

	<p>MEMORANDO TÉCNICO N° 3</p>	<p>MT-001 V0-20</p>
---	-----------------------------------	-------------------------

MEMORANDO TÉCNICO No. 3

DOCUMENTO DE PROPUESTA

**FASE DE IDENTIFICACIÓN DEL PLAN PILOTO "PNIS" PARA EL MUNICIPIO  
DE MIRANDA, CAUCA.**



PASO COLOMBIA  
JUNIO 2020  
Bogotá, D.C

Versión	Fecha	Descripción del cambio
0	25/06/2020	Para revisión

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CONTENIDO</b>	<b>Pag.</b>
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ANTECEDENTES.....	2
3. PROPUESTA.....	3
3.1 Muestra poblacional.....	4
3.2 Matriz DOFA.....	8
3.3 Mercado campesino N° 1.....	9
3.4 Mercado campesino N°2.....	10

## 1. INTRODUCCIÓN

El proyecto que tiene como objeto “**FASE DE IDENTIFICACIÓN DEL PLAN PILOTO "PNIS" PARA EL MUNICIPIO DE MIRANDA, CAUCA.**” tiene como meta principal apoyar el punto número 4 del acuerdo de paz el cual trata de la erradicación de cultivos ilícitos, para esta fase se van a identificar todas aquellas variables que tienen mayor impacto o influencia para poder cambiar las líneas productivas ilícitas a unas lícitas, se tendrán 4 ejes definidos que son el de capacitación, infraestructura, comercialización y producción, esto con el fin de poder analizar de manera conjunta el entorno productivo y de esta manera brindarles a las familias vinculadas, todas aquellas herramientas necesarias para que puedan realizar una transición efectiva.

Así las cosas, es más factible la reincorporación social y económica exitosa, pacífica y sostenible de los excombatientes, facilitando las identificación de los activos productivos aptos para la agricultura de las familias que deciden participar voluntariamente.



Figura 1-1. Localización General del proyecto.

## **2. ANTECEDENTES**

El municipio de Mirada comprende una área aproximada de 19.959 hectáreas que se extienden desde los 950 m.sm al extremo occidente limitando con Puerto Tejada hasta los 4.100 m.s.n.m al extremo oriente municipal limitando con el Departamento del Tolima, el cual divide su área de la siguiente manera.

<b>DISTRIBUCIÓN DE ÁREA</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>HECTÁREAS</b>
Área Urbana Municipal (Cabecera Municipal y Centros poblados)	371.3
Área rural	19.587,7

El departamento del Cauca es uno de los departamentos con mayor diversidad en un muchos sectores, el cual ha jugado un papel de gran importancia para el país actuando como epicentro económico y político, sin embargo a través de los años han surgido diferentes problemáticas tales como la concentración de tierra, conflictos ambientales, pobreza, conflicto armado, limitantes a la producción agropecuaria y aumento de cultivos ilícitos.

Gracias a los diferentes estudios, se pudo evidenciar que el Cauca es el segundo Departamento con la distribución de tierra más desigual, a lo que esto genera un nivel de pobreza alto y conlleva a la búsqueda de nuevas alternativas productivas, surgiendo el cultivo de productos ilícitos, sin embargo, se determinó que el 57% de los hogares que tienen cultivos de esta naturaleza sufren de pobreza monetaria.

### 3. PROPUESTA

El estudio realizado por PASO COLOMBIA consisten en el análisis de la situación actual en temas de mercado de los diferentes productos de la región, este se ha llevado a cabo desde el punto de vista de la oferta, la demanda y a su vez se ha intentado establecer la problemática existente en cuanto a la comercialización de los productos agrícolas.

Para el levantamiento de información se realizo una encuesta que tiene diferentes componentes, dirigido a consumidores finales, consumidores intermedios, consumidores minoristas, agricultores convencionales y agricultores ecológicos.

En los resultados obtenidos se observa de manera general, cada uno de los segmentos analizados, presenta un alto grado de desconocimiento de los que es la agricultura ecológica, de como se diferencian los productos que se obtienen mediante este tipo de cultivo, quien y como se controla esta práctica agrícola, por otra parte se constata una buena predisposición de compra, que se ve frenada por los problemas de comercialización, existentes derivados, generalmente de la escasa información sobre los puntos de vente de este tipo de productos así como el principal motivo por los cuales son se consumen algún tipo de productos producidos en la región que puede ser, no hallarlos en los establecimientos habituales de compra, el costo de este principalmente en el segmento de consumidores finales.

