

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



**Vinculación de pequeños productores al mercado  
Provincias de Soacha y Sumapaz (Cundinamarca)**

Documento de trabajo

Elaboró: Claudia Marcela Perdomo Montes

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)

Bogotá, enero de 2010

© FAO 2010

## Tabla de contenido

<b>1. Introducción</b>	<b>8</b>
<b>2. Objetivos de la investigación</b>	<b>8</b>
<b>3. Metodología</b>	<b>9</b>
<b>4. Políticas y programas relacionados con el SADA y la vinculación de los pequeños productores al mercado</b>	<b>9</b>
<b>4.1. A nivel nacional</b>	<b>10</b>
<b>4.2. A nivel departamental</b>	<b>16</b>
<b>4.3. A nivel local Soacha</b>	<b>20</b>
<b>4.4. A nivel local Fusagasugá</b>	<b>21</b>
<b>5. Contexto Urbano de Soacha y Fusagasugá</b>	<b>23</b>
<b>5.1. Aspectos geográficos de Soacha</b>	<b>23</b>
<b>5.2. Aspectos geográficos de Fusagasugá</b>	<b>24</b>
<b>5.3. Aspectos comerciales de Soacha y Fusagasugá</b>	<b>26</b>
<b>5.4. Malla vial y vías de acceso en Soacha</b>	<b>27</b>
<b>5.5. Malla vial y vías de acceso en Fusagasugá</b>	<b>28</b>
<b>5.6. Población de Soacha</b>	<b>29</b>
<b>5.7. Población de Fusagasugá</b>	<b>31</b>
<b>5.8. Actividad económica de la población</b>	<b>32</b>
<b>6. Contexto Institucional</b>	<b>34</b>
<b>6.1. Soacha</b>	<b>34</b>
<b>6.2. Fusagasugá</b>	<b>35</b>

<b>7. Demanda de alimentos en los hogares de Soacha y Fusagasugá</b>	<b>36</b>
<b>7.1. Volumen de la demanda de alimentos</b>	<b>36</b>
<b>7.2. Patrones de compra de alimentos</b>	<b>38</b>
<b>8. Demanda institucional de alimentos en Soacha y Fusagasugá</b>	<b>49</b>
<b>8.1. Demanda de alimentos en los comedores y restaurantes escolares</b>	<b>50</b>
<b>8.2. Demanda de alimentos en los comedores para adultos mayores</b>	<b>55</b>
<b>9. Canales de distribución de los productores en Soacha y Fusagasugá</b>	<b>57</b>
<b>10. Márgenes de comercialización en Soacha y Fusagasugá</b>	<b>60</b>
<b>10.1. Análisis en Soacha</b>	<b>60</b>
<b>10.2. Análisis en Fusagasugá</b>	<b>62</b>
<b>11. Transporte de los alimentos</b>	<b>64</b>
<b>12. Conclusiones</b>	<b>66</b>
<b>13. Recomendaciones</b>	<b>69</b>
<b>14. Estrategias</b>	<b>71</b>
<b>14.1. Creación del comité interinstitucional</b>	<b>71</b>
<b>14.2. Promoción de productos con potencial comercial</b>	<b>72</b>
<b>14.3. Inserción de los pequeños productores en los mercados de Soacha y Fusagasugá</b>	<b>73</b>
<b>14.4. Inserción del pequeño productor al mercado institucional</b>	<b>74</b>
<b>14.5. Inserción del pequeño productor al canal de tiendas</b>	<b>76</b>
<b>14.6. Inserción del pequeño productor al canal de supermercados</b>	<b>78</b>
<b>14.7. Capacitación</b>	<b>80</b>
<b>15. Plan de acción</b>	<b>82</b>
<b>16. Bibliografía</b>	<b>87</b>

<b>Anexo 1 Lista de contactos entrevistados</b>	<b>90</b>
<b>Anexo 2 Localización comunas en Soacha y vía principal de acceso</b>	<b>92</b>
<b>Anexo 3 Localización comunas en Fusagasugá</b>	<b>93</b>
<b>Anexo 4 Localización corregimientos en Fusagasugá</b>	<b>94</b>
<b>Anexo 5 Vías de acceso al municipio de Fusagasugá</b>	<b>95</b>
<b>Anexo 6 Costos de producción vs. precios de compra en Soacha</b>	<b>96</b>
<b>Anexo 7 Costos de producción vs. precios de compra en Fusagasugá</b>	<b>97</b>
<b>Anexo 8 Proyección de la demanda de alimentos del total de la población a 10 años</b>	<b>98</b>
<b>Anexo 9 Proyección de la demanda de alimentos por parte de las tiendas a 10 años</b>	<b>99</b>
<b>Anexo 10 Proyección de la demanda de alimentos por parte de los supermercados a 10 años</b>	<b>100</b>

## **CUADROS**

<b>Cuadro 1 Veredas que conforman los corregimientos de Soacha</b>	<b>23</b>
<b>Cuadro 2 Comunas de Soacha</b>	<b>23</b>
<b>Cuadro 3 Comunas de Fusagasugá</b>	<b>24</b>
<b>Cuadro 4 Corregimientos de Fusagasugá</b>	<b>24</b>
<b>Cuadro 5 Empresas relacionadas con el sector de alimentos en Fusagasugá</b>	<b>25</b>
<b>Cuadro 6 Empresas del mercado institucional que consumen alimentos</b>	<b>26</b>
<b>Cuadro 7 Población ocupada por actividad económica en Soacha</b>	<b>32</b>
<b>Cuadro 8 Consumo de los alimentos de interés en Soacha</b>	<b>36</b>
<b>Cuadro 9 Consumo de los alimentos de interés en Fusagasugá</b>	<b>37</b>
<b>Cuadro 10 Volumen mensual, precios de compra y de venta en Olímpica</b>	<b>40</b>
<b>Cuadro 11 Volumen mensual, precios de compra y de venta en Carrefour</b>	<b>42</b>
<b>Cuadro 12 Volumen mensual, precios de compra y de venta en Colsubsidio</b>	<b>43</b>
<b>Cuadro 13 Volumen mensual, precios de compra y de venta en la plaza principal</b>	<b>46</b>
<b>Cuadro 14 Volumen mensual, precios de compra y de venta en la plaza satélite</b>	<b>47</b>
<b>Cuadro 15 Requerimiento de verduras, tubérculos y frutas del programa de restaurantes escolares en Soacha</b>	<b>49</b>
<b>Cuadro 16 Volumen de frutas y verduras requeridas por la Fundación Vive Colombia</b>	<b>50</b>
<b>Cuadro 17 Requerimiento de las verduras y frutas seleccionadas para el programa de restaurantes escolares en Fusagasugá</b>	<b>53</b>
<b>Cuadro 18 Requerimiento de las verduras y frutas seleccionadas para el programa de hogares comunitarios en Fusagasugá</b>	<b>54</b>
<b>Cuadro 19 Requerimiento de verduras, tubérculos y frutas del programa de comedores para adulto mayor en Soacha</b>	<b>55</b>

<b>Cuadro 20 Precios de comercialización por canal en Soacha</b>	<b>59</b>
<b>Cuadro 21 Márgenes brutos de comercialización en Soacha</b>	<b>60</b>
<b>Cuadro 22 Precios de comercialización por cana en Fusagasugá</b>	<b>62</b>
<b>Cuadro 23 Márgenes brutos de comercialización en Fusagasugá</b>	<b>63</b>
<b>Cuadro 24 Costos del transporte según origen y destino (\$/kg)</b>	<b>65</b>
<b>Cuadro 25 Proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos del total de la población a 10 años</b>	<b>73</b>
<b>Cuadro 26 Proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos del mercado institucional a 10 años</b>	<b>74</b>
<b>Cuadro 27 Proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos de las tiendas a 10 años</b>	<b>76</b>
<b>Cuadro 28 Proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos de los supermercados a partir del año 2012</b>	<b>78</b>

## **GRAFICAS**

<b>Gráfico 1 personas y hogares validados por el SISBEN en Soacha</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico 2 Personas y hogares validados por el SISBEN en Fusagasugá</b>	<b>31</b>

## **FIGURAS**

<b>Figura 1 Canales de distribución para los productores</b>	<b>57</b>
--	-----------

# **Vinculación de pequeños productores al mercado en el Departamento de Cundinamarca**

## **1. Introducción**

Ante la necesidad de buscar alternativas de vinculación de los pequeños productores a los mercados, la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), a través del proyecto de cooperación técnica *TCP/COL/3202 estrategias de abastecimiento y distribución de alimentos a las Ciudades de Bogotá, Medellín y Manizales* adelantó esta investigación con el fin de proporcionar a la Gobernación de Cundinamarca, a las Alcaldías de Soacha y Fusagasugá, herramientas y estrategias que permitan brindar alternativas comerciales a los pequeños productores de las provincias de Sumapaz y de Soacha.

El tema de abastecimiento y distribución de alimentos (SADA) es uno de los que concentra el mayor interés por parte de la Gobernación y las alcaldías locales, sin embargo, sólo se han plasmado algunas directrices en seguridad alimentaria dentro del Plan de desarrollo departamental 2008-2011, pero no hay políticas ni programas concretos relacionados con el SADA. Actualmente hay interés en iniciar gestiones que conlleven a la realización del diagnóstico del SADA para Cundinamarca; en el caso de los municipios de Soacha y Fusagasugá, ambas alcaldías están trabajando en el diseño e implementación de la política de seguridad alimentaria, como un primer paso para realizar posteriormente el diagnóstico del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos.

En el desarrollo del presente documento se podrá identificar una parte del funcionamiento del SADA, el cual servirá como insumo para un futuro diagnóstico tanto a nivel departamental como local. Se analizan las políticas y programas que tienen relación con el SADA y la vinculación de pequeños productores al mercado, y se hace un estudio sobre los mercados de Soacha y Fusagasugá tocando temas como la demanda de alimentos en los hogares, la demanda de alimentos por parte del mercado institucional (comedores comunitarios, restaurantes escolares), canales de distribución y transporte de los alimentos.

## **2. Objetivos de la investigación**

Objetivo principal:

Identificar las alternativas viables, modalidades y condiciones de vinculación de los pequeños productores de las provincias de Sumapaz y Soacha al mercado de los municipios de Soacha y Fusagasugá.

Como objetivos secundarios están:

- Caracterización del mercado de Soacha.
- Caracterización del mercado de Fusagasugá.

### **3. Metodología**

Para el desarrollo de esta investigación, se definieron en conjunto con la Gobernación de Cundinamarca los mercados y productos a analizar. Teniendo en cuenta el tamaño de la demanda, las exigencias del mercado y la vulnerabilidad de la población se escogieron como mercados de mayor interés los municipios de Soacha y Fusagasugá. Con respecto a los productos, y de acuerdo a los niveles de producción y la canasta básica de alimentos del Departamento, se seleccionaron diez prioritarios: papa, tomate, habichuela, arveja, cebolla larga, zanahoria, mora, tomate de árbol, banano y mango.

Durante el desarrollo de la investigación se acudió a información secundaria suministrada por la Gobernación de Cundinamarca y las alcaldías de Soacha y Fusagasugá, y se tomaron algunos datos de referencia sobre el consumo per cápita de alimentos en la ciudad de Manizales, como parámetro para llegar a una aproximación sobre el consumo de alimentos en Soacha y Fusagasugá. Se tomaron los datos de Manizales debido a que esta información no está disponible para ninguno de los dos municipios en estudio.

Para obtener información primaria sobre el consumo de los productos de interés se diseñó una encuesta para ser diligenciada por supermercados, tiendas y plazas de mercado presentes en los municipios seleccionados. De otra parte, se realizaron entrevistas a los jefes de compra de los comedores comunitarios para analizar el mercado institucional<sup>1</sup>. En el Anexo 1 se encuentra la lista de personas contactadas durante el proceso de investigación y desarrollo de las entrevistas.

### **4. Políticas y programas relacionados con el SADA y la vinculación de los pequeños productores al mercado**

En este tema se abarca el contexto nacional, departamental, local y se analizará su aplicación en el departamento de Cundinamarca.

---

<sup>1</sup> De las plazas de mercado de Soacha no se obtuvo información por parte de las administraciones encargadas, argumentando que los comerciantes son reacios a dar información sobre sus negocios.

#### 4.1. A nivel nacional

- **Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PSAN)**

Esta política fue emitida por el Gobierno Nacional en el documento CONPES Social N° 113. Su objetivo general es “garantizar que toda la población colombiana disponga, acceda y consuma alimentos de manera permanente y oportuna, en suficiente cantidad, variedad, calidad e inocuidad”. Para el desarrollo e implementación de los objetivos del PSAN, el Gobierno busca mediante algunas estrategias abarcar diferentes aspectos desde el sistema productivo hasta el aprovechamiento final de los alimentos. Dentro de las estrategias relacionadas con la comercialización y la vinculación de los pequeños productores al mercado es importante señalar las siguientes:

- Desarrollo institucional: es necesario contar con una estructura institucional que garantice la eficiencia y eficacia en la orientación, la coordinación, la planeación, el seguimiento y la evaluación de las políticas y programas, a nivel local, regional y nacional, de tal manera que constituya un sistema institucional articulado para la Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN).
- Alianzas estratégicas: es esencial que los sectores involucrados en la SAN interactúen a través de alianzas entre los entes públicos y privados a nivel local, regional, nacional e internacional. El objetivo es que se puedan plantear y ejecutar proyectos que promuevan el desarrollo rural y urbano, generar condiciones para el acceso de los pobladores a los bienes y servicios básicos, a los factores productivos y a la canasta básica de alimentos.
- Información, educación y comunicación: en este punto es fundamental promocionar el tema de seguridad alimentaria y nutricional en el sistema educativo formal e informal para mejorar las prácticas de producción, alimentación, nutrición, salud, higiene, manipulación y preparación de alimentos. Es importante orientar la decisión de compra y consumo de productos alimenticios.

La Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PSAN) contempla nueve líneas de política para el cumplimiento de sus objetivos, de las cuales cuatro se relacionan con aspectos comerciales:

- Estabilidad en el suministro y desarrollo del mercado agroalimentario: implementar medidas adecuadas para garantizar la estabilidad en el suministro de alimentos, su disponibilidad suficiente y oportuna, para contribuir al desempeño eficiente de los mercados agroalimentarios y a la

protección de los ingresos de los productores que se vean afectados por las fluctuaciones de los mercados.

- Impulso a las formas asociativas y empresariales para la generación de empleo e ingresos que contribuyan a la disponibilidad y acceso a los alimentos: fomentar la asociación de pequeños y medianos productores con una visión productiva y social, facilitando su integración vertical y fomentando la especialización de la producción competitiva que genere empleo e ingresos estables y de calidad, en consideración a las características socio-culturales de los productores.
- Garantía de acceso a los alimentos: proteger la canasta básica, mediante la creación de las condiciones para que exista una libre competencia (sana y justa), la adopción de medidas que disminuyan el efecto de los impuestos indirectos y otras contribuciones sobre los precios de los alimentos, y la implementación de sistemas de información y orientación al consumidor sobre composición óptima de la dieta al menor costo.

Busca promover el fortalecimiento y adecuación de los programas de asistencia alimentaria mediante su vinculación a minicadenas de abastecimiento de alimentos, mayor articulación de las ofertas nacionales con las iniciativas de los entes territoriales, del sector privado y de las comunidades, conformación de bancos territoriales de alimentos, producción para el autoconsumo y acciones de responsabilidad social. Se diseñarán alternativas que involucren a las comunidades a partir de sus capacidades, potencialidades y necesidades, para dejar capacidad instalada en las entidades territoriales y dar sostenibilidad a las acciones adelantadas.

- Aseguramiento de la calidad e inocuidad de los alimentos: se continuará con la implementación de la Política Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad de Alimentos, cubriendo alimentos frescos y procesados<sup>2</sup>.
- **Línea especial de crédito de Agro Ingreso Seguro (AIS)**

Durante el 2009, los pequeños o medianos productores pueden ser beneficiarios de las líneas especiales de AIS, para financiar proyectos destinados al mejoramiento de la productividad del sector agrícola, pecuario, acuícola, y piscícola y para la reconversión productiva. A través de estas líneas se pueden financiar varios proyectos relacionados con el tema productivo, pero a nivel de comercialización se financian proyectos de infraestructura y equipos para la transformación primaria y la comercialización (costos de inversión en infraestructura y dotación de maquinaria y equipos nuevos para el almacenamiento, transformación

---

<sup>2</sup> Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES. 2008. *Política nacional de seguridad alimentaria y nutricional (PSAN)*, Bogotá (Colombia).

primaria, conservación y comercialización de bienes agropecuarios, acuícola y de pesca de origen nacional).

- **Incentivo a la Capitalización Rural (ICR)**

Este incentivo funciona como un abono sobre el saldo del crédito contraído para desarrollar inversiones en las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras y forestales. Para acceder al ICR es necesario acreditar la propiedad o la tenencia de la tierra o del predio donde se va a ejecutar la inversión. Se exceptúan de este requisito los proyectos que no requieren del predio para su ejecución, como por ejemplo adquisición de maquinaria e implementos agrícolas.

El Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (FINAGRO), establece las inversiones objeto del ICR, entre las cuales figura la transformación primaria y comercialización de bienes de origen agropecuario<sup>3</sup>.

- **Proyecto Apoyo Alianzas Productivas (AAP)**

Este proyecto considera como una alianza la unión de por lo menos dos agentes de la economía; uno conformado por la organización de productores (pequeños campesinos) y un segundo participante de perfil empresarial. Este último, bien puede ser proveedor de insumos, comprador de la producción o transformador de la misma. La característica principal debe ser la de compartir riesgos y beneficios en un proyecto productivo en actividades vinculadas al agro.

A las alianzas más prometedoras se les financia la fase de preinversión (estudios de factibilidad y las evaluaciones de viabilidad financiera, ambiental y social). Si resultan ser alianzas con factibilidad, el Proyecto AAP puede apoyar financieramente la realización de la misma<sup>4</sup>.

La preinversión cofinancia proyectos de alianzas seleccionados a través de convocatorias públicas y otorga un Incentivo Modular para cofinanciar la fase de inversión. Entre las actividades que son financiadas a través del Incentivo Modular se encuentra la comercialización de los productos<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** 2009. *Perspectivas agropecuarias segundo semestre de 2009*, Bogotá (Colombia) (disponible en [http://www.agronet.gov.co/www/docs\\_agronet/200972915312\\_Perspectivas\\_Agropecuarias\\_2009\\_II.pdf](http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/200972915312_Perspectivas_Agropecuarias_2009_II.pdf) visitado en julio de 2009).

<sup>4</sup> **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** (disponible en [http://www.minagricultura.gov.co/02componentes/08rur\\_04alianzas.aspx](http://www.minagricultura.gov.co/02componentes/08rur_04alianzas.aspx) visitado en agosto de 2009)

<sup>5</sup> **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** Sin fecha. *Reactivación agropecuaria y mayor bienestar en el campo 2006-2010*, Bogotá (Colombia) (disponible en [http://www.agronet.gov.co/www/docs\\_agronet/2008814104730\\_Microsoft%20Word%20-%20CARTILLA%20POL.AGRO%20.pdf](http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2008814104730_Microsoft%20Word%20-%20CARTILLA%20POL.AGRO%20.pdf) visitado en julio de 2009).

- **Programa de oportunidades rurales**

Es un programa del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), que desarrolla instrumentos para combatir la pobreza, mediante el fortalecimiento de las capacidades empresariales de los pobladores rurales, mejorando sus habilidades para competir e integrar a los mercados sus microempresas rurales, y así aumentar el número de empleos, los ingresos y las propiedades de las familias de más bajos recursos. De esta manera incrementa las posibilidades de acceso de las familias rurales más pobres y sus microempresas a recursos financieros, servicios técnicos, conocimientos e información, para que desarrollen sus iniciativas y su participación en la construcción de políticas públicas.

- **Desarrollo de negocios rurales**

Las mejores propuestas de negocios presentadas por los microempresarios del campo en las distintas convocatorias, serán cofinanciadas por parte del programa. Para ello, los microempresarios definen las necesidades de fortalecimiento de sus empresas y concursan para obtener recursos para la cofinanciación de planes de negocios. Luego sustentan sus propuestas ante comités evaluadores conformados por representantes públicos y privados del sector, y por delegados de microempresas exitosas.

Los proyectos los deben presentar organizaciones legales de pequeños productores rurales como jóvenes, mujeres, indígenas y afrocolombianos, pertenecientes a los niveles uno y dos del SISBEN, que vivan en los municipios más pobres del país y que realicen actividades económicas vinculadas con las cadenas productivas que tienen prioridad en cada departamento de Colombia.

Dentro de la cofinanciación se apoya el programa empresarial de las organizaciones microempresariales que requieran apoyo en actividades específicas para tener acceso a nuevos mercados y tecnologías. En la parte comercial se apoya el diseño de logotipos, marcas y empaques; trámites de licenciamiento comercial; realización de sondeos de mercado; elaboración de estrategias de comercialización; participación en giras, seminarios, encuentros, ferias, ruedas de negocios, pasantías y eventos comerciales.

- **Microcrédito rural**

Con este fondo se financian microcréditos para cubrir las necesidades de capital de trabajo e inversión de los microempresarios rurales. Los recursos se los prestarán instituciones financieras especializadas, a quienes se les asignan cupos de crédito. La entidad que administra este

Fondo es FINAGRO, por medio de la Gerencia de Programas Especiales<sup>6</sup>.

- **Programas de atención a población en condición de Desplazamiento**

Por mandato de la Ley 387 de 1997 al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural le compete, desarrollar programas, planes y proyectos para la atención, consolidación y estabilización socioeconómica de la población en condición de desplazamiento que permanezca en la zona rural. Atendiendo estas competencias y dado que el Ministerio no ejecuta recursos de manera directa, dichos programas son ejecutados a través del Instituto Colombiano de Desarrollo Rural – Incoder, Banco Agrario de Colombia y Finagro.

- **Líneas de crédito**

Para el desarrollo de proyectos productivos, existe el Programa Especial de Fomento y Desarrollo Agropecuario que financia mediante una línea especial de crédito de carácter asociativo e individual, proyectos productivos en áreas rurales desarrollados por población desplazada campesina. El apoyo crediticio se orienta a cubrir necesidades de capital de trabajo y de inversión propias de las actividades productivas agropecuarias, así como de comercialización o transformación de la producción<sup>7</sup>.

En el caso de las políticas nacionales, los pequeños productores empiezan su vinculación a los diferentes programas propuestos por el Gobierno a través del programa de oportunidades rurales (pequeños productores que se encuentran en etapas primarias, no tienen experiencia ni están consolidados en el mercado); luego pueden hacer parte del programa de alianzas productivas (pequeños productores asociados con grado de consolidación y apoyados por un ente organizacional que jalona los procesos); y posteriormente acceder al programa agro ingreso seguro (pequeños productores individuales o asociados con mayor experiencia y consolidación).

El programa de oportunidades rurales está enmarcado dentro de la política de lucha contra la pobreza, razón por la cual su segmento objetivo lo constituyen los campesinos pobres, muchos de los cuales son pequeños productores. Además de ofrecer asesoría en aspectos técnicos también se apoya el proceso de formulación y ejecución de los planes de negocios de las asociaciones de pequeños productores. El plan de negocios contempla cinco aspectos fundamentales: el tema administrativo, financiero, productivo (en el cual se pretende hacer mejoramiento en el proceso productivo para poder ofrecer un mejor producto y poder llegar mejor al mercado o ingresar a un mercado nuevo), asociativo (para

---

<sup>6</sup> **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** (disponible en [http://www.minagricultura.gov.co/02componentes/08\\_21Negocios.aspx](http://www.minagricultura.gov.co/02componentes/08_21Negocios.aspx) visitado en agosto de 2009)

<sup>7</sup> **Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** (disponible en [http://www.minagricultura.gov.co/07presupuesto/07c\\_apobl\\_rural.aspx](http://www.minagricultura.gov.co/07presupuesto/07c_apobl_rural.aspx) visitado en agosto de 2009)

llegar a consolidar economías de escala) y comercial (apoyo en la consecución de la licencia comercial, sanitaria, rediseño de empaque y embalajes, estructuración del negocio, análisis de mercados, etc.).

La estrategia es que el productor mejore lo que hace para que pueda llegar de una mejor manera a un mercado conocido o un nuevo mercado. Oportunidades rurales apoya las iniciativas empresariales de los campesinos y para acceder a este programa ellos deben concursar presentando su plan de negocio. En este documento definen su problemática actual, formulan soluciones y plantean un presupuesto para las actividades que debe realizar; dan a conocer el producto y el mercado potencial de su posible negocio y quien mejor sustente el proyecto es quien accede al apoyo del programa. Un objetivo del proyecto es fomentar esquemas asociativos con el fin de buscar soluciones a problemas individuales, de manera colectiva.

Una vez se aprueba el proyecto, el dinero se desembolsa a una asociación de campesinos y el monto depende del desarrollo que tenga como organización: si es una asociación incipiente el aporte es de hasta 32 millones de pesos; si es una organización medianamente desarrollada, el monto del apoyo es de hasta 42 millones de pesos; y si la asociación tiene un desarrollo avanzado se le otorga hasta 52 millones de pesos. Los productores contratan los servicios que requieren para el desarrollo de su plan de negocios pero el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de oportunidades rurales, realiza supervisión, auditoría externa e interventoría para verificar que la inversión de los recursos aportados se esté realizando en los rubros aprobados.

En el 2009, oportunidades rurales tiene 60 proyectos vigentes con inversión a nivel nacional, de los cuales ocho se encuentran en Cundinamarca en los siguientes sectores: piscicultura, artesanías, caña panelera, panela, leche (dos proyectos), lana y frutas. El proyecto de frutas esta liderado por la Asociación de productores agropecuarios del Sumapaz y tiene como beneficiarios entre 20 a 35 productores de Silvania.

Es importante promocionar entre los pequeños productores de las provincias de Sumapaz y de Soacha el esquema de trabajo de oportunidades rurales y los demás programas del Gobierno Nacional para que puedan acceder a los beneficios que dichos programas contemplan.

En el caso de oportunidades rurales se hace énfasis en que los productores se encarguen de presentar su propio plan de negocios, en el cual seleccionan el producto y el mercado potencial. Además, el programa promueve los procesos asociativos con el fin de que los pequeños productores puedan ofertar mayor volumen de producto y tengan poder de negociación frente a los compradores. De aquí nacen las alianzas productivas que buscan consolidar los mercados existentes o ejecutar acciones para ingresar a nuevos mercados.

Teniendo en cuenta que oportunidades rurales tiene como segmento objetivo a los pequeños productores rurales pobres del país, el proceso de implementación del programa tiene retos importantes en aspectos como la divulgación, en el cual se han presentado trabas ocasionadas por algunos problemas de lectoescritura de los posibles beneficiarios, lo cual exige el diseño de material especializado que permita cumplir con la difusión y comprensión del funcionamiento del programa; otro reto se encuentra con las normas jurídicas que restringen el proceso de desembolso de los subsidios, debido a que el productor debe cumplir con algunos requisitos que en ocasiones pueden ser engorrosos para ellos (pólizas de seguro, apertura de una cuenta corriente, etc.) y en las restricciones por las normas contables que se les exige en el momento de formar microempresas (pago de impuestos).

