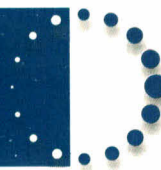


Introducción



El subsector hortifrutícola en el ámbito internacional y nacional durante la última década ha presentado una serie de transformaciones en diferentes aspectos, influenciados principalmente por aquellos originados por la globalización de la economía. Dichos cambios son evidentes por el área sembrada, diversidad en la oferta de productos (fresco, jugos, néctares, pulpas, encurtidos, entre otros), hábitos de consumo, comercio (importación y exportación en fresco y procesado). Sin embargo, específicamente para Colombia existen una serie de factores que influyen sobre la competitividad y la sostenibilidad, lo que hace necesario generar y articular diferentes trabajos cuyos resultados contribuyan al fortalecimiento y el mejoramiento continuo de este subsector.

En el mundo, el área sembrada en frutas, hortalizas y tubérculos para el año 2000, fue de 223,1 millones de hectáreas, aproximadamente, manteniéndose un crecimiento a una tasa anual promedio de 1,1% entre 1990 y 2000. Esta área se distribuye en 107,9 millones de hectáreas para hortalizas (48,4%), 65,9 millones para frutas (29,5%), y 49,3 millones de hectáreas para tubérculos. Durante el mismo período, el área cultivada en frutas creció al 1,8% anual (12).

El valor del comercio mundial de frutas en el año 2000, ascendió a 21.966 millones de dólares; el grupo de frutas en el cual se incluyen las tropicales participó con el 14% y las bayas, donde se ubican las fresas, con el 13,6% (27). En términos generales, el comercio mundial de las frutas tropicales creció a una tasa anual de 6,7% entre 1990 y 2000 (10).

En cuanto al comercio de las hortalizas, éste tuvo un valor mundial de US\$ 14.434 millones y presentó un crecimiento de 4,5%

entre 1990 y 1999. El grupo de hortalizas varias como la alcachofa, el espárrago, la berenjena, la calabaza, el pepino, el pimiento, el champiñón y la zanahoria, representó el 34,1% del comercio mundial (10).

Respecto a productos procesados a partir de frutas y hortalizas, estos participaron en 1999 con el 51,3% del comercio total hortifrutícola presentando un crecimiento anual, entre 1990 y 1999, de 4,3%; el valor transado fue de 42.399 millones de dólares (10).

En el comercio, durante 1999 se destaca la participación de los jugos con 15,5% y un crecimiento de 5,3% entre 1990 y 1999, y los procesados de frutas participaron con 19,2%, con un crecimiento de 3,6% para el mismo período. Los procesados de hortalizas participaron con 29,2% en el comercio mundial y tuvieron un crecimiento de 2,6% anual (10).

En términos generales, el sector agropecuario mundial ha tenido un comportamiento decreciente, en comparación con los sectores manufactureros y de servicios, al disminuir la participación del Producto Interno Bruto agropecuario (PIB), de 10,3% en 1960 a 6,2% en el año 2000 (12), dentro del PIB total mundial. Sin embargo, el comercio de productos hortifrutícolas presentó la mayor dinámica dentro del sector agropecuario global, manteniendo un crecimiento del 4,9% el subsector frutícola, del 4,5% el subsector hortícola y de tubérculos, y del 4,3% el subsector de procesados, frente al 3,9% del sector agropecuario entre 1990 y 1999 (10). Teniendo en cuenta el incremento de la población y el aumento en el ingreso en algunos países, principalmente los desarrollados, se estima que puede mantener un crecimiento alrededor de 1,5% ó 2% anual promedio (12).

El comportamiento del subsector hortifrutícola se ha debido entre otros, al aumento en el consumo *per capita* que para el año 2000 fue de 3,6 kg (37), asociado a diferentes factores como: el incremento de los ingresos, principalmente en los países desarrollados; el aumento de los procesos de urbanización; el mejoramiento de la educación; el conocimiento sobre las características y beneficios de estos productos; el desarrollo tecnológico; el mejoramiento de las comunicaciones (radio, prensa, televisión e internet); la agroindustria, que ha dado la posibilidad de utilización de las frutas y hortalizas como componentes principales de diferentes productos (jugos, néctares, pulpas, mermeladas, dulces, encurtidos, precortados), asociados a una oferta tecnológica adecuada lo cual permite una gran diversidad en cuanto a formas de presentación de los productos.

