg. 15.

⁸⁷ Ibid.

consumidores habituales de estos establecimientos hacen parte de estratos medios y altos con condiciones económicas favorables para la compra.

Manizales cuenta aproximadamente con la presencia de 40 supermercados⁸⁸. Algunos hacen parte de las cadenas más importantes del país como Éxito, Ley Pomona, Carulla, Almacenes la 14, Olímpica y supermercados de tradición en la ciudad como Mercaldas, supermercado del Centro, supermercado el Ahorro, Confamiliares, La Cosecha, Supermercado primera, Ideal, El Portal, Mercaplaza, entre otros.

El comercio en Manizales es un sector muy heterogéneo, en el que se viene dando un cambio en las estructuras del canal detallista por la incorporación de estrategias comerciales nuevas, adaptadas a la evolución del mercado y a la mayor urbanización, como proceso subsiguiente a las grandes obras en construcción en la ciudad como: el cable aéreo, el nuevo terminal de transporte, la reestructuración de la comuna San José y la terminación del aeropuerto de Palestina y obras de reordenamiento vial, entre otros.

En el tema social la incorporación de la mujer al mercado laboral, la disminución del tamaño de la familia como una tendencia marcada para la ciudad, hacen suponer que habrá un cambio en la forma tradicional y los hábitos de compra del consumidor manizaleño, que acude normalmente a supermercados como alternativa para la compra de alimentos. Esta situación ha abierto la posibilidad para que grandes canales de supermercados con presencia nacional, lleguen a la ciudad, tal y como está ocurriendo con la reciente apertura de un punto de venta de la cadena de almacenes Éxito, con una sede en el centro de la ciudad.

Como consecuencia de esto, ya se está viendo el movimiento administrativo en los principales supermercados de la ciudad, generado por la expectativa de la llegada de supermercados Éxito a Manizales. Esto ha llevado a los supermercados a prepararse para fidelizar a sus clientes tradicionales no solo de Manizales sino también de los municipios de Villamaría, Palestina, Chinchiná y los cercanos del norte de Caldas, a través de tácticas comerciales que les lleve a resguardar los niveles de ventas. En un sondeo realizado en julio de 2009 a siete cadenas de supermercados establecidos en Manizales, se encontró que los supermercados de cadena tradicionales vienen desarrollando estrategias para mantener a sus clientes habituales, a fin de contrarrestar la novedad de la instalación del Éxito; rifas, días de rebajas, ofertas y atenciones especiales son algunas de las actividades propuestas para ello⁸⁹.

10. Análisis de márgenes de comercialización por canal

La razón fundamental para que los productores rurales y los demás agentes de los canales de abastecimiento y distribución de alimentos interactúen para satisfacer las necesidades de

⁸⁸ **Alcaldía de Manizales.** 2009. *Encuesta a supermercados de la ciudad de Manizales*. En el marco del proyecto TCP_COL_3202 convenio de cooperación institucional con la FAO. Julio de 2009. Manizales (Colombia).

⁸⁹ **Gómez Escobar Ignacio.** 2009. *Supermercados en la jugada por los clientes*. (Colombia). (disponible en <http://igomez.blogspot.com/2009/07/supermercados-en-la-jugada-por-los.html>).

consumidores, es la búsqueda de una utilidad económica, la cual se obtiene a través de la agregación de valor a los productos, ya sea por el transporte, la transformación, el empaque, etc. Estudios de la FAO señalan que por cada peso que paga el consumidor urbano por sus alimentos el 70 por ciento queda en manos de la intermediación (25 por ciento para el acopiador rural, 10 por ciento para el mayorista y 35 por ciento para el detallista) y el 30 por ciento (o aún menos) para el productor⁹⁰.

10.1 Cálculo de los márgenes

Los márgenes de comercialización y la participación del productor se calculan por diferencias de precios, comparando las cifras en los distintos eslabones del canal y relacionándolas en todos los casos con el precio pagado por el consumidor final, el cual constituye la base del análisis, Figura 11⁹¹. El margen bruto de comercialización es el porcentaje del precio medio ponderado final de venta que se toma en cada fase del canal. Con este margen hay que cubrir los gastos originados cuando el producto pasa de una fase a la siguiente, y debe permitir, además, una ganancia razonable a quienes intervienen en la comercialización⁹².

Figura 11. Ecuación del cálculo de margen bruto de comercialización

$$\text{MBC} = \frac{\text{Precio de venta} - \text{Precio de compra}}{\text{Precio al consumidor}} \times 100$$

Para el cálculo del precio de venta (frutas, hortalizas, tubérculos y plátanos) de los productores, presentado en este documento, se parte del supuesto que el margen de ganancia no será inferior al 20 por ciento (este margen para el pequeño productor se basa en el manejo del rendimiento financiero de su actividad agrícola con una TIR igual o mayor al 20 por ciento, con la que se espera pueda pagar sus obligaciones financieras y las de su empresa familiar⁹³). En los precios mayoristas se tomó como referencia el reporte del boletín informativo del Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario (SIPSA) de septiembre del 2009, para los precios del mercado minorista se tomó como base las encuesta realizadas por la Alcaldía de Manizales en el año 2009.

⁹⁰FAO. 1999. *Gestión del mercadeo agrícola*. (Disponible en <http://www.rlc.fao.org/prior/desrural/mercadeo/default.htm>).

⁹¹La CCI (2002) y la Cámara de Comercio (2004) estiman los siguientes márgenes de rentabilidad para cada uno de los agentes de la canal de comercialización de frutas y hortalizas en Bogotá: margen productor variable entre -20 por ciento y 20 por ciento, margen transportador 40 por ciento, margen Plaza de mercado o central de abastos 15 por ciento, margen distribuidor pequeño entre 20 y 30 por ciento, margen tienda de barrio entre 30 y 40 por ciento, margen comercializador supermercado e hipermercado entre 35 y 45 por ciento, margen procesadores (conservas) entre 35 y 45 por ciento (varía el precio según proceso), exportadores entre 35 y 45 por ciento (varía el precio según el producto).

⁹²Sherpherd, Andrew. 1995. *Guía para el cálculo de los costos de comercialización*. Roma (Italia). (Disponible en www.fao.org/docrep/u8770s/U8770S02.htm).

⁹³Op cit. Arroyave, Germán. 2009. Págs. 26 y 27.

10.2 Precios para los 15 productos seleccionados y sus diferencias relativas

Con base en los análisis realizados para identificar la posibilidad de oferta de pequeños productores de la zona rural del municipio de Manizales, como estrategia de abastecimiento de alimentos y fortalecimiento de las cadenas productivas en este sector, se presentan los márgenes del Cuadro 20. Esta información puede servir de guía para que instituciones, pequeños productores y equipos técnicos tomen decisiones relativas a la promoción de productos a sembrar en la zona rural de Manizales, a fin de intercomunicar dicha producción con los canales de abastecimiento y distribución de la ciudad. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la variación constante de precios de compra y venta en el mercado, precios de insumos, la vinculación a mercados y sus exigencias particulares frente a calidad, frecuencia de entrega y oferta de precios competitivos obliga a hacer actualizaciones de estos cálculos según sea necesario⁹⁴.

Se han seleccionado los 15 productos (tomate de árbol, banano, papaya, maracuyá, mora, lulo, cebolla larga, zanahoria, habichuela, pimentón, repollo, yuca, papa, maíz, fríjol), que cumplen con la condiciones para ser cultivados por los pequeños productores agrícolas de Manizales, de acuerdo a varios factores tales como: los costos de producción, cantidad de mano de obra, cultura, manejo pos cosecha y demanda del mercado⁹⁵.

El precio promedio del transporte pagado por los agricultores, por kilogramo de producto desde las veredas del municipio, es de 63 COP. Un costo alto si se tiene en cuenta las distancias relativamente cortas entre la zona urbana y rural del municipio. Esto refuerza la necesidad de organizar la forma de transportar los productos, con el apoyo de centros de acopio estratégicos, que eviten el transporte individual y posibiliten una comercialización con menores costos, fruto de una logística adecuada a las condiciones del medio rural manizaleño.

El Cuadro 20, muestra los precios de venta en diferentes puntos de distribución minorista como supermercados, mercado de Peralonso, mercado de Aranjuez y tiendas. Las tiendas manejan precios más bajos para productos como tomate de árbol, banano, papaya, maracuyá, mora, cebolla larga, zanahoria, pimentón, repollo, yuca, papa, fríjol, reflejando así la importancia de las tiendas en la ciudad, como distribuidoras de alimentos en los estratos más vulnerables.

Teniendo en cuenta que los mayoristas de Manizales, cumplen de igual forma funciones de minoristas al vender a granel, si se comparan los precios del mayorista con los de los supermercados se observa que los mayoristas ofertan los 15 productos con precios más bajos, brindando para el consumidor de estratos más vulnerables más economía en el momento de la compra. Aunque en las ventas al detalle, por las características del precio

⁹⁴ A pesar de que la canasta de alimentos para Manizales sin alimentos procesados definida por la Secretaría de Salud en el año 2006 referencia 42 productos con consumo superior al 25% para estratos 1 al 3, no todos los productos tienen factibilidad para producción por parte de los pequeños productores del municipio, por ello se toma para este cálculo los 15 productos identificados en el estudio de sistemas de producción realizado por la FAO en 2009, como los de mayor potencial para estos agricultores.

⁹⁵ Op. cit. Arroyave, Germán. 2009. Pág. 15.

más bajo, los márgenes de ganancia para el mayorista no son tan elevados, éstos se ven compensados cuando la transacción se hace en volumen.

En los supermercados los alimentos se ofrecen al público con un valor agregado que responde a la clasificación, presentación y certificación de ser de primera calidad aunque también se ofrece al público calidades que se encuentran entre segundas como productos de oferta o “paquetones”. En conclusión, el empaque se ha convertido en un indicador de calidad para los compradores de los supermercados y la presentación se ha transformado en una herramienta válida para distinguir un producto de otro y llamar la atención del cliente; en otras palabras es una estrategia de mercadeo que busca posicionar una marca o producto, así como garantizar la calidad⁹⁶.

Por otro lado, es en el mercado de Aranjuez donde se ofrecen productos más baratos entre todos los puntos de distribución del canal minorista referenciado, aún a costa de las ganancias de los vendedores. Esta situación se puede deber a la falta de información que manejan los comerciantes (agricultores) frente a precios de venta, costos de producción y márgenes de rentabilidad. Situación que evidencia las necesidades inmediatas en capacitación y refuerzo técnico administrativo de los productores, a fin de que refuercen sus capacidades administrativas y financieras y se puedan involucrar en otros mercados. Los productos son comprados por consumidores de estratos bajos del barrio Aranjuez. Aunque los precios no son semejantes con los de mayoristas, si son comparablemente más bajos que los referidos por supermercados, tiendas y aún del mercado de Peralonso. Este mercado comienza a ser tradicional en el barrio Aranjuez, su importancia más allá del número de intermediarios vinculados, los volúmenes de venta y la variedad en productos ofertados, radica en el tipo de vendedor, que en este caso son los mismos productores de la vereda el Guineo del corregimiento La Cristalina en Manizales.

En el mercado de Peralonso los 15 productos ofertados resultan comparativamente caros, en relación con el precio del mayorista en la plaza de mercado, las tiendas y los supermercados a pesar de que la intención de este mercado es disminuir la intermediación entre productor y consumidor. Esto se explica porque en este mercado no participan productores, la venta la realizan comerciantes urbanos que tienen asignados los puestos para la venta.

⁹⁶ Op cit. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. 2009. Pág. 4.

Cuadro 20 Comparativo de precios de venta de 15 productos por el canal mayorista- minorista (\$/kg)

Producto	A.	B.	C.	D.	Precio Minorista (\$/kg)			
	Costo de producción (kg)	Costo Transporte promedio veredas a la plaza de mercado	Precio pagado por el mayorista. Margen ganancia del 20 % (esperado). $(A+B)+((A+B)*20\%)$	Precio de venta del mayorista septiembre 2009	Supermercados	Tiendas	Mercado libre Peralonso	Mercado Aranjuez
Tomate de árbol	850	70	1 100	1 500	2 976	2 144	2 233	
Banano	231	50	337	430	1 032	1 167	1 400	900
Papaya	498	100	718	1 250	1 900	1 631	1 700	
Maracuyá	523	100	747	1 300	3 000	1 889	2 500	1 500
Mora	970	70	1 248	3 000	4 650	2 633	2 900	
Lulo	1 562	70	1 960	2 500	3 968	2 457	2 000	
Cebolla Larga	175	40	258	960	2 316	1 496	2 000	1 500
Zanahoria	540	70	732	900	2 040	1 130	3 000	500
Habichuela	945	40	1 182	1 342	1 612	1 971	1 760	
Pimentón	442	50	590	1 125	1 904	1 222	1 500	
Repollo	507	70	690	500	1 384	1 254	1 500	
Yuca	485	50	642	920	1 476	1 411	1 500	1 300
Papa	360	70	516	588	2 371	1 261	1 333	1 300
Maíz	420	50	564	870	3 234			1 500
Frijol	2 284	50	3 400	3 700	5 800	4 057		

Fuente. Elaboración propia partiendo de: cálculos desarrollados por Arroyave Germán consultor FAO Proyecto TCP_COL_3202 FAO, los costos de la Corporación para el desarrollo de Caldas, encuestas realizadas por la Alcaldía de Manizales sobre valor de transporte interveredal y precios de venta en el canal minorista en el año 2009 en la ciudad de Manizales.

10.2.1 Márgenes brutos

El Cuadro 21, muestra los diferentes márgenes brutos obtenidos en los canales de comercialización en la ciudad. El 20 por ciento para el pequeño productor, es una condición económica importante que soporta las posibilidades de siembra de los 15 productos seleccionados para Manizales. Las ventajas para estos productores en el tema de márgenes pueden verse ampliadas por el relacionamiento directo con otros mercados minoristas como el de Aranjuez y el mercado libre de Peralonso, si se tiene en cuenta que estos brindan las posibilidades de venta directa al productor; así los márgenes brutos pueden verse incrementados, al sumar el margen de venta del productor con el margen de venta del mercado.

Tomando como ejemplo el mercado de Aranjuez, se podría pensar en un margen mayor si se tiene en cuenta las características de los vendedores de este mercado; que son principalmente productores, lo cual permite sumar el margen de venta del productor con el margen de venta del mercado. Como ejemplo se puede ver la cebolla larga, con un margen del 68 por ciento o el banano con un margen promedio del 83 por ciento. No deja por lo tanto de preocupar que haya márgenes por debajo del 20 por ciento para productos como maracuyá, y en el caso de la zanahoria con márgenes incluso negativos, prueba del escaso manejo que tienen los productores de los costos de producción y los precios de venta de algunos de sus productos.

Los supermercados manejan unos márgenes elevados, incluso al compararlos con los de los mayoristas y tiendas para productos como frutas, hortalizas y tubérculos, hasta seis veces mayor en el caso de la papa, habichuela y banano, corroborando que los supermercados manejan precios altos siendo menos ventajoso para los estratos más vulnerables comprar en estos puntos de venta. El margen de las tiendas sumado a la condición de precio favorable de los productos, la sostiene como un importante abastecedor para los estratos más vulnerables; así como un importante medio de sustento de muchas familias en la ciudad, que ven en esta actividad comercial un medio para hacer frente a las condiciones actuales de desempleo.

El mercado de Peralonso mantiene un margen comparativamente más interesante que el de las tiendas, teniendo en cuenta que este mercado solo atiende a los consumidores los fines de semana. Los márgenes promedio del mercado de Peralonso sumados a los márgenes promedio de venta del productor, dan cuenta de la importancia que puede llegar a tener este espacio como punto de venta de los productos obtenidos en la zona rural del municipio; por ejemplo en el caso del banano el margen promedio sería del 100 por ciento, del 78 por ciento para el maracuyá, del 68 por ciento para la cebolla larga, del 96 por ciento para la zanahoria. para ello es necesario diseñar políticas de apoyo en temas de infraestructura adecuada, con servicios públicos, estacionamientos, vinculación de otras actividades comerciales y promoción del mercado entre otras, que den un realce a este mercado y se pueda

brindar como un servicio no solo para estratos medios y altos como lo es hoy, si no que a su vez se convierta en un espacio de venta de productos para los sectores poblacionales que lo rodean, incluso como medio de abastecimiento para tenderos y revuelterías de la zona.

Cuadro 21 Margen bruto por canal: productor- mayorista- minorista en Manizales 2009 (%)

Producto	agente					
	productor	mayorista	Supermercado	Tiendas	Mercado libre Peralonso	Mercado Aranjuez
Tomate de árbol	20	27	48	30	33	0
Banano	20	22	70	63	69	52
Papaya	20	43	34	23	26	0
Maracuyá	20	43	48	31	48	13
Mora	20	55	40	7	3	0
Lulo	20	11	43	10	27	0
Cebolla Larga	20	73	60	36	52	36
Zanahoria	20	19	40	20	70	-80
Habichuela	20	9	58	34	26	0
Pimentón	20	48	41	8	25	0
Repollo	20	14	42	36	47	0
Yuca	20	30	38	35	39	29
Papa	20	12	75	53	56	55
Maíz	20	35	73	0	0	0
Frijol	20	8	36	9	0	0

Fuente. Elaboración propia partiendo de: cálculos desarrollados por Arroyave, Germán consultor FAO Proyecto TCP_COL_3202 FAO, los costos de la Corporación para el desarrollo de Caldas, encuestas realizadas por la Alcaldía de Manizales sobre valor de transporte interveredal, precios de venta en el canal minorista en el año 2009 en la ciudad de Manizales.

11. Equipamiento de abastecimiento y distribución de alimentos en Manizales

La Cámara de Comercio de Manizales estima que la ciudad cuenta con alrededor de 2 050 establecimientos entre, carnicerías, supermercados y tiendas (clasificadas como misceláneas, revuelterías, tiendas mixtas, tiendas simples, minimercados, rapitiendas). Los siguientes son los equipamientos existentes, Cuadro 22.

Cuadro 22. Equipamiento para la distribución de alimentos por comuna

Comuna	Tiendas	Plaza de mercado	Mercado de barrio	Supermercados	Participación (%)	Total
Atardeceres	132			7	7	139
San José	230	1		4	11	235
Cumanday	119			6	6	125
La Estación	110			6	6	116
Ciudadela del Norte	415		1	2	20	418
Ecoturística Cerro de Oro	132			6	7	138
Tesorito	125			2	6	127
Palogrande	44			6	2	50
Universitaria	194		1	4	10	199
La Fuente	241			2	12	243
La Macarena	184			Sin dato	9	184
Corregimientos cercanos al casco urbano	74			2	4	76
Total	2 000	1	2	47	100	2 050

Fuente: Cámara de Comercio Manizales 2009. Tendero competitivo FENALCO 2008

La distribución porcentual para las comunas Macarena, Atardeceres, Cumanday y San José muestran que es en estos sectores donde se concentra algo más de la tercera parte del equipamiento de los canales mayorista y minorista de la ciudad, situación que se explica porque estas comunas concentran la zona comercial por tradición de la ciudad (actividades comerciales adicionales de cafetería, heladería, comidas rápidas, miscelánea, cacharrería, entre otras).

En la comuna San José, sobresalen los barrios Colón, San José y Las Delicias, que concentran el mayor número de establecimientos del sector con el 11 por ciento; participando con actividades de venta al detalle en revuelterías (venta de frutas y verduras en fresco), tiendas, graneros, supermercados, cafetería, heladería y comidas rápidas. En la comuna Ciudadela del Norte, el 20 por ciento de los establecimientos se encuentran en los barrios Peralonso, El Caribe, Villahermosa, Samaria entre otros, notándose cómo la tienda es la actividad comercial más frecuente en la comuna, lo que reafirma que la llamada “tienda de barrio” sigue prevaleciendo en la vida económica de la comuna y de la ciudad; es en esta comuna donde se ubica el mercado libre de Peralonso.

La comuna de Palogrande cuenta con el dos por ciento del equipamiento, demostrando una dinámica comercial diferente a la presentada por las demás

comunas (dado por los estratos medios y altos que habitan el sector). En esta zona de la ciudad se destacan las actividades de cafeterías, heladerías, comidas rápidas, los restaurantes, bares y discotecas, concentradas en los barrios Palogrande, La Estrella y Laureles, lo que hace que este sector sea conocido como la “Zona Rosa” de Manizales; las tiendas no son la particularidad del abastecimiento al detalle, teniendo mayor presencia los supermercados.

En la comuna Tesorito tienen asiento la mayoría de empresas manufactureras de la ciudad, es la llamada zona industrial de Manizales en los sectores de Maltería y Juanchito. Contando con un seis por ciento del total del equipamiento de distribución de alimentos, es destacado el auge comercial que ha tenido el barrio La Enea, como uno de los barrios más grandes y poblados, ya que allí se pueden encontrar establecimientos con actividades económicas muy diversas, con muchas opciones de compra para los habitantes de esta comuna, evitándoles tener que desplazarse al centro de la ciudad.

La Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos de Bogotá con base en estimativos de cubrimiento de abastecimiento de alimentos por población, estableció la cantidad de los equipamientos necesarios para atender una población determinada en relación con el abastecimiento y la distribución de alimentos necesarios; estos parámetros son⁹⁷:

- un supermercado de cadena le presta servicio a una población promedio de 30 000 habitantes.
- una plaza de mercado mediana le presta servicio a una población promedio de 20 000 habitantes.
- una tienda de barrio mediana le presta servicio a una población promedio de 200 habitantes.