A pesar del esfuerzo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural en conjunto con las Secretarías de Agricultura de los municipios, los beneficiarios rurales, aproximadamente 32 000 familias en el país, aún son pocos frente al total de población rural que alcanzó los 9,9 millones de personas según el Censo poblacional de 2005 realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE<sup>8</sup>.

#### **4.2. A nivel departamental**

La Gobernación de Cundinamarca, en el Plan Departamental de Desarrollo 2008-2012, incluye la línea programática “Guerra contra la pobreza y la exclusión”, la cual contiene el programa llamado “Construyendo alianzas sociales”. En este programa se encuentra el subprograma “Al derecho con el derecho a la alimentación”. Los objetivos que pretende cumplir el Gobierno departamental apuntan a garantizar las condiciones para tener acceso a alimentos sanos, su disponibilidad permanente, así como la calidad e inocuidad de los mismos durante toda la cadena productiva hasta el adecuado consumo, con el fin de propiciar su óptima utilización y aprovechamiento biológico y reducir los riesgos de enfermedad a través de los alimentos, puesto que la seguridad alimentaria y nutricional es un derecho multidimensional.

De acuerdo a los lineamientos del plan de desarrollo, se realizarán las operaciones conducentes a garantizar el derecho a la alimentación saludable a toda la población cundinamarquesa a través de acciones alimentarias complementarias a las de generación de oportunidades y capacidades, mediante programas y proyectos de orientación al consumidor, bancos de alimentos, restaurantes escolares e infantiles, comedores comunitarios, entre otras; y se focalizará preferentemente la población en mayor riesgo de vulnerabilidad alimentaria como los niños, niñas, escolares, madres gestantes y mujeres

---

<sup>8</sup> DANE. 2005. Censo poblacional, Bogotá (Colombia) (disponible en <http://www.dane.gov.co/censo/files/cuadros%20censo%202005.xls> visitado en agosto de 2009).

lactantes, así como adultos mayores y personas en situación de discapacidad o de desplazamiento.

Para esto, se debe favorecer la producción interna y estable de alimentos, el mejoramiento de los medios de producción, el uso de tecnologías apropiadas y de métodos sostenibles de producción como la agricultura orgánica. Así mismo se articularán los procesos de transformación, conservación y comercialización de los mismos que generen el retorno de la inversión, excedentes económicos en pro de la seguridad y soberanía alimentaria<sup>9</sup>.

En otro aparte del plan de desarrollo del Departamento, se encuentra el programa “Cundinamarca productiva y moderna”. Uno de sus objetivos es aumentar la participación departamental en el abastecimiento de alimentos a la Región Capital y el suministro de materias primas para la agroindustria mediante una economía campesina eficiente, facilitando las condiciones de asociatividad y empresarización, mejorando el acceso a la financiación, comercialización y tecnología; y promoviendo la integración de las cadenas productivas con otras regiones del país.

En el subprograma “Cundinamarca campesina, asociada, empresarial y competitiva” se pretende avanzar en la superación de la economía de subsistencia; reducir los niveles de pobreza; generar capacidades y oportunidades bajo criterios de equidad e inclusión, y buscar la transición a una economía asociativa y empresarial. Se implementarán mecanismos que permitan consolidar las economías locales, buscando satisfacer las necesidades de la población en aspectos de planificación, fortalecimiento de las cadenas productivas agropecuarias láctea, cárnica-bovina, piscícola, avícola, porcícola, abejas y apicultura, ovinos - caprinos, caña panelera, papa, hortalizas, cítricos, caucho, cacao, frutales, guadua, forestal, fique, aromáticas, flores tropicales - follajes y tabaco.

Se fomentarán programas de agricultura por contrato, comercio justo, bionegocios y negocios a través de la bolsa nacional agropecuaria y oferta institucional. Se trabajará a través de estrategias de comercialización de productos (ruedas de negocios, ferias agropecuarias y *show rooms*).

En un enfoque amplio del desarrollo rural, se buscará la ampliación de habilidades, capacidades y oportunidades con miras a satisfacer los mercados regionales potenciales, promoviendo el desarrollo y adopción de nuevas tecnologías y la innovación; la asociatividad; la empresarización; el cooperativismo, y otras formas de cooperación productiva, con miras a garantizar una equitativa distribución de la rentabilidad, la mejora del ingreso a lo largo de las cadenas, y generar economías de escala. Se efectuará un acompañamiento

---

<sup>9</sup> **Gobernación de Cundinamarca.** Sin fecha. *Cundinamarca corazón de Colombia. plan departamental de desarrollo 2008 / 2012*, Bogotá (Colombia) (disponible en [http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pdd%202008\\_2012%20cundinamarca%20corazón%20de%20colombia.pdf](http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pdd%202008_2012%20cundinamarca%20corazón%20de%20colombia.pdf) visitado en junio de 2009).

técnico integral a los proyectos productivos (planificación, asistencia técnica, transferencia de tecnología, comercialización y financiamiento) buscando beneficiar a la población más pobre y vulnerable.

Las metas en el tema comercial son:

- Formular y ejecutar el plan de modernización de los procesos de comercialización a través de cuatro alianzas con almacenes de cadena de grandes superficies y el establecimiento de diez agroredes para su vinculación en el Plan Maestro de Abastecimiento de la ciudad de Bogotá.
- Realizar un programa de marketing territorial para los productos de Cundinamarca.
- Desarrollar y fortalecer 19 cadenas productivas agropecuarias, con énfasis en cultivos promisorios, para el abastecimiento de la Región Capital.

De todos los planteamientos contenidos en el plan de desarrollo de Cundinamarca, relacionados con aspectos comerciales, actualmente se vienen ejecutando los siguientes proyectos, en los cuales están involucrados pequeños productores del Departamento:

- Disminuir la intermediación en el canal de comercialización, para lo cual se han adelantado conversaciones con supermercados como Cafam, Carrefour y Éxito. Una de las iniciativas que ha brindado la oportunidad a los productores en su proceso de vinculación a grandes supermercados ha sido el concurso "Provócate de Cundinamarca", el cual fue lanzado por la Gobernación de Cundinamarca y la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB). Con esta actividad se busca promover el desarrollo empresarial y la asociatividad mediante la selección y premiación de los mejores productos de pequeñas empresas pertenecientes a los tres sectores económicos que mostraban mayor proyección en el departamento: artesanías, agroturismo y alimentos procesados, ubicados en los 116 municipios del departamento de Cundinamarca. En el sector de alimentos procesados se premiaron 44 pequeñas empresas<sup>10</sup>.

El premio consistió en recibir la asesoría de la CCB para fortalecerse y lograr ingresar a los grandes mercados. Para las empresas de alimentos procesados el proyecto asumió los costos y el trámite de Registro Sanitario ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), tabla nutricional, código de barras, rediseño de empaque y etiqueta, asesoría en costos y producción, capacitación en el mejoramiento de la gestión de negocios y exhibición en góndola durante tres meses en almacenes de grandes superficies.

---

<sup>10</sup> Información disponible en <http://www.jovenesconempresa.com/BancoMedios/Documentos%20Office/ganadorprovocatedecundinamarca.doc> en agosto de 2009. visitado

- A raíz de los resultados obtenidos con el concurso mencionado, la Gobernación hace un acompañamiento a los ganadores en la presentación de sus productos en las diferentes localidades de Bogotá, e incluso ofertan los productos en hoteles y restaurantes para que posteriormente los productores puedan proveer directamente este segmento del mercado.

Algunos de los ganadores del concurso han logrado la apertura de mercados, el mejoramiento en la presentación del producto y la participación en ferias nacionales e internacionales; sin embargo es importante señalar que el proceso de comercialización no ha sido fácil. En el caso concreto de su vinculación a la cadena de supermercados Éxito, luego de exhibir los productos en cinco de sus almacenes en Bogotá, sólo dos empresarios tuvieron la posibilidad de iniciar el proceso de codificación de los productos pero al final no cumplieron con la totalidad de los requisitos de la cadena.

La Gobernación y la CCB hicieron algunas recomendaciones a los ganadores en aspectos comerciales y solicitaron que se les informara sobre los avances que tuvieran para continuar el acompañamiento, pero hasta el momento no han recibido retroalimentación por parte de los beneficiarios, quienes no han mostrado interés en este proceso de mejoramiento. Ante esta situación, se lanzará próximamente la segunda versión del concurso para recibir nuevas propuestas, las cuales serán analizadas minuciosamente con el fin de seleccionar empresas que realmente tengan interés en este tipo de programas de apoyo empresarial y muestren resultados en el corto plazo y mediano plazo.

- La Gobernación se encuentra desarrollando un diagnóstico para identificar el número de productores con los que cuenta Cundinamarca en cada uno de sus municipios, con el fin de conocer la oferta real del departamento en las distintas cadenas productivas. Esta gestión se está realizando con el apoyo de la Universidad de Cundinamarca y la CCB. El diagnóstico será publicado a finales de 2009.
- Se vienen ejecutando una serie de actividades en el programa de cadenas productivas que van desde el componente productivo hasta el proceso de comercialización. Hay una cadena para frutas, otra para papa y una para verduras y hortalizas. Dentro de las actividades que se realizan se incluyen capacitaciones en comercialización de los productos y los requisitos que deben cumplir para su ingreso en el mercado.
- La Secretaría de Desarrollo Económico se encuentra elaborando un portafolio de los productos de cada cadena productiva, a nivel departamental, con el fin de compilar las fichas técnicas de cada producto y conocer las condiciones que reúne para su comercialización.

- La Secretaría de Competitividad de la Gobernación viene adelantando un convenio para el proceso de certificación en calidad de los productores del departamento, con el fin de fortalecer su oferta comercial.

Estas actividades que está desarrollando la Gobernación en materia comercial, han venido involucrando a pequeños productores con el fin de sensibilizarlos frente a las condiciones del mercado y promover entre ellos esquemas asociativos que les permitan aumentar los volúmenes de comercialización y fortalecer su capacidad de negociación frente al comprador. Mediante alianzas con la Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria (UMATA) de cada municipio, la Gobernación está promoviendo la gestión de mercados entre los pequeños productores. De otra parte, dentro del Programa Bogotá bien Alimentada, se está buscando la integración de las plazas de mercado de Bogotá y los tenderos con los productores regionales.

Lo que se vislumbra en las políticas mencionadas, tanto a nivel nacional como departamental, es que no hay programas específicos relacionados con la vinculación del pequeño productor al mercado; el componente de mercado está implícito en las políticas descritas pero como un aspecto más dentro de un abanico de variables que deben ser cubiertas (producción, tecnología, innovación, etc.). En algunas de las acciones en ejecución hay actividades concretas en el campo de comercialización, sin embargo es importante que a futuro se trate de manera particular la problemática del pequeño productor y su posible vinculación al mercado, debido a su falta de experiencia y al desconocimiento que tiene en aspectos de mercadeo, que son claves para una futura relación de negocios.

En el programa de oportunidades rurales, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, así como en el de cadenas productivas de la Gobernación, los pequeños productores tienen la oportunidad de iniciar todo un proceso con miras a desarrollar la actividad comercial de sus productos.

### **4.3. A nivel local Soacha**

El municipio no cuenta con una política local que promocióne la vinculación del pequeño productor al mercado. En la actualidad, la Alcaldía está en el proceso de discusión y formulación de la política de seguridad alimentaria para el municipio, en la cual se quiere integrar el sistema de distribución y abastecimiento de alimentos – SADA.

Dentro del plan de desarrollo municipal, la Alcaldía incluye el desarrollo de proyectos relacionados con seguridad alimentaria y nutrición, mediante acciones como: formulación e implementación de la política de seguridad alimentaria para el municipio; fortalecimiento de los pequeños productores promoviendo la creación de agroredes y nutrirede; incentivar acciones de agricultura urbana y comercio justo; implementar comedores comunitarios por comuna; entre otras.

En cuanto a comercialización, el plan incluye proyectos para el fortalecimiento de cadenas productivas, promoción de espacios para la comercialización de productos agropecuarios y formulación y puesta en marcha de los proyectos de agricultura urbana en las comunas del municipio<sup>11</sup>.

Actualmente la Alcaldía está ejecutando los siguientes proyectos:

- diagnóstico agroambiental de Soacha para conocer la situación real del municipio en este campo. Se está realizando un inventario con el objetivo de identificar potencialidades a nivel productivo y comercial. La Alcaldía espera tener listo este diagnóstico a finales del mes de octubre de 2009;
- mejoramiento de las praderas con el fin de tener parcelas con buenos pastos para que los animales puedan alimentarse de manera adecuada y posteriormente el productor pueda obtener productos lácteos y cárnicos de mejor calidad;
- agricultura urbana para fomentar el autoconsumo de alimentos en la población más vulnerable, que en el caso de Soacha está concentrada en las comunas cuatro y seis.

Hay otras iniciativas que se encuentran en proceso de inclusión en el banco de proyectos de la Alcaldía para su posterior ejecución, como las siguientes:

- búsqueda de nuevos espacios para la comercialización de productos agropecuarios con el fin de organizar esta actividad en el municipio;
- construcción de un tanque de enfriamiento para leche en el corregimiento uno;
- fortalecimiento de los pequeños productores promoviendo la creación de agroredes y nutriendes. La Alcaldía tiene especial interés en comenzar la ejecución de este proyecto antes de finalizar el presente año.

Los pequeños productores de la Provincia de Soacha pueden tener un espacio interesante para comenzar el proceso de vinculación al mercado mediante el programa de agroredes que la Alcaldía del municipio piensa implementar en el corto plazo en el marco de los acuerdos con la ciudad de Bogotá dentro el plan maestro de abastecimiento.

#### **4.4. A nivel local Fusagasugá**

La Alcaldía de Fusagasugá se encuentra trabajando en la formulación de la política de seguridad alimentaria para el municipio en la cual se quiere integrar el sistema de distribución y abastecimiento de alimentos – SADA. Se espera tener el documento para finales del presente año y que su ejecución comience a mediados

---

<sup>11</sup> **Alcaldía de Soacha.** Sin fecha. *Plan de desarrollo municipal de Soacha año 2008-2011*, Soacha (Cundinamarca – Colombia) (disponible en <http://soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32353537643938303864306130306333/PLANDESARROLLO.pdf> visitado en julio de 2009).

del año 2010. En la actualidad, el municipio no tiene una política o programa específico para la vinculación de los pequeños productores al mercado.

Dentro del plan de desarrollo 2008- 2011, la Alcaldía cuenta con algunos proyectos relacionados con seguridad alimentaria y nutrición que viene desarrollando y otros que pretende implementar durante el 2010, a través de actividades como: formulación e implementación de la política de seguridad alimentaria para el municipio; fortalecimiento de las cadenas productivas; fomento de comedores comunitarios, implementación del banco de alimentos, construcción del mega parque agroindustrial, entre otras<sup>12</sup>.

En la actualidad la Alcaldía está desarrollando los siguientes proyectos:

- Fusagasugá alimenta tu futuro, implementación de refrigerio reforzado para la población estudiantil de las unidades educativas oficiales. En este momento se benefician 12 000 estudiantes y para el próximo año se espera incluir 3 600 nuevos beneficiarios;
- apoyo y coordinación del programa comedores populares para atender al adulto mayor de escasos recursos del municipio de Fusagasugá, con el objetivo de disminuir los índices de desnutrición de este grupo de población, a través de la preparación y entrega de un almuerzo balanceado diario. En este momento se benefician 210 adultos mayores y se espera duplicar esta cifra en el año 2010;
- apoyo a los gremios y sectores económicos del municipio para el fortalecimiento de las cadenas productivas y mejoramiento de los procesos de producción. En la actualidad se han beneficiado tres gremios y para el próximo año la meta es incluir a otros cinco<sup>13</sup>;
- prestación del servicio de asistencia técnica directa rural agropecuaria. Durante el año 2009 han atendido a 900 pequeños y medianos productores del municipio y se espera que en el 2010 puedan atender aproximadamente 1 000;
- gestión agroempresarial de los encadenamientos productivos para desarrollar y fomentar la cadena hortofrutícola y las huertas escolares (brindar disponibilidad y acceso a hortalizas de buena calidad que permitan balancear la ración diaria nutricional). En el proyecto hortofrutícola se ha beneficiado en este año a 10 pequeños y medianos productores y para el año 2010 la meta es atender a 50;
- dotación de infraestructura agropecuaria para la competitividad a través del proyecto del megaparque agroindustrial del centro del país con el fin de facilitar las labores de acopio, transformación y comercialización de los productos agropecuarios;

---

<sup>12</sup> **Alcaldía de Fusagasugá.** Sin fecha. *Plan de desarrollo municipal de Fusagasugá año 2008-2011*, Fusagasugá (Cundinamarca – Colombia) (disponible en [http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/pdf/plan\\_desarrollo.pdf](http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/pdf/plan_desarrollo.pdf) visitado en julio de 2009).

<sup>13</sup> Con respecto a los tres gremios que se han beneficiado con el fortalecimiento de la cadena productiva, la Alcaldía de Fusagasugá no precisa en la información suministrada a que sectores pertenecen.

Otros proyectos comenzarán su ejecución en el año 2010, entre los cuales se destacan los siguientes:

- normalización de la economía informal, fomentando proyectos productivos de vendedores informales e impulsando los mercados móviles en puntos satélites del municipio para su incorporación a la economía formal;
- implementación del banco de alimentos para contribuir a la reducción del hambre y las tasas de desnutrición, a través de estrategias de complementación, distribución y acceso de alimentos y por ende al mejoramiento de la calidad de vida de la población más vulnerable en el municipio;
- centro de gestión agropecuario y agroindustrial para brindar a través de alianzas estratégicas, asesoría en planes de negocios, proyectos, transformación y comercialización de productos de estos sectores a los pequeños y medianos productores del municipio<sup>14</sup>;

Los pequeños productores de la Provincia de Sumapaz pueden tener un espacio interesante para comenzar el proceso de vinculación al mercado mediante programas como el banco de alimentos, el megaparque agroindustrial, y el apoyo a través de asesorías en planes de negocios y comercialización de productos del sector agrícola.

## 5. Contexto Urbano de Soacha y Fusagasugá

### 5.1. Aspectos geográficos de Soacha

El municipio de Soacha se localiza en la parte centro del departamento de Cundinamarca y limita al norte con los municipios de Bojacá y Mosquera; al sur con los municipios de Sibaté y Pasca; al oriente con Bogotá Distrito Capital y al occidente con los municipios de Granada y San Antonio del Tequendama. El municipio tiene una extensión total de 184,45 km<sup>2</sup>, de los cuales 165,45 km<sup>2</sup> son del área rural y 19 km<sup>2</sup> del área urbana.

La altitud de la cabecera municipal es de 2 256 metros sobre el nivel del mar y la temperatura promedio es de 11,5 °C (temperatura máxima 23 °C y mínima de 8 °C)<sup>15</sup>. El municipio de Soacha se encuentra dividido políticamente en seis comunas y dos corregimientos<sup>16</sup>, cada uno está conformado por las siguientes veredas (cuadro 1).

---

<sup>14</sup> La información sobre los programas que se vienen ejecutando en el municipio de Fusagasugá y los proyectos que comenzarán a implementarse en el año 2010 fue suministrada por la Secretaría de Desarrollo Social y Participación Comunitaria de la Alcaldía.

<sup>15</sup> **Alcaldía de Soacha**. Sin fecha. *Información general del municipio de Soacha*, (disponible en <http://soacha-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m1y-1462976-1462976&m=f> visitado en junio de 2009).

<sup>16</sup> **Secretaría de Planeación Municipal Alcaldía de Soacha**. 2005. *Plan de ordenamiento territorial POT Soacha*. Soacha (Cundinamarca, Colombia).

## Cuadro 1 Veredas que conforman los corregimientos de Soacha

Corregimiento 1	Corregimiento 2
Romeral	El Chaquito
Alto del Cabra	Alto de la Cruz
La Hungría	San Francisco
San Jorge	Cascajal
Fusungá	Canoas
Panamá	Bosatama
Chacua Primavera	
Tinzuque Villanueva	

Fuente: Secretaría de Planeación Municipal, POT 2000 Soacha.

El área urbana cuenta con seis comunas localizadas de la siguiente manera<sup>17</sup>, cuadro 2.

## Cuadro 2 Comunas de Soacha

Comuna	Ubicación
1 Compartir	Suroccidente
2 Centro	Centro occidente
3 La Despensa	Noroccidente
4 Cazucá	Nororiente
5 San Matero	Centro oriente
6 San Humberto	Centro oriente

Fuente: Secretaría de Planeación Municipal, POT 2000 Soacha.

Soacha cuenta aproximadamente con 347 barrios y urbanizaciones, de los cuales 180 son asentamientos subnormales (ilegales, sin titulación de tierras). Las comunas cuatro y seis incluyen a los sectores de la población con mayor vulnerabilidad debido a las condiciones en que viven. Estos asentamientos son Altos de Cazucá, Ciudadela Sucre y Altos de la Florida<sup>18</sup>.

En el Anexo 2 se encuentra el mapa del municipio de Soacha y la ubicación de las seis comunas relacionadas en el cuadro 2.

## 5.2. Aspectos geográficos de Fusagasugá

El municipio de Fusagasugá se encuentra ubicado al sur occidente del Departamento de Cundinamarca, a una altitud de 1 728 metros sobre el nivel del mar. Es la capital de la Provincia del Sumapaz que está conformada por diez municipios: Silvania, Tibacuy, Pasca, Arbeláez, Pandi, San Bernardo, Venecia, Cabrera, Granada y Fusagasugá.

<sup>17</sup> Secretaría de Salud, Alcaldía Municipal de Soacha. 2008. *Perfil epidemiológico de Soacha*, Soacha (Cundinamarca, Colombia).

<sup>18</sup> Corporación para el Desarrollo Social y Humano SER. 2009. *Informe final consultoría para la formulación de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Soacha*, Soacha (Cundinamarca, Colombia).

Limita al norte con las poblaciones de Silvania y Sibaté, al sur con las poblaciones de Arbeláez, Pasca y Melgar (Tolima), al oriente con las poblaciones de Pasca y Sibaté y al Occidente Tibacuy y Silvana.

La superficie total del municipio es de 204 km<sup>2</sup> aproximadamente, la parte más ancha del municipio es la comprendida desde los límites de Silvania al norte y hasta el cerro de San Juan Viejo; y la más angosta es la Aguadita entre la desembocadura de los ríos Chocho y Cuja en el Sumapaz.

El casco urbano tiene una superficie total de 13,2 km<sup>2</sup> distribuidos por comunas, como se observa en el cuadro 3:

**Cuadro 3 Comunas de Fusagasugá**

Comuna	Área km <sup>2</sup>
Norte	1,47
Sur oriental	1,41
Sur occidental	3,41
Centro	0,62
Occidental	4,59
Oriental	1,59

Fuente: Alcaldía de Fusagasugá.

Fusagasugá tiene 42 barrios y 300 urbanizaciones. En la zona norte se concentra la población más vulnerable, la cual en su mayoría pertenece al nivel dos del SISBEN.

En el Anexo 3 se encuentra el mapa del municipio de Fusagasugá y la ubicación de las seis comunas relacionadas en el cuadro 3.

El área rural cuenta con 190,7 km<sup>2</sup> distribuidos en seis corregimientos, que tienen 36 veredas, datos que se muestran en el cuadro 4<sup>19</sup>:

**Cuadro 4 Corregimientos de Fusagasugá**

Corregimiento	Área km <sup>2</sup>
Norte	41,2
Sur occidental	50,5
Sur oriental	59,1
Oriental	17,5
Occidental	22,2

Fuente: Alcaldía de Fusagasugá.

En el Anexo 4 se encuentra el mapa del municipio de Fusagasugá y la ubicación de los corregimientos mencionados en el cuadro 4.

<sup>19</sup> **Alcaldía de Fusagasugá.** Sin fecha. *Información sobre Fusagasugá*, (disponible en <http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/Pagina1.php?id=362#economia> visitado en julio de 2009).

### 5.3. Aspectos comerciales de Soacha y Fusagasugá

De acuerdo a las cifras del Censo de población realizado por el DANE en 2005, en Soacha existen 9 225 establecimientos comerciales<sup>20</sup>.

De otra parte, y según cifras suministradas por Fenalttiendas, el municipio de Soacha tiene aproximadamente 4 200 negocios dedicados a la comercialización de alimentos frescos y/o empaquetados con punto de venta fijo para desarrollar su actividad comercial<sup>21</sup>.

El subsector del comercio más importante según la Cámara de Comercio de Bogotá es la compra y venta no especializada y el más importante, en términos de empleo e ingresos, es el comercio al por menor de alimentos<sup>22</sup>.

Por su parte en Fusagasugá y de acuerdo con las cifras suministradas por la Alcaldía de Fusagasugá, el municipio tiene aproximadamente 1 695 empresas, de las cuales 360, es decir el 21 por ciento, están dedicadas a la comercialización de alimentos frescos, procesados y empacados, como se aprecia en el cuadro 5:

**Cuadro 5 Empresas relacionadas con el sector de alimentos en Fusagasugá**

Categoría	No. Empresas
Aromáticas	5
Asaderos	21
Avicultura	23
Cafés	4
Comestibles	71
Comidas rápidas	14
Heladerías	18
Lácteos	7
Panadería	78
Restaurantes	108
Supermercados	11
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico, 2004. Fusagasugá.

Vale la pena anotar que hay un segmento de empresas del municipio que representan un nicho importante en el consumo de alimentos y podrían considerarse como parte del mercado institucional. Este grupo totaliza 137 empresas y se relaciona en el cuadro 6:

<sup>20</sup> DANE. 2005. Sistema de consulta información censal (disponible en <http://190.25.231.242/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CG2005BASICO&MAIN=WebServerMain.inl> visitado en julio de 2009).

<sup>21</sup> Información obtenida a través de la entrevista telefónica que se realizó al Señor Lino Franco, coordinador de Fenalttiendas, el día 28 de julio de 2009.

<sup>22</sup> Corporación para el Desarrollo Social y Humano SER. 2009. Informe final consultoría para la formulación de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Soacha, Soacha (Cundinamarca, Colombia).

## Cuadro 6 Empresas del mercado institucional que consumen alimentos

<b>Categoría</b>	<b>No. Empresas</b>
Centros Vacacionales	55
Colegios	42
Hoteles	40
<b>TOTAL</b>	<b>137</b>

Fuente: Secretaría de Desarrollo Económico, 2004. Fusagasugá.

Entre las 1 695 empresas que operan en Fusagasugá se generan 3 693 empleos permanentes y 1 087 temporales, según cifras de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía del municipio.