En general, los consumidores buscan una buena **Calidad**, que está asociada principalmente al consumo de alimentos inocuos que a su vez, permitan mantener el buen funcionamiento del organismo. En los productos hortifrutícolas se pueden destacar diferentes criterios de calidad, como son:

- Buena apariencia y presentación, frescos, sin alteraciones.
- Bajos contenidos de aditivos.
- Según sus características que hagan un aporte importante de nutrimentos a la dieta humana.
- Mínimo número de tratamientos en productos agroindustriales, que puedan ocasionar la pérdida de sus aportes nutricionales.
- Inocuos, libres de contaminación por microorganismos y residuos químicos.
- Uso de Sistemas de Gestión de Calidad en Buenas Prácticas Agrícolas – BPA, en los procesos productivos.
- Orgánicos. Vale destacar, con relación a los productos denominados también ecológicos, el notorio incremento del comercio para el año 2000, cuando se registraron ventas por US\$19.727 millones. Se destaca la participación de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón en este tipo de mercados (12). Los países productores que logren el establecimiento de sistemas de producción limpia tienen a su favor un valor agregado, el cual se ratifica a través de certificaciones de calidad y de origen.

Otras características que son de gran interés para los consumidores son las siguientes:

- Adecuada relación precio/calidad, dado que los consumidores tienen una amplia gama de opciones para un mismo producto, lo que les da elementos suficientes para comparar precios y productos.
- Facilidad de consumo, como el caso de los precortados; por ejemplo, la minizanahoria.
- En porciones individuales, congelados, al vacío y precocidos. Las personas cada vez tienen menos tiempo para cocinar.
- De larga vida. Las atmósferas controladas y modificadas entre otras, permiten prolongar la vida útil de los productos.
- Exóticos. A los consumidores les interesan los productos que tienen características que los diferencian de otros.

En Colombia en 2001, el área sembrada en frutas y hortalizas sin incluir el banano y el plátano de exportación fue de 274.498 ha, de las cuales el 59,5% equivale a frutales. La mayor área está representada por cítricos con más de 49.000 ha, otros frutales participaron con menos del 0,5%, y el restante 40,5% a hortalizas (36). El área de frutas y hortalizas equivale al 6,7% del total de la superficie cosechada de productos agrícolas en el país con 3'924.390 ha. Con relación al subsector frutícola, en el período 1990 a 2001 hubo un crecimiento del 55,3%, mientras que el subsector hortícola para el mismo período evidenció un crecimiento menor del 18,9%. De igual manera la producción de frutas pasó de 1'172.500 toneladas a

2'657.180 toneladas, y en hortalizas de 1'284.800 toneladas a 1'225.882 toneladas (36).

Durante la última década se ha incrementado la demanda interna de frutas y hortalizas, comportamiento asociado a los mismos factores que se explicaron anteriormente y al desarrollo de la industria agroalimentaria principalmente en la utilización de algunas frutas como componentes primarios de productos manufacturados. Es el caso del mango criollo (variedad hilacha) y la mora de Castilla, entre otros. La industria agroalimentaria demandó más de 70.000 toneladas (10). A pesar de este incremento en área y producción en el país, el consumo *per capita* de frutas para el 2000 fue de 40 kg, valor muy inferior al recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) de 120 kg (56). Con relación al consumo de jugos, en comparación con otros países como Estados Unidos donde se consumen 52,1 litros por persona al año y en Alemania 31,5 litros, en Colombia apenas el consumo llega a 5 litros/habitante/año (12).

En cuanto a las exportaciones de frutas frescas, éstas no han evolucionado como se esperaba; solamente es destacable el banano y el plátano. Otros productos frescos no muestran un comportamiento importante a excepción de la uchuva, cuyas exportaciones pasaron durante el período 1991 – 2002 de 1,64 millones de dólares a 7 millones de dólares, respectivamente. Otras frutas con gran potencial, aunque a la fecha no ha sido posible lograr su consolidación en los mercados internacionales, son: bananito, passifloras (granadilla, curuba y maracuyá), tomate de árbol, pitahaya amarilla, mango, fresa y otras bayas (mora, frambuesa) (27).