En cuanto al segmento de agricultores convencionales se observa una importante demanda de información y formación sobre la práctica agrícola ecológica, así como un mayor apoyo en cuanto a destinar más ayudas y subvenciones para esta actividad, por otra parte, publicidad y promoción de estos productos entre los consumidores, así como concientizarles de las ventajas y beneficios que sobre la salud y sobre el medio ambiente tiene este tipo de cultivo.

la zona de estudio abarco el Municipio de Miranda en 4 puntos estratégicos que fueron: Monterredondo, La Cilia y Las Palmas, si bien los estudios previos realizado solo han contemplado la situación de la agricultura en cuanto a lo que oferta se refiere, este estudio va mas allá pues abarca también la situación de la demanda, así como los mecanismos de distribución y comercialización.

Como pequeña incursión en el análisis de la posible problemática al a que se enfrentan diferentes segmentos que componen este estudio, se establecieron los siguientes puntos de referencia.

- Desde el punto de vista de la producción:
  1. Dificultades practicas en cuanto a desconocimientos de técnicas para combatir determinadas plagas.
  2. Coste de acondicionamiento del terreno y el resto de las instalaciones.
- Desde el punto de vista de la distribución y comercialización.
  1. Poca normalización del producto en cuanto a tamaño, apariencia etc.
  2. Clara diferencia entre el número de distribuidores y productores.
  3. Falta de asociacionismo entre los productores que permita buscar las nuevas vías de comercialización y a su vez una mayor información.
- Desde el punto de vista del consumidor
  1. Productos aparentemente poco atractivos.
  2. Precios fuera del mercado.

### 3.1 Muestra poblacional

En cada uno de los segmentos de estudio se establecieron los siguientes componentes.

Oferta: Compuesta por agricultores

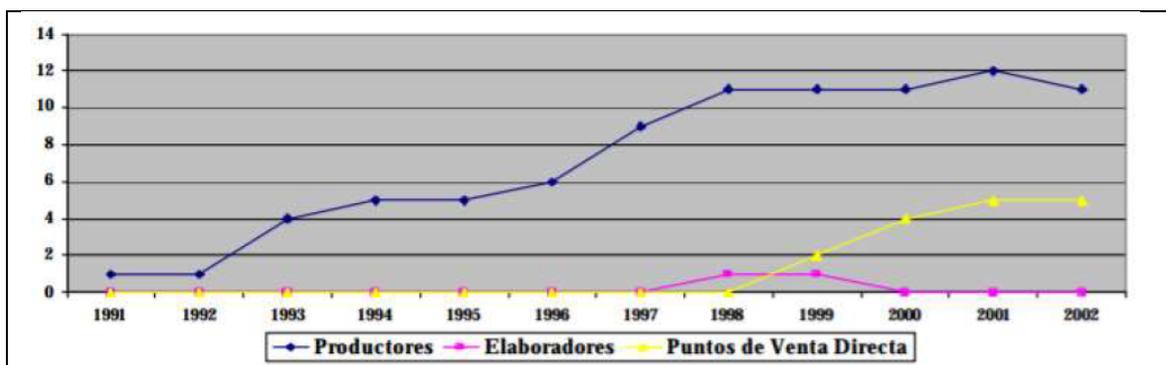
Demanda: compuesta por:

- **Consumidores Intermedios:** Restaurantes, casas rurales, centros educativos.
- **Consumidores finales:** Compradores habituales de supermercados, superservicios, autoservicios (fruterías, ventas y tiendas tradicionales, mercados).

El total de encuestas previstas y realizadas en cada una de las zonas de estudio y atendiendo a cada uno de los segmentos a analizar, se contempla las siguientes tablas.

MIRANDA	ENCUESTAS PREVISTAS	ENCUESTAS REALIZADAS
Consumidores finales	20	14
Consumidores intermedios	20	18
Comerciantes Minoristas	50	30
Agricultores Convencionales	50	50
Agricultores Ecológicos	10	10
Total	150	122