### 5.4. Malla vial y vías de acceso en Soacha

En el Municipio de Soacha se encuentran cuatro tipos de vías: nacional, regional, local y veredal.

Nacional: corresponde a la Autopista Sur, vía que divide en dos al casco urbano desde el límite con el Distrito Capital hasta el límite con el Municipio de Sibaté. Cuenta con una longitud de 8 km aproximadamente.

Regional: Soacha cuenta con dos vías; la vía Mondoñedo desde el barrio El Silo hasta la Vía La Mesa con una Longitud de 7,5 km y la vía a Mesitas del Colegio, que pasa por el municipio y cuenta con una longitud de 9,7 km. desde la Autopista Sur hasta límites con San Antonio del Tequendama. Esta vía comunica el casco urbano del municipio con las veredas de El Charquito, Alto de la Cruz y San Francisco (municipio de Soacha).

Local: están todas las vías que atraviesan el municipio a lo largo y ancho, algunas de ellas sin conectividad.

En la zona centro las vías más importantes son la paralela a la Autopista Sur o carrera séptima, la cual tiene una longitud de 4,5 km y la Perimetral, vía diseñada para el tránsito de vehículos pesados.

En el sector norte del municipio la mayoría de las vías principales se encuentran comunicadas con el Distrito Capital.

El 49 por ciento de las vías están afirmadas, el 34 por ciento tienen pavimento regular, y el 17 por ciento pavimento bueno. Gran parte de las vías no son lo suficientemente anchas para permitir el tráfico en doble sentido y están

planificadas de manera antitécnica, al punto que, según el Plan de Ordenamiento Territorial, en Soacha no se puede afirmar que exista como tal una malla vial<sup>23</sup>.

## 5.5. Malla vial y vías de acceso en Fusagasugá

A Fusagasugá se puede acceder desde la capital por dos importantes vías: la Panamericana y la vía por San Miguel. La distancia a Bogotá, por la vía que conduce a Soacha, San Raimundo, Subia, Sylvania y Fusagasugá tiene una extensión de 64 kilómetros; por la vía a San Miguel y La Aguadita, dista de la capital 59 kilómetros. La vía Panamericana lo comunica con el departamento del Tolima y sur occidente del país.

Actualmente, el municipio de Fusagasugá, no cuenta con un inventario de la malla vial urbana que permita conocer el estado exacto, las longitudes, materiales, anchos, andenes, paramentos y demás detalles que permitan hacer un seguimiento del sistema vial municipal, por lo cual dificulta realizar una planeación y programación del mantenimiento vial.

En cuanto a la calidad y tipo de las vías en el área urbana se estima que el 25 por ciento se encuentran sin pavimentar y el restante 75 por ciento están pavimentadas. Se debe tener en cuenta que del porcentaje de vías pavimentadas no todas se encuentran en buen estado y es necesario realizar actividades de mantenimiento preventivo y correctivo a las que se encuentran principalmente pavimentadas con asfalto.

Una de las causales de deterioro de las vías se debe a la restitución de los alcantarillados de aguas residuales y/o de aguas lluvias o reparaciones y/o reposiciones de las redes de acueducto y de los demás servicios públicos que pasan por las vías, puesto que al llevar a cabo estas actividades se afecta la estructura de la vía y del pavimento, acelerando su proceso de deterioro.

Las vías rurales del municipio se encuentran en su mayoría recebadas en un porcentaje aproximado del 85 por ciento siendo necesario hacer mantenimiento anual, especialmente en épocas de invierno.

Debido a la topografía del municipio, en muchas de las vías rurales existen pendientes elevadas en las cuales se han construido cintas en concreto para que los vehículos puedan transitar, especialmente en las temporadas invernales, siendo necesario en algunos tramos reconstruir las cintas en concreto así como construir cintas en muchos de estos puntos en los cuales se dificulta el tránsito vehicular<sup>24</sup>.

<sup>23</sup> **Cámara de Comercio de Bogotá.** 2005. *Plan económico para la competitividad de Soacha*, Bogotá (Colombia) (disponible en <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=759&catID=86> visitado en junio de 2009).

<sup>24</sup> **Alcaldía de Fusagasugá.** 2008. *Plan de desarrollo del municipio de Fusagasugá 2008-2011 "una gerencia con compromiso social"*, Fusagasugá (Cundinamarca, Colombia) (disponible en [http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/pdf/plan\\_desarrollo.pdf](http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/pdf/plan_desarrollo.pdf) visitado en julio de 2009).

## 5.6. Población de Soacha

Según las proyecciones de población realizadas por el DANE para el período comprendido entre 2005 y 2009 (a junio 30), Soacha debe tener una población aproximada de 444 612 habitantes para el presente año, la cual representa el 18,4 por ciento del total de la población de Cundinamarca, que es cercana a los 2,4 millones de habitantes (excluyendo a la ciudad de Bogotá). El 49,28 por ciento son hombres y el 50,7 por ciento mujeres. El 98,7 por ciento del total de la población se encuentra en la cabecera del municipio y el 1,2 por ciento en la zona rural. Con respecto a la población urbana se estima que Soacha cuenta con cerca de 439 004 habitantes, es decir, el 27,4 por ciento del total de la población ubicada en cabecera en el Departamento<sup>25</sup>.

Del total de la población del municipio, el 30,2 por ciento es menor de 14 años y el 14,7 por ciento es mayor de 65 años.

El crecimiento promedio de la población en Soacha fue de 2,5 por ciento entre 1995-2000 y de 2,2 por ciento para el período 2000-2004. Según cifras del plan de desarrollo del municipio 2008-2011, la población de Soacha está creciendo a una tasa del 5 por ciento anual. Este escenario permite vislumbrar una creciente demanda de alimentos, acorde con el incremento de la población, situación que puede significar oportunidades comerciales para los pequeños productores, con el fin de suplir esta demanda.

El fenómeno migratorio es esencial para entender la tendencia del crecimiento demográfico, el papel que desempeña el municipio en la región y los bajos índices de calidad de vida que enfrenta. Según datos del censo experimental de Soacha del 2003, los no migrantes, considerados las personas que nacieron en Soacha y han vivido ahí, representan el 14,6 por ciento de la población; los migrantes, aquellas personas que han vivido en algún momento en otro municipio, son el 81,6 por ciento<sup>26</sup>.

La población en condición de desplazamiento se considera vulnerable debido a la pobreza, el alto desempleo y a las precarias condiciones alimentarias y educativas en que se encuentran. Adicionalmente, los sectores a los que llegan las familias desplazadas en la periferia del municipio (comunas cuatro y seis principalmente) presentan riesgo sísmológico y geológico.

Aproximadamente el 4,9 por ciento de los habitantes de Soacha son desplazados, con unas condiciones sociales y económicas de extrema vulnerabilidad, debido a

---

<sup>25</sup> DANE. 2009. *Información estadística. Colombia: proyecciones de población municipales por área 2005-2009 a Junio 30*, Bogotá (Colombia) (disponible en [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co) visitado en junio de 2009).

<sup>26</sup> Cámara de Comercio de Bogotá. 2005. *Plan económico para la competitividad de Soacha*, Bogotá (Colombia) (disponible en <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=759&catID=86>).

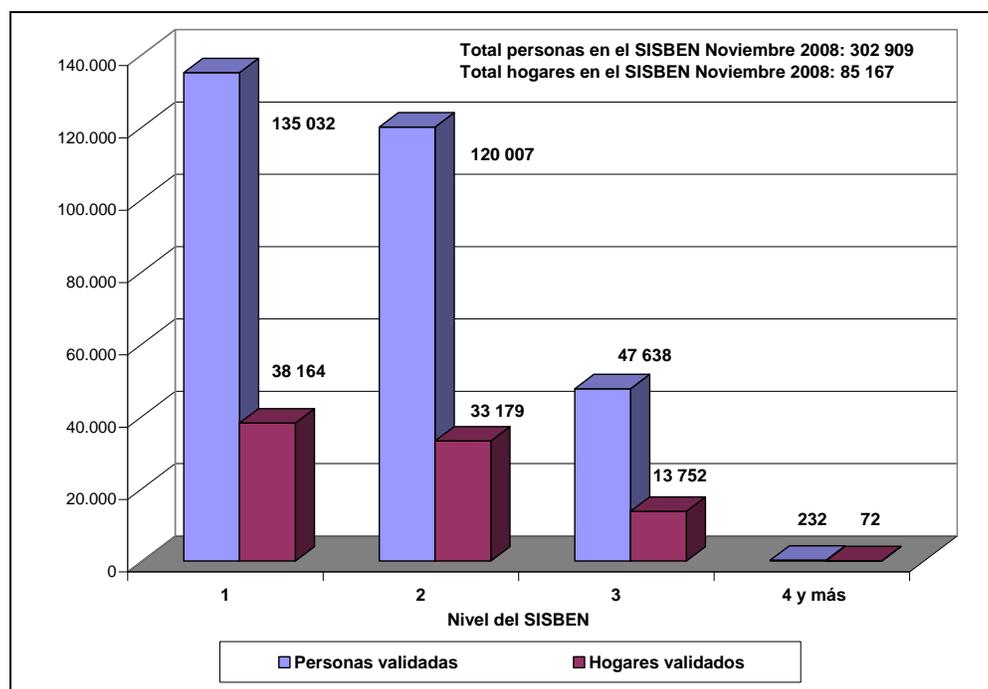
los bajos indicadores sobre seguridad alimentaria, educación, salud, vivienda y recreación, y por el bajo acceso a los servicios públicos fundamentales<sup>27</sup>.

Teniendo en cuenta que el análisis dentro del proyecto se enfoca en la población más vulnerable, es importante analizar los datos compilados por el Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales (SISBEN).

De acuerdo al Departamento Nacional de Planeación (DNP), el SISBEN es “una herramienta básica que facilita el diagnóstico socioeconómico preciso de determinados grupos de la población, se aplica a hogares no colectivos, y es muy útil para la elaboración del plan de desarrollo social de los municipios y la selección técnica, objetiva, uniforme y equitativa de beneficiarios para programas sociales, de acuerdo con su condición socioeconómica particular, representada mediante un indicador resumen de calidad de vida - índice SISBEN”<sup>28</sup>.

El municipio de Soacha tiene el 15,3 por ciento de la población sisbenizada de Cundinamarca, lo que corresponde a 302 909 personas; esta cifra frente a la población del municipio representa aproximadamente el 70 por ciento. Del total de personas en el SISBEN, el 84,1 por ciento son de nivel uno y dos, de acuerdo al gráfico 1.

**Gráfico 1 personas y hogares validados por el SISBEN en Soacha**



Fuente: SISBEN - DNP

<sup>27</sup> Corporación para el Desarrollo Social y Humano SER. 2009. *Informe final consultoría para la formulación de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Soacha*, Soacha (Cundinamarca, Colombia).

<sup>28</sup> Gobernación de Cundinamarca. 2006. *Anuario estadístico de Cundinamarca 2006*, Bogotá (Colombia) (disponible en [http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/anuario%20estadístico%20de%20cundinamarca\\_2006\\_alta%20resolución.pdf](http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/anuario%20estadístico%20de%20cundinamarca_2006_alta%20resolución.pdf) visitado en junio de 2009).

Los hogares totalizan 85 167, siendo el 83,7 por ciento de nivel uno y dos, lo que significa que se encuentran en vulnerabilidad y en condiciones de pobreza. Esta cifra equivale al 58,7 por ciento del total de la población del municipio<sup>29</sup>.

Según la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia 2005, el 59,4 por ciento de la población catalogada en SISBEN uno se encuentra en inseguridad alimentaria mientras que en el nivel dos esta situación la enfrenta el 42,3 por ciento<sup>30</sup>.

## 5.7. Población de Fusagasugá

De acuerdo con las proyecciones realizadas por el DANE sobre población, el municipio de Fusagasugá tenía una población aproximada de 118 955 habitantes a junio de 2009, que representa el 4,8 por ciento del total de la población de Cundinamarca. El 49,1 por ciento de la población son hombres y el restante 50,8 por ciento son mujeres.

El 79,7 por ciento de los pobladores están localizados en la zona urbana del municipio mientras que el 20,2 por ciento están ubicados en el área rural. En cuanto a la edad de los pobladores, el 25,8 por ciento de los habitantes de Fusagasugá tiene entre 0 y 14 años de edad y el 11,7 por ciento tiene más de 60 años<sup>31</sup>.

La tasa anual de crecimiento de la población en Fusagasugá entre los años 1995 y 2000 fue del 3,0 por ciento y en el periodo comprendido entre los años 2000 y 2004 el incremento promedio de la población fue del 2,6 por ciento<sup>32</sup>.

Con respecto a la población de Fusagasugá validada por el SISBEN, hay un total de 92 179 personas, cifra que representa el 77 por ciento del total de la población del municipio. Del total de personas que se encuentran en el SISBEN, el 85,1 por ciento pertenecen al nivel uno y dos y gran parte se encuentra ubicada en la zona urbana del municipio. En cuanto al número de hogares hay validados 29 628, de los cuales el 83 por ciento son del nivel uno y dos del SISBEN<sup>33</sup>, como se observa en el gráfico 2.

---

<sup>29</sup> **SISBEN**. Sin fecha. *Información SISBEN, reporte base certificada total de personas validadas Corte 3 de noviembre de 2008 por zona y nivel Sisbén, Bogotá (Colombia)* (disponible en <http://www.sisben.gov.co/Informaci%C3%B3n/tabid/48/language/es-ES/Default.aspx> visitado en junio de 2009).

<sup>30</sup> **Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF)**. 2005. *Resultados encuesta nacional de la situación nutricional en Colombia 2005*, Bogotá (Colombia).

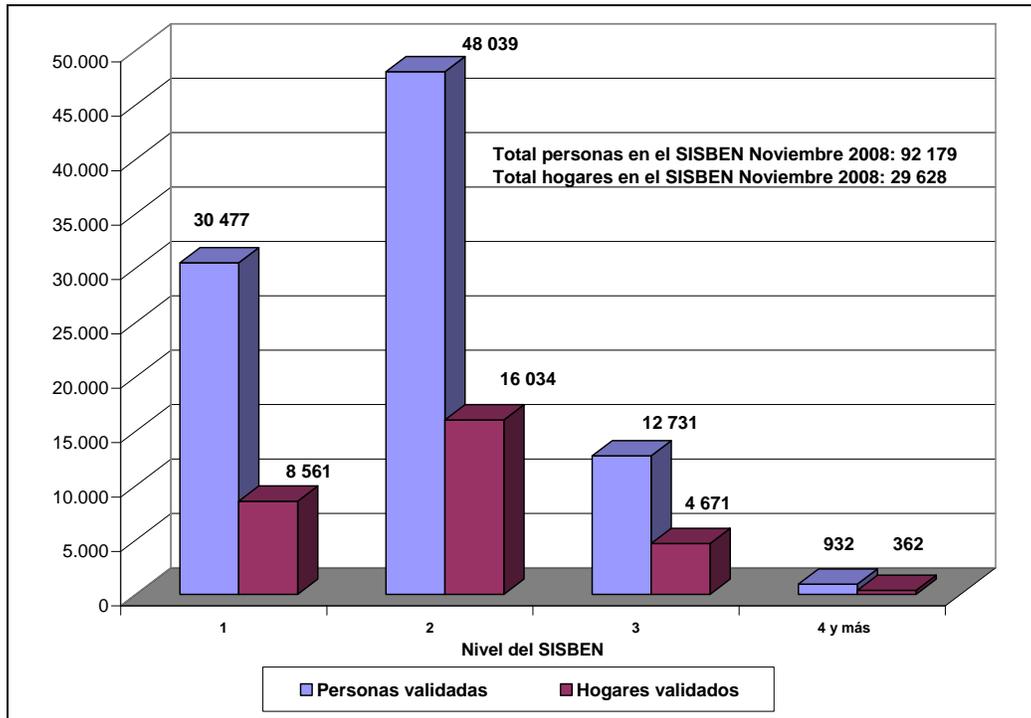
<sup>31</sup> **DANE**. 2009. *Información estadística. Colombia: proyecciones de población municipales por área 2005-2009 a Junio 30*. Bogotá (Colombia) (disponible en [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co) visitado en junio de 2009).

<sup>32</sup> **Cámara de Comercio de Bogotá**. 2005. *Plan económico para la competitividad de Fusagasugá*, Bogotá (Colombia) (disponible en [http://camara.ccb.org.co/documentos/655\\_2005\\_8\\_23\\_11\\_38\\_36\\_Plan\\_Fusa.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/655_2005_8_23_11_38_36_Plan_Fusa.pdf) visitado en junio de 2009).

<sup>33</sup> **SISBEN**. Sin fecha. *Información SISBEN, Reporte base certificada total de personas validadas corte 3 de noviembre de 2008 por zona y nivel Sisbén, Bogotá (Colombia)* (disponible en <http://www.sisben.gov.co/Informaci%C3%B3n/tabid/48/language/es-ES/Default.aspx> visitado en junio de 2009).

Según las cifras que se muestran en el gráfico 2, el municipio de Fusagasugá tiene un total de 78 516 personas (24 595 hogares) en el nivel uno y dos del SISBEN, es decir, cerca del 66 por ciento del total de la población del municipio. Este grupo representa a la población más vulnerable y que se encuentra en condiciones de pobreza.

**Gráfico 2 Personas y hogares validados por el SISBEN en Fusagasugá**



Fuente: SISBEN - DNP

## 5.8. Actividad económica de la población

Según cifras del Censo Experimental de Población y Vivienda de Soacha 2003, en el municipio hay 115 174 personas económicamente activas ocupadas. En el cuadro 7 se resume la información sobre población ocupada por actividad económica. Como se puede observar, más del 50 por ciento de las actividades económicas en las que se ocupan las personas están representadas por el grupo de actividades no bien especificadas, con el 41,3 por ciento de participación; otras actividades empresariales con el 7 por ciento; comercio al por menor con el 5,2 por ciento; construcción con una participación del 4 por ciento. Es decir, que la mayor parte de la población del municipio se dedica a actividades del sector informal, que presenta bajos niveles de ingresos y seguridad social inestable.

El diagnóstico comunitario realizado por la Alcaldía de Soacha, señala como problemática constante la falta de ingreso derivado del desarrollo de una actividad económica estable ya sea propia o en calidad de empleado. El acceso a puestos

de trabajo como medio para la generación de ingresos se ve dificultada por la falta de cualificación académica y laboral, lo que se suma a la baja oferta laboral y la escasa información disponible sobre la misma.

**Cuadro 7 Población ocupada por actividad económica en Soacha**

<b>Actividad</b>	<b>Número de habitantes ocupados</b>
Actividades no bien especificadas	47 670
Sin información	14 461
Otras actividades empresariales	8 082
Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas; reparación de efectos personales y enseres domésticos	6 101
Educación	4 903
Construcción	4 694
Elaboración de productos alimenticios y de bebidas	3 211
Comercio, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas, comercio al por menor de combustibles y lubricantes para vehículos automotores	3 079
Hoteles, restaurantes, bares y similares	2 771
Transporte por vía terrestre; transporte por tuberías	2 663
Servicios sociales y de salud	2 519
Fabricación de prendas de vestir; preparado y teñido de pieles	2 103
Administración pública y defensa; seguridad social de afiliación obligatoria	1 677
Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas	1 613
Fabricación de productos textiles	1 569
Agricultura, ganadería, caza	1 492
Fabricación de muebles; industrias manufactureras	1 442
Hogares privados con servicio doméstico	1 377
Comercio al por mayor y en comisión o por contrata, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas; mantenimiento y reparación de maquinaria y equipo	1 350
Otras actividades de servicios	1 302
Correo y telecomunicaciones	1 095
<b>Total población económicamente activa (PEA) ocupada</b>	<b>115 174</b>

Fuente: Censo experimental de población y vivienda de Soacha 2003.

Existen limitaciones en el apoyo a los emprendimientos e iniciativas productivas, relacionadas con el desconocimiento y complejidad de los trámites y la dificultad en el acceso al crédito para la creación y mejoramiento de las unidades productivas.

El diagnóstico también señala la carencia de políticas públicas dirigidas al fomento de la producción y al apoyo a las microempresas en temas importantes como fomento, crédito y fortalecimiento empresarial<sup>34</sup>.

Del grupo de actividades no bien especificadas se deduce que pueden ser aquellas orientadas a la economía informal, trabajos temporales, jornaleros, los popularmente llamados “toderos” que son personas que se dedican a multiplicidad de actividades determinadas por la oferta laboral y las necesidades de subsistencia<sup>35</sup>.

De acuerdo con las cifras del cuadro 7, la población que se dedica a estas actividades representa el 54 por ciento de la población económicamente activa y es la que tiene mayor vulnerabilidad teniendo en cuenta sus limitaciones para la obtención de ingresos. Es precisamente este segmento poblacional el que requiere atención por parte de las autoridades gubernamentales para facilitarles el acceso a los alimentos.

Por su parte en Fusagasugá, de acuerdo a las cifras del censo general del año 2005, la unidad económica predominante es el comercio, con una participación del 54 por ciento dentro de las principales actividades económicas del municipio. Le siguen en importancia el sector servicios con el 34 por ciento, industria con el 6 por ciento y otras actividades con el restante 6 por ciento de participación<sup>36</sup>.

## 6. Contexto Institucional

A continuación se encuentra la información sobre las entidades del sector público y privado que trabajan en estos dos municipios en actividades relacionadas con el suministro de alimentos a la población vulnerable.

### 6.1. Soacha

La Secretaría de Desarrollo Social de la Alcaldía de Soacha desarrolla actualmente algunas acciones relacionados con el tema alimentario del municipio, a través del programa “Soacha Alimentada con Amor”, como se resume a continuación:

- Programa de asistencia nutricional al escolar: el objetivo de programa de asistencia nutricional es brindar complementación alimentaria a los estudiantes de las instituciones públicas del municipio, por medio del

<sup>34</sup> Corporación para el Desarrollo Social y Humano SER. 2009. *Informe final consultoría para la formulación de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Soacha*, Soacha (Cundinamarca, Colombia).

<sup>35</sup> Secretaría de Salud, Alcaldía Municipal de Soacha. 2008. *Perfil epidemiológico de Soacha*, Soacha (Cundinamarca, Colombia).

<sup>36</sup> DANE. 2005. *Censo General 2005*. Bogotá (Colombia) (disponible en [http://190.25.231.236/productos/consultas/product\\_pdf.asp?L\\_DEPTO=25&L\\_MUNI=25290&L\\_producto=T6T001\\_CIS&n\\_muni=FUSAGASUGA&n\\_depto=CUNDINAMARCA](http://190.25.231.236/productos/consultas/product_pdf.asp?L_DEPTO=25&L_MUNI=25290&L_producto=T6T001_CIS&n_muni=FUSAGASUGA&n_depto=CUNDINAMARCA)).

suministro de un refrigerio reforzado. Actualmente se atienden 21 343 alumnos de 56 instituciones educativas oficiales del municipio priorizando a los estudiantes de primaria. El programa cuenta con dos tipos de refrigerios, que dependen de las condiciones físicas de los establecimientos educativos: refrigerio caliente preparado que se suministra en 48 instituciones que cuentan con el restaurante escolar, y el refrigerio empacado, que se reparte en 12 instituciones. El programa funciona bajo un convenio de asociación, cooperación y cofinanciación y aporte entre el ICBF y la alcaldía municipal.

El operador de los dos convenios vigentes es la Fundación Vive Colombia.

*Convenio 25-11-2009 – 400:* dirigido a población en condición de desplazamiento, atención por un periodo de 143 días a 725 niños de primaria de instituciones oficiales del municipio; el 35 por ciento del valor total del programa lo asume la Alcaldía y 75 por ciento el ICBF.

*Convenio 25-11-2009 – 426:* dirigido a población regular con atención por un periodo de 143 días a 20 618 niños de primaria de instituciones oficiales del municipio. La Alcaldía aporta el 53 por ciento del total del valor del convenio y el ICBF el 47 por ciento.

- El Programa Nacional de Alimentación, Juan Luís Londoño de la Cuesta (PANAM), dirigido a la población adulta mayor, tiene en el municipio de Soacha aproximadamente 2 589 beneficiarios (ración servida, es decir, a través de comedores comunitarios) y 150 (ración para preparar, es decir, con suministro de mercado). La administración gestiona ante el ICBF la atención a 200 adultos mayores adicionales de la zona rural<sup>37</sup>.

En el municipio de Soacha tienen presencia otras instituciones del sector público y privado con programas de asistencia alimentaria, pero la Alcaldía no tiene injerencia en estos proyectos. Se destacan los programas del Programa Mundial de Alimentos (PMA), Visión Mundial, Interbolsa (entidad que apoya a varios comedores comunitarios) y el Banco Arquidiocesano de alimentos.

## 6.2. Fusagasugá

La Alcaldía de Fusagasugá contempla, dentro de su plan de desarrollo para el período 2008-2011, los siguientes programas relacionados con seguridad alimentaria para la población vulnerable:

- Programa Fusagasugá Alimenta tu Futuro: comedores populares (atención a la población vulnerable): suministrar almuerzos calientes a los adultos mayores de escasos recursos del municipio a través de los comedores

---

<sup>37</sup> Corporación para el Desarrollo Social y Humano SER. 2009. *Informe final consultoría para la formulación de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Soacha, Soacha (Cundinamarca - Colombia).*

populares. La meta es atender diariamente a 160 adultos mayores de escasos recursos en los cuatro años.

Comedores escolares: suministrar un refrigerio reforzado, y/o desayuno escolar a los estudiantes de las unidades educativas que cumplan con los nutrientes necesarios. El objetivo es atender diariamente a 11 926 niños en escolaridad.

Banco de alimentos: poner en funcionamiento el banco de alimentos para el beneficio de las personas de escasos recursos del municipio priorizando la tercera edad, discapacitados y madres cabeza de familia. La meta es beneficiar a 85 000 personas de los niveles 1 y 2 del SISBEN con subsidio de alimentos<sup>38</sup>.

El municipio de Fusagasugá recibe apoyo del Programa Mundial de Alimentos (PMA) en ciertos programas relacionados con madres gestantes y nutrición para la población infantil.

Estos programas auspiciados por la Alcaldía municipal se constituyen en oportunidades reales que tienen los pequeños productores para lograr su vinculación de al mercado, teniendo en cuenta las exigencias que hay en cuanto a calidad, volumen y precio para los alimentos que adquieren en cada programa.

En el numeral 8.1 se analizan las exigencias que hacen los operadores de los comedores comunitarios o restaurantes escolares a sus proveedores en cuanto a calidad del producto, volumen, frecuencia, precios y empaque de los alimentos.

## **7. Demanda de alimentos en los hogares de Soacha y Fusagasugá**

Este análisis toma como referencia los productos de la canasta básica de alimentos que fueron seleccionados como prioritarios para esta investigación, a saber: papa, tomate chonto, habichuela, arveja, cebolla larga, zanahoria, mora, tomate de árbol, banano y mango.