Con base en los anteriores parámetros se puede determinar la relación entre número de establecimientos y la población atendida en promedio en Manizales, el Cuadro 23, muestra esta información. Así, todas las comunas en general tienen suficiente número de tiendas respecto al número de habitantes.

La comuna de Palogrande, pareciera estar en déficit con relación a la cobertura de tiendas, sin embargo, es importante tener en cuenta que esta comuna está compuesta por población que pertenece a los estratos cuatro al seis y, en términos generales, su contexto sociocultural promueve la compra más frecuente en supermercados y minimercados, teniendo cubierta las necesidades de distribución por la presencia en la zona de 44 establecimientos entre tiendas, minimercados y dos supermercados. De lo anterior se obtiene, que en términos de cobertura por número de tiendas versus la población referida por comuna, donde priman estratos uno al tres, la ciudad cuenta

⁹⁷ **Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP.** 2005 *Documento soporte técnico del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá.* Bogotá (Colombia). Pág. 76

actualmente con una infraestructura, al menos en número, suficiente para la distribución de alimentos a la población de cada comuna.

Cuadro 23. Estimativo del número de personas atendidas por tienda en Manizales

Comuna	Tiendas	Población total	Población atendida
Atardeceres	132	27 509	208
San José	230	24 595	107
Cumanday	119	27 391	230
La Estación	110	20 563	187
Ciudadela del Norte	415	60 183	145
Ecoturística Cerro de Oro	132	29 040	220
Tesorito	125	21 397	171
Palogrande	44	23 940	544
Universitaria	194	35 171	181
La Fuente	241	41 787	173
La Macarena	184	31 084	169
Total	1 926	342 660	177

Fuente: DANE Proyecciones de población 2005. Cámara de Comercio Manizales 2009

Los consumidores de la tienda tradicional de la ciudad viven en sus alrededores, esto muestra la dependencia de estos negocios de su mercado natural, conformado por los vecinos del sector, lo que implica una cobertura reducida, solo en su entorno más inmediato y cercano, también quiere decir que cada consumidor de forma individual o a nivel familiar no necesita desplazarse grandes distancias para adquirir los productos de la canasta básica de su alimentación.

11.1 Plaza de mercado “Galería”

La Plaza de mercado es una empresa de economía mixta que patrimonialmente pertenece en un 60 por ciento a sus asociados, el otro 40 por ciento pertenece al municipio de Manizales⁹⁸. Esta situada en la comuna San José, con un entorno caracterizado por el deterioro urbano, físico y ambiental como consecuencia de la invasión del espacio público por parte del sector informal, constituido por vendedores ambulantes situados en un anillo externo a los pabellones de la plaza de mercado, causando problemas de movilidad por la combinación de usos incompatibles y la congestión vial⁹⁹.

⁹⁸Op cit. López Justo Pastor, 2009.

⁹⁹Op cit. Alcaldía de Manizales. 2007. Pág. 259.

Construida hace aproximadamente 50 años, ofrece un espacio para las actividades de compra y venta de productos agrícolas. Atiende en promedio a 200 000 personas entre consumidores y detallistas de la ciudad y sus alrededores¹⁰⁰ y de su área vecina conformada por municipios como Chinchiná, Neira, Palestina y Villamaría, municipios que en conjunto suman una población de 131 000 habitantes a 2009.

Cumple funciones de mercado mayorista y minorista, convergiendo allí una diversidad de actividades económicas, todas de importancia para el desempeño comercial, siendo la actividad abastecedora de alimentos la más importante. Para el año 2002 se estimaba en 6 156 toneladas mensuales la comercialización de productos como frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos. Los alimentos que llegan son provenientes de otros municipios del departamento y algunas regiones de Colombia y el exterior, Caldas aporta aproximadamente el 25,41 por ciento del total comercializado en la plaza de mercado, mientras que el 72,59 por ciento restante procede del resto del país, esta situación refleja una profunda dependencia para el abastecimiento de alimentos en Manizales.

El Cuadro 24 muestra la composición comercial de los 683 locales ocupados en los cuatro pabellones de la plaza de mercado, donde se aprecia que el 38 por ciento de toda la actividad está representado por la venta de productos agrícolas.

Cuadro 24. Composición comercial de la Plaza de mercado de Manizales

Tipo de comercio	Porcentaje
Frutas y verduras	35
Corretaje y ferretería	12
Cambalache (Venta e intercambio de productos varios)	9
Cafeterías y restaurantes	8
Granos, abarrotos y estanquillos	6
Carnicerías	6
Ropas de segunda	4
Plantas medicinales	3
Otras actividades menores como: productos plásticos, pescado, artesanías, misceláneas, farmacias, calzado, entre otros	17

Fuente: Formulación del Plan Parcial de Renovación Urbana del Sector de la Plaza de mercado Manizales.

El Cuadro 25, muestra que del total de las ventas realizadas afuera de los pabellones de la plaza de mercado por el comercio informal, el 83,64 por ciento es de frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos. La actividad de venta de estos productos tiene efectivamente una relación importante como fuente de empleo informal, para aproximadamente 1 600 personas que ejercen la informalidad en este sector.

¹⁰⁰Op cit. López Justo Pastor, 2009.

Cuadro 25. Distribución del mercado informal por tipo de venta, en los alrededores de la Plaza de mercado de Manizales

Producto vendido	Número de encuestados	Participación (%)
Frutas y verduras	40	38,46
Piña	2	1,92
Yuca	4	3,85
Granadilla	2	1,92
Plátanos	2	1,92
Verduras Ambulante	1	0,96
Papa	1	0,96
Tomate	1	0,96
Limonos	1	0,96
Verduras	30	28,85
Frutas	1	0,96
Choclo	2	1,92
Otras actividades ambulantes	13	16,36

Fuente: Construcción propia a partir de la información contenida en el Plan Parcial de Renovación Urbana del Sector de la Plaza de mercado Manizales.

No existe claridad sobre el número de comerciantes mayoristas y minoristas en la plaza de mercado; solo se encuentran datos aproximados. El gerente de la plaza de mercado define a los mayoristas así: "Precisar lo que es un mayorista de perecederos en Manizales es complicado, ya que éste no se encuentra enmarcado en las definiciones de las teorías universales de canales de distribución; debido a que en su actividad diaria de comercio realizan acciones que se pueden catalogar de igual forma como acciones de minorista. Pueden vender grandes volúmenes de productos dentro de su intermediación con minoristas en la ciudad, pero también se dedican a vender al detalle los mismos productos en relación directa con el consumidor"¹⁰¹.

A pesar de estas dificultades el gerente de la plaza de mercado plantea la existencia de no más de 10 comerciantes mayoristas de frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos y de aproximadamente 520 minoristas en actividad formal.

¹⁰¹Op cite. López Justo Pastor, 2009.

El índice de desocupación de la plaza de mercado, en sus tres pabellones y el sótano, era del 16 por ciento para el año 2004, sin embargo, la cifra de desocupación ha ido en aumento y muchos de los arrendatarios se han convertido en vendedores ambulantes estacionarios ubicados a las afueras de la plaza, esto debido a la disminución de las ventas. Es frecuente inclusive que algunos comerciantes contraten a vendedores ambulantes, quienes se encargan de comercializar el producto por todo el sector de la plaza de mercado y algunas veces por la ciudad¹⁰². Según el Sindicato de Trabajadores de Venta Ambulante y Alimentos Perecederos (SINTRAVEMAP), existen aproximadamente 1 600 vendedores ambulantes en el sector, de los cuales alrededor de 400 hacen parte del sindicato¹⁰³. La actividad informal es más ventajosa pues los comerciantes no pagan servicios públicos, ni de valorización y cuentan además con la anuencia de administraciones municipales anteriores, que les ha permitido ubicarse en el espacio público, contribuyendo esta situación a complicar aún más restablecimiento del orden en la zona.

El acceso es difícil tanto para vehículos de carga, como para vehículos de transporte público y particulares debido a la invasión del espacio público existente. El comercio mayorista de la plaza de mercado soporta problemas de transporte y almacenamiento debido a las inadecuadas condiciones viales actuales y el creciente flujo vehicular, lo que obligó a la administración municipal a restringir el tránsito para vehículos con capacidad mayor a 10 toneladas, estos solo pueden circular en horarios nocturnos los días lunes y miércoles¹⁰⁴.

11.1.1 Consideraciones frente a la renovación de la plaza de mercado

Dada la importancia en el comercio de frutas, hortalizas, tubérculos y plátanos que tiene la plaza de mercado, las condiciones de invasión del espacio público por 1 600 vendedores informales de estos productos, la falta de cierre del mercado de manera que se facilite el levantamiento oportuno y preciso de datos de abastecimiento, el estado obsoleto actual de los pabellones. Hace evidente la reestructuración de la plaza de mercado con la construcción de un quinto pabellón, que albergue y de formalidad a los 1 600 vendedores informales, aún más cuando se observa que la cantidad de espacios existentes actualmente para esta actividad comercial, no cumplen las expectativas y necesidades de un comercio mayorista ni minorista de abastecimiento y distribución de alimentos, con una plaza de mercado saturada por la invasión del espacio público, ver Cuadro 26.

¹⁰²Op cit. Acebedo Restrepo Luis Fernando; Velásquez Luz Stella. 2006. Pág. 97

¹⁰³Ubicados en “locales” en el espacio público armados con canastas, carretas, e incluso algunas carpas y sombrillas, constan de 1,20 de ancho por 1,80 de largo en su mayoría, que se ubicaron en la zona por acuerdo con la administración municipal.

¹⁰⁴Op cit. Movilidad Sostenible Ltda. TPD Ingeniería. 2008. Pág. 80

La oferta de espacios para la venta de productos agrícolas es reducida si se compara con el número de personas dedicadas a dicha actividad en el comercio formal e informal. De igual forma es evidente el uso inadecuado que se está dando a espacios considerables de la plaza de mercado, tales como los dedicados a actividades que no están relacionadas con el abastecimiento y distribución de alimentos como por ejemplo la venta de ropa de segunda, corretaje o radiotécnicos.

Cuadro 26. Distribución por locales de la plaza de mercado

Pabellón	Productos	Locales internos	Locales externos
1	Frutas, verduras, hortalizas y plantas medicinales	90	28
2	Perecederos, granos y abarrotes	67	41
3	Ropa de segunda, corretajes y radiotécnicos	165	13
4	Pescado, Carnes, productos agrícolas, panadería, leche y queso	134	24
5	Comerciantes de productos perecederos	106	15
TOTAL		562	121

Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Manizales, 2007

A pesar de las dificultades y debilidades señaladas, la alcaldía no suministró información sobre posibles áreas previstas, que cumplan con las condiciones técnicas sociales y comerciales para trasladar la plaza de mercado.

Dado que el desarrollo urbano que planea la ciudad a futuro no contempla la permanencia de los mayoristas en la actual plaza de mercado, sería necesario buscar un espacio que permita a estos comerciantes reubicarse en condiciones favorables para continuar su actividad, con condiciones de estabilidad económica y social, versatilidad y crecimiento¹⁰⁵.

Dado lo anterior y además considerando que la opción de reestructuración de la actual plaza de mercado contemplada en el plan de renovación de la alcaldía, como un espacio para el comercio minorista de alimentos es la alternativa más coherente, pero donde los comerciantes mayoristas no tendrían espacio, sería necesario reubicarlos en otro sector de la ciudad que les brinde garantías para el desarrollo de la actividad comercial, pensando no solo en el abastecimiento de Manizales sino también en el de los municipios cercanos, dada la importancia de la ciudad como actual y futuro eje de desarrollo regional.

¹⁰⁵La Secretaría de Planeación municipal dentro del proceso de reorganización de la ciudad, se propuso dar una respuesta al desarrollo físico de Manizales para garantizar una mejor distribución de cargas y beneficios relacionados con el desarrollo urbanístico, adecuación de la malla vial, mejoramiento y ampliación de los sistemas de espacios públicos y equipamientos colectivos, la preservación de las áreas de interés ambiental y de suelos de protección entre otros.

Por todo lo anterior es oportuno que un plan parcial de renovación de la plaza de mercado considere la ubicación estratégica de instalaciones para el almacenamiento, abastecimiento y distribución acorde con las necesidades de la ciudad, con zonas de cargue y descargue, zonas adecuadas de parqueo que posibiliten el uso racional del espacio público, sumado a un plan puntual de ordenamiento comercial. La renovación es un trabajo que debe realizarse conjuntamente entre la administración municipal, la administración de la plaza de mercado, los propietarios, arrendatarios y los comerciantes informales (dadas las condiciones en las que se ha establecido, con permisibilidad de las administraciones municipales anteriores), buscando las estrategias que inserten en el circuito comercial formal a los 1 600 vendedores ambulantes con presencia en el sector.

11.2 Frigocentro - Central de sacrificio

Clasificado como matadero clase dos¹⁰⁶ cumple funciones de sacrificio de bovinos y porcinos, para los expendedores de Manizales y Villamaría, así mismo sacrificio y distribución de carne para siete ciudades del país. Su capacidad de sacrificio es de 200 reses y 150 cerdos, en turnos diarios de ocho horas¹⁰⁷, con un promedio de 420 kilos/res y un rendimiento promedio de carne en canal del 58 por ciento¹⁰⁸. Puede ofertar anualmente 12 667 toneladas de carne siempre que se realice un sacrificio de lunes a viernes. En resumen, el frigorífico tendría la capacidad para atender toda la demanda de la ciudad, si se toma como punto de comparación la demanda calculada para los estratos vulnerables en Manizales (con un 74,9 por ciento de la población total), que es de 2 492 toneladas anuales.

Frigocentro S.A, está localizada en la comuna seis a un costado de la Avenida Kevin Ángel Mejía, sobre un lote de 34 692 m², en una zona que ha tenido igualmente un desarrollo residencial e institucional. El POT de Manizales registra que Frigocentro, cumple con el plan de manejo ambiental requerido por la Corporación Autónoma Regional de Caldas (CORPOCALDAS)¹⁰⁹. Sin embargo, el Decreto 2278 de 1982 que hace referencia a su ubicación, plantea que para el área enmarcada por el cerco perimetral, no deberán existir otras construcciones, industrias, instalaciones o

¹⁰⁶ En desarrollo de lo establecido para la actividad de sacrificio de animales de abasto público se clasifican las plantas de sacrificio en cuatro categorías clase I, II, III y IV y mínimo, en consideración a la capacidad instalada requerida para el sacrificio de los animales (en el caso en análisis bovinos y porcinos), precisando las áreas, dependencias y equipos básicos para su funcionamiento.

¹⁰⁷ **Procuraduría delegada para asuntos ambientales y agrarios.** 2007. *Seguimiento a las plantas de sacrificio de ganado bovino y porcino en Colombia Informe preventivo*. Instituto de Estudios del Ministerio Público. Julio de 2007. Bogotá (Colombia). Pág. 93. (disponible en www.procuraduria.gov.co/.../Libro_Plantas_de_sacrifici-e-book.pdf).

¹⁰⁸ Op. cit. Arroyave, Germán. 2009. Pág. 16.

¹⁰⁹ Op. cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

viviendas, ajenas a la actividad propia del matadero¹¹⁰, con lo cual se evidencia el incumplimiento a la normativa sobre su ubicación. Si a esto se suma la carencia de sistemas sanitarios para el manejo de desechos sólidos y líquidos, los factores de riesgo ambiental y sanitario se ven potenciados¹¹¹.

De manera adicional, es necesario tener en cuenta que la red de transporte especializada y la red de frío para la comercialización de las carnes y vísceras, es aceptable para el traslado de carnes para consumo nacional, no siendo así para las carnes de consumo local, en cuyo caso el transporte es deficiente, incumpliendo las normas vigentes que reglamentan el transporte, Decreto 2278 de 1982, capítulo 2 y Resolución 02505 de septiembre 6 de 2004 del Ministerio de Transporte¹¹². Frente a ello la Secretaría de Salud Pública manifestó que mediante Decreto 2380 de junio 25 de 2009 el Ministerio de la Protección Social amplió el plazo hasta mayo de 2012, para la adecuación de la red de frío en los medios de transporte de carne.

El Ministerio de Protección Social, a través del Decreto 1500 de 2007 estableció el reglamento técnico a través del cual se crea el sistema oficial de inspección, vigilancia y control de la carne, productos cárnicos comestibles, derivados cárnicos, destinados para el consumo humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad, que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación y exportación; requerimientos que se han comenzado a aplicar en Frigocentro, con la vigilancia y control del Instituto Nacional de Vigilancia Médica y Alimentos (INVIMA). Según la Secretaría de Salud Pública “Los decretos 2278 de 1982 y 1500 de 2007, reglamentan el funcionamiento de los mataderos en el territorio nacional, el 1500 derogó al 2278, pero este estará vigente hasta que se cumplan los planes graduales de cumplimiento exigidos en el Decreto 1500, en el cual se da un plazo de cuatro años para que los propietarios o representantes legales de las centrales de sacrificio cumplan con los compromisos aceptados por el INVIMA; por lo tanto estamos en período de transición entre los dos decretos, lo que dificulta la aplicación de la norma”¹¹³.

Para el año 2007 la Procuraduría delegada para asuntos ambientales y agrarios¹¹⁴; consideró que no había unidad entre los criterios usados por el INVIMA y la

¹¹⁰ **Diario oficial año CXIX. N. 36078.** 31 Agosto de 1982. Decreto número 2278 de 1982 Capítulo III sobre la Localización. Artículo 95. Pág. 13.

¹¹¹ Op. cit. Procuraduría delegada para asuntos ambientales y agrarios. 2007. Pág. 91.

¹¹² Ibid. Pág. 44

¹¹³ Op. cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

¹¹⁴ En el año 2007 la procuraduría diagnosticó la situación de los aspectos ambientales y sanitarios de un número representativo de las plantas de sacrificio animal en Colombia, según clasificación legal, localización y administración (municipal o privada). Esto con el fin de buscar su adecuación a las exigencias de los mercados locales, regionales y globales, en términos de cumplimiento de la normativa ambiental, sanitaria y de inocuidad, y de competencia dentro de economías de mercado.

Secretaría de Salud Pública¹¹⁵, en cuanto al cumplimiento de las normas, ya que observó que se otorgó autorización de funcionamiento a Frigocentro aún sin cumplir los requisitos, áreas y equipos básicos establecidos en la normativa¹¹⁶. Concluyendo frente a la situación que:

- No tiene salas aisladas para proceso y almacenamiento de vísceras rojas y blancas.
- No tiene salas para proceso y almacenamiento de cabezas, patas y pieles
- No tiene sistema de almacenamiento para estiércol y contenido ruminal.
- No tiene tanque de reserva para agua potable.
- No tiene estaciones de limpieza y desinfección de botas y operarios.
- No tiene un sistema adecuado de disposición de residuos sólidos.
- No todos los corrales cumplen con los requisitos de construcción.
- No tiene salas aisladas para almacenamiento de insumos y de químicos

Para la Procuraduría, Frigocentro cumple requisitos parcialmente, pero no tiene planes de cumplimiento a corto y mediano plazo¹¹⁷. Situaciones que implican riesgos sanitarios que afectan en forma más específica la salud de la población humana y animal, generando contaminación hacia las carnes y vísceras de consumo humano o animal, los operarios de las plantas, los consumidores y la comunidad de los alrededores de la planta, o de otros animales, a través de la presencia de gérmenes infecto contagiosos causantes de enfermedades o de plagas (ratas, moscas, cucarachas, hormigas, gallinazos, perros, gatos u otros animales) vehículos de enfermedades o agresores de los seres humanos. Así mismo riesgos ambientales que afectan la calidad de aguas, suelos y aires alterando sus condiciones normales. Riesgos que indudablemente requieren atención inmediata para su solución, bien sea a través de la vía concertada o la judicial¹¹⁸.

El Secretario de Agricultura de Caldas luego de conocer este diagnóstico dijo: “se deduce que en el Departamento de Caldas, las centrales de sacrificio no son viables, ni económica, ni ambientalmente, ni por condiciones de inocuidad...empieza a presagiarse un compromiso que debe tener cada uno de los alcaldes, a pensar en mataderos regionales”. La Secretaría de Agricultura de Caldas plantea frente al tema, que se deben abstener los Alcaldes municipales de hacer inversiones, salvo que

¹¹⁵ La secretaría de Salud Pública a través de los técnicos de saneamiento ambiental ejerce funciones de inspección, vigilancia y control en los puntos de almacenamiento, distribución minorista de alimentos de alto riesgo (cárnicos, lácteos y derivados); adicionalmente en forma periódica toma muestras para análisis físicoquímico y microbológico de algunos de ellos. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que el personal idóneo para certificar la calidad de los alimentos no es suficiente para realizar una adecuada cobertura, existiendo un técnico por cada 40 000 habitantes, cuando lo recomendado es un técnico por cada 8 000 habitantes. Alcaldía de Manizales julio de 2009.

¹¹⁶ Op. cit. Procuraduría delegada para asuntos ambientales y agrarios. 2007.

¹¹⁷ Ibid.

¹¹⁸ Op. cit. Procuraduría delegada para asuntos ambientales y agrarios. 2007. Pag.73.

tengan los recursos para realizar las adecuaciones exigidas por la ley, en todos sus tópicos¹¹⁹.

Al revisar los argumentos técnicos presentados por cada institución frente al funcionamiento de Frigocentro, se observa claramente que para las diferentes entidades de vigilancia, prevención y control sobre temas ambientales, administrativos y de salud, no hay criterios unificados ni concordancias frente a la aplicación de la normativa vigente (Decretos 2278 de 1982 y 1500 de 2007), lo que genera confusión y desgaste para las mismas entidades, comportándose de forma débil, tolerando un cierto grado de dispersión en el desarrollo, aplicación y seguimiento de los estándares sanitarios, con consecuencias para los consumidores en Manizales.