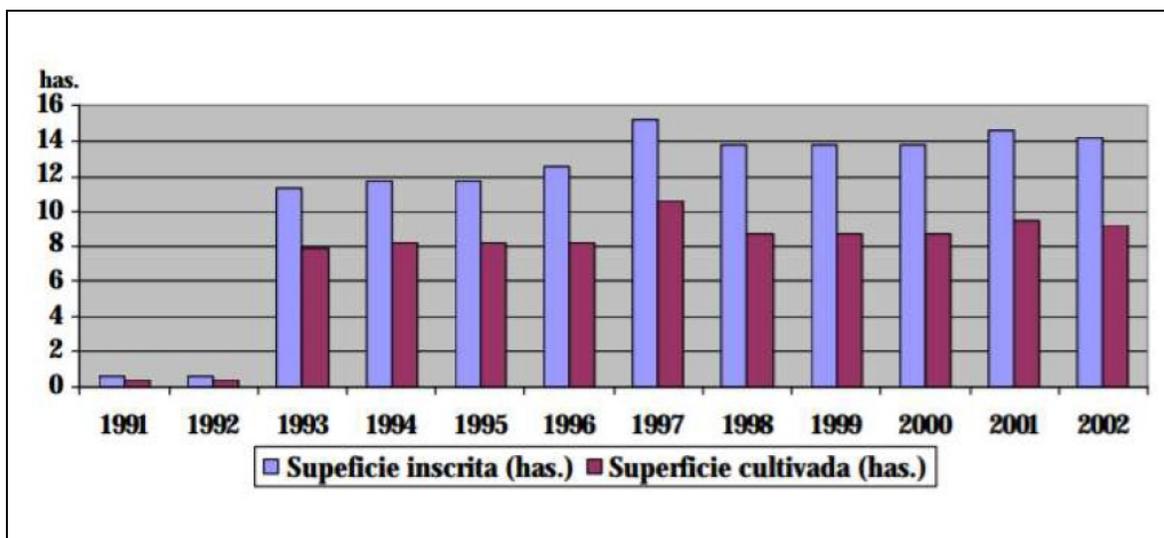
En la Ilustración 1 se puede evidenciar la operación de la comercialización y se ve el crecimiento a través de los años.



*Ilustración 1: Crecimiento comercial*

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE*

El municipio de Miranda, se caracteriza por el nivel de superficie ecológica inscrita y cultivada significativamente inferior, como se puede apreciar en la Ilustración 2 y se llega a la conclusión que en los 1991 y 1992, la superficie inscrita no llega ni siquiera a ser una hectárea en el Municipio objeto de estudio. Es a partir de 1993 cuando se produce un rápido incremento, llegando a tomar el mayor valor en el año 1997 con algo mas de 15 hectáreas, también se producen diferencias entre las superficies ecológicas inscritas y cultivadas, representando esta ultima entre un 62% y un 70% de la inscrita.



*Ilustración 2: Superficie inscrita vs cultivada*

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DANE*

### 3.2 Matriz DOFA

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Conocimientos de la comercialización de uva y café	Producto de poca duración
	Conocimiento de los centros de producción	Proveedores lejos del Municipio
	Variación de precios	Difícil de manipular
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
Gran demanda de los productos en todas las épocas del año	Aprovechar al máximo los conocimientos en el Área	Manejar un adecuado inventario del producto para tener rotación constante y evitar pérdidas
Precios acordes al presupuesto familiar	Manejar precios adecuados de acuerdo al mercado	Planear adecuadamente los pedidos del producto, teniendo en cuenta la demora de la entrega por la distancia de los
Hace parte de la canasta familiar de cualquier estrato social	Contar con un buen número de proveedores que suplan la demanda realizada en cualquier temporada del año	Capacitar adecuadamente al personal para garantizar un adecuado manejo de clientes y del producto
Ampliación del mercado existente	La comercialización de productos de alta calidad, permite conquistar nuevos mercados	Utilizar técnicas de comercialización
Aparición de financiamiento Gubernamental	Gracias al adecuado funcionamiento del proceso administrativo, se pueden utilizar de manera óptima	Evaluando la aparición de financiamientos Gubernamentales, se puede estudiar la
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
Gran número de competidores constantes	Mantener un excelente manejo de los clientes para garantizar su fidelidad	Con el adecuado manejo de los inventarios, entregar siempre productos de alta calidad
Aparición de productos sustitutos	Utilizar la publicidad como punto fuerte de calidad del producto	Para evitar ser sustituidos por otros productos en las áreas en que la demanda es mayor, se debería invertir y aumentar la
Presencia esporádica de vendedores desconocidos	Implementar estrategias de comercio como promociones u otros incentivos que sirvan de atractivo para los clientes	Evaluar la colocación de nuevo personal en logística de despacho o la creación de un nuevo turno de trabajo

Para el presente documento, damos a conocer la propuesta que PASO COLOMBIA y sus miembros tiene sobre el sistema actual de comercio y sus efectos en el desarrollo rural y soberanía alimentaria del comercio local, regional y departamental lo cual refleja la lucha diaria contra la pobreza. La globalización de los mercados, la apertura de una economía global y el uso de tecnología en estos procesos se ha vuelto en un conflicto.

Una gran problemática es el cierre de los mercados a los menos favorecidos o clase trabajadora, impidiendo el acceso mediante la aplicación de grandes barreras trayendo consigo desigualdad, precios bajos e inestables, disminución de la actividad productiva y la pobreza.