### **7.1. Volumen de la demanda de alimentos**

Para realizar un estimativo sobre el consumo de los alimentos priorizados para la presente investigación por parte de los habitantes de Soacha y Fusagasugá, y teniendo en cuenta que no hay estadísticas recopiladas sobre este aspecto del mercado para estos municipios, se tomó como referencia la mediana de compra diaria por persona de los estratos uno, dos y tres en Manizales, datos indicativos

---

<sup>38</sup> **Alcaldía de Fusagasugá.** 2008. *Plan de desarrollo del municipio de Fusagasugá 2008-2011 "una gerencia con compromiso social"*, Fusagasugá (Cundinamarca, Colombia) (disponible en [http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/pdf/plan\\_desarrollo.pdf](http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/pdf/plan_desarrollo.pdf) visitado en julio de 2009).

que pueden ser de utilidad, considerando que la información recopilada se centra también en la población de menores ingresos<sup>39</sup>.

Tomando las cifras de la población del municipio de Soacha del año 2009, la cual totaliza 444 612 personas y como referente la mediana de compra diaria por persona en Manizales, de los alimentos priorizados para la presente investigación<sup>40</sup> (aproximadamente 190 gramos diarios, de los cuales 148 gramos corresponden a papa y verduras, y 42 gramos a frutas), el consumo de estos productos en Soacha se estima en 84,47 toneladas/día, es decir, 2 534 toneladas mensuales.

De acuerdo con las cifras del cuadro 8, el 77,7 por ciento del consumo corresponde al grupo de verduras y tubérculos, mientras que las frutas tienen una participación del 22,3 por ciento dentro del total de consumo de estos alimentos. La papa se constituye en el principal alimento consumido, con el 60 por ciento y en el caso de las frutas, lo es el banano con el 6,6 por ciento.

**Cuadro 8 Consumo de los alimentos de interés en Soacha**

Producto	Consumo per cápita mensual (g)	Consumo total mensual (ton)	Participación producto sobre el total (%)
<b>Verduras y tubérculos</b>	<b>4 428</b>	<b>1 968,6</b>	<b>77,7</b>
Papa	3 438	1 529	60
Tomate	300	133,3	5,2
Zanahoria	300	133,3	5,2
Cebolla larga	100	44	1,8
Habichuela	290	129	5
<b>Frutas</b>	<b>1 273</b>	<b>565,3</b>	<b>22,3</b>
Tomate de árbol	300	133,3	5,2
Banano	375	167	6,6
Mango	325	144	5,7
Mora	273	121	4,7
<b>Total</b>	<b>5 701</b>	<b>2 534</b>	

Fuente: Secretaría de Salud Pública de Manizales, 2008. Cálculos propios.

En el segmento de la población vulnerable<sup>41</sup>, y teniendo en cuenta la población que se encuentra en los niveles uno y dos del SIBEN (255 039 habitantes), el consumo de los alimentos seleccionados para la presente investigación es aproximadamente de 48,45 toneladas por día, lo cual equivale a 1 453 toneladas por mes.

En Fusagasugá, asumiendo los datos de la población del municipio del año 2009, la cual totaliza 118 955 personas y como referente la mediana de compra diaria

<sup>39</sup> Secretaría de Salud Pública de Manizales. 2008. *Resultados sobre canasta usual de alimentos de los hogares de estratos uno a tres de Manizales comprada y/o adquirida*, Manizales (Colombia).

<sup>40</sup> El análisis realizado en Manizales no incluye la arveja.

<sup>41</sup> La vulnerabilidad social se refiere al conjunto de factores o condiciones que impiden o dificultan el acceso cotidiano a la alimentación, es decir, por los factores de pobreza. **Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP**. Sin fecha. *Documento soporte técnico del plan maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria de Bogotá*.

por persona en Manizales, que se mencionó anteriormente, el consumo de estos productos se estima en 22,6 toneladas/día, es decir, 678,2 toneladas mensuales.

Tal como se observa en los datos consignados en el cuadro 9, el 77,7 por ciento del consumo corresponde al grupo de verduras y tubérculos, mientras que las frutas tienen una participación del 22,3 por ciento dentro del total de consumo de estos alimentos. El alimento que cuenta con el mayor consumo es la papa, con el 60,3 por ciento y en el grupo de las frutas, el banano es el principal alimento consumido, con el 6,6 por ciento.

**Cuadro 9 Consumo de los alimentos de interés en Fusagasugá**

<b>Producto</b>	<b>Consumo per cápita mensual (g)</b>	<b>Consumo total mensual (ton)</b>	<b>Participación producto sobre el total (%)</b>
<b>Verduras y tubérculos</b>	<b>4 428</b>	<b>526,7</b>	<b>77,7</b>
Papa	3 438	409,0	60,3
Tomate	300	35,7	5,3
Zanahoria	300	35,7	5,3
Cebolla larga	100	11,9	1,8
Habichuela	290	34,5	5,1
<b>Frutas</b>	<b>1 273</b>	<b>151,4</b>	<b>22,3</b>
Tomate de árbol	300	35,7	5,3
Banano	375	44,6	6,6
Mango	325	38,7	5,7
Mora	273	32,5	4,8
<b>Total</b>	<b>5 701</b>	<b>678,2</b>	

Fuente: Secretaría de Salud Pública de Manizales, 2008. Cálculos propios.

La población considerada vulnerable, especialmente la que está en los niveles uno y dos del SIBEN (78 516 habitantes), consume en los alimentos seleccionados aproximadamente 14,9 toneladas por día, equivalente a 447,6 toneladas mensuales.

## **7.2. Patrones de compra de alimentos**

Este tema se analizará teniendo en cuenta los productos priorizados para la investigación. De igual manera se incluye información sobre el tipo de mercado en el que los comerciantes y consumidores adquieren los productos, la frecuencia de abastecimiento y compra respectivamente, así como las exigencias que las tiendas y supermercados hacen a los proveedores.

Los municipios de Soacha y Fusagasugá no cuentan a la fecha con información sobre los hábitos alimentarios de sus habitantes, sin embargo, la Gobernación de Cundinamarca aplicó una encuesta de hábitos, costumbres e imagen alimentaria para diseñar el plan departamental de alimentación y nutrición en la que se concluyó que hay una marcada tendencia a la monotonía en la alimentación,

debido a que el patrón alimentario diario que sigue la población se basa en el consumo de pasta, arroz, zanahoria, pan, papa, panela y aceite<sup>42</sup>.

A continuación se hace el análisis de los patrones de compra en los principales canales de distribución de alimentos en estos municipios: tiendas, supermercados y plazas de mercado.

- **Canal de tiendas**

La FAO adelantó en mayo de 2009 un trabajo de investigación en las tiendas alimentarias en Soacha, ubicadas en zonas de estrato uno y dos. Los resultados muestran que dentro del grupo de verduras las que más comercializan son: habichuela, zanahoria, tomate y arveja; con respecto a las frutas las de mayor venta son en su orden: mango, guayaba, banano, mora, manzana y tomate de árbol.

El 86,2 por ciento de los tenderos encuestados compra las frutas y las verduras en el mercado mayorista de Corabastos, el 6,5 por ciento adquiere los productos directamente con el productor, el 6 por ciento en plazas de mercado y el 0,4 por ciento en supermercados. En cuanto a la frecuencia de abastecimiento, el 34, 1 por ciento lo hace día de por medio, el 30, 6 por ciento diariamente, un 23,3 por ciento dos veces por semana y sólo el 10,8 por ciento de los tenderos se abastece una vez por semana.

Para la selección de los proveedores, los factores determinantes para los tenderos que comercializan frutas y verduras en sus establecimientos son en su orden, la calidad, el comportamiento de la demanda, los precios y la abundancia de los alimentos. Otro aspecto a resaltar está relacionado con la fijación del precio de compra a los proveedores, el 50,9 por ciento de las tiendas encuestadas acuerdan el precio mediante una negociación, el 40,5 por ciento adquiere los productos con unos precios fijos y el restante 8,2 por ciento según el volumen de compra.

Con respecto a la forma de pago al proveedor, el 59 por ciento de los tenderos entrevistados pagan de contado una vez reciben su pedido y el 37,9 por ciento cancelan de contado desde el momento de hacer el pedido.

En el 60,5 por ciento de los tenderos considera que sus clientes tienen ingresos promedio entre \$200 000 y \$300 000 pesos mensuales. Con relación a la frecuencia de compra, más del 88 por ciento de las tiendas encuestadas afirma que sus clientes compran frutas y verduras diariamente<sup>43</sup>.

De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada en las tiendas de Soacha, los pequeños productores tendrían oportunidad de vincularse con el segmento de

---

<sup>42</sup> Camargo, M. y Londoño, M. Sin fecha. *Resultados de la encuesta sobre hábitos, costumbres e imagen alimentaria en municipios de Cundinamarca para el plan departamental de alimentación y nutrición – SAN, Bogotá (Cundinamarca - Colombia).*

<sup>43</sup> FAO. 2009. *Análisis socioeconómico de tiendas alimentarias en Soacha (Cundinamarca, Colombia).*

los tenderos, teniendo en cuenta que éstos se proveen directamente de los productores en un 6,5 por ciento y que los precios del producto se establecen a través de una negociación en más del 50 por ciento de los casos. La calidad es uno de los aspectos más importantes que tienen en cuenta los tenderos para seleccionar sus proveedores.

Con respecto al canal de tiendas, el municipio de Fusagasugá no cuenta por el momento con información sobre el total de tiendas que comercializan frutas y verduras en el área urbana, razón por la cual no es posible realizar un análisis de este agente minorista, sin embargo, será necesario su análisis futuro para complementar la información sobre los canales de comercialización que integran el SADA del municipio.

- **Canal de supermercados**

En el municipio de Soacha tienen presencia tres cadenas de supermercados, también con presencia en las principales ciudades del país: Surtimax (operado por Carulla Viviero), Olímpica y Carrefour. Para obtener información sobre la demanda de los alimentos de interés a través de este canal, se aplicó una encuesta a los jefes de compra de frutas y verduras de estas cadenas<sup>44</sup>.

### **Olímpica Unisur**

Olímpica cuenta con cinco bodegas a nivel nacional, ubicadas en las ciudades de Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Cali y Bogotá. En estas bodegas se centraliza el acopio de los productos y, dependiendo de la zona de influencia, se maneja el aprovisionamiento de los puntos de venta en todo el país.

Para Bogotá, la central de acopio está ubicada en Fontibón y allí se reciben los productos directamente de los proveedores y/o de las demás bodegas del país. En esta central se maneja también la operación de las regionales de Tunja, Sogamoso, Neiva, Girardot, Villavicencio y Espinal.

El supermercado Olímpica Unisur, localizado en el municipio de Soacha, se abastece en un 92 por ciento de la central de Fontibón y el resto lo hace por provisión directa, especialmente para productos como pulpas de fruta, flores y *commodities* en general. Con respecto a los productos que se priorizaron en la investigación, la central de Fontibón compra directamente a los productores, papa, tomate chonto, habichuela, arveja, cebolla larga, zanahoria, mora, tomate de árbol, banano y mango; en algunas ocasiones adquiere la zanahoria y la papa en Corabastos. Los proveedores entregan directamente el producto en la central de acopio o en el punto de venta, según el caso.

---

<sup>44</sup> El jefe de compras de alimentos percederos de la cadena Carulla Viviero no suministró la información por considerarla de carácter confidencial.

El abastecimiento de frutas, tubérculos y verduras es a diario, con excepción de la mora que se hace dos veces por semana, en algunas ocasiones ocurre lo mismo para el banano y el mango. Los proveedores de estos alimentos proceden principalmente del departamento de Cundinamarca. Se destacan los municipios de Granada, Fusagasugá, y los ubicados en la Sabana de Bogotá, como se observa en el cuadro 10. Las principales exigencias que esta cadena de supermercados hace a sus proveedores tienen relación con la calidad, el volumen, precios competitivos e inocuidad de los productos. Con respecto a la calidad se presentan algunas diferencias dependiendo del segmento del mercado atendido, que tienen que ver únicamente con el tamaño y la presentación del producto y no con la sanidad del mismo, pues las normas sanitarias son estándar a nivel nacional. En el caso del supermercado ubicado en Soacha, Olímpica tiene un portafolio con cerca de 50 productos negociados como económicos.

El empaque depende del producto y de la logística del mismo, pero normalmente el embalaje es en canastillas, las cuales a su vez se pueden convertir en empaque de productos a granel. En la línea de productos económicos manejan bolsas por kilo o diferentes gramajes y también utilizan bandejas para la venta de algunos de los productos. Olímpica tiene diferentes modalidades de pago para sus proveedores, en el caso de fruver y por tratarse de productos perecederos, procuran realizar los pagos entre uno a 20 días, dependiendo de la negociación que se haga con el proveedor.

En el cuadro 10 se registra el volumen y los precios de compra y venta del Supermercado Olímpica Unisur, para los diez productos seleccionados en la presente investigación. Los productos que más comercializa este supermercado son papa, mora, cebolla larga, tomate y habichuela; los alimentos de menor movimiento son tomate de árbol, banano y mango.

**Cuadro 10 Volumen mensual, precios de compra y de venta en Olímpica**

Producto	Compra			Venta	
	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)	región de origen de los proveedores	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)
Papa	5 460	1 100	Municipios de Usme, Tausa, Villa Pinzón, Subachoque, Simijaca, Ubaté, Toca, Tota.	5 200	1 430
Tomate	1 260	1 780	Villa de Leyva, Santa Sofía (Departamento de Risaralda)	1 200	2 420
Habichuela	1 100	1 980	Granada, Fusagasuga, Anolaima	1 050	3 080
Arveja	998	3 480	Granada, Sabana de Bogotá	950	4 650
Cebolla larga	1 523	2 350	Aquitania	1 450	3 300
Zanahoria	578	1 700	Sabana de Bogotá	550	2 350
Mora	4 725	2 800	Granada	4 500	4 650
Tomate de árbol	305	2 090	Granada, San Bernardo	290	2 860
Banano	441	1 200	Quindío	420	1 450
Mango	525	1 760	Tolima, Cundinamarca	500	2 650
<b>Total</b>	<b>16 915</b>			<b>16 110</b>	

Fuente: Entrevista a jefe de compra de la cadena Supertiempos y Droguerías Olímpica S.A., Dirección de Fruver, agosto 5 de 2009

Los alimentos con mayor precio de compra por kilogramo son arveja, mora, cebolla larga y tomate de árbol, mientras que los productos con mayor precio de venta por kilogramo son en arveja, mora, cebolla larga y habichuela.

La frecuencia de compra de frutas y verduras por parte de los clientes de este supermercado es a diario. En el caso de la mora la compra la realizan dos veces por semana y esta misma frecuencia se da en algunas ocasiones para el banano y el mango. Los clientes que frecuentan esta tienda son de ingresos bajos y medios, dadas las características sociales de Soacha.

## **Carrefour**

Esta cadena de supermercados centraliza las compras de fruver para toda la regional de Cundinamarca en un centro de acopio ubicado en el municipio de Funza. Las frutas y las verduras las adquieren directamente con los productores; los proveedores en general deben entregar los productos en la central mencionada.

El abastecimiento de estos alimentos es a diario al igual que la compra por parte de los clientes de la tienda. Los proveedores de los alimentos seleccionados están localizados principalmente en el departamento de Cundinamarca, en municipios como Fusagasugá, Arbeláez y la Sabana de Bogotá, de acuerdo a la información que se encuentra en el cuadro 11.

Con respecto a las exigencias que hace Carrefour a sus proveedores de fruver, éstas se enfocan a la calidad, el empaque de los productos, el precio y la inocuidad de los mismos. En el supermercado Carrefour de Soacha se ofrece una calidad selecta de productos a granel, sin embargo, la línea económica “Marca Uno” es la más vendida en este municipio por el nivel de precios bajos que maneja frente a otras marcas y/o proveedores. El precio bajo no va en detrimento de la calidad debido a que los productos perecederos deben cumplir normas sanitarias y de inocuidad para su consumo. En la línea económica se seleccionan productos con un tamaño inferior y su presentación puede variar frente a productos con un precio mayor.

Los productos se manejan en canastillas que tienen un tamaño promedio de 60 cm de largo x 40 cm de ancho x 25 cm de alto. El pago a los proveedores se realiza entre 15 y 20 días luego de recibir el producto.

En el cuadro 11 se resume la información sobre volumen y precios de compra y de venta de los diez productos de interés en Carrefour de Soacha. Los alimentos que más comercializa Carrefour son en su orden: papa, tomate, banano y zanahoria; los productos que se comercializan en menor volumen son mora, arveja, habichuela y cebolla larga. Los productos que tienen los precios más altos por kilo en el momento de compra por parte de la tienda son cebolla larga, arveja y tomate de árbol; estos mismos productos son los que presentan los precios de venta al público por kilo más elevados.

**Cuadro 11 Volumen mensual, precios de compra y de venta en Carrefour**

Producto	Compra			Venta	
	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)	región de origen de los proveedores	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)
Papa	2 300	750	Cundinamarca - Boyacá	2 300	980
Tomate	1 500	1 300	Eje Cafetero	1 500	1 600
Habichuela	200	2 000	Fusagasugá, Arbeláez etc.	200	2 600
Arveja	100	2 800	Fusagasugá, Arbeláez etc.	100	3 500
Cebolla larga	200	3 000	Aquitania	200	3 800
Zanahoria	400	1 000	Sabana de Bogotá	400	1 200
Mora	50	nd	Subia- Silvania y sus alrededores	50	nd
Tomate de árbol	300	2 400	Boyacá - Cundinamarca	300	2 800
Banano	500	900	Urabá - Eje Cafetero	500	1 200
Mango	300	2 200	Antioquia - Tolima	300	2 800
<b>Total</b>	<b>5 850</b>			<b>5 850</b>	

nd: no disponible

Fuente: Entrevista a jefe de compra de la cadena Carrefour S.A., área de compras frutas y verduras, julio 31 de 2009.

El departamento de compras de frutas y verduras de esta cadena sugiere tener en cuenta que los productos presentan una merma por deshidratación y descomposición del ocho por ciento aproximadamente, una vez se encuentran disponibles en las góndolas para su adquisición por parte de los clientes del supermercado.

En el municipio de Fusagasugá funcionan dos grandes cadenas de supermercados que operan a nivel nacional: Colsubsidio y Éxito; a nivel local, Supermercados Cundinamarca se constituye en uno de los más importantes debido a que cuenta con tres establecimientos en los cuales ofrece frutas y verduras (dos supermercados Cundinamarca y Mercafusa). Otros supermercados presentes en este municipio son; Autoservicio Castellanos, Autoservicio Mitad de Precio, Merquefácil, Supermercado 10, Supermercado la Gran Plaza, Supermercado la Macarena, Supermercado MerkaCentro y Yep.

Para obtener información sobre la demanda de los alimentos de interés a través de este canal, se aplicó una encuesta a los jefes de compra de frutas y verduras de algunos de estos supermercados<sup>45</sup>.

### Colsubsidio

Esta cadena cuenta con un supermercado en el municipio de Fusagasugá. El abastecimiento de productos lo hace de manera directa con los productores diariamente. Según la información reportada por el supermercado, la mayor parte de los proveedores de los alimentos están ubicados en el departamento de

<sup>45</sup> El único supermercado que facilitó la información solicitada fue Colsubsidio. En el caso del Éxito, el jefe de compras de alimentos perecederos manifestó que no podía suministrar los datos de la encuesta porque los considera de carácter confidencial. En el caso de Supermercados Cundinamarca, la Alcaldía de Fusagasugá realizó la gestión con los dueños de este establecimiento pero no se obtuvo la información.

Cundinamarca, siendo los municipios más importantes Silvania, Granada y Mosquera, de acuerdo a la información que se encuentra en el cuadro 12.

Las principales exigencias que esta cadena de supermercados hace a sus proveedores tienen relación con la calidad, el volumen, precios competitivos e inocuidad de los productos.

En el cuadro 12 se encuentran las cifras del volumen y los precios de compra y venta de Colsubsidio en Fusagasugá, para los diez productos seleccionados en la presente investigación. Los productos que más comercializa este supermercado son papa, banano, cebolla larga, tomate y mango; los alimentos de menor movimiento son mora, habichuela y tomate de árbol.

Los alimentos con mayor precio de compra y venta por kilogramo entre los 10 alimentos analizados son arveja, mora, mango y cebolla larga.

La frecuencia de compra de frutas y verduras por parte de los clientes de este supermercado es diaria. Los clientes que frecuentan esta tienda son de ingresos medios y altos.

**Cuadro 12 Volumen mensual, precios de compra y de venta en Colsubsidio**

Producto	Compra			Venta	
	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)	región de origen de los proveedores	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)
Papa	1 040	2 060	Cundinamarca	1 040	2 250
Tomate	127	2 000	Zipaquirá	127	2 250
Habichuela	16	1 450	Silvania	16	1 600
Arveja	56	3 500	Granada	56	4 000
Cebolla larga	133	3 100	Aquitania	133	3 500
Zanahoria	30	1 500	Tenjo-Mosquera	30	1 680
Mora	6	3 400	Silvania	6	3 780
Tomate de árbol	23	2 680	Silvania	23	2 980
Banano	380	1 240	Urabá - Armenia	380	1 380
Mango	123	3 380	Tolima	123	3 780
<b>Total</b>	<b>1 934</b>			<b>1 934</b>	

Fuente: Entrevista a jefe de compra del supermercado Colsubsidio localizado en Fusagasugá, octubre de 2009

- **Canal de plazas de mercado**

Soacha cuenta con tres plazas de mercado, la plaza de mercado central operada por la Alcaldía; la plaza en La Despensa la cual se encuentra en proceso de consolidación y la plaza de mercado en Compartir que es manejada por el sector privado.

Al igual que con los supermercados, se diseñó una encuesta para recopilar información sobre el proceso de comercialización en las plazas del Centro y

Compartir<sup>46</sup>, sin embargo, los administradores manifestaron la falta de datos consolidados sobre la compra y venta de alimentos que realizan los comerciantes ubicados en estas plazas, y de otra parte, señalan la dificultad de recopilar información dado que los comerciantes son reacios a dar información sobre su negocio, especialmente en lo referente a precios y proveedores.

Como alternativa, se realizaron entrevistas a los administradores de las plazas del Centro y Compartir y a dos representantes de los comerciantes, y se pudo constatar que los comerciantes se abastecen en frutas y verduras, principalmente en Corabastos y marginalmente con productores de la región de Sibaté. El abastecimiento de producto lo realizan con una frecuencia promedio de dos veces por semana. Las frutas y verduras las empaquetan en cajas o guacales. La frecuencia de compra que predomina entre los clientes de las plazas, es una vez por semana.

Teniendo en cuenta que la mayor parte de los productos provienen de Corabastos, es claro que el consumidor de Soacha compra sus alimentos asumiendo altos costos por el transporte y la manipulación de los alimentos. Los productores de papa, arveja, maíz y fresa ubicados en la zona rural del municipio recogen sus cosechas y las venden en Corabastos, y posteriormente los minoristas y grandes tiendas de barrio se proveen en este mismo lugar, lo cual refleja ineficiencias en el proceso de comercialización de los alimentos que abastecen el municipio<sup>47</sup>.

Actualmente los comerciantes de las plazas enfrentan una situación bastante difícil ocasionada por el incremento de las ventas del sector informal alrededor de las plazas. La Alcaldía de Soacha ha venido tomando algunas medidas como tratar de promover la inserción de los vendedores informales al comercio formal de la plaza y medidas de tipo policivo, para la expulsión de los comerciantes informales de las zonas aledañas a las plazas. Los resultados no han sido satisfactorios, pues la problemática continúa.

La plaza central enfrenta algunos problemas como consecuencia de los bajos niveles de recaudo de los arrendamientos y debilidades en la parte administrativa y operativa, debido a que no existen en este momento contratos de arrendamiento ni hay claridad en la situación de acuerdos de pago por parte de los comerciantes, lo que evidencia ineficiencia en el manejo de las instalaciones. De otra parte, en los alrededores de la plaza se encuentran vendedores informales que aumentan las deficientes condiciones de higiene, seguridad, altos costos de los víveres, con baja calidad de los productos por la contaminación de los alimentos de manera continua.

La capacidad de la plaza central es para 115 comerciantes y en la actualidad está ocupada por un promedio de 30 comerciantes entre el lunes y viernes, y los fines de semana laboran entre 80 y 100 comerciantes. La presencia de comerciantes en la plaza ha disminuido debido a que muchos de ellos se encuentran en mora por

---

<sup>46</sup> La plaza de mercado localizada en la Despensa no se tuvo en cuenta para recopilar información debido al proceso de consolidación en el que se encuentra.

<sup>47</sup> FAO 2009. *El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha*, (Bogotá- Colombia).

concepto del pago de arrendamiento, lo cual les impide su ingreso a la plaza y otros han preferido vender los alimentos en el sector informal.

La plaza Compartir tiene un promedio de 10 comerciantes de alimentos todos los días y hay presencia de otros 30 comerciantes dedicados a la venta de productos no perecederos. En la actualidad, la totalidad de los puestos que ofrece la plaza están ocupados, la capacidad total es de 40 sitios aproximadamente.

Es importante que los pequeños productores de la Provincia de Sumapaz y Soacha tengan presente la situación actual de las plazas de mercado porque la problemática que enfrentan los comerciantes formales ubicados en estos puntos de venta es incierta teniendo en cuenta que las medidas tomadas por la Alcaldía no han generado los resultados esperados frente al sector informal y el nivel de las ventas ha caído considerablemente. Las plazas de mercado en Soacha no representan un mercado confiable ni sostenible para el pequeño productor, entre tanto no cambie su situación.

En el caso de Fusagasugá, el municipio cuenta con dos plazas de mercado para atender a sus habitantes: la plaza principal y la plaza satélite, ambas operadas por la Alcaldía del municipio.

En el año 2006 la Alcaldía realizó una encuesta en las dos plazas de mercado para analizar la situación de los productos que allí se comercializan, estos resultados fueron utilizados como insumo para el análisis de este canal de comercialización<sup>48</sup>.

### **Plaza Principal**

De acuerdo al censo que realizó la Alcaldía, esta plaza de mercado cuenta aproximadamente con 549 puestos que comercializan unos 60 productos de fruiter. Del total 234 comerciantes respondieron la encuesta que realizó la Alcaldía, es decir, el 43 por ciento. Estos 234 locales compran un promedio de 340 toneladas mensuales, lo cual permite estimar que en conjunto los comerciantes de la plaza pueden adquirir aproximadamente 792 toneladas mensuales de frutas y verduras<sup>49</sup>.

Los productos seleccionados para el presente estudio, y de acuerdo a las cifras que contiene el cuadro 13, representan el 39 por ciento del total de las compras que realizan los 234 comerciantes encuestados en la plaza. Los productos que tienen mayor volumen de comercialización son papa, cebolla larga, tomate, arveja y banano. Con respecto a los precios de compra y venta, los alimentos que registran precios altos entre los 10 alimentos objeto del estudio son tomate, habichuela, tomate de árbol, mango y arveja.