12. Medios, condiciones, tiempos y costos de transporte de productos agrícolas en Manizales

La red vial y de transporte de carga y pasajeros en la zona rural de Manizales está comunicada por una intrincada red que cubre buena parte de las veredas del municipio pero presenta problemas debido a que las vías están deterioradas por condiciones invernales que impactan en la topografía pendiente de la zona, en muchos casos no cuentan con pavimentación y son estrechas.

La falta de vías de comunicación bien mantenidas genera efectos negativos en la economía y en la calidad de vida de las personas, pues encarece los costos del transporte, eleva los precios de la producción, reduce la competitividad de los productos, incrementa los costos de mantenimiento de los vehículos y limita el acceso a los mercados. Todo lo cual repercute sobre los ingresos y aumenta los niveles de pobreza al limitar el acceso de las poblaciones rurales a los servicios¹²⁰. La gobernación de Caldas ha dispuesto recursos para desarrollar el Plan Vial y de Transporte, el cual incluye las vías más importantes del departamento, entre ellas las que tienen interconexión con el Aeropuerto Internacional del Café en el municipio de Palestina (próximo a la zona rural de Manizales), con el Circuito Centro-Sur que incluye desarrollo vial, turístico, paisajístico, de renovación urbana, ciclorutas y doble calzada en su zona de influencia.

¹¹⁹ **Secretaría de agricultura del Departamento de Caldas.** 2009. *Diagnóstico, ambiental, y económico de las plantas de beneficio animal.* (Disponible en: http://www.agrocaldas.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=137:se-presento-el-diagnostico-sanitario-ambiental-y-economico-de-las-plantas-de-beneficio-animal&catid=1:latest-news&Itemid=18).

¹²⁰ **Rodríguez Daniel, Neira Eduardo.** Sin fecha. *Transporte de productos alimenticios en el área rural de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela (Pacto Andino).* (Disponible en <http://www.fao.org/docrep/008/y5711s/y5711s09.htm>).

12.1 Para el pequeño productor

Para conocer más sobre la situación de transporte de alimentos desde la zona rural del municipio, la Alcaldía de Manizales aplicó dos encuestas en el año 2009. Una a transportadores interveredales de Manizales y otra a transportadores interdepartamentales, Anexo 2. La información recopilada permite ver diferentes situaciones asociadas al tema, entre ellas, las condiciones del transporte público para alimentos y de personas de la zona rural del municipio, asociadas con el mal estado de las vías rurales, la falta de infraestructura de acopio, el obsoleto parque automotor de transporte público para las veredas, con vehículos tipo campero con una capacidad de carga no superior a una tonelada o buses tipo escalera con más de 25 años de uso en la mayoría de los casos,.

Se observa en el transporte interveredal que el uso mixto del servicio, adolece de precauciones frente al transporte de carga de alimentos que evite la contaminación, situación que se explica por la falta de capacitación a transportistas en el manejo de la carga, la cual debe diferenciar entre transporte de alimentos y de personas. Por otro lado, la falta de control al cumplimiento de las regulaciones sobre el empaquetado y el transporte de los productos agrícolas (frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos), es evidente. En el caso de los pequeños productores se suma un inadecuado uso de los empaques, como ejemplo se pueden citar el plátano que se transporta en racimo, la naranja en costales, la guayaba en cajas de madera, la mora en cajas de madera o baldes de 20 litros, el repollo en costales, generando así deterioro de la calidad del producto.

Para el tema del costo de transporte, en este estudio se tuvo en cuenta solo el transporte de tipo motorizado, no se tuvo en cuenta el transporte no motorizado para el productor. Para el transporte motorizado, el costo es asumido por el pequeño productor en los casos en los cuales lleva sus productos a la plaza de mercado, oscilando entre 46 y 166 COP por kilo, en recorridos que van desde los 5 km a los 18 km, Cuadro 27. Hay que tener en cuenta que en algunos casos los productores deben trasladarse nuevamente a la ciudad, para realizar el cobro de los productos vendidos, incurriendo en sobre costos que suman hasta tres veces el valor del transporte de ida y regreso a la finca del productor, reduciendo el margen de ganancia e influyendo negativamente en la decisión de volver a la venta con sus productos, limitando el abastecimiento en la ciudad con productos propios de la zona.

Cuadro 27. Valor del transporte de los alimentos desde la zona rural hasta la plaza de mercado de Manizales

Corregimiento	Producto	Precio según empaque (\$)	Kilogramos	Tipo vehículo	\$/viaje
Colombia	Panela	1 000/bolsa	100	Campero	40 000
Cristalina	Frutas	3 000/canastilla	150	Bus escalera	30 canastillas 90 000
Remanso	Plátano	700/racimo	46	Bus escalera y/o Campero	30 000
	Frutas	1 000/canastilla	50		
Panorama	Plátano	1 000/racimo	66	Campero	20 000 a 30 000
	Frutas	1 500/canastilla	75		
Corredor Turístico	Frutas	1 500/canastilla	75	Campero	30 000
Manantial	Hortalizas	2 500/canastilla	166	Campero	40 000

Fuente: **Germán Arroyave**. Cálculos de la demanda total de frutas, hortalizas plátanos y tubérculos para Manizales

Al observar el costo del transporte interveredal, se concluye que no se compadecen con el valor del transporte nacional por kilo frente a las distancias recorridas, donde los valores oscilan entre 31 y 133 COP por kilo, Cuadro 28. Estos sobrecostos se explican en parte por una serie de condiciones asociadas al transporte interveredal entre ellas, la poca o nula asociatividad de los productores que los obliga a realizar traslados individuales de productos en cantidades que no alcanzan a ser representativas en algunos casos, los bajos volúmenes de producción en el caso de pequeños productores, la falta de centros de acopio en las veredas y las regulares condiciones de las vías interveredales, asociadas a su diseño, la topografía y su falta de pavimentación, conllevando esto a una comercialización individual con altos costos de transporte. Un ejemplo a analizar es el de la vereda Espartillal, corregimiento Manantial, productora de hortalizas (pepino de guiso y repollo), donde el valor del flete es de 166 COP por kilogramo¹²¹.

Los grandes productores recolectan, limpian, seleccionan y empacan sus productos para ser enviados a las distintas plazas de mercado del país y a la agroindustria, normalmente usan la canastilla plástica, pero se encuentra también casos donde el plátano y la naranja van arrumadas al granel en cantidades aproximadas de cinco toneladas en vehículos tipo turbo. Los fletes pagados tienen base en la tabla de fletes nacional, Anexo 2.

Un aporte a la solución de la problemática es lograr que los pequeños productores puedan acopiar de manera asociada los productos, en condiciones de volumen y calidad para mercados definidos como el institucional, u otro que otorgue garantías en

¹²¹Op. cit. Arroyave, Germán. 2009. Pág. 28.

la compra, y transportarlos con su debido empaque minimizando pérdidas y desperdicios a fin de bajar costos y así poder ser competitivos.

Cuadro 28 Valor del transporte desde diferentes orígenes a nivel nacional hasta la plaza de mercado en Manizales

Origen	Valor \$/ tonelada	Valor \$/kg	Tiempo de viaje en horas
ARMENIA	30 617	31	3
PEREIRA	37 873	38	2
CALI	53 136	53	4
MEDELLIN	53 502	54	6
IBAGUE	56 361	56	8
B/VENTURA	62 886	63	7
BOGOTA	67 470	67	10
V/CENCIO	72 240	72	14
B/MANGA	91 050	91	12
PASTO	96 752	97	18
CUCUTA	109 128	109	19
IPIALES	110 429	110	19
B/QUILLA	132 927	133	23

Fuente: PROEXPORT Colombia. Fletes de transporte de carga por carretera año 2009. Entrevista con transportadores en Manizales

12.2 Para el intermediario y mayorista de la plaza de mercado

Los intermediarios que compran los productos a pequeños productores en la zona rural de Manizales argumentan los bajos precios pagados al productor a condiciones como: la baja calidad de los productos y la falta de labores de poscosecha entre selección, clasificación, limpieza y empaque. Como consecuencia de esto se genera una actividad poco rentable para los pequeños productores¹²². Por su parte, los mayoristas de la plaza de mercado complementan el abastecimiento de sus productos, desde otras plazas del país e incluso compran en zonas rurales de Departamentos como el Valle, Risaralda, Antioquía, Cundinamarca y Tolima.

Con la encuesta realizada por la alcaldía a 189 transportadores, se pudo determinar que algunos de los intermediarios tratan de optimizar el uso del transporte, de forma que en un solo viaje puedan vender los productos que llevan desde Manizales a otras plazas y comprar allí lo que necesitan para traer para el mercado local. Por ejemplo, se lleva a Corabastos en Bogotá productos como plátano, banano, cítricos y guayaba, trayendo desde allí hortalizas y frutas.

¹²²Op. cit. Arroyave, Germán. 2009. Pág.32.

Los vehículos que más se utilizan son los de cinco toneladas, el 73 por ciento de los encuestados usa este tipo de vehículo, seguidos por vehículos de 10 toneladas con un 20,1 por ciento; un porcentaje mínimo de transporte de este tipo de carga se hace en vehículos de 20 y más toneladas, solo en el 6,9 por ciento de los casos, Cuadro 29.

Cuadro 29. Capacidad de carga de los vehículos que transportan alimentos hacia Manizales

Clase automotor	1 a 5	6 a 10	20 y más
	toneladas	toneladas	toneladas
Número de transportadores encuestados			
Campero	22	0	0
Camioneta	36	0	0
Furgón	38	1	1
Furgón refrigerado	24	6	3
Camión	15	26	0
Camión de 3 ejes	2	4	2
Camión de 4 ejes	0	0	1
Camión de 5 ejes	0	0	6
Otro	1	0	1

Fuente: Encuesta realizada por la Alcaldía a transportadores, 2009.

Por esta actividad los mayoristas pagan fletes que van desde los 45 000 hasta los 67 470 COP por tonelada, en tiempos promedio de 12 horas de viaje, las horas de viaje y el valor del flete difieren de acuerdo al tamaño y la capacidad del vehículo, el origen, el destino y el sentido de la ruta¹²³.

El Cuadro 30, muestra las vías más usadas para la entrada de carga de alimentos a la ciudad y el sitio habitual para descargar. Entre las vías más usadas está la antigua vía de Chinchiná por los vehículos que vienen de departamentos como Valle, Cundinamarca, Tolima, Risaralda y Quindío, porque no tiene peajes de acceso a la ciudad. El abastecimiento de la plaza de mercado se da tanto por la vía de Maltería como por la antigua vía de Chinchiná como principales entradas de la ciudad.

Según los datos de la misma encuesta, más de la mitad de los transportadores, un 55 por ciento de los encuestados, realiza el cargue de los productos directamente en plazas de mercado, el 42,9 por ciento lo hace directamente en el cultivo y solo un 1,6 por ciento lo hace a borde de carretera.

¹²³Entrevista con transportadores en Manizales.2009.

Cuadro 30. Uso de los accesos viales de la ciudad por los transportadores de alimentos provenientes de otras regiones

Vía de acceso a Manizales							
Número de transportadores encuestados							
Donde descarga los productos	Cabaña	Chinchiná nueva	Chinchiná vieja	Maltería	Neira	Villamaría	Total
Borde de vía	0	0	1	0	0	1	2
Predio	0	1	6	14	0	3	24
Plaza de mercado	18	4	28	17	9	8	84
Mercado Peralonso	0	0	1	0	0	0	1
Supermercados – tiendas	2	7	42	12	5	2	70
Matadero	0	0	4	3	0	1	8

Fuente: Encuesta realizada por la Alcaldía a transportadores, 2009.

El Cuadro 31, muestra la frecuencia con la que realizan viajes para transportar este tipo de carga a la ciudad de Manizales, siendo la frecuencia semanal la que predomina con el 41,8 por ciento de los encuestados que así lo manifiestan, mientras que la de menor frecuencia es la mensual con el 4,2 por ciento.

Cuadro 31. Frecuencia del transporte de carga de alimentos que entra a Manizales con destino a los diferentes canales

Frecuencia de transporte	N ° de encuestados	Participación (%)
Diaria	74	39,2
Semanal	79	41,8
Quincenal	23	12,2
Mensual	8	4,2
Otro	5	2,6
Total	189	100 0

Fuente: Encuesta realizada por la Alcaldía a transportadores 2009

Es importante resaltar el tema de las frecuencias entre el diario y el semanal, que en conjunto son preferidas por el 81 por ciento de los transportadores encuestados. Los mayoristas optan por usar el servicio de los mismos transportadores cada vez, dadas las características del tipo de carga, tratando de reducir los riesgos en pérdidas y calidad. Sin embargo, se observa, que no se tiene en la mayoría de los casos el cuidado requerido en el manejo de la carga, ya que solo el 46,6 por ciento de los encuestados transporta en canastillas, y el 14,8 por ciento transporta en cajas, sigue transportándose productos en bultos, en canal y al granel, Cuadro 32.

En la misma encuesta se estableció que el 53 por ciento de los transportadores opinan que las pérdidas se deben a un mal manejo de los empaques. En cuanto a red de frío, ésta no es una forma de transporte habitual en el caso de carga de productos de origen agrícola para el consumo en la ciudad.

Cuadro 32. Condiciones de transporte de la carga de alimentos que llega a Manizales

Forma de apilado	Nº de encuestados	Porcentaje
A granel	4	2,1
Arrume	33	17,5
Bultos	33	17,5
Cajas	28	14,8
Canastillas	88	46,6
Tanque	3	1,6
Total	189	100 0

Fuente: Encuesta a transportadores realizada por la Alcaldía de Manizales 2009

12.3 Para minoristas

En el caso de los supermercados de cadena exigen el cumplimiento del Reglamento Técnico número RTC-002 MDR el cual fue expedido con la Resolución 224 del 5 de septiembre de 2007, que entró en vigencia el 5 de marzo de 2008, en el cual se fijan los requisitos mínimos que deben cumplir los empaques de los productos agrícolas. Entre otras condiciones plantea que las frutas, las hortalizas, las leguminosas y los tubérculos que se produzcan, importen, y se comercialicen en el territorio nacional no se pueden embalar en empaques usados y/o guacales. El incumplimiento de lo establecido en Reglamento dará lugar a las sanciones previstas en los Decretos números 3466 de 1982, 2153 de 1992, 2269 de 1993 y las demás disposiciones aplicables¹²⁴.

Las cadenas de supermercados tienen su propia red de abastecimiento de productos agrícolas para el consumo, que incluye transporte e intermediarios para dicha

¹²⁴ **CORABASTOS**. Sin fecha. Bogotá (Colombia). (Disponible en http://www.corabastos.com.co/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=62).

actividad, el costo del transporte se incluye en el precio pagado por los productos que demandan exigiendo a sus proveedores el uso de empaques adecuados y normalizados. El supermercado del Centro ubicado en la zona centro de Manizales se abastece de los productos como frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos a través de los mayoristas en la plaza de mercado, usando para el transporte vehículos de tracción animal, a diferencia de los tenderos en el sector, este supermercado transporta sus productos apilados en canastillas plásticas. Sin embargo el caso de transporte de alimentos para los supermercados de barrio, obedece a las mismas características y condiciones que se describen para las tiendas, esto en el caso de los pocos supermercados de barrio que ofertan estos productos.

Las tiendas en la ciudad usan diferentes tipos de vehículos para transportar los productos desde la plaza de mercado, como sitio habitual de compra. Algunos tenderos usan vehículos propios para transportar su surtido, en frecuencias que van desde una a dos veces por semana. En cuanto a las condiciones de estos transportes, debe tenerse en cuenta que se mezclan en un mismo vehículo todos los productos que se compran en la plaza de mercado, entre detergentes, abarrotes, frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos incurriendo con esto a posibles afectaciones en la calidad de los productos, usando empaques que van desde bolsas de polietileno, costales, cajas de cartón y madera, hasta el productos sin empaque, que simplemente se arruman para tratar de aprovechar el espacio y evitar tener que realizar dobles viajes con el respectivo pago de un doble flete.

El flete del transporte varía de acuerdo al a distancia recorrida desde la plaza de mercado, según el tipo de servicio público. En algunos casos se utilizan los taxis con fletes que van desde los 2 800 COP hasta los 15 000 COP; otro transporte usado por tenderos ubicados en barrios del sector centro de la ciudad, gracias a las condiciones planas de esta zona, es el de tracción animal, con fletes que están alrededor de 9 000 COP por viaje. En el caso de las camionetas tipo Pick up con capacidad de una tonelada, el valor del flete varía entre los 15 000 y los 25 000 COP para las zonas más alejadas de la plaza de mercado. Este valor y tipo de vehículo es el mismo usado en el transporte de productos para el mercado de Peralonso, en el caso del mercado de Aranjuez los comerciantes transportan desde la vereda sus productos pagando cada uno el flete por un valor promedio de 17 000 COP.

13. Pérdida de productos

Las frutas y hortalizas son las que presentan mayores pérdidas en todo el proceso productivo y aún después de la cosecha, esto debido a los deficientes modelos de producción, transporte y almacenamiento existentes, con porcentajes que están por encima del 30 por ciento.

13.1 Pérdidas de los productores de la zona rural de Manizales

Se estiman las pérdidas en Manizales con base en 15 productos con potencialidad productiva para los pequeños productores del municipio¹²⁵, las cuales se presentan en el Cuadro 33. Para determinar la pérdida en cantidad de cada producto se estima el porcentaje de pérdida cosecha y poscosecha en el 30 por ciento¹²⁶. Las pérdidas en valor se obtienen relacionando el volumen en toneladas de las pérdidas con el valor por tonelada de cada producto, Figura 12.

Figura 12. Fórmula para el cálculo de las pérdidas

Ejemplo para tomate de árbol. (Datos obtenidos del cuadro 36):

$$\text{: Pérdidas ton/año} = \frac{\text{Oferta producto} \times \% \text{ de pérdida}}{100}$$

$$\text{Pérdidas en volumen (ton/año) tomate de árbol} = \frac{48 \text{ ton/año} \times 30}{100} = 14 \text{ ton/año}$$

$$\text{Pérdidas monetarias (\$/año)} = \text{pérdidas volumen} \times (\text{Costo de pérdida})$$

$$\text{Pérdidas /año tomate de árbol} = 14 \text{ Ton/año} \times 920\,000 \text{ /Ton} = 13\,248\,000 \text{ pesos/año}$$

Los datos de pérdida en cantidad de 4 253 ton/año para los 15 productos, determinan un valor calculado de 2 216 millones COP anuales; esto muestra las deficiencias en el manejo cosecha y poscosecha por parte de los productores manizalitas. De igual manera se evidencia, que éstas pérdidas equivalen a un 14 por ciento menos de estos productos, necesarios para abastecer la demanda de alimentos de los habitantes de estratos vulnerables de Manizales. Por lo anterior es necesario que el equipo de la Unidad de Integración Social (UIS), tome las medidas que refuercen el manejo técnico de los productores rurales en los procesos de cosecha y poscosecha, buscando minimizar la brecha tecnológica en términos productivos para maximizar los recursos invertidos en el sector rural.

Las pérdidas reportadas se deben principalmente a que los productores rurales subestiman las prácticas de cosecha y poscosecha adecuadas para cada producto agrícola en el predio, siendo necesaria la capacitación y la asistencia técnica más constante y oportuna, además de los problemas de empaque y transporte ya señalados.

¹²⁵Op. cit. Arroyave, Germán. 2009. Pág. 15.

¹²⁶Peña M, Gloria E. 2009. *Introducción al manejo cosecha y pos cosecha de frutas y hortalizas*. Pág. 3. (Disponible en www.scribd.com/doc/3597199/MANEJO-DE-COSECHA-Y-POSCOSECHA-1).

Cuadro 33. Pérdidas de los productores de la zona rural de Manizales

Productos priorizados	Oferta local (ton/año)	Volumen de pérdidas (ton/año)	Costo de producción (miles \$/ton)	Costo transporte promedio veredas a la plaza de mercado (miles \$/ton)	Pérdidas de los productores (miles \$/ton)	Pérdidas anuales (miles \$)
		30%	A.	B.	(A+B)	
Tomate de árbol	48	14	850	70	920	13 248
Banano	2 700	810	231	50	281	227 610
Papaya	120	36	498	100	598	21 528
Maracuyá	140	42	523	100	623	26 166
Mora	120	36	970	70	1 040	37 440
Lulo	806	242	1 562	70	1 632	394 618
Cebolla Larga	240	72	175	40	215	15 480
Zanahoria	0	0	540	70	610	0
Habichuela	504	151	945	40	985	148 932
Pimentón	0	0	442	50	492	0
Repollo	390	117	507	70	577	67 509
Yuca	1 800	540	485	50	535	288 900
Papa	6 600	1 980	360	70	430	851 400
Maíz	665	200	420	50	470	93 765
Frijol	42	13	2 284	50	2 334	29 408
Total pérdidas		4 253				2 216 004

Fuente. Elaboración propia partiendo de: cálculos desarrollados por Arroyave, Germán consultor FAO Proyecto TCP_COL_3202 FAO, encuestas realizadas por la Alcaldía de Manizales valor de transporte interveredal.