El comportamiento de productos procesados para exportación basados en frutas, es similar al de los productos frescos. Uno de los más importantes fue el jugo de maracuyá; sin embargo, el valor de las exportaciones disminuyó de US\$27,6 millones en 1991 a US\$1,21 millones en 2002. Lo mismo ocurrió con el jugo y pulpa de mango, los jugos de frutas, las frutas congeladas y otras preparaciones de frutas. Únicamente se nota

un leve aumento en el arancel denominado pulpas y conservas de frutas, que para el mismo período registraron US\$0,37 millones y US\$10,47 millones, respectivamente. En total, para las frutas procesadas se transaron US\$38,15 millones en 1991 y US\$16,27 millones en 2002 (27).

De otra parte, las exportaciones de hortalizas y tubérculos estuvieron representadas en el año 2000 por papa, cebollas frescas, ñame, espárrago y tomates. De este grupo de productos se destacan: la papa, que presenta un superávit, el ñame con el 35% del valor de las exportaciones y las cebollas frescas con el 36,1% del valor. Productos como el espárrago, que tuvo gran auge en años anteriores, participaron con el 10,3% en 2000. Las exportaciones en total alcanzaron US\$18 millones (10).

Respecto a productos procesados a partir de hortalizas, se exportaron champiñones preparados, tomates preparados y varias hortalizas no especificadas, por un valor de US\$3,5 millones. Las exportaciones de papa procesada y congelada mantuvieron un buen comportamiento en cuanto a precios y volumen.

Con relación al PIB agropecuario, al igual que al nivel mundial ocurrió una disminución dentro del PIB nacional, al pasar de 14,8% en 1994 a 12,9% en 2000; es de anotar que el aporte al PIB del sector hortifrutícola no ha sido el esperado, de acuerdo al comportamiento registrado durante la última década, aunque se evidenció un aumento en el área y en la producción.

A pesar del dinamismo del subsector hortifrutícola durante los últimos años no ha sido posible lograr el nivel de desarrollo esperado en cuanto a competitividad, productividad, sostenibilidad y calidad, por lo cual se hace necesario fortalecer algunas áreas propias de la cadena de producción y comercialización de frutas y hortalizas así como de su entorno, que inciden en mayor o menor grado sobre la tasa de crecimiento de este subsector. A continuación se explican algunos de estos factores:

1. Con relación a la calidad de vida de las zonas rurales: (45)

- **Servicios públicos:** ampliar la cobertura en este tipo de servicios, además de mejorar las condiciones de vida de la comunidad permiten contar con una logística adecuada que mejore los procesos de producción, manejo poscosecha y el mercadeo de los productos. Actualmente, tan sólo 54% de la población rural accede al servicio de acueducto y apenas 23% cuenta con alcantarillado. En cuanto a electrificación rural, aproximadamente 1,8 millones de habitantes se encuentran en zonas no interconectadas. A esto se suma que apenas el 15% de los hogares rurales cuenta con servicios de telefonía.
- **Educación:** fortalecer el nivel de educación, principalmente en las nuevas generaciones, y mejorar de manera importante los mecanismos de transferencia, contribuye para mejorar la productividad. No obstante, para el año 2000, los habitantes del campo mayores de 15 años alcanzaron un nivel de escolaridad de 4,4 años en promedio.
- **Seguridad:** combatir la situación de violencia y desplazamiento forzado, debido a la presencia de diferentes grupos armados ilegales ayuda a estimular la generación de empleo, la inversión y la disminución de cultivos ilícitos como una alternativa económica. En la última década ha disminuido el área sembrada para el sector agrícola en unas 800.000 ha.
- **Tenencia de la tierra:** la concentración de la propiedad de la tierra y la ausencia de un ordenamiento territorial agravan el conflicto del uso del suelo. De acuerdo a estudios recientes realizados por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi y la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria - Corpoica el 0,4% de los propietarios (15.273), poseen el 61,2% del área predial rural, lo que equivale a 47'147.680 ha. La extensión de estos predios supera las 500 ha en promedio. Así mismo, el 97% de los propietarios, 3,5 millones de personas poseen sólo el 24,2% del área rural, equivalentes a 18'646.473ha.
- **Crédito:** a pesar de las limitaciones en cuanto a disponibilidad de recursos, también es necesario orientar al productor principalmente sobre la planeación y ejecución correcta de dichos recursos.