---

<sup>48</sup> Los datos de precios de compra y venta de los productos y el transporte utilizado fueron obtenidos a través de la funcionaria de la Alcaldía que gerencia las plazas de mercado y sus administradores.

<sup>49</sup> **Alcaldía de Fusagasugá, Secretaría de Desarrollo Económico.** 2006. *Estudio de mercado plaza principal municipio de Fusagasugá*, Fusagasugá (Cundinamarca, Colombia).

**Cuadro 13 Volumen mensual, precios de compra y de venta en la plaza principal**

Producto	Compra			Venta	
	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)	región de origen de los proveedores	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)
Papa	60 080	700	Pasca, Boyacá	60 080	760
Tomate	11 520	2 800	Pasca, Fusagasugá	11 460	3 040
Habichuela	6 800	2 600	Pasca, Fusagasugá	6 720	2 700
Arveja	11 360	2 000	Pasca, Fusagasugá	8 032	2 100
Cebolla larga	12 008	400	Pasca, Fusagasugá	12 008	460
Zanahoria	11 060	900	Pasca, Fusagasugá	11 060	960
Mora	5 680	1 600	Pasca, Fusagasugá	5 652	2 000
Tomate de árbol	3 400	2 400	Fusagasugá, Pasca	3 400	2 800
Banano	7 300	800	Fusagasugá, Armenia	7 300	1 000
Mango	4 640	2 000	Tolima, Huila	4 640	2 400
<b>Total</b>	<b>133 848</b>			<b>130 352</b>	

Fuente: Estudio de mercado plaza principal municipio de Fusagasugá 2006 y recolección de datos sobre precios de compra y venta en las plazas de mercado por parte de la Alcaldía de Fusagasugá en noviembre de 2009.

Según la encuesta realizada por la Alcaldía, el 38 por ciento de los comerciantes de la plaza se abastecen directamente de los productores de la región, un 35 por ciento lo hace en Corabastos (Bogotá), un 9 por ciento compra los productos a mayoristas de la plaza satélite, el 8 por ciento a campesinos y en menor proporción de mayoristas de la misma plaza o a través de cultivos propios. En Fusagasugá los consumidores asumen mayores costos por la compra de alimentos debido a que los productos de la región se venden en Corabastos y luego retornan al municipio para su posterior comercialización, pero con precios más altos y menor calidad.

Con respecto al origen de los proveedores, el 29 por ciento de los comerciantes de la plaza dice no conocerlo, el 28 por ciento afirma que los productos agrícolas que llegan a Fusagasugá provienen del municipio de Pasca y el 27 por ciento se provee del mismo municipio de Fusagasugá, siguen en importancia los departamentos de Quindío y Tolima con una participación del 3 por ciento cada uno, la Región del Sumapaz con un 5 por ciento y el departamento del Valle, Boyacá y el municipio de Sibaté participan con el 1 por ciento respectivamente.

Los alimentos comercializados en la plaza son adquiridos al detal por el 94 de los habitantes de Fusagasugá y el restante 6 por ciento son adquiridos por algunos tenderos del municipio.

Dentro de la encuesta de la Alcaldía también se analizó la problemática actual que tiene la plaza principal y como resultado se tiene que el 60 por ciento de los comerciantes opina que la presencia de los vendedores ambulantes es uno de los aspectos que más está afectando las ventas de sus productos, debido a la competencia desleal que hacen alrededor de la plaza. El 17 por ciento cree que los impuestos son muy altos y deberían bajar, el 9 por ciento no está satisfecho con la actual gestión administrativa del municipio, el 5 por ciento considera que se

deben hacer mejoras en la infraestructura de la plaza y el restante 9 por ciento corresponde a otros aspectos como la mala recolección de la basura, poca presencia de la policía, mala ubicación de los puestos y servicios sanitarios.

## Plaza Satélite

De acuerdo con el estudio que realizó la Alcaldía de Fusagasugá, esta plaza cuenta con 300 puestos aproximadamente, de los cuales 74 comerciantes respondieron a la encuesta que realizó el municipio, es decir, el 25 por ciento, cifra que se tomó como muestra representativa para analizar este mercado<sup>50</sup>. Esta plaza tiene gran variedad de frutas y verduras, actualmente ofertan 46 productos. En los 74 puestos encuestados se comercializan 118 toneladas mensuales de frutas y verduras, lo cual permite estimar que la totalidad de los 300 puestos que funcionan en la plaza podrían comercializar aproximadamente 478 toneladas al mes.

En el cuadro 14 se encuentran las cifras correspondientes al movimiento que tienen los 10 productos prioritarios en el desarrollo de esta investigación, y de acuerdo a las cifras consignadas, representan el 26 por ciento del total de las compras que hacen los 74 puestos encuestados. Los productos de mayor volumen de comercialización dentro de los 10 analizados son cebolla larga, papa, arveja, zanahoria y mango. Con respecto a los precios de compra y venta, los alimentos que registran precios altos son tomate, habichuela, tomate de árbol, mango y arveja.

**Cuadro 14 Volumen mensual, precios de compra y de venta en la plaza satélite**

Producto	Compra			Venta	
	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)	región de origen de los proveedores	volumen (kg/mes)	precio (\$/kg)
Papa	5 800	700	Pasca, Boyacá	5 800	760
Tomate	2 760	2 800	Pasca, Fusagasugá	2 492	3 040
Habichuela	2 136	2 600	Pasca, Fusagasugá	1 796	2 700
Arveja	4 860	2 000	Pasca, Fusagasugá	4 860	2 100
Cebolla larga	7 180	400	Pasca, Fusagasugá	6 740	460
Zanahoria	3 460	900	Pasca, Fusagasugá	3 140	960
Mora	912	1 600	Pasca, Fusagasugá	912	2 000
Tomate de árbol	500	2 400	Fusagasugá, Pasca	500	2 800
Banano	580	800	Fusagasugá, Armenia	580	1 000
Mango	3 320	2 000	Tolima, Huila	3 240	2 400
<b>Total</b>	<b>31 508</b>			<b>30 060</b>	

Fuente: Estudio de mercado plaza principal municipio de Fusagasugá 2006 y recolección de datos sobre precios de compra y venta en las plazas de mercado por parte de la Alcaldía de Fusagasugá en noviembre de 2009.

<sup>50</sup> Alcaldía de Fusagasugá, Secretaría de Desarrollo Económico. 2006. *Estudio de mercado plaza satélite municipio de Fusagasugá*, Fusagasugá (Cundinamarca, Colombia).

Los comerciantes encuestados en la plaza satélite se proveen en un 32 por ciento de Corabastos, un 17 por ciento le compran de manera directa al campesino de la región y 16 por ciento a productores. El 79 por ciento de los productos que comercializa esta plaza de mercado son vendidos a los habitantes del municipio de Fusagasugá para su propio consumo, el 17 por ciento se vende a las tiendas de barrio y el 4 por ciento a otros minoristas.

Según los resultados de la encuesta que aplicó la Alcaldía, el 30 por ciento de los comerciantes de esta plaza no conoce el origen de los productos que compra, pero se determinó que el municipio de Pasca es el proveedor más importante de frutas y verduras con una participación del 29 por ciento, seguido por Fusagasugá con el 13 por ciento, varios municipios de la región del Sumapaz participan en su totalidad con el 18 por ciento, el municipio del Guamo tiene el 5 por ciento y por último se encuentra la Sabana de Bogotá con el restante 5 por ciento de participación.

Dentro de los problemas más serios que afectan a los comerciantes de la plaza, el 35 por ciento piensa que la administración actual no está realizando una gestión satisfactoria y el 28 por ciento cree que la infraestructura actual no es adecuada y requiere que se realicen mejoras por parte del municipio. Otros problemas identificados son el incremento de vendedores ambulantes alrededor de la plaza, la falta de control por parte de la policía en las ventas ambulantes, presencia de mayoristas en la plaza cuya ubicación debe estar en la plaza principal y servicios sanitarios costosos.

Las plazas de mercado son un canal tradicional para los pequeños productores, sin embargo, la competencia que enfrentan en este canal es fuerte y los términos de negociación impuestos por los mayoristas no siempre favorecen al campesino, razón por la cual deben optar por nuevos nichos de mercado en los cuales tengan condiciones favorables y sostenibles en el tiempo.

## **8. Demanda institucional de alimentos en Soacha y Fusagasugá**

En el marco de esta investigación hay interés en explorar las posibilidades de incursión del pequeño productor de las provincias del Sumapaz y de Soacha en el mercado institucional de estos municipios, debido al gran número de programas gubernamentales que se han venido implementando para cubrir aspectos de la SAN, como por ejemplo, los comedores o restaurantes escolares con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), los comedores para adultos mayores y los comedores comunitarios, entre otros.

## 8.1. Demanda de alimentos en los comedores y restaurantes escolares

La Alcaldía de Soacha apoya en la actualidad un total de 48 comedores escolares que atienden a 16 909 estudiantes del municipio. Estos comedores son operados por la Fundación Vive Colombia y dentro de sus requerimientos de alimentos hay 34 productos en total, de los cuales 20 corresponden a verduras, tubérculos y frutas. En el cuadro 15 se encuentran las cantidades de los grupos de alimentos mencionados que requieren estos comedores, localizados en el área urbana y rural de Soacha.

**Cuadro 15 Requerimiento de verduras, tubérculos y frutas del programa de restaurantes escolares en Soacha**

Tipo de alimento	Requerimiento mensual (kg)		
	I.E.O. urbanas	I.E.O rurales	Total
<b>Verduras y tubérculos</b>			
Papa	7 052	368	7 420
Hartón verde	3 520	188	3 708
Hartón pintón	3 480	188	3 668
Yuca	3 436	188	3 624
Zanahoria	3 368	188	3 556
Lechuga	2 560	68	2 628
Tomate chonto	1 980	104	2 084
Habichuela	1 268	80	1.348
Cebolla cabezona	1 268	72	1 340
Pepino cohombro	1 268	72	1 340
Remolacha	960	52	1 012
Espinaca	960	40	1 000
Apio	636	0	636
Ajo	136	20	156
<b>Subtotal</b>	<b>31 892</b>	<b>1 628</b>	<b>33 520</b>
<b>Frutas</b>			
Papaya	5 760	308	6.068
Tomate árbol	3 852	196	4 048
Guayaba	3 852	196	4 048
Piña	3 852	196	4 048
Banano	1 916	104	2 020
Limón	392	24	416
<b>Subtotal</b>	<b>19 624</b>	<b>1 024</b>	<b>20 648</b>

\* I.E.O. Instituciones Educativas Oficiales del Municipio

Nota: estos comedores tienen injerencia de la Alcaldía de Soacha.

Fuente: Fundación Vive Colombia - Secretaría de Desarrollo Social de la Alcaldía Municipal de Soacha.

De acuerdo con las cifras suministradas por la Secretaría de Desarrollo Social de la Alcaldía de Soacha, los comedores escolares tienen un consumo total en frutas, verduras y tubérculos de 54 168 kilos por mes. El 13,7 por ciento corresponde al consumo de papa, seguido por la papaya con el 11,2 por ciento, tomate de árbol, guayaba y piña con una participación individual del 7,4 por ciento respectivamente y el plátano hartón verde con el 6,8 por ciento.

Los productos resaltados en el cuadro 15, corresponden a seis de los diez alimentos de mayor interés para esta investigación. El consumo mensual de estos seis productos priorizados es de 20 476 kilos, es decir, el 37,8 por ciento del total requerido por los comedores escolares en frutas, verduras y tubérculos.

El departamento de compras de la Fundación Vive Colombia, suministró la siguiente información, la cual servirá como parámetro a los pequeños productores de las provincias en estudio para una posible vinculación como proveedores de esta organización.

- **Volumen de frutas y verduras**

En el cuadro 16, se encuentran los volúmenes que maneja la Fundación Vive Colombia, con el fin de dar cobertura a la totalidad de comedores que opera en la actualidad.

**Cuadro 16 Volumen de frutas y verduras requeridas por la Fundación Vive Colombia**

<b>Producto</b>	<b>Cantidad (kg/mes)</b>
Papa	32 304
Tomate	18 894
Habichuela	5 840
Zanahoria	12 500
Tomate de árbol	9 200
Banano	14 300
Mango	9 845

- **Frecuencia de abastecimiento y pago a proveedores**

La Fundación se abastece diariamente de frutas, tubérculos y verduras para mantener las características sensoriales de los alimentos. La orden de compra se emite con un día de anterioridad, de acuerdo a la necesidad.

Para el pago se tienen en cuenta los parámetros establecidos en la negociación con cada proveedor, pero generalmente se efectúa a los 30 días contados a partir de la entrega de los productos y de la factura.

- **Calidad de los productos**

Los proveedores de alimentos, materias primas e insumos de la Fundación Vive Colombia, deben cumplir con una serie de requisitos sanitarios que permitan garantizar la inocuidad del producto final. El programa de control de proveedores se desarrolla con el fin de garantizar que los proveedores seleccionados, una vez han recibido el visto bueno del departamento de compras y calidad, entreguen sus productos bajo los parámetros de calidad definidos para cada caso en particular y que éstos mantengan sus características desde el momento en que son almacenados hasta su utilización. Esto se hace para evitar riesgos en la inocuidad del producto final.

De otra parte, se adelanta un programa de muestreo, el cual hace referencia a la planificación de la toma de muestras necesarias para evaluar las características de calidad de los proveedores del producto. El fin de este programa es someter a evaluación o inspección los componentes que intervienen en cada uno de los parámetros de calidad. También se realizan análisis microbiológicos y fisicoquímicos a los productos.

Los productos requeridos por la Fundación deben ser inocuos para cumplir con el requisito de calidad; deben estar libres de microorganismos patógenos y otros agentes biológicos, objetos extraños y sustancias químicas que pueden afectar la salud del consumidor. En las aéreas de almacenamiento y de preparación todos los productos se manejan de acuerdo a la guía de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y manipulación de alimentos.

Los productos perecederos como frutas, tubérculos y verduras deben empacarse en canastillas plásticas.

- **Registro de proveedores**

En la Fundación pueden registrarse como proveedores personas naturales o jurídicas que acrediten su situación financiera e idoneidad técnica y que puedan participar a través de los sistemas de información dispuestos por el departamento de compras. Para que los proveedores puedan ofertar deben revisar las especificaciones solicitadas, verificar su cumplimiento y adjuntar a la propuesta los documentos solicitados.

Los aspirantes a proveedores deben anexar la siguiente información:

- cámara de comercio;
- Registro Único Tributario (Rut) o Número de Identificación Tributaria (NIT);
- fotocopia de cédula de ciudadanía;
- lista de precios;

- copia de una factura;
- certificaciones comerciales;
- certificaciones de clientes;
- certificación bancaria;
- certificación de capacidad de transporte;
- certificación de volumen y capacidad de reacción (se estudia la capacidad de negociación a través de visitas de la Fundación e indagación con otros clientes del proveedor).

El departamento de compras verifica esta información y emite su concepto dentro del sistema de información, el cual tiene tres opciones: apto como proveedor principal, para aquellos proveedores que cumplen con la totalidad de los requisitos anteriores; apto como proveedor secundario, para aquellos que no cumplen con la información mínima necesaria en la factura y les falta capacidad para el transporte de los productos; y no apto, para aquellos proveedores que no cumplen con la totalidad de los documentos solicitados.

- **Proceso técnico**

Los proveedores seleccionados deben cumplir la normatividad para el manejo de alimentos, así:

- ficha técnica por producto que debe contener la siguiente información: razón social, nombre del producto, descripción física, características sensoriales, fisicoquímicas y microbiológicas, empaque y embalaje, vida útil, número de lote, fecha de expedición, condiciones de manejo y conservación del producto;
- cumplimiento de la norma de rotulado según Resolución 5109 de 2005;
- análisis microbiológico, fisicoquímico del laboratorio certificado;
- concepto sanitario favorable de la empresa expedido por el INVIMA, con una vigencia no superior a seis meses, de acuerdo a lo establecido en el Decreto 3075 de 1997;
- registro sanitario;
- permiso para el transporte de alimentos en sus vehículos;
- carné de manipulación de alimentos (expedido por la Secretaría de Salud de cada municipio);
- acta de visita por parte de la Fundación a los proveedores.

La anterior información es solicitada y verificada por el departamento de calidad para su aprobación, emitiendo uno de los siguientes conceptos: apto como proveedor principal; apto como proveedor secundario; o no apto.

En el caso del municipio de Fusagasugá, actualmente la Alcaldía atiende a 10 253 niños del municipio a través de 50 restaurantes escolares. Estos restaurantes son operados por tres asociaciones: Asociación Ciudad Jardín que atiende a 2 796

niños beneficiarios, Asociación Fusa Rural con 2 960 niños y Asociación Fusa Urbana con 4 497 beneficiarios.

Otros programas que atienden a los niños más vulnerables del municipio son los jardines infantiles y los hogares comunitarios. El ICBF tiene dos jardines infantiles para atender 230 niños: hogar infantil Pekín con 90 beneficiarios y hogar infantil Periquillos que atiende a 140. Los tres hogares comunitarios albergan 1 022 niños: hogares comunitarios Asociación Manitas Libres cuenta con 336 niños, hogares comunitarios Asociación Orquídeas tiene 350 niños y hogares comunitarios Asociación Cascada con 336 beneficiarios.

En el cuadro 17 se encuentran los volúmenes de los productos objeto del estudio que requieren los restaurantes escolares del municipio, localizados tanto en el área urbana como en la rural. Teniendo en cuenta los datos suministrados por el ICBF en Fusagasugá y la Alcaldía del municipio, los restaurantes escolares consumen un total de 29 toneladas mensuales en el grupo de verduras y frutas objeto del presente estudio. Estos restaurantes no registran consumo de arveja y de mora; la razón por la cual estos alimentos se excluyen de la canasta de alimentos de estos restaurantes no se pudo precisar con las asociaciones que los operan, sin embargo es posible que el motivo principal obedezca a los precios elevados que pueden tener estos productos frente a otros perecederos.

El 20 por ciento de la demanda corresponde a papa, seguido por tomate de árbol con el 14,8 por ciento; mango con una participación del 14 por ciento; banano con el 12,6 y zanahoria tiene el 12 por ciento. Los precios de compra más elevados dentro de los 10 alimentos de interés son los del tomate de árbol, el mango, el banano y la habichuela mientras que los precios más bajos por kilo son los de la papa y la zanahoria.

**Cuadro 17 Requerimiento de las verduras y frutas seleccionadas para el programa de restaurantes escolares en Fusagasugá**

Producto	Total (kg/mes)	Precio (\$/kg)
Papa	6 000	1 600
Tomate	2 448	2 000
Habichuela	2560	2 200
Arveja	0	0
Cebolla larga	2 720	2 000
Zanahoria	3 600	1 600
Mora	0	0
Tomate de árbol	4 400	4 000
Banano	3 760	2 400
Mango	4 180	2 800
<b>Total</b>	<b>29 668</b>	

Fuente: ICBF y Secretaría de Desarrollo Social de la Alcaldía de Fusagasugá.

Por su parte, los hogares comunitarios tienen un consumo mensual en los productos seleccionados de cuatro toneladas, según las cifras del cuadro 18, de las cuales el 41 por ciento corresponde a banano, el 19 por ciento a papa, el 7 por ciento a zanahoria y 7 por ciento al consumo de habichuela. Los precios de compra por kilo más altos dentro de los 10 alimentos objeto del estudio son para la arveja y el banano y los más bajos corresponden a la papa, la zanahoria y el tomate.

**Cuadro 18 Requerimiento de las verduras y frutas seleccionadas para el programa de hogares comunitarios en Fusagasugá**

Producto	Total (kg/mes)	Precio (\$/kg)
Papa	876	900
Tomate	296	1 400
Habichuela	321	1 800
Arveja	146	3 000
Cebolla Larga	146	1 667
Zanahoria	321	1 200
Mora	226	2 067
Tomate de árbol	206	2 067
Banano	1 926	2 933
Mango	216	1 933
<b>Total</b>	<b>4 680</b>	

Fuente: ICBF y Secretaría de Desarrollo Social de la Alcaldía de Fusagasugá.

## 8.2. Demanda de alimentos en los comedores para adultos mayores

La Alcaldía de Soacha tiene 14 comedores para atender a este segmento de la población, a través del convenio Juan Luis Londoño de la Cuesta<sup>51</sup>. Estos comedores son operados por la Fundación Luz de Vida y cuenta con aproximadamente 3 000 beneficiarios. Este programa tiene 43 alimentos dentro de su consumo y 27 de ellos son verduras, tubérculos y frutas.

En el cuadro 19 se encuentran las cantidades de alimentos, correspondientes al grupo de interés para la investigación, requeridos por estos comedores mensualmente.

Los comedores para adulto mayor, que actualmente funcionan en Soacha, consumen un total de 23 380 kilos mensuales aproximadamente de verduras, tubérculos y frutas. El consumo de los productos resaltados en el cuadro 19, que corresponden a los alimentos de interés para esta investigación, es de 5 853 kilos mensuales, cifra que corresponde al 25 por ciento del total del consumo de

<sup>51</sup> El convenio Juan Luis Londoño de la Cuesta es liderado por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), el cual otorga a terceros la operación de los comedores comunitarios mediante un proceso licitatorio.

verduras, tubérculos y frutas de este programa. Los productos que cuentan con mayor participación son curuba, banano, mandarina, naranja, ahuyama, acelga, plátano verde, papa y tomate de árbol.

**Cuadro 19 Requerimiento de verduras, tubérculos y frutas del programa de comedores para adulto mayor en Soacha**

<b>Producto</b>	<b>Total (kg/mes)</b>
<b>Verduras y tubérculos</b>	
Ahuyama	1 789
Acelga	1 347
Plátano verde	1 345
Papa común	1 096
Zanahoria	536
Plátano maduro	442
Yuca	370
Papa amarilla	289
Calabaza	231
Habichuela	231
Ajo	133
Remolacha	133
Tomate chonto	133
Chócolo	133
Pepino	115
Cilantro	115
Plátano guineo	95
Cebolla cabezona	75
Cebolla larga	17
Guasca	17
<b>Subtotal</b>	<b>8 643</b>
<b>Frutas</b>	
Curuba	5 108
Banano	2 886
Mandarinas	2 886
Naranjas	2 886
Tomate de árbol	664
Guayaba	268
Limón	38
<b>Subtotal</b>	<b>14 736</b>

Fuente: Secretaría de Desarrollo Social de la Alcaldía de Soacha.

La Fundación Luz de Vida tiene su sede principal en la ciudad de Cali y allí centraliza la mayor parte de sus compras, pero el abastecimiento de frutas y verduras para los comedores que operan a nivel nacional lo hacen en las regiones en donde éstos se encuentran localizados. Para el caso de los comedores de adulto mayor de Soacha y Fusagasugá, las compras de estos productos se

centralizan en la sede de la Cooperativa Abastico del Valle (sede Cundinamarca), ubicada en Bogotá<sup>52</sup>.

La Alcaldía de Fusagasugá apoya un total de cuatro comedores para adulto mayor con 210 beneficiarios, los cuales son operados por la Fundación Maestros de la Supervivencia y hay otros cinco comedores que corresponden al programa Juan Luis Londoño de la Cuesta del ICBF manejados por la Fundación Luz de Vida<sup>53</sup>.

El mercado institucional, a través de los operadores que manejan los comedores comunitarios en Soacha y Fusagasugá, es un segmento interesante para la vinculación de los pequeños productores, teniendo en cuenta que estos operadores buscan eliminar intermediarios para obtener productos de buena calidad a precios competitivos. Los volúmenes que manejan son considerables, además de la variedad de alimentos que incluyen dentro de sus requerimientos de consumo.

## **9. Canales de distribución de los productores en Soacha y Fusagasugá**

A continuación se describen los puntos de acceso y canales de distribución de los productores para los productos de interés en esta investigación a nivel del mercado mayorista y minorista; costos de distribución y márgenes; precios de los productos en la cadena de distribución.

Los alimentos que llegan al municipio de Soacha tienen como punto de acceso principal a la vía que comunica a Bogotá con este municipio (Anexo 2). Soacha sufre de alta congestión en sus principales vías debido al tráfico de vehículos que transportan los alimentos que abastecen a Bogotá en sus centros de acopio (Abastos, supermercados, plazas de mercado, etc.), los cuales a su vez son redistribuidos en el municipio de Soacha, generando de esta manera sobrecostos por transporte en los precios de los alimentos<sup>54</sup>.

Para la distribución interna, hay tres puntos de acopio de alimentos para su posterior comercialización, la plaza de mercado central operada por la Alcaldía; la de La Despensa que está en proceso de consolidación y la de Compartir que es operada por el sector privado.

El principal punto de acceso para los productos que ingresan a la zona urbana y rural de Fusagasugá es la vía que comunica a Bogotá con este municipio (Anexo 5). Actualmente se están realizando trabajos para ampliar esta vía y se está

---

<sup>52</sup> Se solicitó información a la Cooperativa Abastico del Valle relacionada con las exigencias que hacen a sus proveedores, precios de compra y volúmenes pero no se obtuvo respuesta por parte de sus directivas.

<sup>53</sup> Se solicitó a la Fundación Maestros de la supervivencia y a la Fundación Luz de Vida (Cooperativa Abastico del Valle) los datos sobre el volumen de la demanda de alimentos de los comedores de adulto mayor que operan en Fusagasugá pero no se obtuvo respuesta.