13.2 Pérdidas de los mayoristas en la plaza de mercado

Para el cálculo de las pérdidas en valor y volumen se toma la demanda por grupos de productos de la plaza de mercado de 2002, los precios de venta mayoristas en la plaza de mercado a septiembre de 2009 y las pérdidas por grupos de productos de la plaza¹²⁷. Las pérdidas ocurridas en la plaza de mercado obedecen a la inadecuada manipulación y almacenamiento de los productos, debido a que no existen la infraestructura adecuada de bodegas, zona de cargue y descargue, empaques

¹²⁷ Ortiz Londoño, José. 2008. *Evaluación de factores de pérdida poscosecha en el Centro Galerías Plaza de Mercado*. Universidad de Caldas, programa de Agronomía, Grupo de investigación SOSANDINOS. Pág. 6.

adecuados para todos los productos comercializados, redes de frío, etc. Los módulos o puestos de venta de los mayoristas que actúan a la vez como minoristas, están contruidos con materiales inadecuados, que no permiten realizar de manera óptima la limpieza y desinfección, contribuyendo a incrementar las causas de pudriciones en los productos. El personal que labora en la plaza de mercado no aplica totalmente las condiciones exigidas en la normatividad vigente para la manipulación de alimentos; de igual forma no hay un eficiente y eficaz control para el manejo de basuras y residuos orgánicos. Esto implica que para los vendedores sea “normal” la ubicación de productos alimenticios a la intemperie o en el suelo, lo cual ocasiona pérdidas por deshidratación y pudrición.

El Cuadro 34, muestra las pérdidas para productos como papa, plátano y cebolla, ya que no fue posible obtener la particularidad de los datos para los productos presentados como grupos (frutas, hortalizas y tubérculos); el total de pérdidas de estos productos es de 14 255 toneladas, con un valor anual de 1 192 millones COP. Estas pérdidas millonarias son trasladadas en la cadena de valor de venta a los minoristas, con lo cual se incrementan los precios para el comprador final.

Cuadro 34. Pérdidas de los mayoristas de la plaza de mercado

Productos/Grupos	Demanda (ton/año) 2002	Pérdidas (%)	Volumen Pérdidas (ton/año)	Precio mayorista septiembre 2009 (miles \$/ton)	Pérdidas (miles \$/año)
Papa	31 702	5	1 585	588	932 038
Frutas y hortalizas	31 332	38	11 906		
Plátanos	19 825	3	595	430	255 742
Tubérculos	1 831	9	165		
Cebolla	52	9	5	960	4 492
Total pérdidas			14 255		1 192 272

Fuente: Construcción propia con base en demanda de los mayorista de la Plaza de mercado año 2002. Precios SIPSA 2009. Ortiz Londoño, José. 2008. Evaluación de factores de pérdida poscosecha en el Centro Galerías Plaza de Mercado.

La renovación de la plaza de mercado debe incluir en todo el diseño zonas de cargue y descargue, disposición de residuos orgánicos, de almacenamiento acondicionadas con redes de frío para frutas, hortalizas, plátanos, tubérculos, cárnicos y lácteos, a fin de disminuir las pérdidas¹²⁸.

¹²⁸ Independientemente de la ubicación final que sea definida para los mayoristas, en la plaza actual o en otro sector de la ciudad.

13.3 Pérdidas de los minoristas

En las tiendas y supermercados de barrio existe el 10 por ciento de pérdidas¹²⁹ en los productos como frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos, por causas variadas, entre ellas las relacionadas con largos tiempos de productos en los estantes por falta de ventas oportunas, el inadecuado manejo de los productos en el cargue, descargue y empackado, (costales o cajones de madera apilados de cualquier forma en el vehículo de transporte) ocasionando daños al producto por golpes¹³⁰.

Considerando que la información disponible permite solamente estimar estas pérdidas en el mercado de Peralonso, a continuación se reseña la problemática. Según la información del Cuadro 35, se estiman pérdidas de 6,79 ton/año representadas en 6,4 millones COP, atribuidas a diferentes factores como la deficiente infraestructura, y materiales inadecuados de construcción de los estantes de presentación de los productos; al manejo inadecuado del producto en el descargue y disposición de los productos y a la falta de ventas oportunas entre semana.

Cuadro 35. Pérdidas de los vendedores en el mercado de Peralonso

Productos priorizados	pérdidas mínimas (ton/año)	Precio promedio (miles \$/ton)	Valor pérdidas (miles \$/año)
Tomate de árbol	0,42	957	398
Banano	0,16	1 000	156
Papaya	0,21	1 171	244
Maracuyá	0,16	871	136
Mora	0,31	1 243	388
Lulo	0,10	1 286	134
Cebolla Larga	0,05	857	45
Zanahoria	0,73	1 171	852
Habichuela	0,73	1 257	915
Pimentón	0,23	757	177
Repollo	0,21	500	104
Yuca	0,36	771	281
Papa	2,08	836	1 738
Maíz	1,04	843	877
Frijol	0,00	0	0
Total pérdidas	6,79		6 444

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta a vendedores del mercado libre de Peralonso, junio 2009.

¹²⁹ Entrevista con tenderos y supermercados de barrio en Manizales, julio de 2009

¹³⁰ Ibid.

14. Cumplimiento de las normas para el manejo del producto en la cadena de abastecimiento de alimentos en Manizales

Con el fin de considerar el cumplimiento de las normativas relacionadas con el manejo de los productos alimenticios dentro de la cadena de abastecimiento y distribución de alimentos de Manizales, se analizaron aquellas relativas a las actividades de transporte, red de frío, infraestructura y manipulación de alimentos y que deben ser aplicadas por los actores de la cadena.

14.1 Transporte del producto agropecuario

En este aparte se analiza el cumplimiento de la normatividad del transporte de productos agrícolas frescos y de animales en pie desde el predio o finca al sitio de venta o central de sacrificio.

14.1.1 Transporte de productos agrícolas frescos

Tomando como referencia la Ley 09 de 1979 en sus artículos 278 a 282 referidos a las condiciones especiales de transporte de alimentos, red de frío, diseño y limpieza del vehículo, formas de disposición de los alimentos en el vehículo, uso de recipientes adecuados para el transporte de los alimentos. Se encontró que:

- Los vehículos empleados para el transporte de alimentos, desde las veredas hasta los sitios de venta, son tipo campero o escalera, sin protección para los alimentos de agentes contaminantes diseminados por el viento, polvo, agua, otros; no siendo exclusivo para alimentos, también se transportan personas.
- Algunos recipientes utilizados para el transporte no presentan condiciones higiénicas, pues son reutilizados como guacales y costales (muchas veces de agroinsumos) o sin empaque, en el caso de racimos de plátano.
- Los productos con empaque inadecuado, hacen contacto directo con el piso del vehículo pues no usan aislamientos como por ejemplo estibas plásticas.

14.1.2 Transporte de animales en pie

Los requisitos sanitarios para el transporte de ganado en pie hacia la planta de sacrificio destinado para el consumo humano están contenidos en el Decreto 1500 de 2007, capítulo IV, artículo 19¹³¹. Para las aves las normas se relacionan en el Decreto 2278 de 1982 capítulo II, artículo 322.

¹³¹ **Ministerios de la Protección Social.** 2007. *Decreto 1 500 de 2007*. 4 de Mayo de 2007. Bogotá (Colombia). (disponible en: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/Normatividad/decretos/2007/Decreto-1500-2007.pdf>)

En la normatividad no hay claridad sobre el número de cabezas de ganado o de aves que deben ir en el vehículo para estimar la existencia de hacinamiento pero es evidente que la mayoría de los vehículos de carga que transportan ganado hacia la ciudad de Manizales no tienen separación física para evitar amontonamientos del ganado en el viaje. De igual manera, no se observa mezclas de especies de animales, ni con otros productos (insumos químicos, productos agrícolas) evitando así contaminaciones¹³².

Para ambos casos, el aseo de los vehículos en la ciudad de Manizales se realiza en el sitio de descargue y consiste en la limpieza mediante barrido del piso y en algunos casos incluye el lavado utilizando jabón, proceso que no garantiza una completa desinfección, en especial de microorganismos vectores de enfermedades¹³³.

14.2 Red de frío

En Manizales la red de frío aplica solo en la comercialización de carnes y leche¹³⁴. Frigocentro S.A. cumple parcialmente con la normatividad referente a la cadena de frío en las diferentes etapas tal como se señaló en el numeral 7.2 de este mismo documento.

Frigocentro manifiesta que cumple con lo relativo a cuartos fríos, donde se inicia el proceso de maduración de la carne (las temperaturas utilizadas oscilan entre -1 y 1°C, durante 22 horas para porcinos; 48 y 72 horas para bovinos), sala de desposte y desprese donde se realiza el empaque al vacío, vehículos para el transporte con refrigeración, expendio de carne “la tienda de la carne” (carnicería) con refrigeradores, utensilios y almacenamiento¹³⁵. Sin embargo, la Procuraduría delegada para Asuntos Ambientales, opina que la central de sacrificio de Manizales debe implementar salas independientes para proceso y almacenamiento de vísceras rojas y blancas, y para proceso y almacenamiento de cabezas y patas del ganado¹³⁶.

En el caso puntual de la distribución minorista en barrios y aún en la plaza de mercado, no hay una adecuada refrigeración de la carne (a 10 °C), encontrando aún establecimientos que siguen colgando la carne en ganchos a la intemperie¹³⁷.

Las normas para la cadena de frío en la leche establecen parámetros para el enfriamiento y almacenamiento después del ordeño, transporte, destino y expendio de

¹³² Observaciones realizadas en carreteras de entrada y salida de la ciudad de Manizales.

¹³³ Observaciones realizadas en la Plaza de mercado, tiendas y supermercados de barrio.

¹³⁴ Op. cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

¹³⁵ **FRIGOCENTRO**. 2008. *Paz y competitividad*. 30 de octubre de 2008. Manizales (Colombia). (disponible en: <http://frigocentropaz.blogspot.com>).

¹³⁶ Op. cit. Procuraduría delegada para asuntos ambientales y agrarios. 2007. Pág. 70.

¹³⁷ Op. cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

la leche¹³⁸. De acuerdo con los registros de la Alcaldía de Manizales, no hay plantas de enfriamiento o centros de acopio de leche en el sector rural. En las tiendas y supermercados de barrio, la cadena de frío de leche aplica según la norma que obliga a mantener la leche refrigerada¹³⁹.

Las hortalizas y frutas en Manizales no se manejan bajo cadena de frío. Un ejemplo puntual es la mora, fruta con una perecebilidad alta y que sin embargo no se maneja bajo sistemas de frío que aseguren su calidad e inocuidad. Los vendedores ambulantes de la plaza de mercado y otras ventas en espacios públicos, ofrecen sus productos expuestos a la intemperie¹⁴⁰.

14.3 Infraestructura para el almacenamiento y venta de productos alimenticios

Dentro de los canales de comercialización cada actor asume la infraestructura, equipos y utensilios destinados al almacenamiento y expendio de productos alimenticios. La normatividad vigente relaciona la infraestructura para manipulación de alimentos asociada entre otros puntos, a los materiales de construcción de pisos, paredes, techos, ventanas, puertas, mesones, estantería, los cuales deben permitir la limpieza, desinfección y mantenimiento de los espacios, garantizando las condiciones sanitarias y de calidad del producto¹⁴¹. De acuerdo a lo anterior en Manizales se observa que:

- En la zona rural existen tres centros de acopio (para plátano y cítricos) en donde se clasifican y empaican los productos por calidades pero obedeciendo a la exigencia de las plazas de mercado de las ciudades de Medellín y Bogotá y no por el conocimiento de las normas de calidad¹⁴². No existen registros sobre el cumplimiento de la normatividad frente a infraestructura y manipulación de alimentos en estos centros de acopio.
- Los mayoristas de la plaza de mercado cuentan con bodegas particulares pero no tienen un área de recepción y almacenamiento de los productos donde se verifique la calidad y se manipulen adecuadamente¹⁴³. De igual manera, los puestos de venta de la plaza presentan instalaciones físicas inadecuadas, debido a que la mayoría están construidas en materiales no permitidos, de difícil limpieza y

¹³⁸Para mayor detalle ver: Decreto 616 de 2006, artículos de 10 al 14, 56 y 57; Decreto 3 075 de 1997 artículos 31 (literal b), 33 (literal b), 34 (párrafo 1), 35 (literal c), 39 (literal d); Ley 09 de 1979 artículos 387, 388 y 390.

¹³⁹Observaciones realizadas en la Plaza de mercado, tiendas de barrio, y supermercados de barrio.

¹⁴⁰Op. cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

¹⁴¹Para mayor detalle ver: Decreto 3 075 de 1997 artículos 8 (literales d, g, j), 9 (literales a, f, g, p), 14 (literal a), 15 (literales a al e), 34 y 35 (literales a al c); ley 09 de 1979 artículos 92, 97, 98, 251, 252, 259, 263 y 265.

¹⁴²Op. cit. Arroyave, Germán. 2009. Pág. 32.

¹⁴³Observaciones realizadas en la Plaza de mercado.

desinfección, con lo cual se facilita la acumulación de polvo, humedad y hongos, que afectan la inocuidad de los productos que allí se distribuyen. Las puertas y ventanas no están diseñadas para evitar el paso de roedores e insectos, ni se observa un control a la entrada de animales callejeros (perros y gatos), lo cual permite el incremento de la población de vectores de enfermedades de alto riesgo para el consumidor. Además, dentro y en los alrededores de la plaza de mercado se presenta disposición de productos alimenticios sobre el piso, inadecuada limpieza y disposición de basuras¹⁴⁴.

- Frigocentro, cuenta con los corrales, bebederos, capacidad instalada suficiente para el sacrificio de animales para el consumo humano, sistemas de desembarque para el ganado, zona de pesaje y marcado, estaciones de limpieza y desinfección de utensilios y equipo de trabajo pero debe realizar adecuaciones como disposición de aguas residuales, ubicación de tanque de reserva de agua, manejo de residuos sólidos, cambios en los materiales de la infraestructura en algunos corrales, elaboración e implementación de planes de cumplimiento y plan de análisis de peligro y puntos crítico de control (HACCP), implementación de estaciones de limpieza y desinfección de botas de operarios, construcción de salas aisladas para almacenamiento de insumos y de químicos y de pieles¹⁴⁵.
- Los supermercados de cadena cuentan con áreas de recepción y bodegaje de alimentos, los cuales cumplen con estándares de reglamentación. En algunos mercados de barrio y en la mayoría tiendas almacenan los productos en exhibidores o áreas de venta, muchas veces sin separar los productos según su categoría, con fuerte posibilidad de contaminación¹⁴⁶.
- En los puestos de venta callejeros se observan deficiencias y limitantes sanitarias, debido a que los materiales, equipos y utensilios empleados para disposición, exhibición y manipulación de los productos alimenticios no son higiénicos, ni de fácil lavado y desinfección. Por ejemplo los estantes son de madera, las basuras se acumulan junto a los productos para la venta, no hay acceso a agua potable ni servicios sanitarios públicos¹⁴⁷.
- Se ha evidenciado que la mayoría de los manipuladores de alimentos en ventas callejeras, no implementan las normas higiénicas de manipulación de alimentos tales como ropa adecuada con gorro, blusa o delantal de colores claros, limpios; cabello recogido, uñas cortas y limpias; lavado de manos después de tocar dinero, toser, estornudar; limpieza permanente de mesones, exhibidores de productos alimenticios; no poseen carnet de manipuladores de alimentos¹⁴⁸.

¹⁴⁴ Op. cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

¹⁴⁵ Op. cit. Procuraduría delegada para asuntos ambientales y agrarios. 2007. Pag. 91.

¹⁴⁶ Observaciones realizadas en la Plaza de mercado, tiendas de barrio, y supermercados de barrio.

¹⁴⁷ Op. cit. Alcaldía de Manizales. 2009.

¹⁴⁸ *Ibíd.*

- No se realiza por parte de ninguna institución capacitaciones periódicas, que incluyan actividades educativas en prevención y control de enfermedades transmitidas por alimentos y sobre las prácticas básicas de higiene y manipulación de alimentos¹⁴⁹. De otra parte, y según la información dada por funcionarios de la Secretaría de Salud, no se lleva un control de las actividades de venta de alimentos callejeros, tratando de evitar con esto, dar formalidad a dicha actividad¹⁵⁰. Situación que genera riesgo para los consumidores de alimentos distribuidos por vendedores ambulantes, por la falta de control sanitario.
- Por último, es importante anotar que no hay información disponible sobre la existencia o adecuación de zonas de almacenamiento de los productos agrícolas cosechados en los predios o fincas, aspecto a considerar en la implementación de estrategias de mejoramiento de la calidad e inocuidad de los alimentos, considerando que es éste el punto de partida del proceso.

14.4 Causas del incumplimiento de la normatividad

Las causas de las deficiencias en la aplicación de la normatividad en los diferentes eslabones del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos en Manizales se deben a:

- Desconocimiento de la normativa vigente por buena parte de los agentes de la cadena, debido en algunos casos a la informalidad en su que hacer, situación que limita las acciones de vigilancia y control (productores, mayoristas, minoristas y vendedores ambulantes de la plaza de mercado, tiendas, mercado de Peralonso y mercados itinerantes).
- La capacidad técnica del equipo de la alcaldía, encargado de ejercer las funciones de vigilancia y control, se ve superada por las necesidades. El número de funcionarios es insuficiente para la labor a realizar, actualmente la Unidad de Saneamiento Ambiental de la Secretaría de Salud Pública cuenta con un técnico por cada 40 000 habitantes cuando el parámetro es de un funcionario por cada 8 000 habitantes; además estos funcionarios están encargados del control sanitario a establecimientos abiertos al público y quejas en viviendas, entre otros, lo cual imposibilita realizar la cobertura adecuada. Con el fin de dar solución a esto, las instituciones municipales deben ampliar su equipo de trabajo e implementar un plan de capacitación que incluya normatividad en infraestructura, almacenamiento, expendio, transporte de alimentos; manejo cosecha y pos cosecha de productos alimenticios; manejo y toma de datos en los formatos de control; manipulación de alimentos; manejo de cadena de frío.

¹⁴⁹ Ibíd.

¹⁵⁰ Taller de trabajo realizado en noviembre de 2009.

- Debido a la necesidad de avanzar con el plan de renovación de la comuna de San José, y la reestructuración de la plaza de mercado, “se han generado condiciones *sui generis* que impiden ejercer los controles exigidos por la ley. También, existe un periodo de transición para el control de las normas en el Frigocentro, hasta que se cumplan los planes graduales exigidos en el Decreto 1500 de 2007, en el cual se da un plazo de cuatro años para que los propietarios o representantes legales de las centrales de sacrificio, cumplan con los compromisos exigidos por el INVIMA”¹⁵¹.

15. Políticas municipales y nacionales que promueven y facilitan la integración de los pequeños productores a los mercados locales

Con el fin de facilitar el análisis del impacto de las políticas que promueven y facilitan la integración de los pequeños productores a los mercados en el sector rural del municipio, es necesario partir de las definiciones institucionales en torno al pequeño productor, para el acceso y el beneficio de las políticas:

La Resolución 012 de 1994 por la cual se adoptaron los criterios y puntajes para la elegibilidad y priorización de proyectos de adecuación de tierras, para el Instituto Colombiano de la Reforma Agraria (INCORA) define al pequeño propietario como aquel que posea dentro del área del proyecto, una extensión que no supere el tamaño de una UAF, la cual se entiende como la empresa básica de producción agrícola, pecuaria, acuícola o forestal cuya extensión, conforme a las condiciones agroecológicas de la zona y con tecnología adecuada, permite a la familia remunerar su trabajo y disponer de un excedente capitalizable que coadyuve a la formación de su patrimonio. La UAF no requerirá normalmente para ser explotada sino del trabajo del propietario y su familia, sin perjuicio del empleo de mano de obra extraña, si la naturaleza de la explotación así lo requiere y fijará en salarios mínimos mensuales legales el valor máximo total de la UAF¹⁵².

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través del Programa agro ingreso seguro (AIS), define como pequeños productores rurales agropecuarios, a los propietarios poseedores o tenedores a cualquier título, que directamente o con el concurso de sus familias exploten un predio rural, que no supere el área y los ingresos de dos UAF, siempre que deriven de su actividad agropecuaria, forestal, agroforestal, pecuaria, piscícola, silvícola o de zoocría, por lo menos el 70 por ciento de sus

¹⁵¹ *ibíd.*

¹⁵² **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** 1994. *Resolución 12 de 1994.* 26 de octubre de 1994. Bogotá D.C. (Colombia). (Disponible en www.minagricultura.gov.co/04normatividad/04b_resolu.aspx).

ingresos¹⁵³. Para el acceso al AIS, es considerado pequeño productor aquel que cumpla con las siguientes condiciones:

- i. que posea activos totales para el año 2009 no superiores a 50,9 millones COP, incluidos los de su cónyuge;
- ii. que por lo menos 75 por ciento de sus activos estén invertidos en el sector agropecuario;
- iii. y que no menos de las dos terceras partes de sus ingresos provengan de la actividad agropecuaria¹⁵⁴.

Según FINAGRO, pequeño productor es toda persona cuyos activos totales para el año 2009, no superen los 54,8 millones COP incluidos los del cónyuge, según balance comercial aceptado por el intermediario financiero, y que por lo menos 75 por ciento de sus activos estén invertidos en el sector agropecuario, o que no menos de las dos terceras partes de sus ingresos provengan de la actividad agropecuaria. También se entenderá por pequeño productor cualquier modalidad de asociación de productores cuando todos sus miembros califiquen individualmente como pequeños productores, certificados por el revisor fiscal o representante legal¹⁵⁵.