2. En el proceso de Innovación y Desarrollo Tecnológico, el impacto es limitado y no ha sido posible la concertación de una agenda de investigación que permita satisfacer las necesidades del sector con sus resultados. Adicionalmente, no es notoria la concertación de diferentes entidades de carácter público y privado generadoras de tecnología alrededor del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología del Sector Agropecuario. En cuanto al mejoramiento de los sistemas de calidad son valiosos los aportes pero no se evidencia su impacto en el desarrollo del sector.

3. En el país no existe un sistema eficaz de transferencia de tecnología al sector que garantice niveles adecuados en cuanto al grado y nivel de

adopción. De igual manera que en el punto anterior, los avances son puntuales; adicionalmente, existen limitaciones en cuanto al acceso de recursos para capacitación. Es necesario establecer otras alternativas como la investigación participativa, donde se logre involucrar los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria de acuerdo con las necesidades por resolver.

4. No se conocen estrategias de planeación de la producción que estén de acuerdo con las características ambientales. Aunque se identifican zonas de producción por producto, en la mayoría de los casos existe gran dispersión geográfica de las explotaciones, cuya área es además pequeña. El país cuenta con 18,1 millones de hectáreas de tierras agrícolas (incluyendo las silviagrícolas). Actualmente, solamente 4 millones de hectáreas (22%), son utilizadas para actividades agrícolas. Lo anterior permite concluir que no se han aprovechado las ventajas comparativas del país en cuanto a la aptitud del suelo y a la disponibilidad de recursos naturales, lo cual se traduce a su vez en baja productividad y deterioro del capital natural.
5. En la producción y comercialización de productos hortifrutícolas es necesario incrementar la modalidad de producción por contrato para disminuir la incertidumbre al productor y dar seguridad al comercializador. Así mismo, el Estado debe liderar una campaña de promoción en los ámbitos nacional e internacional, que sirva de base para la planeación de áreas potenciales de producción. A través de Proexport se han realizado campañas de promoción exitosas para otros sectores productivos mediante las cuales ha sido posible concertar negocios que generan divisas importantes al país.
6. Se ha dado un paso importante con la conformación de cadenas productivas y en el desarrollo de acuerdos de competitividad para diferentes productos; sin embargo, es necesario mantener un seguimiento y evaluación de diferentes indicadores que garanticen su impacto en el proceso de mejoramiento en la cadena agroalimentaria.
7. Actualmente, en el país las pérdidas poscosecha son elevadas, alrededor del 35%. El concepto de **Calidad** no se aplica de manera transversal

en todas las etapas de la cadena agroalimentaria. Como se mencionó anteriormente, la calidad analizada desde diferentes puntos de vista define en gran parte el precio de un producto. Adicionalmente, los procesos de comercialización, especialmente los de exportación, se fundamentan en procesos de certificación; por ejemplo Eurepgap, por lo cual es necesario dotar al subsector de diferentes herramientas como son los Sistemas de Gestión de Calidad en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) para no perder posicionamiento y oportunidades. Es necesario crear una **Cultura de la Calidad**, propia del subsector.

Los aspectos descritos anteriormente permiten concluir que el país debe establecer una estrategia acorde con las condiciones macroeconómicas y del entorno, liderada por el Estado, la cual a su vez promueva la vinculación de todas las iniciativas institucionales que de acuerdo con su competencia y las necesidades definidas, aporten al cumplimiento de objetivos comunes. De igual manera los beneficiarios directos, en este caso todos los componentes de la cadena, deben asumir el compromiso para realizar los ajustes necesarios en sus procesos, y mantener una estrategia de mejoramiento continuo. Así se podrán mejorar los indicadores que determinan el desarrollo competitivo sostenible y equitativo del subsector hortifrutícola nacional.