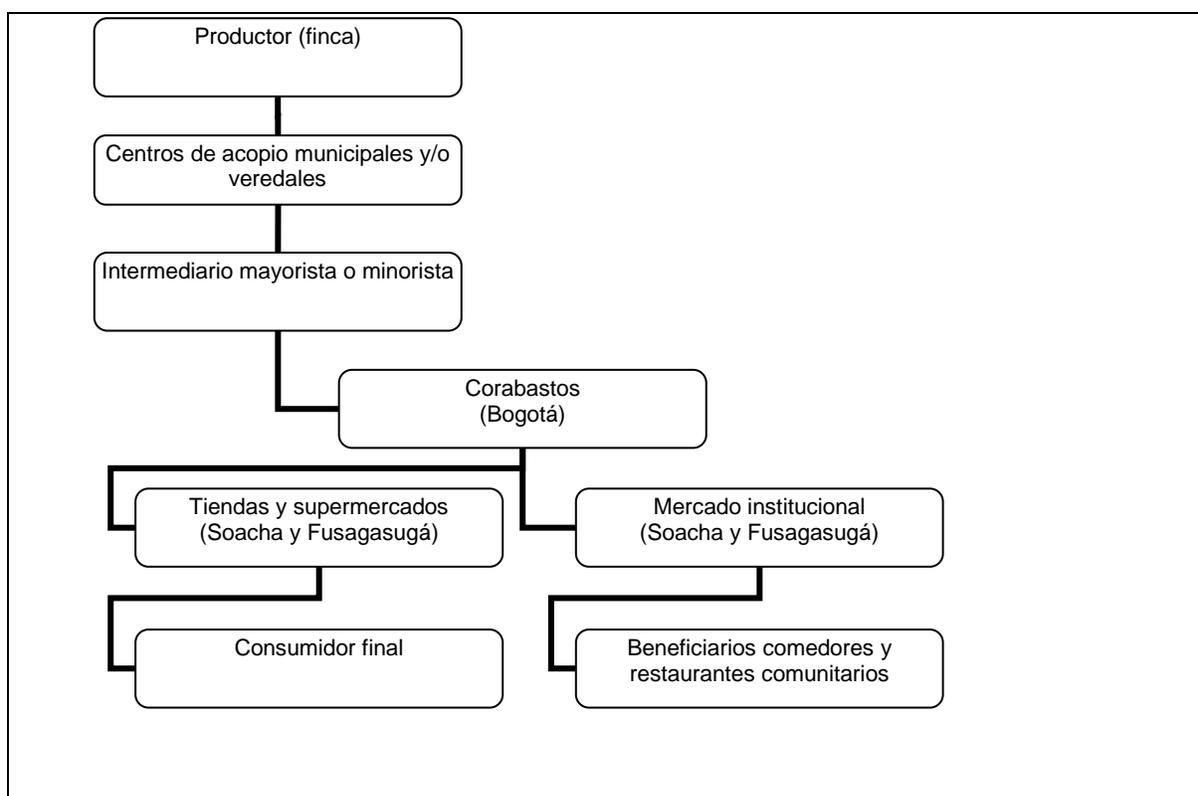
<sup>54</sup> **Corporación para el Desarrollo Social y Humano SER**. 2009. *Informe final consultoría para la formulación de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Soacha*, Soacha (Cundinamarca, Colombia).

construyendo la doble calzada Bogotá – Girardot, lo cual permitirá disminuir el tiempo de recorrido en este trayecto.

Los productos de la Provincia del Sumapaz son redistribuidos en los municipios que la conforman, incluido Fusagasugá, debido a que los productores e intermediarios los comercializan primero en Corabastos, generando de esta manera sobrecostos en los precios de los alimentos por el pago del transporte.

En la figura 1, se encuentran los canales de distribución que operan en la actualidad para los pequeños productores de la Provincia del Sumapaz y de Soacha.

**Figura 1 Canales de distribución para los productores**



Fuente: Entrevistas realizadas a pequeños productores de las provincias de Sumapaz y Soacha en el análisis de los sistemas de producción, julio de 2009.

El proceso de comercialización de frutas y verduras inicia en el momento en que el productor vende su producto al intermediario o acopiador local. Este negocio puede darse directamente en la finca, en un centro de acopio veredal o en la cabecera municipal (mercado regional). También está la figura de un acopiador regional, el cual recibe pequeñas cantidades recolectadas por el intermediario veredal o local para consolidar volumen de oferta y carga.

Posteriormente el acopiador regional vende los productos en el mercado mayorista de Corabastos a un mayorista de mayoristas o comisionista, el cual tiene gran

capacidad de compra y luego este comisionista distribuye los productos entre mayoristas tradicionales o mayoristas de minoristas que proveen a los detallistas como tiendas, restaurantes, supermercados de cadena y mercado institucional.

Bajo este esquema comercial pueden presentarse fenómenos especulativos que no permiten que las alzas en los precios redunden en mayores ingresos para los pequeños productores o que las bajas permitan mayor acceso a los alimentos por parte de los consumidores. De otra parte, se observa el gran número de intermediarios en el proceso de comercialización, situación que incide en el aumento en los precios de los alimentos a la vez que afecta las condiciones físico-químicas de los productos y su vida útil<sup>55</sup>.

De acuerdo con las entrevistas realizadas por la FAO a pequeños productores de las provincias de Soacha y Sumapaz, en el marco del análisis de los sistemas de producción, se pudo establecer que los pequeños productores de papa comercializan el 90 por ciento de su producción a través de intermediarios y aproximadamente el 10 por ciento de manera directa en Corabastos.

En el caso particular del municipio de Sibaté (que hace parte de la provincia de Soacha), los productores venden el 25 por ciento de la papa y arveja directamente en Corabastos mientras que el 75 por ciento lo hacen con intermediarios minoristas y/o mayoristas, los cuales compran el producto directamente en las fincas o en la plaza de mercado, la cual funciona a su vez como centro de acopio transitorio.

En la Provincia de Sumapaz, los productores de papa del municipio de Pasca, comercializan directamente en Corabastos el 10 por ciento del producto y el 90 por ciento a través de intermediarios en la bodega de la papa que hay en la plaza de mercado de Fusagasugá. En Granada, la papa la acopia un mayorista que luego la vende en Corabastos. La comercialización de la habichuela, tomate de mesa, arveja, cebolla larga, mora y banano se hace a través de intermediarios que adquieren los productos en la finca o sitios de acopio provisionales. Los intermediarios mayoristas compran el producto en las plazas de mercado de los municipios de Cabrera y Fusagasugá.

Teniendo en cuenta el manejo del producto por parte del pequeño productor, se observa que el principal medio de comercialización de sus frutas y verduras lo constituye el intermediario, quien compra los productos directamente en finca o en los centros de acopio transitorios, localizados en veredas y/o plazas de mercado de los municipios cercanos a su predio. El pequeño productor comercializa de manera directa su producto en una muy baja proporción.

---

<sup>55</sup> FAO 2009. *El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha*, (Bogotá- Colombia).

## 10. Márgenes de comercialización en Soacha y Fusagasugá

Para el cálculo de los márgenes de comercialización, se tomaron como referencia los precios de compra y venta de los alimentos de interés en Corabastos, en las tiendas, en los supermercados y en el mercado institucional<sup>56</sup>.

El margen bruto de comercialización (MBC) para un canal de comercialización se define como el precio pagado por el consumidor final menos el precio pagado al agricultor, sobre el precio pagado por el consumidor final y multiplicado por cien.

La formula es la siguiente:

$$\text{MBC} = (\text{valor pagado por el consumidor final} - \text{valor pagado al productor} / \text{Valor pagado por el consumidor final}) \times 100.$$

### 10.1. Análisis en Soacha

En el cuadro 20 se encuentran registrados los precios de compra y venta por kilogramo de los productos en cada uno de los canales de comercialización en análisis.

**Cuadro 20 Precios de comercialización por canal en Soacha**

Producto	Precio de compra (\$/kg)				Precio de venta (\$/kg)			
	Referencia Corabastos	Tiendas	Supermercados		Mercado institucional	Tiendas	Supermercados	
			Olímpica	Carrefour			Olímpica	Carrefour
Papa	320	510	1 100	750	550	1 000	1 430	980
Tomate	545	820	1 780	1 300	800	1 600	2 420	1 600
Habichuela	1 030	1 100	1 980	2 000	1 200	2 400	3 080	2 600
Arveja	1 080	1 400	3 480	2 800	nd	3 400	4 650	3 500
Cebolla larga	755	1 050	2 350	3 000	nd	2 000	3 300	3 800
Zanahoria	230	375	1 700	1 000	650	1 000	2 350	1 200
Mora	1 400	2 000	2 800	nd	1 800	3 000	4 650	nd
Tomate árbol	1 100	1 500	2 090	2 400	1 850	2 400	2 860	2 800
Banano	485	750	1 200	900	900	1 180	1 450	1 200
Mango	400	1 050	1 760	2 200	1 500	2 400	2 650	2 800

Nota: nd (no disponible)

Fuente: FAO, El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha, julio de 2009. Entrevistas a jefes de compra de las cadenas de supermercados y de la Fundación Vive Colombia, julio de 2009.

<sup>56</sup> Los precios de Corabastos y las tiendas fueron tomados por la FAO durante el proceso de investigación para el sector informal alimentario en Soacha y se encuentran disponibles en el informe elaborado por la FAO sobre el sector informal alimentario en la ciudad de Soacha (julio de 2009); los precios de los productos en los supermercados Olímpica y Carrefour fueron suministrados por los jefes de compra de frutas y verduras. En el mercado institucional se tomaron como referencia los precios de compra de la Fundación Vive Colombia, la cual opera los comedores escolares del municipio.

En el caso de los supermercados los precios de compra son los más altos y por ende serían los más favorables para los pequeños productores que lleguen organizados a ofertar a estas cadenas, sin embargo, las exigencias que hacen en cuanto a la calidad y selección de los productos son estrictas (volumen, productos limpios clasificados por tamaño y calidad). Adicionalmente, los supermercados compran sus productos a grandes productores, a productores asociados o a acopiadores regionales de manera directa; éstos últimos a su vez, vienen a ser intermediarios entre el pequeño productor y el supermercado. Las tiendas se abastecen principalmente en Corabastos y pagan un menor precio por los productos pero el nivel de exigencia para los proveedores no es comparable con el de los supermercados, debido a que ellos reciben producto sin lavar ni clasificar.

En el caso del mercado institucional las compras de alimentos se hacen en Corabastos y/o directamente a productores o asociaciones de medianos productores, los precios de compra son muy similares a los de las tiendas pero tienen exigencias similares a las de los supermercados debido a los requerimientos que deben cumplir en la operación de los comedores comunitarios (calidad de los alimentos, inocuidad, precios competitivos, entre otros). Los precios pagados en el mercado institucional serían los más favorables para los productores, siendo un segmento del mercado interesante para los pequeños productores porque a través de alternativas de asociación podrían ofertar el volumen de alimentos de buena calidad a precios competitivos que demanda este segmento y llegar de manera directa a los operadores de los programas de comedores comunitarios.

En cuanto a los márgenes de comercialización, en el cuadro 21 se observan los datos según el canal de distribución.

**Cuadro 21 Márgenes brutos de comercialización en Soacha**

Producto	Márgenes de comercialización (%)			
	Tienda	Supermercados		Mercado institucional
		Olímpica	Carrefour	
Papa	68,00	23,08	23,47	41,82
Tomate	65,94	26,45	18,75	31,88
Habichuela	57,08	35,71	23,08	14,17
Arveja	68,24	25,16	20,00	na
Cebolla larga	62,25	28,79	21,05	na
Zanahoria	77,00	27,66	16,67	64,62
Mora	53,33	39,78	na	22,22
Tomate de árbol	54,17	26,92	14,29	40,54
Banano	58,90	17,24	25,00	46,11
Mango	83,33	33,58	21,43	73,33

Nota: para el cálculo de márgenes de las tiendas y del mercado institucional se tomó como precio de referencia, el precio de compra que paga el comerciante mayorista al productor.

na (no aplica)

Fuente: FAO, El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha, julio de 2009. Entrevistas a jefes de compra de las cadenas de supermercados y de la Fundación Vive Colombia, julio de 2009. Cálculos propios.

En las tiendas, los márgenes oscilan entre el 53,3 y 83,3 por ciento, dependiendo del producto, y son los más altos en comparación con los que registran los supermercados y el mercado institucional. Esto se debe al mayor número de intermediarios por los cuales pasan los productos hasta llegar al consumidor final, situación que podría cambiar si los tenderos se abastecieran directamente de los productores. De otra parte, el volumen de alimentos que manejan los tenderos es mucho menor al de los supermercados y el mercado institucional, situación que les resta poder de negociación ante el proveedor.

En el caso de los supermercados, el margen de comercialización es menor (entre el 17,24 y 39,78 por ciento), debido a que se abastecen directamente de grandes productores o asociaciones de los mismos. Es importante anotar que las exigencias de calidad y negociación en las cadenas de supermercados tienen estándares elevados que podrían dificultar el proceso de vinculación del pequeño productor, a no ser que se crearan asociaciones mediante las cuales puedan incrementar el volumen de la oferta y fortalecer el poder de negociación.

El mercado institucional, que para la presente investigación está representado por los operadores de los comedores comunitarios, tiene márgenes de comercialización inferiores frente a los de las tiendas (entre 14,17 y 73,33 por ciento), debido a que aunque se abastecen también en el mercado mayorista (Corabastos) y con asociaciones de medianos productores, manejan mayores volúmenes y por tanto, tienen mayor poder de negociación de precios y calidades frente al proveedor. Para los pequeños productores este podría ser un segmento de mercado interesante si pudieran abastecer de manera directa a los operadores de los comedores comunitarios, a través de asociaciones que puedan tener acompañamiento por parte de las autoridades locales o departamentales.

## **10.2. Análisis en Fusagasugá**

En el cuadro 22 se encuentran registrados los precios de compra y venta por kilogramo de los productos en cada uno de los canales de comercialización analizados.

De acuerdo con los datos recolectados por la Alcaldía, los precios de la papa, la arveja, la cebolla larga, la mora y el mango registran precios más elevados en el supermercado Colsubsidio; el tomate y la habichuela en las plazas de mercado; la zanahoria, el tomate de árbol y el banano presentan los mayores precios de compra en el mercado institucional. Según estas cifras, Colsubsidio sería un punto de acceso favorable para el pequeño productor, pero es necesario resaltar que los estándares de calidad y la selección de productos son muy exigentes. También es necesario precisar que este tipo de supermercado realiza las compras de los productos directamente a grandes productores, a ciertas asociaciones de productores o a acopiadores de la región.

Los restaurantes escolares y hogares comunitarios del municipio, que hacen parte del mercado institucional, realizan las compras de alimentos en las plazas de mercado del municipio, en Corabastos y/o directamente a productores o asociaciones de medianos productores. Para siete de los productos seleccionados los precios de compra son superiores a los de la plaza de mercado, pero tienen exigencias similares a las de los supermercados debido a los requerimientos que deben cumplir en la operación de los comedores comunitarios (calidad de los alimentos, inocuidad, precios competitivos, entre otros).

Los precios pagados en Colsubsidio y en el mercado institucional serían los más atractivos para los pequeños productores, pero especialmente el segmento del mercado institucional, dado el número de beneficiarios que atiende. Mediante proyectos asociativos podrían ofertar volumen de alimentos de buena calidad a precios competitivos demandado por este nicho de mercado y negociar directamente con los operadores de los programas de restaurantes y hogares comunitarios.

**Cuadro 22 Precios de comercialización por canal en Fusagasugá**

Producto	Precio de compra (\$/kg)					Precio de venta (\$/kg)	
	Referencia Corabastos	Plazas de mercado	Supermercado Colsubsidio	Mercado institucional		Plazas de mercado	Colsubsidio
				Restaurantes escolares	Hogares comunitarios		
Papa	320	700	2 060	1 600	900	760	2 250
Tomate	545	2 800	2 000	2 000	1 400	3 040	2 250
Habichuela	1 030	2 600	1 450	2 200	1 800	2 700	1 600
Arveja	1 080	2 000	3 500	0	3 000	2 100	4 000
Cebolla larga	755	400	3 100	2 000	1 667	460	3 500
Zanahoria	230	900	1 500	1 600	1 200	960	1 680
Mora	1 400	1 600	3 400	0	2 067	2 000	3 780
Tomate de árbol	1 100	2 400	2 680	4 000	2 067	2 800	2 980
Banano	485	800	1 240	2 400	2 933	1 000	1 380
Mango	400	2 000	3 380	2 800	1 933	2 400	3 780

Fuente: para precios de referencia en Corabastos FAO, El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha, julio de 2009; precios de compra en Colsubsidio entrevista al administrador en Septiembre de 2009; precios de compra en el mercado institucional suministrados por el ICBF de Fusagasugá y los operadores en septiembre de 2009.

Con respecto a los márgenes de comercialización, en el cuadro 23 se registran los datos para cada parte del canal de distribución. En las plazas de mercado, los márgenes se encuentran entre el 3,7 y 20 por ciento, según producto. En el caso de la cebolla larga, la mora, el tomate de árbol, el banano y el mango los márgenes de comercialización son más altos frente a los que tiene el supermercado Colsubsidio. En este supermercado los márgenes oscilan entre el 8,4 y 12,5 por ciento.

**Cuadro 23 Márgenes brutos de comercialización en Fusagasugá**

Producto	Márgenes de comercialización (%)			
	Plazas de mercado	Supermercado Colsubsidio	Mercado institucional	
			Restaurantes escolares	Hogares comunitarios
Papa	7,89	8,44	80,00	64,44
Tomate	7,89	11,11	72,75	61,07
Habichuela	3,70	9,38	53,18	42,78
Arveja	4,76	12,50	na	64,00
Cebolla larga	13,04	11,43	62,25	54,71
Zanahoria	6,25	10,71	85,63	80,83
Mora	20,00	10,05	na	32,27
Tomate de árbol	14,29	10,07	72,50	46,78
Banano	20,00	10,14	79,79	83,46
Mango	16,67	10,58	85,71	79,31

Nota: para el mercado institucional se tomó como precio de referencia, el precio de compra que paga el comerciante mayorista al productor de Corabastos.

na (no aplica)

Fuente: para precios de referencia en Corabastos FAO, El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha, julio de 2009; precios de compra en Colsubsidio entrevista al administrador en Septiembre de 2009; precios de compra en el mercado institucional suministrados por el ICBF de Fusagasugá y los operadores en septiembre de 2009. Cálculos propios.

En Fusagasugá, tanto en las plazas de mercado como en Colsubsidio los márgenes son menores en comparación a los del mercado institucional debido a que se abastecen directamente de grandes productores o asociaciones de los mismos.

Los restaurantes escolares y los hogares comunitarios son los que registran los márgenes más elevados, debido al número de intermediarios por los que pasan los alimentos que consumen. El mercado institucional tiene márgenes de comercialización que se encuentran en un rango que va desde el 32,27 al 85,71 por ciento, dependiendo del producto. Algunos operadores compran los alimentos en las plazas de mercado y en Corabastos (Bogotá). Esta situación muestra la ineficiencia en la adquisición de los alimentos y los precios tan elevados a los que se compran, situación que podría cambiar si los operadores de estos programas adquirieran de manera directa a los pequeños productores los alimentos a precios más competitivos. Los pequeños productores de la región podrían abastecer a los operadores de los programas comunitarios, a través de asociaciones que puedan tener acompañamiento por parte de las autoridades locales o departamentales.

## 11. Transporte de los alimentos

En este punto se hace un análisis de los medios, condiciones, tiempos y costos del transporte utilizado por los pequeños productores de las provincias del Sumapaz y de Soacha. Según la información recopilada durante el trabajo de campo, el medio de transporte más común utilizado por los pequeños productores

para llevar sus productos desde la finca hasta el centro de acopio es el jeep o la camioneta. La papa y el mango también se transportan en mula o caballos dependiendo de la dificultad que tenga el acceso a las fincas. Una vez el producto se encuentra en el centro de acopio o las bodegas, los alimentos se cargan en camiones para ser entregados en Corabastos.

El transporte de la mayoría de los productos toma más o menos un día desde el momento en que son recolectados en la finca hasta su entrega en el centro de acopio veredal, municipal o en Corabastos. En las provincias estudiadas, los productores recolectan su producto generalmente el día jueves para despacharlo hacia el centro de acopio y Corabastos durante la noche. En el caso de Corabastos, los días de mayor flujo comercial son el viernes y el sábado, razón por la cual los productos deben llegar a esta central mayorista el mismo jueves en la noche o en la madrugada del viernes.

Los alimentos perecederos deben manipularse lo menos posible durante el proceso de transporte para evitar su deterioro. Las frutas pueden tomar más días para llegar a su destino final dependiendo del estado de madurez en el cual se coseche; las hortalizas deben llegar al mercado el mismo día en el que se recolectan debido a su fragilidad y al tipo de empaque. Productos como papa, habichuela, arveja, cebolla larga y zanahoria se empacan en bultos de 100 kilogramos; tomate, banano, tomate de árbol y mango se manejan en canastilla de 25 kilogramos; el tomate y el mango también pueden empacarse en cajas de 9 kilogramos y la mora en caja de 6,5 kilogramos.

Es importante que el pequeño productor tenga en cuenta la distancia que debe recorrer su producto para llegar al mercado con el fin de evitar daños físicos que incidan en la calidad del alimento. En el cuadro 24 se recopilan los costos del transporte por kilogramo para cada producto, dependiendo el origen y el destino.

Los precios promedio que muestra el cuadro 24 incluyen el costo del cargue y descargue del producto. El precio por transportar un bulto de 100 kg se encuentra entre \$ 3 000 y \$ 4 000 pesos, dependiendo del origen y el destino del producto, e incluye el costo de cargue y descargue que está entre \$ 150 y \$ 200 pesos.

En el caso de la papa, el pequeño productor paga en promedio \$ 15 por kilogramo en el transporte del producto desde su finca hasta el centro de acopio veredal o municipal; el costo del flete desde el centro de acopio municipal hasta Corabastos es de \$ 25 pesos aproximadamente y es asumido generalmente por el acopiador regional o mayorista, es decir, el costo total es de \$ 40 pesos por kilogramo. Por su parte, los productores o acopiadores regionales que llevan el producto desde la finca directamente hasta Corabastos pagan un flete aproximado de \$ 30 pesos por kilogramo. Es decir, que el costo del flete del producto se incrementa por el número de veces que se carga y se descarga el producto hasta llegar al consumidor final.

**Cuadro 24 Costos del transporte según origen y destino (\$/kg)**

Producto	Finca-centro acopio-plaza-bodega	Centro acopio-bodega-Corabastos	Finca-Corabastos
Papa	15	25	30
Tomate	entre 40 y 88		80
Habichuela	15		25
Arveja	15	25	30
Cebolla larga	15		25
Zanahoria	10	20	25
Mora			154
Tomate de árbol	40		100
Banano	40		100
Mango	entre 40 y 55		entre 77 y 100

Fuente: Entrevistas realizadas a pequeños productores de las provincias de Sumapaz y Soacha en el marco del análisis de los sistemas de producción, julio de 2009

El otro aspecto a resaltar en relación con los costos de transporte, es la incidencia que tiene este factor sobre el precio de los alimentos al consumidor final en Soacha, dado que los productos van hasta Corabastos y regresan nuevamente al municipio para ser consumidos. Este es un aspecto crítico a tener en cuenta por la administración municipal para el diseño de estrategias que contribuyan a mejorar el acceso a los alimentos por parte de la población más vulnerable, pero también para facilitar a los productores locales el acceso a mercados en mejores condiciones de negociación frente a un mercado cuyos requisitos, son más factibles de ser atendidos por el pequeño productor.

## 12. Conclusiones

- A nivel nacional, departamental y municipal, existen políticas y programas que apoyan la actividad comercial de los pequeños productores al mercado, sin embargo, las entidades gubernamentales tienen retos importantes para difundir e implementar los programas, debido a que el segmento de población objetivo está compuesto por productores con un nivel educativo bajo, situación que dificulta el proceso y como consecuencia enfrentan algunas restricciones para acceder a los subsidios monetarios, especialmente por aspectos jurídicos, financieros y contables que deben cumplir.
- Aproximadamente el 84 por ciento de la población de Soacha se encuentra en los niveles uno y dos del SISBEN, lo cual indica que gran parte de sus habitantes se encuentran en estado de vulnerabilidad para acceder a los alimentos diariamente. En el caso de Fusagasugá, el 85 por ciento de sus habitantes están en los niveles uno y dos (el 52 por ciento se encuentra en el nivel dos). Es hacia esta población que se deben diseñar estrategias que pongan a disposición alimentos de la canasta básica y a precios más bajos,

esto en la medida en que se corrijan ineficiencias en los procesos de comercialización.

- La población de Soacha está creciendo a una tasa del 5 por ciento anual y la de Fusagasugá a un 2,6 por ciento, lo cual permite vislumbrar una creciente demanda de alimentos, acorde con el incremento de la población, situación que puede significar oportunidades comerciales para los pequeños productores, con el fin de suplir estos requerimientos.
- El abastecimiento de alimentos en Soacha depende casi en su totalidad de la central mayorista de Corabastos, ubicada en la ciudad de Bogotá, lo cual genera sobrecostos en los alimentos que deben ser asumidos por el consumidor final. En Fusagasugá los comercializadores de alimentos se abastecen directamente de productores de la región pero también lo hacen en Corabastos generando al igual que en Soacha, un incremento en los precios de los alimentos que consumen los fusagasugueños.
- Los alimentos procedentes de la provincia de Soacha o de las provincias aledañas son vendidos en Corabastos y retornan al municipio para ser comercializados por las tiendas, las plazas de mercado, los pequeños supermercados y el mismo sector informal, a precios más elevados. Esto muestra una clara ineficiencia en el proceso de abastecimiento de alimentos en Soacha. Esta situación también se refleja en Fusagasugá debido a que los productores de la región venden los productos a Corabastos y luego estos alimentos vuelven al municipio para ser comercializados a mayores precios.
- Las plazas de mercado de Soacha, especialmente la del Centro, enfrentan una situación crítica debido a los bajos niveles de recaudo de los arrendamientos, debilidades administrativas y operativas, y por el incremento de las ventas del sector informal a sus alrededores, lo cual ha traído como consecuencia la disminución de sus ventas. Es importante que los pequeños productores tengan presente esta situación porque la problemática que enfrentan los comerciantes formales ubicados en las plazas es incierta, teniendo en cuenta que las medidas tomadas por la Alcaldía de Soacha no han generado los resultados esperados frente al sector informal y el nivel de las ventas ha caído considerablemente. Las plazas de mercado en Soacha no representan un mercado confiable ni sostenible para el pequeño productor, entre tanto no cambie su situación.

Los comerciantes de las plazas de mercado de Fusagasugá identifican como principal problemática la presencia de vendedores ambulantes en las afueras de estos recintos lo cual ha generado un descenso en las ventas de sus productos debido a la competencia desleal. Otro factor crítico que enfrentan los comerciantes es la actual gestión administrativa debido a la falta de inversión que se ha hecho en mejoras y adecuación de las plazas

de mercado. Los pequeños productores deben tener presente que las plazas de mercado son un canal tradicional pero la competencia que enfrentan es fuerte y los términos de negociación impuestos por los mayoristas no siempre favorecen al campesino, razón por la cual deben optar por nuevos nichos de mercado en los cuales tengan condiciones favorables y sostenibles en el tiempo.

- Las cadenas de supermercados como Olímpica y Carrefour tienen presencia en Soacha y se proveen directamente de grandes productores, acopiadores regionales y asociaciones de medianos productores. Carrefour tiene también como proveedores a asociaciones de pequeños productores, situación que permitiría una posible vinculación de los pequeños productores de las provincias analizadas a esta cadena de supermercados.

En Fusagasugá se encuentran las cadenas Colsubsidio y Éxito, pero a nivel local, Supermercados Cundinamarca se constituye en uno de los más importantes debido a que cuenta con tres establecimientos en los cuales ofrece frutas y verduras. Este canal es interesante para pequeños productores asociados, sin embargo, es importante resaltar que los jefes de compras son estrictos con el cumplimiento de las exigencias en cuanto a calidad, volúmenes y precios de los productos.