Es evidente que aunque los criterios generales considerados para definir a un pequeño productor son los mismos, los toques cambian según el programa al cual se quiera acceder. Esto significa que un agricultor puede ser considerado pequeño en unos casos pero no aplicar en otros, situación que implica una valoración de la política casi que de manera puntual y según programa.

16 Impacto de las políticas municipales y nacionales

Las características particulares de los pequeños productores rurales de la ciudad de Manizales están asociadas directamente con temas como tenencia de la tierra, cultura productiva, capacidad técnica, condiciones socioculturales y vinculación actual al mercado, entre otros puntos. Estos productores (el 54,9 por ciento de los habitantes rurales son personas adultas y adultas mayores y el 34,7 por ciento son analfabetas¹⁵⁶) son por tradición y cultura cultivadores de café, plátano, banano y algunos frutales,

¹⁵³ **Congreso de la República.** 2000. *Ley 607 de 2000*. Diario Oficial No. 44.113. 3 de Agosto de 2000. Bogotá D.C. (Colombia). (Disponible en www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2000/ley_0607_2000.html).

¹⁵⁴ **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** 2009. *Convocatoria pública MADR – IICA del programa “Agro, Ingreso Seguro AIS” del MADR, para cofinanciar proyectos de infraestructura de riego y/o drenaje*.

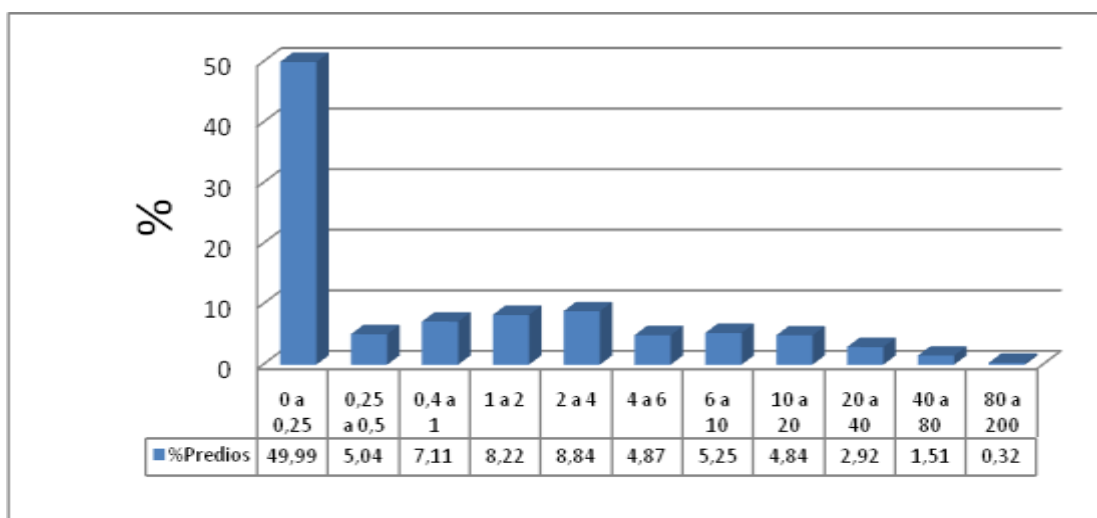
¹⁵⁵ **FINAGRO.** Sin fecha. *Definición pequeño agricultor*. (Colombia). (Disponible en: www.finagro.gov.co/html/i_portals/index.php?p_origin=internal&p_name=content&pid=MI-11&p_options=, visitado el 27 de diciembre de 2009).

¹⁵⁶ **Alcaldía de Manizales.** *Plan de Desarrollo 2008 – 2011. Manizales ciudad internacional de conocimiento con oportunidades para todos. Anexo 3. Políticas transversales de equidad de género.* Manizales (Colombia).

cuya explotación agrícola se basa en la mano de obra familiar, con poca o nula participación en los mercados diferentes al café. No cuentan con experiencia suficiente en el proceso de comercialización de productos diferentes a los mencionados; en temas como negociación de precios de venta; manejo de canales de comercialización dentro de la formalidad con productos agrícolas de calidad y acorde con las exigencias del mercado; el manejo de frecuencias de producción y la constancia en la entrega de los productos.

La Figura 13, muestra en detalle como es la distribución de tierra en Manizales, donde la mitad de los productores solo cuenta con áreas máximas de 2 500 metros cuadrados, predios con características de minifundio. Estos predios son tan pequeños que el área resulta insuficiente para satisfacer las necesidades de una familia campesina¹⁵⁷. De acuerdo a las características necesarias de vinculación a las políticas de apoyo a la producción agropecuaria nacional, el 85,16 por ciento de los productores rurales son pequeños y cumplen el requisito de UAF establecidos para ser beneficiarios de los programas y políticas nacionales de apoyo al sector agropecuario, siendo la UAF para Manizales de 5 hectáreas¹⁵⁸.

Figura 13. Distribución de los predios por rangos de área en Manizales



Fuente: Plan de desarrollo de Manizales 2008-2011

El área disponible para incorporar nuevas siembras es limitada, complementado esto con que por tradición los pequeños productores han sembrado café, plátano, banano y algunos frutales. Este escenario conlleva a pensar en el trabajo asociativo como

¹⁵⁷ **Grupo Prisa.** Sin fecha. *Habitat rural Colombiano el minifundio.* (Disponible en http://co.kalipedia.com/geografia-colombia/tema/geografia-economica-social/minifundio.html?x=20080731klpgeogco_33.Kes&ap=2).

¹⁵⁸ **Alcaldía de Manizales.** Sin fecha. *UAF glosario.* (Disponible en <http://www.alcaldiamanizales.gov.co/es/glosario?id=162>).

requisito indispensable para producir alimentos para el abastecimiento de la ciudad, en condiciones de volumen, calidad, con frecuencias de entrega definidas a precios competitivos y con el fin de establecer relaciones comerciales formales. Es por tanto, este un tema prioritario a incluir en los planes de trabajo de los equipos técnicos de asesoría de la alcaldía.

En el Cuadro 36 se observa, en términos de la tenencia de la tierra, que un 89,32 por ciento de los productores son pequeños, y cuentan con una UAF o menos, es decir con menos de 5 hectáreas¹⁵⁹.

Cuadro 36. Clasificación de los predios de Manizales según el tamaño de UAF

Categoría	Rangos según tamaño UAF	% predios
Pequeño productor (Minifundio)	Predios menores a 0,5 y 1	89,32
Mediano productor	Predios entre 1 y 2	7,76
Grande productor	Predios mayores a 2	1,83

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Plan de desarrollo de Manizales 2008- 2011.

16.1 Asistencia técnica rural

El servicio de asistencia técnica en Colombia está normado por las leyes 101 de 1993 y 607 del 2000. En la Alcaldía de Manizales esta función es responsabilidad de la Unidad de Integración Social (UIS) de la Secretaría de Desarrollo Social. Considerando que la asistencia técnica es fundamental para mejorar los sistemas productivos y para integrar a los pequeños productores manizalitos a los mercados locales, se encuentra que la capacidad técnica y logística de la UIS es insuficiente, con 13 asistentes técnicos en el año 2009 para atender a todos los pequeños productores que se ubican en 4 794 predios, es decir el 89,32 por ciento de los predios de la zona rural del municipio¹⁶⁰. Cada técnico en estas condiciones puede hacer sólo tres visitas técnicas a un agricultor por año, sin incluir la atención a otros proyectos establecidos por la UIS ni tener en cuenta las distancias existentes entre los predios¹⁶¹. Por lo tanto, es evidente que no es posible dar continuidad en el asesoramiento técnico y social, necesario para buscar una mayor vinculación de los pequeños productores rurales al aprovechamiento de las políticas del sector

¹⁵⁹ Ibid.

¹⁶⁰ **Metrocuadrado.** 2009. *La capital caldense, su economía, su territorio y su gente. Así es Manizales en números.* Manizales (Colombia). (disponible en: http://contenido.metrocuadrado.com/contenidom2/ciudyprec_m2/datosotroasciud_m2/datotr_eje/archivoejecafetero/ARTICULO-WEB-PL_DET_NOT_REDIM2-3416178.html).

¹⁶¹ Dato obtenido al dividir 4 794 predios pertenecientes a pequeños productores en 13 técnicos; lo que da 368 predios por asistente técnico. En promedio un técnico puede visitar alrededor de tres predios por día.

agropecuario. Por otro lado, los equipos técnicos, debido a las condiciones particulares de la vinculación contra actual de la UIS, no tienen una garantía de continuidad laboral, poniendo en riesgo los vínculos, la experiencia alcanzada y los compromisos adquiridos para el desarrollo de los productores.

Como alternativa a la insuficiente asistencia técnica, la Ley 607 de 2000 plantea en el artículo tercero sobre la definiciones en el Parágrafo que: “se estimulará preferentemente la organización de los pequeños productores rurales y para efectos de acceder a los servicios de asistencia técnica directa rural en grupo, no se sumarán el número de UAF del grupo ni los ingresos derivados de la actividad por sus miembros”. El Artículo cuarto sobre las características, numeral g) dice que: “Los pequeños y medianos productores rurales podrán establecer alianzas o asociaciones para efectos de acceder a los beneficios que por virtud de esta Ley se contemplen. En tal sentido, los municipios podrán establecer mecanismos que fomenten estas asociaciones o alianzas”. Pero los pequeños productores de Manizales no reflejan en sus actividades las condiciones de la ley frente al tema organizacional. Esto debido a las características históricas de la asistencia técnica agropecuaria, que ha sido permeada por “el asistencialismo”, generando en los productores la sensación de que los entes públicos encargados de apoyarlos, solo están para dar insumos, herramientas, materiales y uno que otro subsidio cuando pierden sus cosechas; por ello los pequeños productores generalmente se asocian o se organizan, con el fin de beneficiarse del acceso a insumos agropecuarios, sin comprender los alcances reales del tema. Con el fin de apoyar a la UIS en este sentido es importante generar alianzas estratégicas con el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria (DANSOCIAL), en vista de la importancia del tema asociativo para la vinculación de los pequeños productores a los mercados locales.

16.2 Programa agro ingreso seguro (AIS)

Este programa está regulado por la Ley 1133 de 2007 y está diseñado para proteger los ingresos de los productores que resulten afectados, ante las distorsiones derivadas de los mercados externos y a mejorar la competitividad de todo el sector agropecuario nacional, con ocasión de la internacionalización de la economía; dentro de línea especial de crédito DTF – 2¹⁶². Hasta el mes de febrero de 2009 solo se habían beneficiado de este programa 13 productores de Manizales, por un monto total de 186,8 millones COP, sin la claridad en el reporte de qué tipo de productores fueron los beneficiados¹⁶³.

Para que los pequeños productores se acojan a este programa, deben postularse y cumplir con los requisitos formales exigidos. Como ejemplo de ello, en el caso de la

¹⁶²Op. cit. Arroyave Germán. 2009. Pág. 35.

¹⁶³**Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** 2009. Beneficiarios AIS, Línea especial de crédito 2009. (Colombia). (disponible en: http://www.ais.gov.co/sitio/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=62&Itemid=141).

convocatoria para cofinanciar proyectos de infraestructura de riego y/o drenaje 2009, estos fueron¹⁶⁴:

- elaboración de la propuesta o proyecto técnico y financiero;
- diligenciamiento de documentos jurídicos;
- y cumplir las condiciones por las cuales se definen como pequeños productores.

Debido al bajo nivel educativo de los pequeños productores de Manizales, no es fácil la comprensión de estos requisitos, y como condición particular la falta de trabajo asociado hace que de manera individual no sean competitivos para acceder a este tipo de beneficio.

16.3 Proyecto “Apoyo a Alianzas Productivas- PAAP Fase II”

Este proyecto busca incrementar la competitividad y el desarrollo empresarial de las comunidades rurales pobres, de manera sostenible, a través de alianzas orientadas por la demanda del sector privado comercializador. Este proyecto es de más fácil acceso para los pequeños productores¹⁶⁵, a pesar de esto, sólo una alianza ha sido aprobada en Manizales durante toda la vigencia de este proyecto¹⁶⁶, reflejo de las dificultades de acceder por parte de los productores del municipio. Un ejemplo de ello es la carta de intención de compra por parte del comercializador, requisito indispensable para asegurar y formalizar el negocio. Como se ha señalado los pequeños productores no tienen suficiente experiencia en canales de comercialización y por consiguiente poco o ningún contacto directo con los compradores, debido a que sus relaciones de

¹⁶⁴ **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** 2009. *Convocatoria Pública MADR – IICA 2009 del Programa “Agro, Ingreso Seguro - AIS” del - MADR, para cofinanciar proyectos de infraestructura de riego y/o drenaje.*

¹⁶⁵ Las condiciones para los pequeños productores dentro la alianza productiva son: mínimo 20 beneficiarios, mayor de edad; que sea alfabeto y si no lo es, que al menos algún miembro del grupo familiar lo sea; vínculo con sector agropecuario como mínimo 3 años; activos familiares no superiores a 200 salarios mínimos legales vigentes; tamaño de explotación agropecuaria no superior a dos UAF; mínimo el 75 por ciento de los ingresos familiares deben originarse en el desempeño de actividades agropecuarias; ingresos netos familiares que tengan este origen no deben superar los dos salarios mínimos; participación con recursos propios de los miembros de la alianza (productores y/o comercializadores), de al menos el 20 por ciento del valor total; recursos representados en activos, servicios o efectivo; el producto alrededor del cual se formula el perfil debe hacer parte de la lista de productos priorizados; carta de intención del comercializador, y documento propuesta de presentación del perfil. Al mismo tiempo, la alianza ofrece fortalecimiento institucional por medio acompañamiento de Organizaciones Gestoras Acompañantes (OGAs) lo que garantiza que los pequeños agricultores puedan cumplir con el proceso productivo.

¹⁶⁶ Esta alianza fue aprobada el 30 de marzo de 2009 para el beneficio de 36 pequeños productores, con la “alianza agroempresarial para el fortalecimiento del encadenamiento productivo del sector apícola para pequeños productores organizados de los municipios de Manizales y Villamaría del departamento de Caldas

comercialización en la mayoría de los casos, con excepción del café, son a través de intermediarios; por otro lado está la necesidad de presentar 20 asociados, lo que viene a incrementar las limitaciones y a reforzar la necesidad de trabajar en torno a la asociatividad en la zona.

Según las características definidas en términos del potencial productivo y de los cultivos priorizados para abastecer la canasta alimentaria de los estratos vulnerables en Manizales, los pequeños productores pueden postularse a los perfiles de las alianzas productivas con los siguientes productos: lulo, mora, tomate de árbol, maracuyá, banano, plátano y papa¹⁶⁷, considerando el potencial de mercados como el institucional o el agroindustrial dentro del perfil de la alianza.

16.4 Convenio de créditos FORAD

El Fondo de créditos a pequeños productores, apoyada por la Gobernación de Caldas y el Banco Agrario, a octubre del año 2009 había asignado 1 058 millones COP con 309 créditos en el Departamento de Caldas¹⁶⁸. El acceso a créditos o a incentivos de las políticas crediticias mencionadas, se ha dificultado para los pequeños productores por el desconocimiento de las condiciones crediticias, la falta de comprensión del manejo administrativo, financiero y bancario, lo cual les genera desconfianza para su postulación.

16.5 Programa municipal de seguridad alimentaria y nutricional

La implementación del programa de seguridad alimentaria en la ciudad de Manizales en los años 2005 y 2006 benefició a 3 600 familias del sector rural, mediante la entrega de semillas de hortalizas, gallinas ponedoras, plantas aromáticas y medicinales. La información reportada por la Alcaldía de Manizales, frente a la inclusión de las familias rurales beneficiadas con este programa, no muestra resultados actualizados sobre el uso que estas familias dieron a los insumos y materiales adjudicados.

En el 2009 el reporte obtenido por entrevista con técnicos de la UIS, es en el caso de las gallinas ponedoras; “unas murieron y otras fueron consumidas por las familias beneficiadas”. Esto refleja cómo la realidad de los programas aplicados en temas como la seguridad alimentaria, se mal entienden en su función productiva, como base para el auto consumo y se convierten en simples programas, con características asistencialistas de entrega y recibo de insumos y materiales sin ninguna proyección.

¹⁶⁷ **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** 2009. *Términos de Referencia para presentar Perfiles de Alianzas*. 2009 (disponible en: www.minagricultura.gov.co/03convocatorias/03j_conv_alianz.aspx).

¹⁶⁸ Op cite. **Alcaldía de Manizales.** 2009.

16.6 Plan de desarrollo rural de Manizales 2008 – 2011

El plan de desarrollo tiene dentro de sus objetivos “El fortalecimiento de la estructura económica rural; con actividades económicas rentables diferentes del café, que tengan potencial para lograr un crecimiento permanente y la capacidad de proyectar la economía del municipio, con imagen propia a los mercados nacionales e internacionales. A través de actividades que logren solidez en la economía del municipio y de su subregión, en el largo plazo y minimizar su vulnerabilidad ante fenómenos recesivos de economías externas, nacionales o internacionales”¹⁶⁹. En dicho marco, la Alcaldía de Manizales ha avanzado en la formulación del proyecto Agrovillas productivas, el cual iniciará su implementación en año 2010, así como en el apoyo a las cadenas productivas de flores y follajes, aromáticas y medicinales, plátano y banano, especies menores y encurtidos, sin embargo, no se obtuvo mayor detalle por parte de la Alcaldía de Manizales sobre el alcance en metas e indicadores de los proyectos mencionados.

Las políticas públicas parten de una generalidad para su aplicación, condiciones que deben ser tenidas en cuenta por la alcaldía y por la UIS para retomar, reforzar y brindar con su apoyo opciones de vinculación de los pequeños productores al mercado, sea este institucional, agroindustrial o el convencional. Igualmente los programas y proyectos a diseñar y desarrollar en la particularidad del sector rural, deben incorporar en sus planteamientos la promoción del consumo local de frutas y hortalizas, el fortalecimiento y la continuidad en el tiempo de equipos de trabajo capacitados en coherencia con las necesidades del sector rural manizaleño, así como generar las políticas que plantean incentivos para que las persona jóvenes permanezcan en el sector rural.

17. Demanda de la ciudad que puede ser atendida con oferta de pequeños productores rurales del municipio

El Cuadro 37, muestra las hectáreas requeridas para satisfacer por lo menos la mitad de la demanda de alimentos que consumirían los estratos vulnerables en Manizales en un período de cinco años. Las estimaciones se obtuvieron con base en la producción, la demanda del mercado y la rentabilidad, esperando obtener beneficios para los pequeños productores de Manizales.

Con proyecciones de crecimiento anuales del 10 por ciento en área cultivada para satisfacer la demanda calculada, la estrategia inicial considera 12 productos básicos a

¹⁶⁹Op. cit. Alcaldía de Manizales. Plan de Desarrollo 2008 – 2011.

cultivarse en 386 hectáreas¹⁷⁰, de cuya cosecha no puede hacerse una acumulación anual porque son cultivos transitorios y de ciclo corto; lo que obliga a realizar siembras nuevas en tiempos breves (excepto en el caso de los frutales).

El Cuadro 38, muestra los cálculos correspondientes a los años 2015 a 2019, tiempo en el cual se pretende cumplir con la totalidad de la demanda de los estratos vulnerables en la ciudad, que corresponde al aprovisionamiento de los 12 productos seleccionados, para cuyos cultivos pequeños productores tendrán necesariamente que contar con un apoyo amplio en recursos y capacitaciones en temas técnicos, socioculturales, administrativos y comerciales, a sabiendas de las limitantes ya señaladas en párrafos anteriores.

¹⁷⁰Op. cit. Arroyave Germán. 2009. Pág. 56.

Cuadro 37. Demanda de los productos priorizados que puede ser atendida por los pequeños productores de la zona rural de Manizales (años 2010 a 2014)

Productos priorizados	Mediana de compra por persona en gramos/mes	Demanda estratos 1-2-3 año 2009 (Ton)	Demanda atendida año 2010 (Ton)	Área a sembrar año 2010 (ha)	Demanda atendida año 2011 (Ton)	Área a sembrar año 2011 (ha)	Demanda atendida año 2012 (Ton)	Área a sembrar año 2012 (ha)	Demanda atendida año 2013 (Ton)	Área a sembrar año 2013 (ha)	Demanda atendida año 2014 (Ton)	Área a sembrar año 2014 (ha)
		Habitantes 268 698	10% demanda inicial		20% demanda inicial		30% demanda inicial		40% demanda inicial		50% demanda inicial	
Tomate de árbol	300	967	97	8	193	16	290	24	387	32	484	40
Maracuyá	385	1 241	124	6	248	12	372	19	497	25	621	31
Mora	273	880	88	7	176	15	264	22	352	29	440	37
Lulo	375	1 209	121	9	242	19	363	28	484	37	605	47
Cebolla Larga	100	322	32	3	64	6	97	10	129	13	161	16
Zanahoria	300	967	97	7	193	13	290	20	387	26	484	33
Habichuela	290	935	94	8	187	16	281	23	374	31	468	39
Pimentón	188	606	61	8	121	16	182	25	242	33	303	41
Repollo	125	403	40	1	81	3	121	4	161	5	202	7
Papa	4 563	14 712	1 471	123	2 942	245	4 414	368	5 885	490	7 356	613
Maíz	377	1 216	122	35	243	69	365	104	486	139	608	174
Frijol	742	2 392	239	171	478	342	718	513	957	684	1 196	854

Fuente: Elaboración propia partiendo de cálculos desarrollados por Arroyave, Germán consultor FAO Proyecto TCP_COL_3202 FAO.