Al igual que la producción de alimentos manipulados genéticamente o tratados con hormonas, ha dejado consigo una serie de problemáticas y riesgos para la salud y la biodiversidad ya que esta practica incrementa la producción y a menor costo, pero dejando la ética de lado.

Este modelo que se propone tiene como nombre el sistema productivo Verde, el cual tiene como compromiso fundamental el de incrementar la producción y la productividad siendo sostenibles y de igual manera intentando de que prevalezca la salud humana y del medio ambiente, aportando lecciones importantes a la cuestión social.

### 3.3 MERCADO CAMPESINO N° 1

Como primera instancia y una vez realizado el mapeo de las zonas con mayor afluencia diaria se propone la realización de un mercado campesino en la plazoleta Municipal Nizar Bonilla en el norte del cauca y el sur del valle el cual será liderado por la Alcaldia Municipal a través de la Secretaria de Desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente, será una exposición y venta de productos agrícolas, pecuarios, productos lácteos, carnes y sus derivados, flores y plantas, todo lo relacionado con la canasta familiar, con el propósito de acercar al productor campesino con el consumidos y de esta manera crear oportunidades de ingresos económicos a esta población a través de esta actividad.

Municipios como Florida, Pradera, Miranda, Corinto, Jambalo, Toribio y Caloto hicieron parte del mercado campesino con sus diferentes productos e insumos de la canasta familiar además, del sector artesanal; entidades como Asofiltra, Corpoarte, Agroindustriales ABC, Artesanias Chxas' wala, Aromo, Micols, Super Raz y muchas más harán de este evento la ocasión perfecta para que los mirandefños conocieran la producción agrícola, pecuaria, artesanal, producción láctea, el café y

sus derivados que se desarrolló no sólo en nuestro municipio si no también en el norte del Cauca y sur del Valle.

Apoyar a la población campesina y emprendedora de Miranda, fomentando estos espacios que ayudan al crecimiento económico y social es parte del trabajo que la Alcaldía Municipal realiza a través de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente con la orientación de PASO COLOMBIA.

Además, las organizaciones locales de productores deben insertarse en cadenas de agregación de valor y de comercialización. La noción de que los productores pueden llegar directamente a los consumidores finales, solo parece ser factible en escalas locales y de baja complejidad. Las cadenas de agregación de valor en los mercados, manifiestan los mismos procesos de concentración que se observan en las cadenas de productos convencionales, tal concentración deja a los productores en una situación desmejorada en cuanto a su poder de negociación.

LUGAR	FRECUENCIA	HORARIO
Plazoleta Municipal Nizar Bonilla	Todos los sábados	6 am – 12pm

### 3.4 MERCADOS CAMPESINOS N° 2

El Mercado Agroecológico Campesino sera la segunda propuesta para Miranda, estára conformado por 60 familias productoras del norte de Cauca, quienes conforman la asociación de productores orgánicos: ASOPROORGANICOS. El mercado funciona en las instalaciones del parqueadero posterior de la CVC. El lema y visión será “Alimentos saludables por una mejor humanidad”, coordinada por una red de Mujeres Colombianas emprendedoras y creadoras de Empresa a través de su socia Ecofeminisarte.

Su principal misión es el consumo de productos frescos y sanos para la vida, la generación de ingresos económicos para las familias y el fortalecimiento del tejido social entre el productor y consumidor. El acceso a mercados orgánicos será uno de las principales incursiones, este mercado al ser realizado en un caloto tendrá alrededor bastante historia y creencias colombianas lo cual se puede fusionar con los alimentos orgánicos.

Sin embargo, a pesar del notable crecimiento de la agricultura orgánica en la región, los mercados locales son prácticamente desconocidos, en algunos casos e inexistentes en otros. Esta es una importante limitante para el desarrollo de la agricultura ecológica. Por tanto, para ampliar el numero de pequeños productores que logren participar y beneficiarse de estos espacios, es indispensable que el

Municipio de Miranda y todo el Departamento unan esfuerzos para crear relaciones comerciales en donde se conozcan y valoren.

LUGAR	FRECUENCIA	HORARIO
Resguardo Indígena de Lopez Adentro (caloto)	Cada quince días	6 am – 12pm

### 3.5 Representación fotográfica de un mercado local



*Ilustración 3: Oferta de artesanías y elementos elaborados por comunidades indígenas.*



*Ilustración 4: Oferta de flores nativas.*



*Ilustración 5: Muestras artísticas*



*Ilustración 6: Oferta de frutas, verduras y hortalizas*