- Las tiendas del municipio de Soacha se abastecen directamente en Corabastos, situación que implica que los productos pasen por varios intermediarios antes de que los adquieran los consumidores, con el consecuente incremento en los precios para el consumidor final. Esta situación podría cambiar si los pequeños productores pudieran abastecer directamente a las tiendas.
- En el caso de los operadores de los comedores comunitarios de Soacha, los márgenes de comercialización son inferiores frente a los de las tiendas, debido a que se abastecen en el mercado mayorista y con asociaciones de medianos productores, manejando grandes volúmenes de productos. Los pequeños productores tendrían un margen de comercialización interesante en este segmento del mercado si pudieran abastecer de manera directa a los operadores de los comedores comunitarios, a través de asociaciones que puedan tener acompañamiento por parte de las autoridades locales o departamentales.
- Los costos de transporte tienen incidencia sobre el precio de los alimentos al consumidor final en Soacha y Fusagasugá, dado que los productos van hasta Corabastos y regresan nuevamente al municipio para ser consumidos. Este es un aspecto crítico a tener en cuenta por las dos administraciones municipales para el diseño de estrategias que contribuyan a mejorar el acceso a los alimentos por parte de la población más vulnerable, pero también para facilitar a los productores locales el acceso a

mercados en mejores condiciones de negociación frente a un mercado cuyos requisitos, son más factibles de ser atendidos por el pequeño productor.

### 13. Recomendaciones

- La Gobernación de Cundinamarca deberá crear un comité interinstitucional con representantes de la Gobernación, las alcaldías locales de Soacha y Fusagasugá, e incluso con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (Secretarías de Agricultura locales) para diseñar un plan de acción que incluya temas de difusión de los programas del Gobierno Nacional y local, y capacitación a los pequeños productores en aspectos productivos y comerciales para brindarles herramientas con las cuales pueden diseñar un plan de negocios viable y sostenible en el tiempo. Para desarrollar esta labor el comité deberá seleccionar un equipo de profesionales que puedan brindar este tipo de capacitaciones. De otra parte, el comité debe identificar un grupo de pequeños productores y asociaciones de las provincias de Sumapaz y de Soacha que tengan productos potenciales para iniciar procesos de vinculación al mercado en el corto y mediano plazo, y comprometidos con los procesos y resultados esperados, con el fin de evitar esfuerzos innecesarios y pérdida de los recursos.
- Es importante que el comité interinstitucional que se cree, analice la posibilidad de especializar a los pequeños productores, bien sea en una línea de producción específica (orgánica, por contrato, etc.) o en atender un mercado específico (tiendas, supermercados o institucional) para determinar si esto facilita el proceso de vinculación a los mercados. De otra parte, este comité debe propender por la capacitación de los pequeños productores en temas como implementación de estructuras organizacionales con normas y responsabilidades específicas (asociaciones, cooperativas, etc.), análisis de los mercados y uso de nuevas tecnologías para mejorar la productividad y calidad de sus productos, para que el proceso de inserción a los mercados tenga el éxito esperado. El comité deberá designar un equipo especializado en estos temas para que puedan capacitar a los pequeños productores.
- Las políticas y programas a nivel nacional, departamental y local que entregan subsidios y créditos a los productores son restrictivas en el proceso de desembolso de los recursos, debido a las exigencias jurídicas, financieras y contables que hacen los interventores y las entidades financieras a los beneficiarios. Si bien, dichas exigencias garantizan el buen uso de los recursos, es necesario que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la Gobernación de Cundinamarca, la Alcaldía de Soacha y la Alcaldía de Fusagasugá estudien la posibilidad de simplificar estos trámites y exigencias, buscando un mayor uso del sistema financiero por

parte del pequeño productor para que su actividad productiva sea asumida como un negocio que además puede ser rentable.

- De acuerdo con los resultados de este estudio, el mercado institucional de los comedores o restaurantes comunitarios es un segmento interesante para iniciar las gestiones de vinculación del pequeño productor al mercado.

Para que las asociaciones de pequeños productores puedan vincularse a este mercado es necesario que el comité interinstitucional, a través de un equipo de profesionales que designe, haga un acompañamiento, con el fin de realizar convenios de proveeduría directa con los operadores e incluso buscando el aval del ICBF. Sería importante negociar que un porcentaje de los requerimientos de estos comedores sean atendidos por asociaciones de pequeños productores de las provincias del Sumapaz y de Soacha, bien sea por producto o para algunos de los productos seleccionados en esta investigación.

El equipo de la Gobernación y las alcaldías debe entrar en contacto con los operadores de los comedores comunitarios para poder diseñar un programa de capacitación en el cual los pequeños productores puedan conocer los requisitos que deben cumplir para incursionar en este mercado y se preparen para un posible proceso de vinculación.

- Para que el proceso de vinculación de los pequeños productores al mercado tenga el impacto esperado es necesario que el comité interinstitucional promueva entre ellos esquemas asociativos bajo los cuales puedan consolidar su oferta productiva, políticas y poder de negociación frente a sus potenciales compradores.
- La Gobernación de Cundinamarca y las alcaldías de Soacha y Fusagasugá, deben tener como prioridad el montaje de centros de acopio en los cuales las asociaciones de pequeños productores puedan almacenar sus productos en condiciones óptimas (refrigeración, lavado, empaque, entrega, transporte, etc.) mientras son despachados al comprador. El comité interinstitucional deberá realizar las gestiones pertinentes en cuanto a la obtención de recursos financieros y administrativos que permitan llevar a cabo proyectos de esta índole.
- En el canal de tiendas es crucial que las Alcaldías locales puedan incentivar la creación de asociaciones de tenderos para que puedan consolidar la demanda de alimentos y de esta manera puedan acceder a precios competitivos que luego adquirirá el consumidor final de manera más favorable. Es importante que se considere el montaje de centros de acopio para las asociaciones de tenderos, con el fin de facilitar el envío y distribución de los alimentos para los pequeños productores y los tenderos

asociados, disminuyendo de esta manera los costos de logística entre proveedor y comprador.

- La Alcaldía de Fusagasugá viene trabajando en la creación de un banco de alimentos el cual está diseñado como un programa que tienda a satisfacer las necesidades básicas alimentarias del municipio. El banco de alimentos sería un programa de seguridad alimentaria que estaría encaminado a la articulación de acciones en todos los temas de seguridad alimentaria para la población infantil, adultos mayores, desplazados y población vulnerable en general como madres gestantes, lactantes, indigentes entre otros. Este banco agrupará todos los programas que se desarrollan a nivel municipal en un solo programa de seguridad alimentaria que esté bajo su coordinación y administración.

Teniendo en cuenta que el banco de alimentos realizará las compras, reencauzando los recursos que invierte la administración municipal, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, el programa Familias en Acción y otras entidades del orden nacional e internacional, la Alcaldía deberá propender por la vinculación de los pequeños productores asociados de la región como proveedores directos del banco para que puedan establecer una relación comercial estable en el tiempo. También será necesario que la Alcaldía designe algunos de los funcionarios que están trabajando en este proyecto para que puedan capacitar a los pequeños productores en cuanto a las exigencias que hará el banco de alimentos a sus proveedores en calidad, empaque, manipulación de los alimentos, entre otros.

- Los municipios de Soacha y Fusagasugá debe hacer un diagnóstico sobre el Sistema de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA) con el fin de identificar la problemática que enfrentan sus habitantes para acceder a los alimentos y propender por un sistema eficiente que satisfaga las necesidades tanto del productor como del consumidor.

## **14. Estrategias**

### **14.1. Creación del comité interinstitucional**

La conformación del comité debe ser liderada por la Gobernación de Cundinamarca, a través de la Secretaría de Desarrollo Social y la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. Este comité deberá estar conformado por representantes de la Gobernación de Cundinamarca, las alcaldías de Soacha y Fusagasugá y representantes del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Este comité debe desarrollar, entre otras, las siguientes acciones:

- Diseñar un plan de acción que incluya temas de difusión de los programas del Gobierno Nacional y local entre los pequeños productores.
- Diseñar un programa de capacitación a los pequeños productores en aspectos productivos y comerciales para brindarles herramientas con las cuales pueden diseñar un plan de negocios viable y sostenible en el tiempo.
- Diseñar un programa de capacitación para los pequeños productores en temas como implementación de estructuras organizacionales con normas y responsabilidades específicas (asociaciones, cooperativas, etc.), análisis de los mercados y uso de nuevas tecnologías para mejorar la productividad y calidad de sus productos.
- Gestionar políticas encaminadas a que las exigencias jurídicas, financieras y contables que hacen los interventores y las entidades financieras para el proceso de desembolso de subsidios y créditos a los pequeños productores sean menos restrictivas.
- Definir los criterios a tener en cuenta para identificar y seleccionar a un grupo de pequeños productores que se encuentren ubicados en las provincias de Soacha y Sumapaz para iniciar acercamientos que conlleven a la creación de asociaciones de pequeños productores e inicio de procesos de vinculación al mercado en el corto y mediano plazo.
- Analizar la posibilidad de especializar a los pequeños productores, bien sea en una línea de producción específica (orgánica, por contrato, etc.) o en atender un mercado específico (tiendas, supermercados o institucional) para determinar si esto facilita el proceso de vinculación a los mercados.

#### **14.2. Promoción de productos con potencial comercial**

De acuerdo a la información consignada en el Anexo 6, en la cual se registran los costos de producción y precios de compra de los productos objeto del presente estudio en los distintos canales de comercialización de Soacha, los productos en los cuales los pequeños productores tienen mayor rentabilidad, según el canal, son los siguientes:

- En el mercado institucional: tomate de árbol, mora, mango y habichuela.
- En tiendas: mora, tomate de árbol, cebolla larga y arveja.
- En supermercados: arveja, cebolla larga, tomate de árbol, mora y mango.

El mercado mayorista no es interesante para el pequeño productor porque el precio de compra es muy bajo frente a los costos de producción, lo cual genera pocas ganancias para el agricultor. Según los datos del Anexo 6, el pequeño productor pierde dinero en productos como papa, zanahoria y mango.

En el Anexo 7 se resumen los costos de producción y los precios de compra en los canales de comercialización de Fusagasugá para los 10 productos seleccionados. Los productos de mayor rentabilidad para los pequeños productores se listan a continuación:

- En el mercado institucional: tomate de árbol, banano, mango, arveja y habichuela.
- En supermercados: mango, arveja, cebolla larga y mora.

El comité interinstitucional, la Alcaldía de Soacha y la Alcaldía de Fusagasugá deberán desarrollar actividades encaminadas a incentivar el cultivo de estos productos entre los pequeños productores, ofrecer capacitación especializada en el aprovechamiento, mejoramiento de procesos productivos y estándares de calidad para aumentar la competitividad de estos productos y apoyar eventos comerciales para promocionar estos alimentos como en ferias locales, ferias departamentales, mercados móviles, entre otros.

### **14.3. Inserción de los pequeños productores en los mercados de Soacha y Fusagasugá**

Para dimensionar el consumo de los productos de interés en los municipios de Soacha y Fusagasugá, en el Anexo 8 se proyecta la demanda de los productos priorizados para los próximos diez años, teniendo en cuenta que el crecimiento promedio de la población de Soacha es del 5 por ciento anual y en Fusagasugá del 2,6 por ciento.

Según las proyecciones, el consumo total de este grupo de alimentos por parte de la población de Soacha será aproximadamente de 3 234 toneladas mensuales para el año 2014 y para el año 2019 se estima en 4 127 toneladas por mes. En el caso de Fusagasugá, el consumo proyectado para los mismos años es de 771 y 877 toneladas mensuales respectivamente. En el cuadro 25 se proyecta la participación de los pequeños productores en la demanda de alimentos del total de la población para los próximos diez años. Para el primer año (2010) podría esperarse que los pequeños productores participen con el 5 por ciento del mercado, es decir que en Soacha abastecerían 133 toneladas mensuales mientras que en Fusagasugá la cifra estaría alrededor de 35 toneladas por mes.

A partir del primer año la participación de los pequeños productores podría aumentar 5 por ciento anual aspirando a llegar a tener el 50 por ciento de estos mercados en el décimo año (2019), en el cual estarían ofertando 2 063 toneladas por mes en el municipio de Soacha y 438,5 por ciento en Fusagasugá.

En la medida en que el pequeño productor incursione como proveedor en los distintos canales de comercialización irá ganando participación en la demanda total de alimentos de los municipios analizados.

**Cuadro 25 Proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos del total de la población a 10 años**

Producto	Soacha proyección de la participación sobre la demanda anual (ton/mes)									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Papa	80	169	266	372	488	615	753	904	1 067	1 245
Tomate	7	15	23	32	43	54	66	79	93	109
Zanahoria	7	15	23	32	43	54	66	79	93	109
Cebolla larga	2	5	8	11	14	18	22	26	31	36
Habichuela	7	14	22	31	41	52	64	76	90	105
Tomate de árbol	7	15	23	32	43	54	66	79	93	109
Banano	9	18	29	41	53	67	82	99	117	136
Mango	8	16	25	35	46	58	71	85	101	117
Mora	6	13	21	29	39	49	60	72	84	99
<b>Total Soacha</b>	<b>133</b>	<b>279</b>	<b>440</b>	<b>616</b>	<b>808</b>	<b>1 019</b>	<b>1 248</b>	<b>1 497</b>	<b>1 769</b>	<b>2 064</b>
	<b>Fusagasugá proyección de la participación sobre la demanda anual (ton/mes)</b>									
Papa	21	43	66	91	116	143	171	201	232	264
Tomate	2	4	6	8	10	12	15	18	20	23
Zanahoria	2	4	6	8	10	12	15	18	20	23
Cebolla larga	1	1	2	3	3	4	5	6	7	8
Habichuela	2	4	6	8	10	12	14	17	20	22
Tomate de árbol	2	4	6	8	10	12	15	18	20	23
Banano	2	5	7	10	13	16	19	22	25	29
Mango	2	4	6	9	11	14	16	19	22	25
Mora	2	3	5	7	9	11	14	16	18	21
<b>Total Fusagasugá</b>	<b>35</b>	<b>71</b>	<b>110</b>	<b>150</b>	<b>193</b>	<b>237</b>	<b>284</b>	<b>333</b>	<b>385</b>	<b>438</b>

Fuente: Secretaría de Salud Pública de Manizales, 2008. Cálculos propios.

#### 14.4. Inserción del pequeño productor al mercado institucional

El mercado institucional, que para el presente estudio está conformado por los programas que lideran las alcaldías locales y el ICBF a través de los comedores o restaurantes y hogares comunitarios, es un segmento interesante para iniciar las gestiones de vinculación del pequeño productor al mercado en el corto y mediano plazo (uno a dos años), teniendo en cuenta que entre menos intermediarios tengan los operadores de estos comedores para adquirir los productos requeridos en sus programas, mayores serán los beneficios en calidad, inocuidad y precios.

La demanda de alimentos por parte de las entidades que operan los comedores comunitarios se ha considerado fija debido a que su crecimiento no depende del consumo de los beneficiarios sino del aumento de los aportes del Gobierno nacional para estos programas. Por esta razón, en el cuadro 26 se muestra la proyección de la participación que tendrían los pequeños productores en la demanda de alimentos del mercado institucional en los próximos 10 años. Para hacer estos cálculos se estima que la demanda del mercado institucional será

igual entre los años 2010 y 2019, pero la participación del pequeño productor si se incrementará.

**Cuadro 26 Proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos del mercado institucional a 10 años**

Producto	Soacha proyección de la participación sobre la demanda actual (kg/mes)										
	Actual	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Papa	8 805	440	881	1 321	1 761	2 201	2 642	3 082	3 522	3 962	4 403
Tomate	2 217	111	222	333	443	554	665	776	887	998	1 108
Zanahoria	4 092	205	409	614	818	1.023	1 228	1 432	1 637	1 841	2 046
Cebolla larga	17	1	2	3	3	4	5	6	7	8	9
Habichuela	1 579	79	158	237	316	395	474	553	632	710	789
Tomate de árbol	4 712	236	471	707	942	1 178	1 414	1 649	1 885	2 120	2 356
Banano	4 906	245	491	736	981	1 227	1 472	1 717	1 962	2 208	2 453
<b>Total Soacha</b>	<b>26 328</b>	<b>1 316</b>	<b>2 633</b>	<b>3 949</b>	<b>5 266</b>	<b>6 582</b>	<b>7 898</b>	<b>9.215</b>	<b>10 531</b>	<b>11 847</b>	<b>13 164</b>
	<b>Fusagasugá proyección de la participación sobre la demanda actual (kg/mes)</b>										
Papa	6 876	344	688	1 031	1 375	1 719	2 063	2 407	2 750	3 094	3 438
Tomate	2 744	137	274	412	549	686	823	960	1 098	1 235	1 372
Habichuela	2 881	144	288	432	576	720	864	1 008	1 152	1 296	1 441
Arveja	146	7	15	22	29	37	44	51	58	66	73
Cebolla larga	2 866	143	287	430	573	717	860	1 003	1 146	1 290	1 433
Zanahoria	3 921	196	392	588	784	980	1.176	1 372	1 568	1 764	1 961
Mora	226	11	23	34	45	57	68	79	90	102	113
Tomate de árbol	4 606	230	461	691	921	1 152	1 382	1 612	1 842	2 073	2 303
Banano	5 686	284	569	853	1.137	1 422	1 706	1 990	2 274	2 559	2 843
Mango	4 396	220	440	659	879	1 099	1 319	1 539	1 758	1 978	2 198
<b>Total Fusagasugá</b>	<b>34 348</b>	<b>1 717</b>	<b>3 435</b>	<b>5 152</b>	<b>6 870</b>	<b>8 587</b>	<b>10 304</b>	<b>12 022</b>	<b>13 739</b>	<b>15 457</b>	<b>17 174</b>

Fuente: Fundación Vive Colombia, Alcaldía de Soacha, ICBF, Alcaldía de Fusagasugá. Cálculos propios.

Para realizar estas proyecciones se estima que el pequeño productor puede llegar a tener una participación del 5 por ciento del consumo del mercado institucional en cada municipio durante el primer año y que a partir de ese período su participación se incremente en un 5 por ciento anualmente para alcanzar una participación total del 50 por ciento en el año 2019 (año 10).

De acuerdo a los datos arrojados con la proyección de participación, los pequeños productores podrían abastecer al mercado institucional con 1,3 toneladas mensuales en el primer año; 6,5 toneladas en el quinto año y 13,1 toneladas en el décimo año en los programas comunitarios de Soacha. En los restaurantes escolares y hogares comunitarios que funcionan en Fusagasugá, los pequeños productores de la región podrían proveer en los mismos años cerca de 1,7 toneladas por mes, 8,5 y 17,1 respectivamente.

Para la vinculación de los pequeños productores al mercado institucional es indispensable el acompañamiento del comité interinstitucional en todo el proceso con el fin de liderar acciones como:

- propiciar espacios de capacitación por parte de los jefes de compra de las entidades que operan los comedores comunitarios (Fundación Vive Colombia, Cooperativa Abastico del Valle, Asociación Ciudad Jardín, Asociación Fusa Rural, Asociación Fusa Urbana y Fundación Maestros de la Supervivencia) en cuanto a los requisitos y exigencias que hacen a los proveedores durante el proceso de compra y manipulación de los productos perecederos.
- hacer acompañamiento en el proceso de negociación y vinculación de los pequeños productores al mercado institucional con el fin de realizar convenios de proveeduría.
- gestionar ante el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar la posibilidad de fijar un porcentaje de participación de proveeduría de pequeños productores de las provincias de Soacha y del Sumapaz en la demanda de alimentos que tienen los operadores de los comedores comunitarios en los municipios de Soacha y Fusagasugá.
- durante el proceso de creación y montaje del banco de alimentos de Fusagasugá determinar un porcentaje de participación de la oferta de los pequeños productores de la región para iniciar un proceso de vinculación al mercado.

#### **14.5. Inserción del pequeño productor al canal de tiendas**

El segmento de mercado conformado por las tiendas de barrio es otro nicho potencial para que los pequeños productores que estén organizados en asociaciones puedan comercializar sus productos en el corto y mediano plazo (uno a dos años)

Para proyectar la demanda de los productos por parte de las tiendas se tuvo en cuenta la siguiente información: una tienda de barrio mediana en Bogotá atiende en promedio 200 habitantes<sup>57</sup>. Según estudios de Nielsen, a través de la totalidad de las tiendas a nivel nacional se comercializa el 41,7 del volumen de alimentos; el crecimiento promedio de la población de Soacha es del 5 por ciento anual y en Fusagasugá es del 2,6 por ciento.

Tomando como referencia la información mencionada anteriormente para ver la cobertura de este canal en los municipios de interés, Soacha debería tener 2 224 tiendas para atender a su población mientras que en Fusagasugá el total debería ser de 595.

---

<sup>57</sup> **Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP**. Sin fecha. Documento soporte técnico del plan maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria de Bogotá.

En el Anexo 9 se muestra la demanda de los productos de interés por parte de las tiendas para los próximos 10 años. Según los cálculos realizados, las tiendas de Soacha estarían demandando un total de 1 057 toneladas mensuales en el primer año, 1 349 en el año 2014 y 1 721 en el 2019. Por su parte, la demanda de las tiendas de Fusagasugá sería aproximadamente de 290 toneladas por mes en el primer año, 322 en el quinto año y de 366 en el décimo año. Partiendo de esta información, en el cuadro 27 se muestra la proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos en este canal. Se estima que el pequeño productor pueda abastecer el 5 por ciento de este mercado en el primer año y que anualmente incremente su participación en un 5 por ciento para llegar a abarcar en el décimo año (2019) el 50 por ciento del mercado de los tenderos en ambos municipios.

Según los cálculos realizados, los pequeños productores podrían abastecer a las tiendas de Soacha con un total de 55 toneladas mensuales en el primer año, 337 en el año 2014 y 861 en el 2019. Por su parte, la demanda de las tiendas de Fusagasugá sería atendida por el pequeño productor con 15 toneladas por mes aproximadamente en el primer año, 80 en el quinto año y de 183 en el décimo año

**Cuadro 27 Proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos de las tiendas a 10 años**

Producto	Soacha proyección de la participación sobre la demanda anual ton/mes									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Papa	33	70	111	155	203	256	314	377	445	519
Tomate	3	6	10	14	18	22	27	33	39	45
Zanahoria	3	6	10	14	18	22	27	33	39	45
Cebolla larga	1	2	3	4	6	7	9	11	13	15
Habichuela	3	6	9	13	17	22	26	32	38	44
Tomate de árbol	3	6	10	14	18	22	27	33	39	45
Banano	4	8	12	17	22	28	34	41	49	57
Mango	3	7	10	15	19	24	30	35	42	49
Mora	3	6	9	12	16	20	25	30	35	41
<b>Total Soacha</b>	<b>55</b>	<b>116</b>	<b>183</b>	<b>257</b>	<b>337</b>	<b>425</b>	<b>520</b>	<b>624</b>	<b>738</b>	<b>861</b>
	<b>Fusagasugá proyección de la participación sobre la demanda anual ton/mes</b>									
Papa	9	18	28	38	48	60	71	84	97	110
Tomate	1	2	2	3	4	5	6	7	8	10
Zanahoria	1	2	2	3	4	5	6	7	8	10
Cebolla larga	0	1	1	1	1	2	2	2	3	3
Habichuela	1	2	2	3	4	5	6	7	8	9
Tomate de árbol	1	2	2	3	4	5	6	7	8	10
Banano	1	2	3	4	5	7	8	9	11	12
Mango	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Mora	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Total Fusagasugá</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>46</b>	<b>63</b>	<b>80</b>	<b>99</b>	<b>118</b>	<b>139</b>	<b>160</b>	<b>183</b>

Fuente: Secretaría de Salud Pública de Manizales, 2008. Nielsen. Cálculos propios.

En este proceso de vinculación de los pequeños productores al segmento de tiendas es esencial el apoyo del comité interinstitucional para ejecutar las siguientes acciones:

- propender esquemas asociativos entre los pequeños productores para consolidar la oferta de productos y tener mayor poder de negociación.
- promover esquemas asociativos entre los tenderos para que consoliden la demanda de alimentos y se facilite la comercialización de los productos desde los puntos de acopio hasta el consumidor final.
- gestionar el montaje de centros de acopio para los pequeños productores y los tenderos con el fin de disminuir los costos de logística de los productos y facilitar la distribución de los alimentos, generando precios competitivos para todos los actores de la cadena: productor, comercializador y consumidor final.

#### **14.6. Inserción del pequeño productor al canal de supermercados**

Este canal de comercialización es uno de los más exigentes en cuanto a la calidad, el volumen, precios competitivos e inocuidad de los productos. Por esta razón se considera que los pequeños productores podrían vincularse a este mercado en el largo plazo (dos años en adelante), una vez cumplan con el proceso de preparación que requieren, no sólo a nivel productivo sino comercial.

Teniendo en cuenta que la presencia de los supermercados no es muy representativa en los municipios de Soacha y Fusagasugá, la proyección de la demanda de este canal se realizó partiendo del consumo total de alimentos de la población e incorporando los datos de crecimiento promedio anual de habitantes (en Soacha es del 5 por ciento y en Fusagasugá del 2,6 por ciento) y el porcentaje del volumen de alimentos que manejan las cadenas de supermercados a nivel nacional, que según estudios realizados por la compañía Nielsen es del 49,5 por ciento.

Las proyecciones de la demanda de alimentos de los supermercados a 10 años se observan en el Anexo 10. Según los cálculos realizados, los supermercados en Soacha demandarían un total de 1 317 toneladas mensuales en los productos objeto de este estudio durante el primer año; en el quinto año la demanda sería de 1 601 y en el décimo año alcanzaría las 2 043 toneladas por mes. En el caso de Fusagasugá, las cadenas de supermercados tendrían una demanda de 344 toneladas mensuales en el año 1, de 382 toneladas en el año 5 y llegaría a 434 toneladas por mes en el último año.

Como el proceso de inserción de los pequeños productores al canal de las cadenas de supermercados requiere tiempo de preparación, se estima que podrían estar iniciando su vinculación a este mercado a partir del segundo año de ejecución del plan de acción, propuesto en el numeral 15 de este documento.

Tomando como referencia las cifras del Anexo 10, los pequeños productores podrían participar con el 5 por ciento de la demanda de los supermercados a partir del año 2012, como lo muestra el cuadro 28, es decir que abastecerían con 73 toneladas mensuales a los supermercados de Soacha y con 18 toneladas a las cadenas que tiene presencia en Fusagasugá.

Si se proyecta un incremento del 5 por ciento anual en la participación del pequeño productor se esperaría que para el año 2019 ya tengan el 40 por ciento de este mercado, ofertando aproximadamente 817 toneladas por mes en el municipio de Soacha y 174 toneladas en Fusagasugá.