Cuadro 38. Demanda de los productos priorizados que puede ser atendida por los pequeños productores de la zona rural de Manizales (años 2015 a 2019)

Productos Priorizados	Mediana de Compra por Persona en Gramos/mes	Demanda estratos 1-2-3 año 2009 (Ton)	Demanda atendida año 2015 (Ton)	Área a sembrar año 2015 (ha)	Demanda atendida año 2016 (Ton)	Área a sembrar año 2016 (ha)	Demanda atendida año 2017 (Ton)	Área a sembrar año 2017 (ha)	Demanda atendida año 2018 (Ton)	Área a sembrar año 2018 (ha)	Demanda atendida año 2019 (Ton)	Área a sembrar año 2019 (ha)
		Habitantes 268698	60% demanda inicial		70% demanda inicial		80% demanda inicial		90% demanda inicial		100% demanda inicial	
Tomate de árbol	300	967	580	48	677	56	774	64	871	73	967	81
Maracuyá	385	1 241	745	37	869	43	993	50	1 117	56	1 241	62
Mora	273	880	528	44	616	51	704	59	792	66	880	73
Lulo	375	1 209	725	56	846	65	967	74	1 088	84	1 209	93
Cebolla Larga	100	322	193	19	226	23	258	26	290	29	322	32
Zanahoria	300	967	580	39	677	46	774	52	871	59	967	65
Habichuela	290	935	561	47	655	55	748	62	842	70	935	78
Pimentón	188	606	364	49	424	57	485	66	546	74	606	82
Repollo	125	403	242	8	282	9	322	11	363	12	403	13
Papa	4 563	14 712	8 827	736	10 299	858	11 770	981	13 241	1 103	14 712	1 226
Maíz	377	1 216	729	208	851	243	972	278	1 094	313	1 216	347
Frijol	742	2 392	1 435	1 025	1 675	1 196	1 914	1 367	2 153	1 538	2 392	1 709

Fuente: Elaboración propia partiendo de cálculos desarrollados por Arroyave Germán consultor FAO Proyecto TCP_COL_3202 FAO.

18. Conclusiones

- Es necesario buscar la cualificación y ampliación del equipo humano y técnico de las Secretarías involucradas en la atención al sector rural, con formas de concebir y aplicar nuevas políticas y estrategias para el desarrollo rural, con modelos agropecuarios vinculantes, que conciban el sector desde la producción, las condiciones socioculturales y técnicas de los pequeños productores, para que logren impactar en mayor medida, a sabiendas de que hasta hoy las políticas aplicadas al sector agropecuario no han logrado la reducción de la pobreza de los pequeños productores.
- Debe buscarse por parte de la alcaldía a través de sus Secretarías el apoyo de convenios interinstitucionales, para lograr definir políticas de apoyo al sector rural del municipio más acordes con sus realidades, logrando con ello la implementación de programas de impacto social y productivo con sistemas de seguimiento, retroalimentación y evaluación que den cuenta de ello.
- La falta de información que manejan los productores frente a tendencias del mercado, costos de producción, condiciones de negociación entre otras los pone en situación de fragilidad, evidenciada en mercados como el de Aranjuez donde el precio de venta de algunos productos está por debajo de los márgenes de rentabilidad, poniendo a estos productores a merced de prácticas desleales, como las presentadas por el accionar de “mafias” que “bautizan” los productos en la vía de entrada desde Chinchiná a Manizales, obligando a los productores a aceptar las reglas de monopolio implantadas, o a no vender su carga, con el agravante que implica para muchos productores la decepción y la frustración de este proceso. Por ello es necesario implementar programas y estrategias que posibiliten a los productores el acceso a información que les permita entrar a competir en mejores condiciones en el mercado.
- La dependencia de Manizales para el abastecimiento de alimentos de otras regiones del país la hace vulnerable en este tema; de hecho el 25,41 por ciento de sus productos son abastecidos desde los municipios de Caldas y los corregimientos de Manizales; el otro 73,49 por ciento de los productos llega proveniente del resto del país, principalmente de Departamentos como Risaralda, Antioquia, Valle del Cauca, Tolima y de la ciudad de Bogotá. Por ello es importante consolidar una política de desarrollo rural acorde con las necesidades y las potencialidades del municipio
- Es necesario resaltar la importancia de las tiendas y apoyar su desarrollo con la aplicación de políticas públicas en torno a la asociatividad y la organización para la compra de productos en volumen que lleve a incrementar las ganancias de estos establecimientos y a posibilitar la continuidad de oferta de productos a precios bajos como: tomate de árbol, banano, papaya, maracuyá, mora, cebolla larga, zanahoria, pimentón, repollo, yuca, papa, frijol. Factor que refuerza la importancia

de las tiendas en la ciudad, como distribuidoras de alimentos en los estratos más vulnerables.

- Retomar el mercado libre de Peralonso y perfilarlo como un importante centro de abastecimiento y distribución de alimentos para la ciudad, incluso para el aprovisionamiento de tenderos en la comuna Ciudadela del Norte. Este posicionamiento implicará mejorar la infraestructura, diseñar e implementar campañas publicitarias que busquen aumentar el consumo de productos originados en el sector rural de la ciudad, gracias a las ventajas comparativas de precio y calidad.
- Incrementar el número de mercados itinerantes en la ciudad, en sectores donde se puedan establecer en condiciones organizadas, para brindar a los productores participantes garantías de venta y a los consumidores productos a precios económicos de primera calidad, posibilidades de parqueo, acceso a servicios públicos y de alimentación. Esta estrategia debe ligarse a fuertes campañas publicitarias sobre consumo y compra de alimentos, evidenciando las ventajas de la compra de los alimentos en condiciones de precios favorables y calidad, donde se promueva en la comunidad el apoyo a los pequeños productores. Hoy se perfilan diferentes espacios en toda la ciudad que pueden cumplir con estos requisitos, como parques públicos y zonas cercanas a establecimientos comerciales e institucionales.
- La alcaldía debe comenzar a visualizar el importante papel que cumplen las tiendas en las condiciones actuales de la ciudad, como opción de empleo y acceso a los alimentos de los sectores más vulnerables. Es un canal para el cual deben dirigirse políticas de apoyo y desarrollo en temas como asociatividad, organización para la compra de alimentos en volumen, búsqueda de alternativas crediticias con tasas favorables y a largo plazo.
- Es necesario buscar una vinculación más efectiva, eficiente y eficaz de los pequeños productores de Manizales, con consumidores y tenderos a través del diseño de estrategias que definan la remodelación y ampliación de la infraestructura del mercado de Peralonso, el establecimiento de infraestructura adecuada para el de Aranjuez y otros mercados itinerantes en la ciudad, logrando beneficios para consumidores, tenderos y productores rurales.
- El transporte de carga y pasajeros para la zona rural de Manizales, presenta problemas debido a que las vías se ven deterioradas por condiciones invernales que impactan en la topografía pendiente de la zona, en muchos casos no cuentan con pavimentación y son estrechas. Una posibilidad en la recuperación de estas vías está en el uso de la mano de obra de los mismos productores rurales con planes de inversión financiados con recursos de la alcaldía. Actividad que impactará positivamente en la generación de empleo, en la disminución de pérdidas poscosecha por transporte, la disminución en costos de producción de la oferta agrícola.

- Es necesario iniciar acciones que mejoren actividades de poscosecha para disminuir las pérdidas en toda la cadena, partiendo de proceso de capacitación con los productores rurales, los transportadores, los intermediarios, los distribuidores minoristas y mayoristas, con campañas y procesos de capacitación y formación liderados desde la alcaldía.
- Es necesario lograr que los pequeños productores puedan acopiar conjuntamente los productos, en condiciones de volumen y calidad para mercados definidos como el institucional, el minorista y el agroindustrial, y transportarlos con su debido empaque minimizando pérdidas y desperdicios a fin de bajar costos y así poder ser competitivos con otros mercados.
- Los volúmenes que mueve mensualmente la plaza de mercado de Manizales, de productos como frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos, oscila entre 5 800 y 6 150 toneladas. Un volumen que representa una importante oportunidad de abastecimiento desde la zona rural del municipio, para los cual debe implementarse una política de fortalecimiento a los equipos técnicos de las Secretarías involucradas con el sector productivo rural, que busquen apoyar los productores para aprovechar un porcentaje de este mercado, disminuyendo la dependencia de otras zonas del país.
- El análisis de las diferentes alternativas de vinculación del pequeño productor a la comercialización directa con supermercados y la plaza de mercado, muestra que en el corto plazo no es viable. Esta podrá realizarse cuando estos productores cumplan con condiciones de formalidad en la venta, calidad, volumen y frecuencia de entrega ligada a precios competitivos.
- La opción de reestructuración de la plaza de mercado actual como una plaza de mercado minorista, es la alternativa más coherente. Es un trabajo que debe realizarse de manera conjunta entre la administración municipal, la administración de la plaza de mercado, los propietarios, arrendatarios y los vendedores informales, donde se generen espacios para reubicar a los 1 600 vendedores informales y 520 minoristas. Estrategia que deberá ir acompañada de políticas y soluciones que eviten la informalidad, la invasión del espacio público, la mejora en las condiciones de oferta de productos con calidad, al mejorar las prácticas de manipulación de alimentos. Para los 10 mayoristas existentes la opción es construir el pabellón mayorista dentro de la nueva plaza de mercado para ser reubicados, definiendo para ellos parámetros de comercio al mayoreo, ya que ubicarlos en otro sector de la ciudad es una alternativa costosa, e innecesaria dado el número de mayoristas actuales.
- La nueva plaza de mercado debe brindar condiciones de seguridad, de parqueaderos suficientes, de servicios tanto financieros como públicos, posibilitar el acceso fácil para vehículos de transporte público y privado así como de carga de pequeñas dimensiones no mayor a 5 toneladas. Buscar que sea un espacio cerrado logrará importantes beneficios alrededor de facilitar la toma de datos de abastecimiento y

distribución necesarios para la planeación a futuros de programas relacionados con el SADA, pensando no solo en el abastecimiento de Manizales sino también en el de los municipios cercanos, dada la importancia de la ciudad como actual y futuro eje de desarrollo regional.

- El volumen de la demanda del mercado institucional de productos con posibilidades de ser ofertados desde el sector rural de Manizales ascienden a de 227,37 toneladas mensuales y para el mercado agroindustrial presenta unas necesidades de productos a bastecer en el 2010 representado por 3 280 toneladas de mora, 1 948 de lulo, 1 025 de tomate de árbol, 246 de arveja, 246 de zanahoria y 410 de maíz, entre otros productos. Lo cual se perfila como una importante alternativa de comercialización para los pequeños productores, siempre y cuando se cumpla con condiciones de formalidad en la venta, calidad, volumen y frecuencia de entrega ligado a precios competitivos.
- Si bien la actividad de Frigocentro en la ciudad cuenta con avales de funcionamiento por parte de entidades municipales y departamentales, para la Procuraduría de asuntos ambientales Frigocentro cumple requisitos de funcionamiento de forma parcial, no tiene planes de cumplimiento a corto y mediano plazo, situación que implica riesgos sanitarios para la salud humana y animal. De igual forma su ubicación actual en una zona cercana a la actividad comercial y de vivienda no es la adecuada según la normativa vigente. Por ello es necesario repensar su ubicación y unir esfuerzos entre municipios cercanos para construir un matadero regional que cumpla los requisitos de funcionamiento.
- Si bien existe transición en la normativa vigente que regula la actividad de faenado y distribución de carnes, es necesario reforzar los equipos técnicos de la alcaldía para que ejerzan una función de más impacto en la capacitación, seguimiento y control al manejo de alimentos perecederos en la ciudad.

19. Recomendaciones

- Capacitar a los funcionarios de la alcaldía tanto del nivel técnico como directivo de la alcaldía, en temas relativos a la formulación de políticas, diseño de estrategias y puesta en marcha de planes de acción para el mejoramiento del SADA de la ciudad. Se recomienda la firma de convenios con diferentes instituciones relacionadas con el tema, tales como el Sena, IICA, Corpoica, FAO y Universidades.

Responsables: Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Salud, Secretaría de Competitividad.

- Adelantar, por parte de la alcaldía e instituciones educativas y de investigación (Universidades, SENA, Centros de investigación), estudios encaminados a fortalecer la investigación en el tema de abastecimiento y distribución de alimentos para Manizales y su zona de influencia, para fortalecer el diseño de políticas y desarrollo de acciones en este tema. Por tanto, se recomienda adelantar estudios en temas relativos a:

- i) Canasta básica de alimentos que incluya toda la población de Manizales identificada por estratos, ya que esta información daría una mejor aproximación a la demanda de los principales alimentos consumidos en la ciudad.
- ii) Determinar la demanda de alimentos de la ciudad que se comercializa por los diferentes canales, determinando origen y puntos de acceso, como instrumento para el diseño de estrategias de ordenamiento de la distribución de alimentos al interior de la ciudad, en términos tanto de infraestructura como de normas de tráfico y movimiento vehicular.
- iii) Información sobre producción local que evidencie la participación de pequeños productores no solo en volumen de productos ofertados, sino también en áreas en producción, brecha tecnológica, calidad, mercado y precios de venta de sus productos. Esta información se podrá recopilar a través de encuestas que tengan representatividad por vereda o corregimiento.

Responsables: Secretaría de Desarrollo Social, UIS, Secretaría de Salud, Secretaría de Competitividad.

- Diseñar políticas para el desarrollo rural, con modelos agropecuarios vinculantes, que conciban el sector desde la producción, las condiciones socioculturales y técnicas de los pequeños productores, para lograr un mayor impacto. Para la puesta en marcha de estas estrategias será necesario reforzar y cualificar los equipos técnicos de las Secretarías responsables del tema, previa evaluación de las responsabilidades y la capacidad técnica de cada Secretaría.

Responsables: Secretaría de Salud, Secretaría Desarrollo Social, UIS, Secretaría de Competitividad.

- El modelo actual de asistencia técnica al sector agropecuario muestra serias dificultades y limitaciones de operación, en detrimento del sector productivo y del pequeño productor. En virtud de ello es necesario que la alcaldía rediseñe un modelo de desarrollo rural acorde con sus condiciones, con el apoyo de entidades como el IICA, Corpoica, SENA, Universidades, Dansocial, SENA, ONG. Para repensar el modelo de forma que permita tener estrategias de atención a los productores, enmarcado en la productividad y las necesidades reales y no en el cumplimiento de metas numéricas. El modelo debe incluir:
 - ✓ Equipos técnicos, sociales, administrativos y de mercadeo experimentados y cualificados, con la estabilidad y la continuidad que requiera cada proyecto, con capacidad de fortalecer la asociatividad, reforzar la producción hacia la calidad, en tiempos definidos y volúmenes que busquen suplir las demandas de mercados como el institucional y el agroindustrial, encontrando y apoyando las alternativas más viables de vinculación entre ofertantes y demandantes.
 - ✓ La asistencia técnica buscará entre otros aspectos, que los pequeños productores se apropien de los modelos definidos a aplicar como elemento fundamental para acceder a los mercados. Es importante buscar alternativas en torno al apoyo mutuo (gana - gana), donde los agricultores evidencien cual es su aporte en las estrategias a implementar, para evitar un accionar “asistencialista” y realizando trabajos escalonados con los productores al ir avanzando en las fases de la implementación de la estrategia.
 - ✓ Replantear la estrategia de trabajo con el tema de asociatividad con los pequeños productores, partiendo no de la formalización de los grupos, sino de la concientización de la importancia del trabajo asociado entre productores, a fin de buscar condiciones técnicas que les permita cumplir con las exigencias del mercado, para postular por último la formalidad de la actividad asociativa.

Responsables: Secretaría Desarrollo Social, UIS

- Diseñar e implementar puntos de acopio en sitios estratégicos del sector rural del municipio, los cuales deberán estar ubicados a distancias que les permita a los productores optimizar los recursos de transporte. Los puntos de ubicación deberán definirse a través de procesos participativos, donde los interesados puedan hacer parte del diseño respecto a sus necesidades y teniendo en cuenta las capacidades de organización y operación de los productores de una misma zona, en consulta con los comerciantes e intermediarios.

Responsables: Asociaciones de pequeños productores, comerciantes interesados, Secretaría de Desarrollo Social, Oficina de Planeación, Secretaría de Competitividad.

- Diseñar y poner en marcha un programa de mantenimiento de carreteras interveredales, con la vinculación y pago de mano de obra a los pequeños productores.

Responsables Secretaría de Obras Públicas, Secretaría de Desarrollo Social, Oficina de Planeación.

- Diseñar un sistema de información a través de alianzas con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y su plataforma de Agronet, e implementarlo para facilitar el acceso y la comprensión a información actualizada sobre precios de venta, costos de producción, oportunidades de mercado, condiciones de ese abastecimiento, productos a ofertar. El diseño deberá considerar elementos pedagógicos que faciliten la consulta para los pequeños productores, a fin de fortalecer su capacidad de negociación con los mercados y mejorar su toma de decisiones sobre la diversificación de sus productos cuando la demanda así lo exija.

Responsables: Ministerio de Agricultura (Agronet), Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Competitividad

- Mejorar la infraestructura de la plaza de mercado (La Galería) con la construcción de un pabellón exclusivo para mayoristas, definiendo para éstos normas en su actividad que los restrinja al comercio mayorista solamente, evitando la doble función actual de mayoristas y minoristas. El rediseño de la plaza debe realizarse considerando espacios para ubicar a los minoristas y a los comerciantes informales que actualmente se ubican a las afueras de la plaza, generando condicionantes para la participación comercial en la formalidad y estrategias que impidan posterior invasión del espacio público y la oferta de productos con máxima calidad, aplicando normas y estándares del mercado.

Responsables: Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Competitividad, Planeación, Secretaría de Salud, Secretaría de Gobierno.

20. Estrategias y planes de acción

Las estrategias y planes de acción que se presentan a continuación han sido construidas con base en los resultados de la investigación. Buscan dar respuesta a mejorar las posibilidades del acceso a los alimentos por parte de los consumidores de los estratos más vulnerables de la ciudad y ampliar las condiciones de oferta rural desde el municipio de Manizales a los mercados locales.

20.1 Estrategia “Reorganización y cualificación de los diferentes equipos técnicos de las Secretarías de la alcaldía, en función de las estrategias diseñadas para el SADA”.

Objetivo: Revisar las funciones de los equipos técnicos y su relación con el SADA, para establecer las necesidades en capacitación.

Estrategia: implica la evaluación de las funciones de todos los equipos técnicos involucrados en implementación del SADA Manizales y con base en ello reorganizarlos. Así mismo disponer de recursos económicos para ampliar los equipos técnicos, encargados del acompañamiento técnico, social, administrativo y de ejercer las funciones de vigilancia y control sobre el cumplimiento de la normatividad en infraestructura, almacenamiento, expendio, transporte de alimentos; manejo cosecha y poscosecha de productos alimenticios; manejo y toma de datos en los formatos de control; manipulación de alimentos; manejo de cadena de frío garantizando así la calidad del producto a entregar a los diferentes segmentos del mercado.

La Alcaldía de Manizales representada por la Secretaría de Desarrollo Social, la Secretaría de Salud, Planeación, la Secretaría de Competitividad se encargarán de:

- Definir los objetivos y alcances del proyecto.
- Identificar las instituciones que brindarán las capacitaciones y buscar realizar los convenios con ellas.
- Establecer el cronograma de capacitaciones y brindar la disponibilidad de tiempos y espacios para realizar las capacitaciones.
- Conformar y coordinar mesas de trabajo entre los capacitados, para establecer programas, proyectos, metodologías de transferencia tecnológica y políticas que fortalezca los actores involucrados en el SADA así como para el diseño e implementar un sistema de seguimiento y evaluación de las acciones del SADA que incluya indicadores medibles.

Cuadro 39 Plan de acción: “Reorganización y cualificación de los diferentes equipos técnicos de las Secretarías de la alcaldía, en función de las estrategias diseñadas para el SADA”

Actividades	Semestres									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Definir los objetivos y alcances del proyecto										
2. Identificar las instituciones que brindarán las capacitaciones y buscar realizar los convenios con ellas.										
3. Establecer el cronograma de capacitaciones y brindar la disponibilidad de tiempos y espacios para realizar las capacitaciones.										
4. Conformar y coordinar mesas de trabajo entre los capacitados, para establecer programas, proyectos, metodologías de transferencia tecnológica y políticas que fortalezca los actores involucrados en el SADA así como para el diseño e implementar un sistema de seguimiento y evaluación de las acciones del SADA que incluya indicadores medibles.										

20.2 Estrategia “Establecimiento de centros de acopio, para los pequeños productores, acordes a las condiciones específicas de los productos alimenticios a acopiar”.

Objetivo: Diseñar y construir centros acopio acordes a las condiciones específicas de los productos alimenticios a acopiar, para ser administrados por los pequeños productores.

Estrategia: construir centros de acopio veredales, a partir de la realización de estudios técnicos y de mercado, la revisión del Plan de Ordenamiento Territorial y las condiciones del suelo, la consulta a los intermediarios para el diseño, y la posterior construcción de cada centro de acopio definido.

La Alcaldía de Manizales representada por la Secretaría de Desarrollo Social y la Secretaría Competitividad, se encargarán de:

- Definir los objetivos y alcances del proyecto
- Capacitar a los agricultores en temas relacionados al centro de acopio como su administración manejo y mantenimiento, manipulación de alimentos y buenas prácticas manufactureras
- Identificar y organizar grupos de pequeños productores de acuerdo a su capacidad técnica, sociocultural y volumen de productos a acopiar.
- Sensibilizar a los pequeños productores sobre los alcances y compromisos de la estrategia.

Cuadro 40 Plan de acción: “Establecimiento de centros de acopio, para los pequeños productores, acordes a las condiciones específicas de los productos alimenticios a acopiar”.

Actividades	Semestres									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Definir los objetivos y alcances del proyecto										
2. Capacitar a los agricultores en temas relacionados al centro de acopio como su administración manejo y mantenimiento, manipulación de alimentos y buenas prácticas manufactureras										
3. Identificar y organizar grupos de pequeños productores de acuerdo a su capacidad técnica, sociocultural y volumen de productos a acopiar.										
4. Sensibilizar a los pequeños productores sobre los alcances y compromisos de la estrategia										

20.3 Estrategia “Integrando a los pequeños productores al mercado institucional, de los programas nutricionales de la Alcaldía de Manizales”

Objetivo: Disminuir la intermediación en la cadena de abastecimiento del mercado institucional de Manizales, para aumentar los ingresos de los pequeños productores rurales con el fin de garantizar al mercado institucional calidad, volumen, frecuencia de entrega y precios competitivos de los productos.

Estrategia: Integrar de forma directa al pequeño productor al abastecimiento del mercado institucional, a partir de los 15 productos identificados como de mayor potencialidad para la producción.

Para esta estrategia se debe partir de la demanda de los operadores locales partícipes del mercado institucional que emplea recursos económicos de la Alcaldía de Manizales; del conocimiento y la experiencia del municipio en lo relativo a las cadenas productivas (línea base y experiencia del equipo de trabajo con las comunidades de la ciudad), se planifica una estrategia de abordaje y apoyo a las iniciativas que se vienen ya trabajando.

La Alcaldía de Manizales representada por la Secretaría de Desarrollo Social y la Secretaría de Salud se encargarán de:

- Definir los objetivos y alcances del proyecto.
- Incluir en los términos de referencia de los operadores del mercado institucional la destinación de un porcentaje o el total del valor de la compra de los productos alimenticios a los pequeños productores rurales.
- Identificar y organizar grupos de pequeños productores de acuerdo a su capacidad técnica, sociocultural y área de productos cultivados o a sembrar.

- Sensibilizar a los pequeños productores sobre los alcances y compromisos de la estrategia.
- Acercar a los pequeños productores rurales y representantes del mercado institucional, para identificar líneas de acción y compromisos entorno a la vinculación de pequeños productores a la demanda del mercado institucional.
- Definir las condiciones formales en la contratación de operadores locales para la compra y pago de los productos ofertados por los pequeños productores. Entre algunas recomendaciones a tener en cuenta por la alcaldía están las siguientes: i) se hará la compra de los productos por el mercado institucional a los pequeños productores rurales, siempre y cuando estos cumplan con las condiciones de calidad, frecuencia de entrega y precio previamente negociados y establecidos mediante acta de acuerdo y cumplimiento; ii) El pago de los productos ofertados y comprados por el mercado institucional se hará (diario, semanal, quincenal) previo compromiso acordado y firmado entre el comprador y el vendedor; iii) otros que busquen generar condiciones de seriedad y cumplimiento entre las partes.
- Definir de manera participativa los cronogramas de siembra, fechas de cosecha y estimar las fechas y los volúmenes a ofertar, criterios de calidad del producto.
- Acompañar y dar asesoramiento técnico desde el montaje o mejoramiento de las parcelas productivas, la entrega del producto al mercado institucional, garantizando así la calidad del producto y la realización del cobro resultado de las ventas.
- Capacitar a los productores para abordar el mercado institucional en términos de estándares de calidad, cosecha, poscosecha incluyendo empaque, embalaje, manejo red de frío acordes al producto; negociación, formalidad en la venta y el cobro, entre otros.
- Gestionar convenios para desarrollar el plan de capacitaciones con entidades como el SENA, Cámara de Comercio, Dansocial y Universidades en los temas organizacional, administrativo, financiero, mercadeo, políticas crediticias y acceso a créditos, normas previa realización de convenios; las capacitaciones tendrán que ser planificadas y concertadas con los productores, en reuniones de promoción y extensión rural realizadas por el equipo técnico.

[illegible]

20.4 Estrategia “Acercamiento de los tenderos y del consumidor al pequeño productor a través de mercados itinerantes y de Peralonso”

Objetivo: favorecer el acceso de productos alimenticios variados con calidad a precios bajos a la población de estratos vulnerables de Manizales y facilitar el abastecimiento de los tenderos, para la disminuir la intermediación y mejorar el aprovechamiento de la infraestructura de la ciudad.

Estrategia: estructurar y poner en marcha un plan de mejoramiento de los mercados libres e itinerantes de la ciudad para vincular a los consumidores vulnerables y a los tenderos de Manizales a la compra directa de productos alimenticios a los pequeños productores rurales con beneficios para las tres partes, consumidores, tenderos y productores.

La implementación de esta estrategia depende de la restauración del mercado libre de Peralonso, mejoramiento del mercado itinerante de Aranjuez y establecimiento de mercados itinerantes con frecuencia constante en diferentes barrios de Manizales. La Alcaldía de Manizales a través de la Secretaría de Gobierno y Secretaría de Obras Publica se encargará de:

- Definir los objetivos y alcances del proyecto, selección de la entidad ejecutora y equipo de trabajo.
- Diseñar el proyecto y disponer de los recursos financieros para la reestructuración del mercado libre de Peralonso, el cual incluya: (i) diagnóstico del estado actual teniendo en cuenta la normatividad en infraestructura óptima para la manipulación alimentos; (ii) adecuación de los puestos de venta con materiales que permitan su limpieza y desinfección; (iii) diseño y construcción de bodegas de almacenamiento, zonas de parqueo, zonas de cargue y descargue, áreas sociales para el consumo de alimentos, áreas de sanitarios públicos entre otros aspectos locativos.
- Realizar la reestructuración del mercado libre de Peralonso, de acuerdo a lo establecido en el diagnóstico.
- Diseñar el proyecto y disponer de los recursos financieros para identificar sitios estratégicos en las comunas de Manizales y para la instalación de mercados itinerantes (incluyendo el mercado itinerante de Aranjuez) que presenten condiciones de acceso a agua, servicios sanitarios, seguridad y facilidad de acceso a productores y consumidores.
- Convocar y seleccionar a los pequeños productores rurales y a los tenderos que estén dispuestos a participar en las ventas del mercado libre de Peralonso y los mercados itinerantes, incluyendo a los productores que actualmente comercializan sus productos en estos mercados.
- Generar y coordinar mesas de concertación para establecer las condiciones formales de los pequeños productores para participar en estos mercados y los compromisos de la administración municipal.

- Generar y coordinar acercamientos entre los pequeños productores y tenderos para identificar líneas de acción y compromisos entorno a la vinculación de pequeños productores a la demanda de los tenderos.
- Firmar acuerdos y compromisos (uso del espacio, tiempo y frecuencia de uso del espacio, calidades, volúmenes y precios de los productos a ofertar), para acceder a los mercados establecidos entre la alcaldía y los pequeños productores. Al igual que compromisos entre tenderos y productores.
- Diseñar e implementar las campañas publicitarias constantes y de impacto frente a la promoción del consumo de frutas y hortalizas y la compra de estos productos directamente a los productores rurales.
- Acompañar y dar asesoramiento técnico a los productores desde el mejoramiento de la parcela productiva hasta la venta del producto en los mercados itinerantes y mercado libre de Peralonso.
- Capacitar a los productores en términos de estándares de calidad, cosecha, poscosecha incluyendo empaque, embalaje, manejo red de frío acordes al producto; negociación, atención al cliente, entre otros.
- Capacitar a los pequeños productores en las normas vigentes que controlan el manejo del producto en la cadena de abastecimientos de Manizales con apoyo del INVIMA y de la Secretaría de Salud Pública.
- Gestionar capacitaciones con entidades como el SENA, Cámara de Comercio, Dansocial, Universidades en los temas organizacional, administrativo, financiero, mercadeo, políticas crediticias y acceso a créditos, previa realización de convenios; las capacitaciones tendrán que ser planificadas y concertadas con los productores, en reuniones de promoción y extensión rural realizadas por el equipo técnico.
- Gestionar capacitaciones con Universidades, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) sobre la importancia del consumo de hortalizas y frutas, formas de preparación, contenidos nutricionales dirigidas a productores y consumidores que participen en los mercados itinerantes y el de Aranjuez.

Actividades	Semestres									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gestionar capacitaciones con entidades como el SENA, Cámara de Comercio, Dansocial, Universidades en los temas organizacional, administrativo, financiero, mercadeo, políticas crediticias y acceso a créditos, previa realización de convenios; las capacitaciones tendrán que ser planificadas y concertadas con los productores, en reuniones de promoción y extensión rural realizadas por el equipo técnico.										
Gestionar capacitaciones con Universidades, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) importancia del consumo de hortalizas y frutas, formas de preparación, contenidos nutricionales a productores y consumidores que participen en los mercados itinerantes y el de Aranjuez.										
Seguimiento										
Evaluación y retroalimentación.										

20.5 Estrategia “Integración de los pequeños productores a la comercialización con el mercado agroindustrial”.

Objetivo: Brindar otras opciones de comercialización a los pequeños productores a través de mercados especializados con el fin de ampliar su portafolio para la venta de sus productos.

Estrategia: Vincular a los pequeños productores a la comercialización con el mercado agroindustrial, después de superar deficiencias manejo de la producción cosecha, poscosecha y comercialización.

Esta es una estrategia de mediano plazo y para darle inicio se deberá tener en cuenta a los pequeños productores que se sumaron en la participación del abastecimiento de la demanda generada por los mercados institucional, mercado libre de Peralonso, mercado de Aranjuez, mercados itinerantes y tenderos, y quienes debieron incrementar la productividad en las parcelas productivas, trabajaron de forma asociada y poseen terrenos para establecer nuevos cultivos. Para esto la administración municipal desarrollará:

- Definir los objetivos y alcances del proyecto, selección de la entidad ejecutora o equipo de trabajo.
- Realizar el diagnóstico participativo de manera periódica del estado actual de los pequeños productores, a partir del primer año de haber incursionado en los mercados institucional, mercado de Peralonso, mercados itinerantes y tenderos; donde se pueda establecer el cumplimiento de la demanda de mercados en mención, incremento la productividad en las parcelas productivas, manejo de registro, cumplimiento de normatividad, entre otras; además de poseer terrenos para establecer nuevos cultivos.
- Ejecutar de manera periódica el diagnóstico participativo del estado actual de los pequeños productores.

- Seleccionar a los pequeños productores rurales que cumplan con las condiciones técnicas socioculturales y administrativas; resultantes en el diagnóstico e inducción para definir la disposición a participar en la comercialización con el mercado agroindustrial.
- Generar y coordinar acercamientos y mesas de concertación entre los pequeños productores y los representantes del mercado agroindustrial apoyados en estudios de mercado, con el fin de identificar líneas de acción, compromisos y condiciones formales en la contratación para la compra y pago de los productos ofertados por los pequeños productores.
- Firmar acuerdos y compromisos para acceder a los mercados establecidos.
- Aumentar la productividad, fortalecida desde el asesoramiento técnico para la siembra de nuevas áreas y acompañamiento hasta la entrega del producto a los mercados cumpliendo con los estándares de calidad establecidos.
- Reforzar competencias de los pequeños productores en temas productivos, administrativos, mercadeo y normatividad vigentes que controlan el manejo del producto en la cadena de abastecimientos de Manizales.

Cuadro 43. Plan de acción: “Integración de los pequeños productores a la comercialización con el mercado agroindustrial”

Actividades	Semestres							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Definir los objetivos y alcances del proyecto, selección de la entidad ejecutora o equipo de trabajo.								
Destinar recursos económicos para realizar el diagnóstico participativo de manera periódica del estado actual de los pequeños productores, a partir del primer año de haber incursionado en los mercados institucionales, mercado de Peralonso, mercados itinerantes y tenderos; donde se pueda establecer el cumplimiento de la demanda de mercados en mención, incremento la productividad en las parcelas productivas, manejo de registro, cumplimiento de normatividad, entre otras; además de poseer terrenos para establecer nuevos cultivos.								
Ejecutar de manera periódica el diagnóstico participativo del estado actual de los pequeños productores.								
Seleccionar a los pequeños productores rurales que cumplan con las condiciones técnicas socioculturales y administrativas; resultantes en el diagnóstico e inducción para definir la disposición a participar en la comercialización con la plaza de mercado, supermercados y el mercado agroindustrial.								
Generar y coordinar acercamientos y mesas de concertación entre los pequeños productores y los representantes de la plaza de mercado, supermercados y el mercado agroindustrial apoyados en estudios de mercado, con el fin de identificar líneas de acción, compromisos y condiciones formales en la contratación para la compra y pago de los productos ofertados por los pequeños productores.								
Firmar acuerdos y compromisos para acceder a los mercados establecidos los pequeños productores representantes de la plaza de mercado, supermercados y el mercado agroindustrial.								
Aumentar la productividad, fortalecida desde el asesoramiento técnico para la siembra de nuevas áreas y acompañamiento hasta la entrega del producto a los mercados cumpliendo con los estándares de calidad establecidos.								
Seguimiento								
Evaluación y retroalimentación.								

20.6 Estrategia “Fortaleciendo conocimiento y competencias a funcionarios y contratista de la Alcaldía de Manizales”

Objetivo: Fortalecer y generar competencias técnicas en los funcionarios de las diferentes Secretarías para el diseño de políticas, programas y proyectos que contribuyan a mejorar la eficiencia del SADA en la ciudad de Manizales.

Estrategia: Implementar un plan de formación para el equipo técnico de la Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Salud, Secretaría de Gobierno, Secretaría de Obras Públicas, Secretaría de Competitividad, que incluya aspectos técnicos, administrativos, socioculturales, contables, financieras, mercadeo, transferencia de conocimiento, emprendimiento, normatividad, políticas crediticias asociados al sistema de abastecimiento

y distribución de alimentos de Manizales, metodología SADA. Para esto la Secretaría de Desarrollo Social y la Secretaría de Competitividad deberán:

- Definir los objetivos y alcances del proyecto.
- Gestionar convenios para la capacitación con instituciones gubernamentales y no gubernamentales como SENA, Cámara de Comercio, Universidades, INVIMA, Bienestar Familiar, FAO, Corporación Colombia Internacional, entre otras para llevar a cabo el plan de capacitaciones.
- Coordinar el proceso de capacitación la metodología y tiempos de capacitación.
- Capacitar a los funcionarios y contratistas en los aspectos asociados al sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Manizales, metodología SADA, como se indica a continuación:

Cuadro 44. Información y Capacitación al Equipo Técnico

COMPONENTE	NECESIDADES DE INFORMACION Y CAPACITACION
Equipo multidisciplinario	Aspectos técnicos, administrativos, socioculturales, contables, financieras, mercadeo, transferencia de conocimiento, emprendimiento, normatividad, políticas crediticias asociados al sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Manizales, metodología SADA.
	Un seminario taller para la presentación de la metodología de análisis y formulación del SADA, con entidades como la FAO.
	Un taller de socialización y discusión del presente estudio, en el cual estén presentes los diversos actores involucrados en el SADA en Manizales (productores, intermediarios, distribuidores mayoristas, distribuidores detallistas, funcionarios de la administración y consumidores, vendedores). Con entidades como la FAO.
Ingenieros agrónomos, técnicos agrícolas, veterinarios, socios económicos, Ingenieros de alimentos.	Capacitación en el modelo Red Base de comercialización, como estrategia de vinculación de los pequeños productores rurales al mercado institucional Con Consultorías sobre el tema. Método Talleres y actividades de campo.
	Organización comunitaria, trabajo de redes, Asociatividad. Con Dansocial. Método talleres y cursos
	Capacitación en manejo de indicadores de gestión para el área agrícola, el área social. Con entidades como Universidades FAO, ONG. Método Talleres.

Cuadro 45. Plan de acción: “Fortaleciendo conocimiento y competencias a funcionarios y contratista de la Alcaldía de Manizales”

Actividades	Meses					
	1	2	3	4	5	6
Definir los objetivos y alcances del proyecto.						
Gestionar convenios para la capacitación con instituciones gubernamentales y no gubernamentales como SENA, Cámara de Comercio, Universidades, INVIMA, Bienestar Familiar, FAO, Corporación Colombia Internacional, entre otras para llevar a cabo el plan de capacitaciones.						
Coordinar el proceso de capacitación la metodología y tiempos de capacitación..						
Capacitar a los funcionarios y contratistas en los aspectos asociados al sistema de abastecimiento y distribución de alimentos de Manizales, metodología SADA						
Evaluación y retroalimentación.						

20.7 Estrategia “Reestructuración de la plaza de mercado de Manizales”

Objetivo: Reestructurar la plaza de mercado de Manizales, con funciones mixtas y separadas para el comercio mayorista y minorista.

Estrategia: Diseñar e implementar una reestructuración de la plaza de mercado de la ciudad de Manizales, logrando el aprovechamiento máximo de los espacios actuales con la construcción de un quinto pabellón donde se ubique el comercio mayorista de la ciudad. Este nuevo pabellón deberá brindar todas las condiciones necesarias para la realización de esta actividad, con la implementación de la actividad normalizada para evitar la doble función actual realizada por los comerciantes entre la venta al por mayor y al detalle; así mismo el diseño funcional de este pabellón debe permitir la toma de información y el registro de entrada y salida de alimentos en volumen.

Esta estrategia contemplará la ubicación de los 520 vendedores minoristas y la reubicación y formalización de los 1 600 vendedores ambulantes, acompañada de la normatividad que impida nuevamente la invasión del espacio público. A la par debe establecerse la aplicación más eficiente y eficaz de la normativa vigente en transporte, red de frío, manipulación de alimentos, tanto para el comercio mayorista como para el minorista en la plaza de mercado.

La Alcaldía de Manizales representada por la Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Competitividad, Secretaría de Salud, Planeación, Secretaría de Tránsito, Secretaría de Gobierno se encargarán de:

- Definir los objetivos y alcances del proyecto.
- Socializar estratégicamente los beneficios, alcances y logros del proyecto al ser implementado, para el comercio mayorista, minorista, la ciudad y la región.
- Gestionar los recursos necesarios para construir un quinto pabellón, para el mercado mayorista y reestructurar los cuatro pabellones restantes para el mercado

minorista, teniendo en cuenta la importancia de Manizales como centro de abastecimiento local y regional.

- Definir decretos para normalizar el uso del espacio público, el uso comercial de los espacios nuevos de la plaza de mercado para comerciantes mayoristas y minoristas, e implementar eficaz y eficientemente la normativa vigente frente a la manipulación de alimentos.

Cuadro 46. Plan de acción: “Reestructuración de la plaza de mercado de Manizales

Actividades	Semestres					
	1	2	3	4	5	6
Definir los objetivos y alcances del proyecto.						
Socializar estratégicamente los beneficios, alcances y logros del proyecto al ser implementado, para el comercio mayorista, minorista, la ciudad y la región.						
Gestionar los recursos necesarios para construir un quinto pabellón, para el mercado mayorista y reestructurar los cuatro pabellones restantes para el mercado minorista, teniendo en cuenta la importancia de Manizales como centro de abastecimiento local y regional.						
Definir decretos para normalizar el uso del espacio público, el uso comercial de los espacios nuevos de la plaza de mercado para comerciantes mayoristas y minoristas, e implementar eficaz y eficientemente la normativa vigente frente a la manipulación de alimentos.						
Seguimiento, evaluación y retroalimentación.						

21. Resultados esperados en el corto y mediano plazos

- Se habrá vinculado a varios grupos de pequeños productores al mercado institucional de la ciudad, abasteciendo en los primeros dos años los volúmenes totales mensuales que compran ocho de estas instituciones, aproximadamente de 227,37 toneladas mensuales. Reflejándose en las mejoras a los niveles de vida y condiciones productivas de los agricultores, mostrando ventajas a los más jóvenes para evitar las migraciones urbanas.
- La calidad y la inocuidad de los alimentos producidos por los pequeños productores de Manizales, se ha visto reconocida en los mercados en los que se han vinculado reflejándose en el precio que están pagando por sus productos.
- Entre el año uno y dos se habrá reestructurado el mercado de Peralonso, y se tendrá una ocupación superior al 70 por ciento del espacio con productores rurales, gracias a las ventajas competitivas de este mercado, logradas a través del acompañamiento técnico y las impactantes campañas de promoción al consumo de frutas y hortalizas provenientes del sector rural de Manizales. De igual forma el 10 por ciento de los tenderos de la comuna (alrededor de 210 tenderos), están realizando las compras y su surtido semanal en el mercado de Peralonso, por los precios competitivos, las facilidades de transporte, la seguridad y el fácil acceso al sitio. Se habrá incrementado el número de compradores en el mercado de Peralonso pertenecientes a los estratos vulnerables ubicados en la comuna Ciudadela del Norte, quienes se trasladan allí los fines de semana para comprar frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos de primera calidad a precios comparativamente bajos.
- Los equipos de apoyo técnico, social, empresarial y de mercadeo implementados por la alcaldía, habrán logrado disminuir las deficiencias iniciales de los pequeños productores y los preparan para abordar el mercado convencional. Esto gracias a la continuidad en el trabajo lo que les ha permitido ser más eficientes y eficaces en el desarrollo de los proyectos establecidos, para beneficiar a los pequeños productores y el consumidor de Manizales.
- La formulación de políticas de trabajo en torno al SADA comienzan a tener resultados, por la vinculación más amplia de pequeños, medianos y grandes productores rurales con los canales de comercialización en la ciudad; así mismo el beneficio comienza a verse reflejado en los índices de consumo de frutas, hortalizas, plátanos y tubérculos de la ciudad. De otra parte, gracias a los nuevos mercados y la vinculación directa de los pequeños productores rurales a estos, se observa la disminución en el precio de los productos y la mejora en la calidad de los productos ofertados.
- El mercado agroindustrial local, habrá visto reflejado en ganancias la oportunidad presente de producción y abastecimiento agrícola de su demanda, gracias a los nuevos agricultores que se han especializado en el cultivo de estos productos.
- El modelo de trabajo aplicado en Manizales comienza a llevarse a otras ciudades de Colombia, como un ejemplo de organización productiva con perspectivas hacia el abastecimiento local, la seguridad alimentaria y la vinculación más directa de los pequeños productores rurales con los mercados.

22. Bibliografía

Acevedo C., Páramo D., y Ramírez E. 2008. *¿Por qué las tiendas de barrio en Colombia no han fracasado frente a la llegada de las grandes cadenas de supermercados?*. (Disponible en: http://www.unipiloto.edu.co/Contenido/pdf_relinter/admon/tiendas.pdf).

Acebedo L. F.; Velásquez L. S. 2006. *Formulación del Plan Parcial de Renovación Urbana del Sector de la Plaza de mercado*. Instituto de estudios ambientales IDEA. Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales. Septiembre de 2006. (Colombia). Pág. 95.

Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional. Sin fecha. *Registro Único de Población Desplazada*. (Colombia). (Disponible en: <http://www.accionsocial.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=383&conID=556>, visitado el 18 de julio de 2009).

Alcaldía de Manizales. 2009a. *Estadístico de personas sisbenizadas por estrato*. Secretaría de Planeación Centro de Información y Estadística (CIE). DANE. Julio de 2009. Manizales (Colombia).

Alcaldía de Manizales. 2009b. *Encuesta a supermercados de la ciudad de Manizales*. En el marco del proyecto TCP_COL_3202 convenio de cooperación institucional con la FAO. Julio de 2009. Manizales (Colombia).

Alcaldía de Manizales. 2009c. Secretaría de Planeación de la Alcaldía de Manizales. *Documentos prediagnósticos SADA*. Manizales (Colombia).

Alcaldía de Manizales. Plan de Desarrollo 2008 – 2011. *Manizales ciudad internacional de conocimiento con oportunidades para todos. Anexo 3. Políticas transversales de equidad de género*. Manizales (Colombia).

Alcaldía de Manizales. 2007. *Plan de ordenamiento territorial de Manizales. Diagnóstico Integral del territorio área urbana*. Pág. 258.

Alcaldía de Manizales. Sin fecha. *UAF glosario*. (Disponible en <http://www.alcaldiamanizales.gov.co/es/glosario?id=162>).

Andrew W. S. 1995. *Guía para el cálculo de los costos de comercialización*. Roma (Italia). (Disponible en www.fao.org/docrep/u8770s/U8770S02.htm).

Arroyave, G. 2009. *Cálculos de la demanda total de frutas, hortalizas plátanos y tubérculos para Manizales*. Proyecto TCP_COL_3202 FAO. Estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales. Junio de 2009. Manizales (Colombia).

Benjumea M. V.; Agudelo L. M. 2008. *Canasta usual de alimentos de los hogares de estratos I a III de Manizales comprada y/o adquirida*. Alcaldía de Manizales Centro de Información Estadística (CIE). Junio 7 de 2008. Manizales (Colombia).

Caracol Radio Colombia. 2007. *Misión para el diseño de una Estrategia para la Reducción de la Pobreza y la Desigualdad*. Citado en *De cada 100 campesinos que viven en Colombia, 62 son pobres y 25 indigentes*. 27 de marzo de 2007. Bogotá D.C. (Colombia) (Disponible en: <http://www.caracol.com.co/noticias/407527.asp?id=407527>).

Cámara de Comercio de Manizales. 2008. *Base de datos final Censo Manizales 2008*. Manizales (Colombia).

Congreso de la República. 2000. *Ley 607 de 2000*. Diario Oficial No. 44.113. 3 de Agosto de 2000. Bogotá D.C. (Colombia). (Disponible en www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2000/ley_0607_2000.html).

Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia Departamento Nacional de Planeación. 2004. *Documento CONPES 3270*. Bogotá, D.C., (disponible en: www.dnp.gov.co/archivos/documentos/...Conpes/3270.pdf). pág. 3.

CORABASTOS. Bogotá (Colombia). Sin fecha. (Disponible en http://www.corabastos.com.co/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=62).

Corporación Colombia Internacional. 2009. *Flujo de alimentos hacia la Central de Manizales*. Junio de 2009 (Colombia). (Disponible en: http://www.cci.org.co/publicaciones/1_Jun%2002%2006%20Abastecimiento%20Manizales.pdf).

Cubides O. M. 2009. *De la racionalidad de una decisión: ¿Por qué negociar?*. Junio de 2009. (disponible en www.emagister.com/.../Comunidad_Emagister_54443_54443.pdf).

DANE. 2009. *Comunicado de prensa Índice de precios al consumidor*. Oficina de Prensa DANE. Julio de 2009. Bogotá D.C. (Colombia). (disponible en: www.legismovil.com/.../comunicado%20ipc%20enero%202009.pdf).

DANE. 2007 *Proyecciones nacionales y departamentales de población, 2006-2020*. Septiembre de 2007. Bogotá D.C. (Colombia). (Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf).

Departamento Nacional de Planeación (DNP), Consejo Nacional de Política Económica Social (CONPES). 2008. *Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional. Documento Conpes 133*. Marzo de 2008. Bogotá D.C. (Colombia). Pág. 11.

Diario oficial año CXIX. N. 36078. 31 Agosto de 1982. Decreto numero 2278 de 1982 Capítulo III sobre la Localización. Artículo 95. Pág. 13.

Díez T., Gómez M. P. AC Nielsen. 2006. *Aproximación a las alternativas de abastecimiento de la tienda tradicional de Medellín en algunos productos de consumo popular.* Septiembre de 2006. Medellín (Colombia). (Disponible en www.virtualum.edu.co/mercadeo/rim1/3tulio_diez.pdf).

DNP: DIES – ST Ministerio de Transporte Ministerio de Hacienda y Crédito Público Unidad Administrativa de Aeronáutica Civil – AEROCIVIL. 2009. *Documento CONPES 3586 Importancia estratégica del Proyecto “Aeropuerto del Café”.* Mayo de 2009. Bogotá D.C. (Colombia).

El Tiempo. 2009. *Alerta por aumento del desempleo en Manizales, que es segunda en el país con el 14,3 por ciento.* Bogotá D.C. (Colombia) (Disponible en www.eltiempo.com/.../ejecafetero/alerta-por-aumento-del-desempleo-en-manizales-que-es-segunda-en-el-pais-con-el-143-p).

FAO. 2009a. *Resultados de la encuesta a tenderos de Manizales.* Junio de 2009. Manizales (Colombia).

FAO. 2009. *Encuesta mercados mayoristas.* Septiembre de 2009. Manizales (Colombia).

FAO. 1999b. *Gestión del mercadeo agrícola.* (Disponible en <http://www.rlc.fao.org/prior/desrural/mercadeo/default.htm>).

FENALCO. 2008. *Proyecto el tendero competitivo 2008.* Manizales (Colombia).

FINAGRO. Sin fecha. *Definición pequeño agricultor.* (Colombia). (Disponible en: www.finagro.gov.co/html/i_portals/index.php?p_origin=internal&p_name=content&pid=MI-11&p_options=, visitado el 27 de diciembre de 2009).

FRIGOCENTRO. 2008. *Paz y competitividad.* 30 de octubre de 2008. Manizales (Colombia). (Disponible en: <http://frigocentropaz.blogspot.com>).

Gómez I. 2009. *Supermercados en la jugada por los clientes.* (Colombia). (disponible en <http://igomez.blogspot.com/2009/07/supermercados-en-la-jugada-por-los.html>).

Grupo Prisa. Sin fecha. *Habitat rural Colombiano el minifundio.* (Disponible en http://co.kalipedia.com/geografia-colombia/tema/geografia-economica-social /minifundio.html? x=20080731klpgeogco_33.Kes&ap=2).

Guarín A. 2009. *Análisis socioeconómico de las tiendas de alimentos en áreas urbanas de bajos recursos en Latinoamérica.* FAO. Septiembre de 2009. (Colombia).

Internacional Crisis Group. 2003. *Colombia: Negociar con los Paramilitares*. Informe sobre América Latina N°5. 16 de septiembre de 2003. Bogotá (Colombia), Bruselas (Bélgica). (Disponible en <http://www.crisisgroup.org/home/index.cfm?l=4&id=2302>).

La Patria. 2009. Agosto de 2009. Manizales (Colombia). (Disponible en http://www.lapatria.com/Noticias/ver_noticia.aspx?CODNOT=69017&CODSEC).

Londoño, E.; Navas, M. E. 2005. *Canal tradicional en Colombia. Tiendas de barrio*. Investigación en administración en América Latina: Evolución y resultados. Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Manizales (Colombia).

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. 2009a. *Sistema de información de precios del sector agropecuario*. Boletín semanal SIPSA. Julio 18 al 24 de 2009. Bogotá D.C. (Colombia). Pág. 4

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. 2009b. *Convocatoria pública MADR – IICA del Programa agro ingreso seguro AIS” del MADR, para cofinanciar proyectos de infraestructura de riego y/o drenaje*.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. 2009c. *Convocatoria Pública MADR – IICA 2009 del Programa agro, ingreso seguro - AIS” del - MADR, para cofinanciar proyectos de infraestructura de riego y/o drenaje*.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. 2009d. *Términos de Referencia para presentar Perfiles de Alianzas*. 2009 (disponible en: www.minagricultura.gov.co/03convocatorias/03j_conv_alianz.aspx).

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. 1994. *Resolución 12 de 1994*. 26 de octubre de 1994. Bogotá D.C. (Colombia). (Disponible en www.minagricultura.gov.co/04normatividad/04b_resolu.aspx).

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia. Agronet 2009. *Análisis y estadísticas*. (Colombia). (Disponible en: <http://www.agronet.gov.co/agronetweb/AnalisisEstadisticas/tabid/73/Default.aspx>).

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Corporación Colombia Internacional. 2009. *Abastecimiento de alimentos en los principales mercados*. Boletín mensual SIPSA Vol. 4 N.º 4. Abril de 2009. Bogotá D.C. (Colombia). Pág. 4.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Corporación Colombia Internacional. 2003. *Mercado nacional de frutas y hortalizas*. Sistema de inteligencia de mercados (SIM) Monitoreo de mercados No. 5. Abril a Junio del 2003. Bogotá D.C. (Colombia).Pág. 15.

Ministerios de la Protección Social. 2007. *Decreto 1 500 de 2007*. 4 de Mayo de 2007. Bogotá (Colombia). (Disponible en: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/Normatividad/decretos/2007/Decreto-1500-2007.pdf>).

Movilidad Sostenible Ltda. TPD Ingeniería. 2008. *Estudio de Movilidad para la Ciudad de Manizales, Fase Final. Informe 3 V1- Plan de ordenamiento logístico y de manejo de carga.* Contrato de servicios de consultoría SUB- 0000002941. Manizales (Colombia). Pág. 56.

Ortiz J. 2008. *Evaluación de factores de pérdida poscosecha en el Centro Galerías Plaza de Mercado.* Universidad de Caldas, programa de Agronomía, Grupo de investigación SOSANDINOS. Pág. 6.

Peña G. E. 2009. *Introducción al manejo cosecha y pos cosecha de frutas y hortalizas.* Pág. 3. (Disponible en www.scribd.com/doc/3597199/MANEJO-DE-COSECHA-Y-POSCOSECHA-1).

Procuraduría delegada para asuntos ambientales y agrarios. 2007. *Seguimiento a las plantas de sacrificio de ganado bovino y porcino en Colombia Informe preventivo.* Instituto de Estudios del Ministerio Público. Julio de 2007. Bogotá (Colombia). Pág. 93 (disponible en www.procuraduria.gov.co/.../Libro_Plantas_de_sacrifici-e-book.pdf).

Raddar. 2009. *Tendencias de consumo en Colombia.* Mayo de 2009. (Colombia). (Disponible en http://www.bancoldex.com/documentos/190_Alimentos_Mayo.pdf).

Raddar y Asomercadeo. 2009. *El Consumo y el Consumidor en Manizales en 2007 y Proyecciones para 2008.* Julio de 2009. Manizales (Colombia). (Disponible en: www.raddar.net).

Raigosa B. E., Castaño E. 2009. *Geografía de la canasta familiar alimentaria de Caldas.* Editorial Universidad de Caldas. Marzo de 2009. Manizales (Caldas). Pág. 31.

Rodríguez D., Neira E. Sin fecha. *Transporte de productos alimenticios en el área rural de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela (Pacto Andino).* (Disponible en <http://www.fao.org/docrep/008/y5711s/y5711s09.htm>).

Salazar J. A. 2003. *Estrategias para el desarrollo del canal tradicional. El canal tradicional en el contexto de mercadeo.* Septiembre de 2003. (Colombia). (Disponible en www.iaccolombia.org/.../Presentacion%20Jorge%20Augusto%20Salazar1.PDF).

Saldaña R. de J. 2002. *Censo a comerciantes mayoristas de productos perecederos en la Plaza de mercado de la ciudad de Manizales.* Manizales (Colombia).

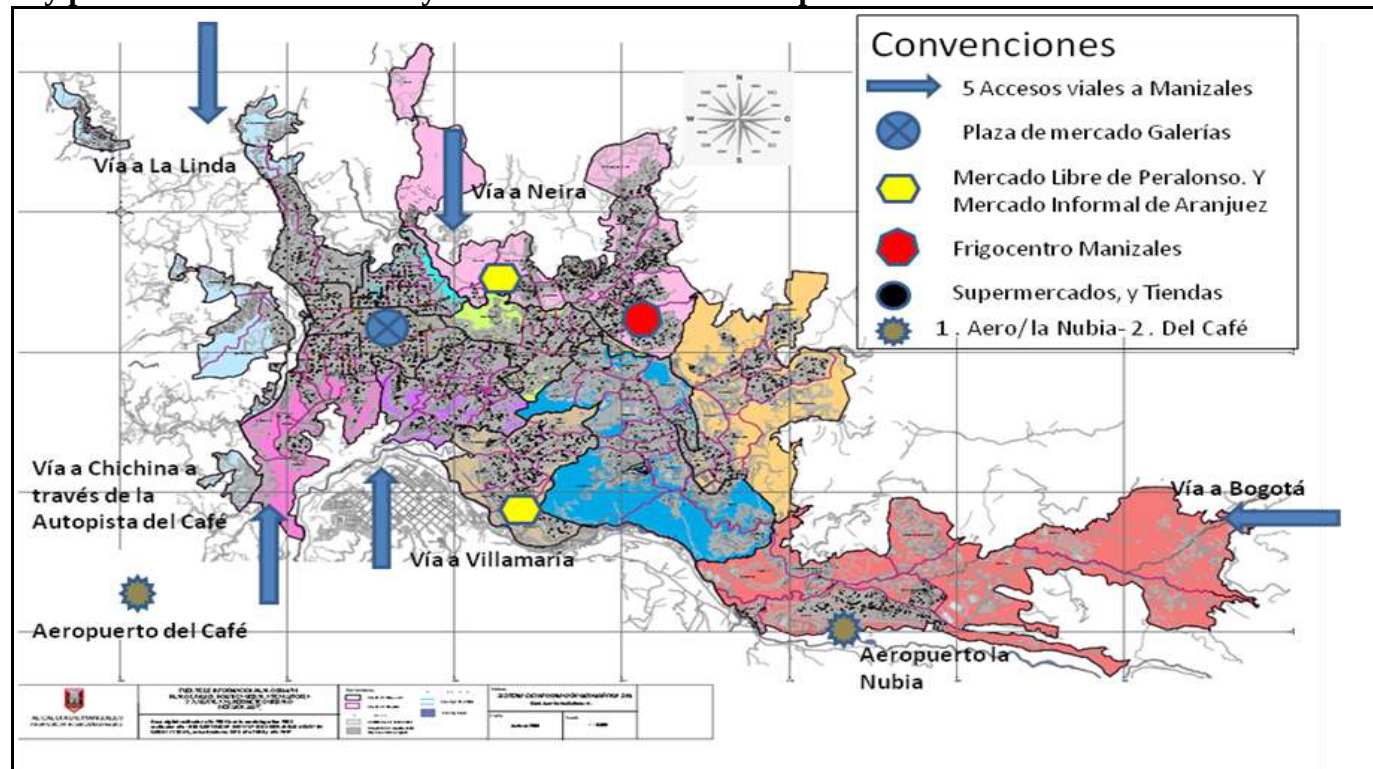
Secretaría de agricultura del Departamento de Caldas. 2009. *Diagnóstico, ambiental, y económico de las plantas de beneficio animal.* (Disponible en: http://www.agrocaldas.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=137:se-presento-el-diagnostico-sanitario-ambiental-y-economico-de-las-plantas-de-beneficio-animal&catid=1:latest-news&Itemid=18).

Téllez G. Cubillos A. 2009. *Mercadeo agropecuario en Colombia*. Universidad Nacional de Colombia. Agosto de 2009. (Colombia). (disponible en: www.veterinaria.unal.edu.co/.../Cap%EDtulo%20Manual%20Agropecuario%20FHJC.pdf).

Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP. 2005 *Documento soporte técnico del Plan Maestro de Abastecimiento y Seguridad Alimentaria de Bogotá*. Bogotá (Colombia). Pág. 76.

23. Anexos

Anexo 1. Accesos y puntos de abastecimiento y distribución de alimentos para Manizales



Fuente: Elaboración propia con base en los datos entregados por la Secretaría de Planeación de la Alcaldía de Manizales

Anexo 2. Encuesta realizada por la Alcaldía de Manizales

UIS



ENCUESTA CAMIONEROS

No Encuesta: _____ Fecha: _____

Hora: _____

Encuestado: _____

CC: _____

1. Que transporta?			
Frutas	Cual?	Cuanto?	Frecuencia
Verduras	Cual?	Cuanto?	Frecuencia
Granos	Cual?	Cuanto?	Frecuencia
Cereales	Cual?	Cuanto?	Frecuencia
Carne	Cual?	Cuanto?	Frecuencia
Pescado	Cual?	Cuanto?	Frecuencia

2. De donde viene?	
Especificar	

3. Lugar de descarga:

4. Costo del flete

5. Tipo del vehiculo

6. Capacidad de vehiculo

7. Esta afiliado a alguna empresa? SI _____ NO _____
Cual?

UIS



CANALES DE COMERCIALIZACIÓN SUPERMERCADOS

SUPERMERCADO	Producto	Valor por calidad en Kg		
		1ª	2ª	3ª
Supermercado de Ahorro	Arroz			
Olimpica del Centro				
Supermercado confamiliares de la 50				
Ley del Centro				
Supermercado del Centro				

UIS



TABLA DE CANTIDADES MERCADO LIBRE PERALONSO

PRODUCTO	Comerciante 1 Kg vendido	Valor Kg comprado	Valor kg vendido	Valor flete por Kg	cantidad de producto perdido Kg	Ganancia
Maíz (chocolo)						
Papa Común						
Papa Criolla						
Platano						
Yuca						
Arracacha						
Tomate de árbol						
Zanahoria						
Cebolla cabezona						
Cebolla larga						
Cilantro						
Habichuela						
Repollo						
Lechuga						
Pimenton						
Ahuyama						
Pepino cohombro						
Aguacate						
Remolacha						
Tomate						
Guayaba						
Banano						
Limon						
Naranja						
Papaya						
Maracuya						
Piña						
Mango						
Mora						
Lulo						
Mandarina Oneco						
Fresa						
Frijol Seco						
Lenteja						
Arveja Seca						
Garbanzo						
Carne de pollo						
Carne de res						
Carne de cerdo						
Huevos						
Leche						
Panela						
TOTAL Kg						
FLETE						
Valor del flete Kg						
Total Ganancia						

UIS



TABLA DE CANTIDADES MERCADO ITINERANTE DE ARANJUEZ

PRODUCTO	Comerciante 1 Kg vendido	Valor Kg comprado	Valor kg vendido	Valor flete por Kg	cantidad de producto perdido Kg
Maíz (chocolo)					
Papa Común					
Papa Criolla					
Platano					
Yuca					
Arracacha					
Tomate de árbol					
Zanahoria					
Cebolla cabezona					
Cebolla larga					
Cilantro					
Habichuela					
Repollo					
Lechuga					
Pimenton					
Ahuyama					
Pepino cohombro					
Aguacate					
Remolacha					
Tomate					
Guayaba					
Banano					
Limon					
Naranja					
Papaya					
Maracuya					
Piña					
Mango					
Mora					
Lulo					
Mandarina Oneco					
Fresa					
Frijol Seco					
Lenteja					
Arveja Seca					
Garbanzo					
Carne de pollo					
Carne de res					
Carne de cerdo					
Huevos					
Leche					
Panela					
TOTAL Kg					
FLETE					
Valor del flete Kg					
Total Ganancia					