**Cuadro 28 Proyección de la participación del pequeño productor en la demanda de alimentos de los supermercados a partir del año 2012**

Producto	Soacha proyección de la participación sobre la demanda anual ton/mes							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Papa	44	92	145	203	266	335	411	493
Tomate	4	8	13	18	23	29	36	43
Zanahoria	4	8	13	18	23	29	36	43
Cebolla larga	1	3	4	6	8	10	12	14
Habichuela	4	8	12	17	22	28	35	42
Tomate de árbol	4	8	13	18	23	29	36	43
Banano	5	10	16	22	29	37	45	54
Mango	4	9	14	19	25	32	39	46
Mora	3	7	11	16	21	27	33	39
<b>Total Soacha</b>	<b>73</b>	<b>152</b>	<b>240</b>	<b>336</b>	<b>441</b>	<b>556</b>	<b>681</b>	<b>817</b>
	<b>Fusagasugá proyección de la participación sobre la demanda anual ton/mes</b>							
Papa	11	22	35	47	61	75	89	105
Tomate	1	2	3	4	5	7	8	9
Zanahoria	1	2	3	4	5	7	8	9
Cebolla larga	0	1	1	1	2	2	3	3
Habichuela	1	2	3	4	5	6	8	9
Tomate de árbol	1	2	3	4	5	7	8	9
Banano	1	2	4	5	7	8	10	11
Mango	1	2	3	4	6	7	8	10
Mora	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Total Fusagasugá</b>	<b>18</b>	<b>37</b>	<b>57</b>	<b>78</b>	<b>100</b>	<b>124</b>	<b>148</b>	<b>174</b>

Fuente: Secretaría de Salud Pública de Manizales, 2008. Nielsen. Cálculos propios.

En el proceso de inserción de los pequeños productores como proveedores de las grandes cadenas de supermercados, es necesario contar con el apoyo del comité

interinstitucional para prepararlos en temas productivos y de comercialización. El comité deberá desarrollar, entre otras, las siguientes actividades:

- propiciar espacios de capacitación por parte de los jefes de compra de las cadenas de supermercados (Olimpica, Carrefour, Surtimax, Éxito, Colsubsidio, Supermercados Cundinamarca), en cuanto a los requisitos y exigencias que hacen a los proveedores durante el proceso de compra y manipulación de los productos perecederos, selección de los productos, tipos de empaque y embalaje.
- hacer acompañamiento en los procesos de negociación y vinculación de los pequeños productores a las cadenas de supermercados con el fin de realizar convenios de proveeduría.

#### 14.7. Capacitación

Para que los funcionarios de la Gobernación y las Alcaldías de Soacha y Fusagasugá puedan realizar en un futuro estudios para la vinculación de los pequeños productores al mercado, requerirán de capacitaciones en algunos temas, los cuales se citan a continuación:

Población objetivo	Tema	Modalidad
Funcionarios que trabajen con el área de desarrollo social, agricultura y desarrollo económico de la Gobernación, Alcaldía de Soacha y Alcaldía de Fusagasugá	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metodología del SADA</li> <li>- Análisis del consumo de alimentos, patrones de compra, márgenes de comercialización</li> <li>- Análisis costos de producción vs precios de compra</li> <li>- Herramientas estadísticas para el análisis de las cifras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taller sobre la metodología del SADA dictado por consultores de la FAO.</li> <li>- Talleres sobre fuentes de información primarias y secundarias, herramientas de análisis de datos, elaboración de formatos de entrevistas. Deben ser dictados por consultores especializados en temas de análisis de mercados o por universidades.</li> <li>- Talleres sobre análisis de costos de producción y competitividad de los productos en los distintos canales de comercialización. Esta capacitación la deben dar consultores especializados en análisis de costos de producción y en mercados o universidades.</li> <li>- Taller sobre fórmulas estadísticas a utilizar en los estudios. Este tema puede ser dictado por un consultor o una universidad.</li> </ul>



## 15. Plan de acción

Estrategia	Acciones	Responsables	Cronograma										
			Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		
			1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	
Creación comité interinstitucional	- Creación del comité	Gobernación de Cundinamarca, Alcaldías de Soacha y Fusagasugá											
	- Plan de acción difusión de los programas del Gobierno Nacional y local.	Comité interinstitucional y profesionales expertos en cada tema											
	- Diseño y ejecución del Programa de capacitación: aspectos productivos, comerciales, implementación de estructuras, análisis de mercados, uso de nuevas tecnologías para mejorar la productividad y calidad de sus productos, exigencias de los operadores del mercado institucional y supermercados.	Comité interinstitucional y profesionales expertos en cada tema											
	- Gestionar políticas encaminadas a que las exigencias jurídicas, financieras y contables para el desembolso de subsidios y créditos a los pequeños productores sean menos restrictivas.	Comité interinstitucional y pequeños productores											
	- Definir criterios para identificar a los pequeños productores que se encuentran ubicados en las provincias de Soacha y	Comité interinstitucional											

Estrategia	Acciones	Responsables	Cronograma										
			Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		
			1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	
	Sumapaz;												
	- Especializar a los pequeños productores, bien sea en una línea de producción específica o en atender un mercado específico, promover esquemas asociativos.	Comité interinstitucional y pequeños productores											
Promoción de productos con potencial comercial	<p>Encaminar acciones que incentive el cultivo de estos productos entre los pequeños productores, ofrecer capacitación especializada en el aprovechamiento, mejoramiento de procesos productivos y estándares de calidad para aumentar la competitividad y apoyar eventos comerciales para promocionar estos alimentos como en ferias locales, ferias departamentales, mercados móviles, entre otros.</p> <p>Soacha: tomate de árbol, mora, mango y habichuela, cebolla larga y arveja.</p> <p>Fusagasugá: tomate de árbol, banano, mango, arveja, cebolla larga y mora.</p>	<p>Comité interinstitucional, consultores expertos y pequeños productores</p> <p>Comité interinstitucional, pequeños productores y Alcaldía de Soacha</p> <p>Comité interinstitucional, pequeños productores y Alcaldía de Fusagasugá</p>											

Estrategia	Acciones	Responsables	Cronograma											
			Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5			
			1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem		
Inserción de los pequeños productores al mercado institucional	- Capacitación por parte de los jefes de compra de las entidades que operan los comedores comunitarios en cuanto a los requisitos y exigencias que hacen a los proveedores.	Comité interinstitucional, Alcaldías de Soacha, Fusagasugá, operadores y pequeños productores												
	- Hacer acompañamiento en el proceso de negociación y vinculación de los pequeños productores al mercado institucional con el fin de realizar convenios de proveeduría.	Comité interinstitucional, Alcaldías de Soacha, Fusagasugá, operadores y pequeños productores.												
	- Gestionar ante el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar la posibilidad de fijar un porcentaje de participación de proveeduría de pequeños productores de las provincias de Soacha y del Sumapaz en la demanda de alimentos que tienen los operadores de los comedores comunitarios.	Comité interinstitucional, ICBF y operadores												
	- Determinar un porcentaje de participación de la oferta de los pequeños productores de la región en la demanda del banco de alimentos de Fusagasugá.	Comité interinstitucional, operadores, Alcaldía de Fusagasugá y pequeños productores												
Inserción del pequeño productor al canal de tiendas	- Propender esquemas asociativos entre los pequeños productores para consolidar la oferta de productos y tener mayor poder de negociación.	Comité interinstitucional, Alcaldías de Soacha y Fusagasugá y pequeños productores.												

Estrategia	Acciones	Responsables	Cronograma										
			Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		
			1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	
	- Promover esquemas asociativos entre los tenderos para que consoliden la demanda de alimentos y se facilite la comercialización de los productos.	Comité interinstitucional, Alcaldías de Soacha, Fusagasugá y tenderos											
	- Gestionar el montaje de centros de acopio para los pequeños productores y los tenderos con el fin de disminuir los costos de logística y facilitar la distribución de los alimentos.	Comité interinstitucional, Alcaldías de Soacha, Fusagasugá, pequeños productores y tenderos											
Inserción del pequeño productor al canal de supermercados	- Propiciar espacios de capacitación por parte de los jefes de compra de las cadenas de supermercados, en cuanto a los requisitos y exigencias que hacen a los proveedores.	Comité interinstitucional, Alcaldías de Soacha, Fusagasugá, cadenas de supermercados y pequeños productores											
	- Hacer acompañamiento en los procesos de negociación y vinculación de los pequeños productores a las cadenas de supermercados con el fin de realizar convenios de proveeduría.	Comité interinstitucional, Alcaldías de Soacha, Fusagasugá, cadenas de supermercados y pequeños productores											
Capacitación a funcionarios	- Taller metodología del SADA	Comité interinstitucional, FAO											
	- Talleres para el Análisis del consumo de alimentos, patrones de compra, márgenes de comercialización	Comité Interinstitucional, Alcaldía de Soacha y Fusagasugá											
	- Talleres para el análisis costos de producción vs precios de												

Estrategia	Acciones	Responsables	Cronograma										
			Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		
			1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	1sem	2sem	
	compra												
	- Taller sobre herramientas estadísticas para el Análisis de las cifras												
Diagnóstico del SADA	Taller de capacitación a funcionarios	Comité interinstitucional, Alcaldías de Soacha y Fusagasugá											

## 16. Bibliografía

**Alcaldía de Fusagasugá.** Sin fecha. *Información sobre Fusagasugá*, (disponible en <http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/Pagina1.php?id=362#economia> visitado en julio de 2009).

**Alcaldía Municipal de Fusagasugá.** 2009. *Mapas de Fusagasugá*. (Cundinamarca, Colombia) (disponible en [http://www.fusagasuga.com.co/index.php?option=com\\_phocadownload&view=category&id=5:los-bsicos&Itemid=116](http://www.fusagasuga.com.co/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=5:los-bsicos&Itemid=116) visitado en noviembre de 2009).

**Alcaldía de Fusagasugá.** Sin fecha. *Plan de desarrollo municipal de Fusagasugá año 2008-2011*, Fusagasugá (Cundinamarca – Colombia) (disponible en [http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/pdf/plan\\_desarrollo.pdf](http://www.alcaldiafusagasuga.gov.co/pdf/plan_desarrollo.pdf) visitado en julio de 2009).

**Alcaldía de Fusagasugá, Secretaría de Desarrollo Económico.** 2006. *Estudio de mercado plaza principal municipio de Fusagasugá*, Fusagasugá (Cundinamarca, Colombia).

**Alcaldía de Fusagasugá, Secretaría de Desarrollo Económico.** 2006. *Estudio de mercado plaza satélite municipio de Fusagasugá*, Fusagasugá (Cundinamarca, Colombia).

**Alcaldía de Soacha.** Sin fecha. *Información general del municipio de Soacha*, (disponible en <http://soacha-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m1y-1462976-1462976&m=f> visitado en junio de 2009).

**Alcaldía de Soacha.** Sin fecha. *Plan de desarrollo municipal de Soacha año 2008-2011*, Soacha (Cundinamarca – Colombia) (disponible en <http://soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/32353537643938303864306130306333/PLANDESARROLLO.pdf> visitado en julio de 2009).

**Aragrande, M., Argenti O.** 2001. *Estudiando los sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición*. Serie Alimentos en las Ciudades, No.3. FAO, Roma (Italia) (disponible en <http://www.fao.org/ag/Ags/agsm/sada/pages/dt/dt3601s.htm>).

**Argenti, O.** 2000. *Alimentos para las ciudades. Políticas de abastecimiento y distribución de alimentos para reducir la inseguridad alimentaria*. Serie Alimentos en las Ciudades, FAO DT/43-00S. Roma (Italia) (disponible en <http://www.fao.org/ag/Ags/agsm/sada/pages/dt/dt4300s.htm>).

**Cámara de Comercio de Bogotá.** 2005. *Plan económico para la competitividad de Fusagasugá, Bogotá (Colombia)* (disponible en [http://camara.ccb.org.co/documentos/655\\_2005\\_8\\_23\\_11\\_38\\_36\\_Plan\\_Fusa.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/655_2005_8_23_11_38_36_Plan_Fusa.pdf) visitado en junio de 2009).

**Cámara de Comercio de Bogotá.** 2005. *Plan económico para la competitividad de Soacha, Bogotá (Colombia)* (disponible en <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=759&catID=86> visitado en junio de 2009).

**Camargo, M. y Londoño, M.** Sin fecha. *Resultados de la encuesta sobre hábitos, costumbres e imagen alimentaria en municipios de Cundinamarca para el plan departamental de alimentación y nutrición – SAN, Bogotá (Colombia).*

**Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES.** 2008. *Política nacional de seguridad alimentaria y nutricional (PSAN), Bogotá (Colombia).*

**Corporación para el Desarrollo Social y Humano SER.** 2009. *Informe final consultoría para la formulación de la política pública de seguridad alimentaria y nutricional del municipio de Soacha, Soacha (Cundinamarca, Colombia).*

**DANE.** 2005. *Censo General 2005.* Bogotá (Colombia) (disponible en [http://190.25.231.236/productos/consultas/product\\_pdf.asp?L\\_DEPTO=25&L\\_MUNICI=25290&L\\_producto=T6T001\\_CIS&n\\_muni=FUSAGASUGA&n\\_depto=CUNDINAMARCA](http://190.25.231.236/productos/consultas/product_pdf.asp?L_DEPTO=25&L_MUNICI=25290&L_producto=T6T001_CIS&n_muni=FUSAGASUGA&n_depto=CUNDINAMARCA)).

**DANE.** 2005. Censo poblacional, Bogotá (Colombia) (disponible en <http://www.dane.gov.co/censo/files/cuadros%20censo%202005.xls> visitado en agosto de 2009).

**DANE.** 2009. *Información estadística. Colombia: proyecciones de población municipales por área 2005-2009 a Junio 30,* Bogotá (Colombia) (disponible en [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co) visitado en junio de 2009).

**DANE.** 2005. *Sistema de consulta información censal* (disponible en <http://190.25.231.242/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CG2005BASICO&MAIN=WebServerMain.inl> visitado en julio de 2009).

**FAO.** 2009. *Análisis socioeconómico de tiendas alimentarias en Soacha, Bogotá (Colombia).*

**FAO.** 2009. *Análisis de los sistemas de producción agrícola de las Provincias de Soacha y Sumapaz.* Bogotá (Colombia).

**FAO** 2009. *El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha, Bogotá (Colombia).*

**Gobernación de Cundinamarca.** Sin fecha. *Cundinamarca corazón de Colombia. plan departamental de desarrollo 2008 / 2012*, Bogotá (Colombia) (disponible en [http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pdd%202008\\_2012%20cundinamarca%20corazón%20de%20colombia.pdf](http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pdd%202008_2012%20cundinamarca%20corazón%20de%20colombia.pdf) visitado en junio de 2009).

**Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF).** 2005. *Resultados encuesta nacional de la situación nutricional en Colombia 2005*, Bogotá (Colombia).

**Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** 2009. *Perspectivas agropecuarias segundo semestre de 2009*, Bogotá (Colombia) (disponible en [http://www.agronet.gov.co/www/docs\\_agronet/200972915312\\_Perspectivas\\_Agropecuarias\\_2009\\_II.pdf](http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/200972915312_Perspectivas_Agropecuarias_2009_II.pdf) visitado en julio de 2009).

**Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.** Sin fecha. *Reactivación agropecuaria y mayor bienestar en el campo 2006-2010*, Bogotá (Colombia) (disponible en [http://www.agronet.gov.co/www/docs\\_agronet/2008814104730\\_Microsoft%20Word%20-%20CARTILLA%20POL.AGRO%20.pdf](http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2008814104730_Microsoft%20Word%20-%20CARTILLA%20POL.AGRO%20.pdf) visitado en julio de 2009).

**Secretaría de Salud, Alcaldía Municipal de Soacha.** 2008. *Perfil epidemiológico de Soacha*, Soacha (Cundinamarca, Colombia).

**Secretaría de Salud Pública de Manizales.** 2008. *Resultados sobre canasta usual de alimentos de los hogares de estratos uno a tres de Manizales comprada y/o adquirida*, Manizales (Colombia).

**Shepherd, A.** 2008. *Cómo vincular a los productores con los mercados.* Documento ocasional del servicio de gestión, comercialización y finanzas agrícolas. FAO, Roma (Italia).

**SISBEN.** Sin fecha. *Información SISBEN, reporte base certificada total de personas validadas corte 3 de noviembre de 2008 por zona y nivel Sisbén*, Bogotá (Colombia) (disponible en <http://www.sisben.gov.co/Informaci%C3%B3n/tabid/48/language/es-ES/Default.aspx> visitado en junio de 2009).

**Unidad Ejecutiva de Servicios Públicos UESP.** Sin fecha. *Documento soporte técnico del plan maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria de Bogotá*. Bogotá (Colombia).

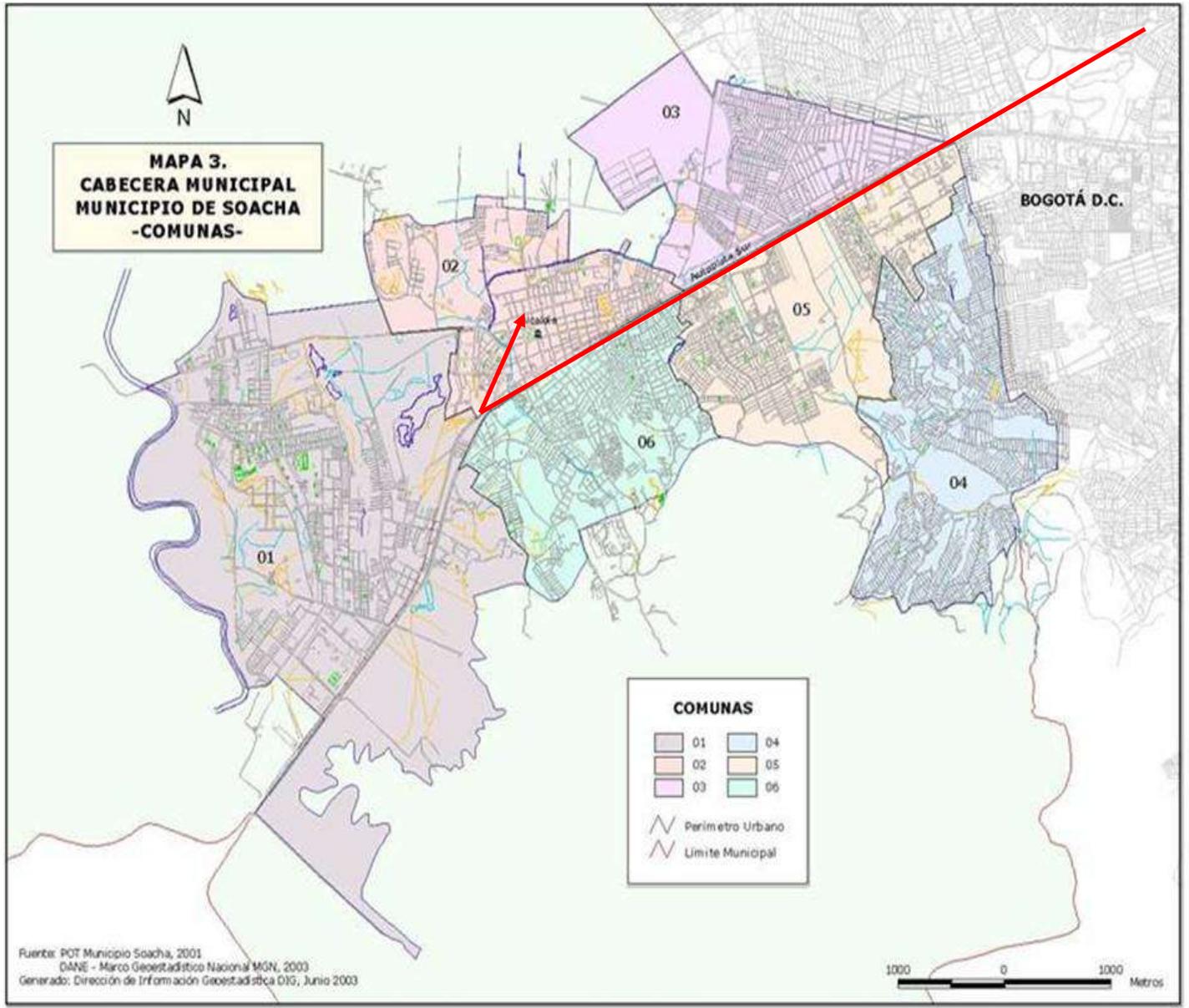
## Anexo 1 Lista de contactos entrevistados

Entidad	contacto	cargo	teléfonos	email
Corporación Colombia Internacional	Sr. Carlos Téllez	Director servicio de información agropecuaria	344 3111	
RADDAR	Sr. Camilo Herrera	Presidente	322 0787	camiloherrera@raddar.net
Cámara de Comercio de Bogotá	Sra. Claudia Betancourt	Directora MEGA	383 0300	
Alcaldía de Soacha Secretaría de Desarrollo Social	Sra. Consuelo González	Secretaria	575 5700	cyasmid@yahoo.es
Alcaldía de Soacha Secretaría de Desarrollo Social	Sra. María del Pilar Melo	Profesional Seguridad Alimentaria	575 5700	mariadelpilar_nd@hotmail.com
Alcaldía de Soacha Secretaria de planeación	Sr. Edgar Facundo		575 5700 ext. 220 – 142	
Alcaldía de Soacha Secretaria de planeación	Sra. Mariluz Pinzón		575 5700 ext. 220 – 142	
Alcaldía de Soacha Secretaría de salud	Sra. Ángela Cortés		781 1930	anlucomo@gmail.com
Alcaldía de Soacha Oficina de Servicios Públicos	Sra. Alexandra Hurtado	Gerente	578 5011	
Plaza de Mercado Centro Soacha	Sra. Ingrid Celis	Representante legal Asocoplams	729 2421 317 275 0292	
Plaza de Mercado Centro Soacha	Sra. Flor María Pacanchique	Presidenta Asocoplams	729 2421 316 719 1028	
Plaza de mercado Compartir Soacha	Sr. Héctor García	Administrador	578 7112 315 889 7584	
Acción Social Soacha	Sr. David Ramírez	Enlace municipal	320 3469106	alejitoramirez@hotmail.com
Fundación Vive Colombia	Sr. Miguel Ángel Villalobos	Representante legal	893 0882	fundacionvive.colombia@yahoo.com
Supermercado Olímpica	Sra. Claudia Ballén	Directora Fruver	318 712 1024	cballen@olimpica.com.co
Supermercado Carrefour	Sr. Israel Molina	Jefe de compra perecederos	657 9797 ext. 51295	israel_molina@carrefour.com

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Sr. Andrés Silva	Director Oportunidades Rurales	286 4539 310 343 7940	
Fenaltiedades	Sr. Lino Franco	Coordinador	350 0600 ext. 401 311 594 4432	
Programa Mundial de Alimentos	Sr. Fernando Henao	Oficial de compras	346 0611 ext. 2300	
Gobernación de Cundinamarca Secretaría de Desarrollo Económico	Sra. Odilia Cañon	Profesional Universitario	749 1209	
Fundación Luz de Vida Cooperativa Abastico del Valle Seccional Cundinamarca	Sr. Hernando Prieto	Gerente operativo regional Cundinamarca	446 3200	hernandoprietom@yahoo.es
Alcaldía de Fusagasugá Secretaría de Desarrollo Social	Sr. Edgar Cruz	Secretario	8868199	edgarcruzgarcia01@hotmail.com
Alcaldía de Fusagasugá Secretaría de Desarrollo Social	Sr. Fabián Rojas	Coordinador	8868199	fabian.rojas391@esap.gov.co
Asociación Ciudad Jardín (uno de los operadores de los restaurantes escolares en Fusagasugá)	Sra. Estella Castellanos	Directora	Cel. 313 396 9708	
Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) – Fusagasugá - Provincia Sumapaz	Sra. Zoraida Páez	Coordinadora	300 2015328	marien.paez@icbf.gov.co, zoraidapaez@hotmail.com

## Anexo 2 Localización comunas en Soacha y vía principal de acceso

Localización geográfica de las comunas en el municipio de Soacha<sup>58</sup>.



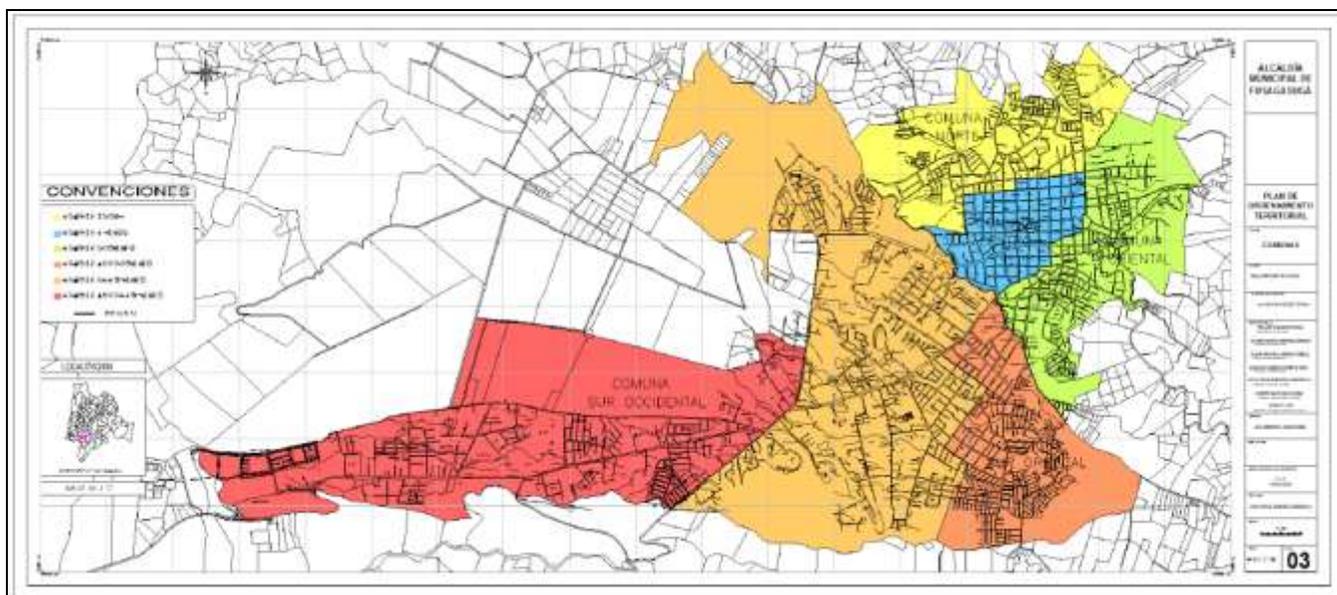
Fuente: Secretaría de Planeación Municipal, POT Soacha.

**Nota:** La línea roja en el mapa, muestra como vía principal de acceso de los alimentos al municipio, la Autopista Sur. Los alimentos vienen desde Corabastos, en Bogotá, y llegan a los puntos de acopio de Soacha.

<sup>58</sup> Secretaría de Salud, Alcaldía Municipal de Soacha. 2008. Perfil epidemiológico Soacha, Soacha (Cundinamarca, Colombia)

## Anexo 3 Localización comunas en Fusagasugá

Localización geográfica de las comunas en el municipio de Fusagasugá<sup>59</sup>.



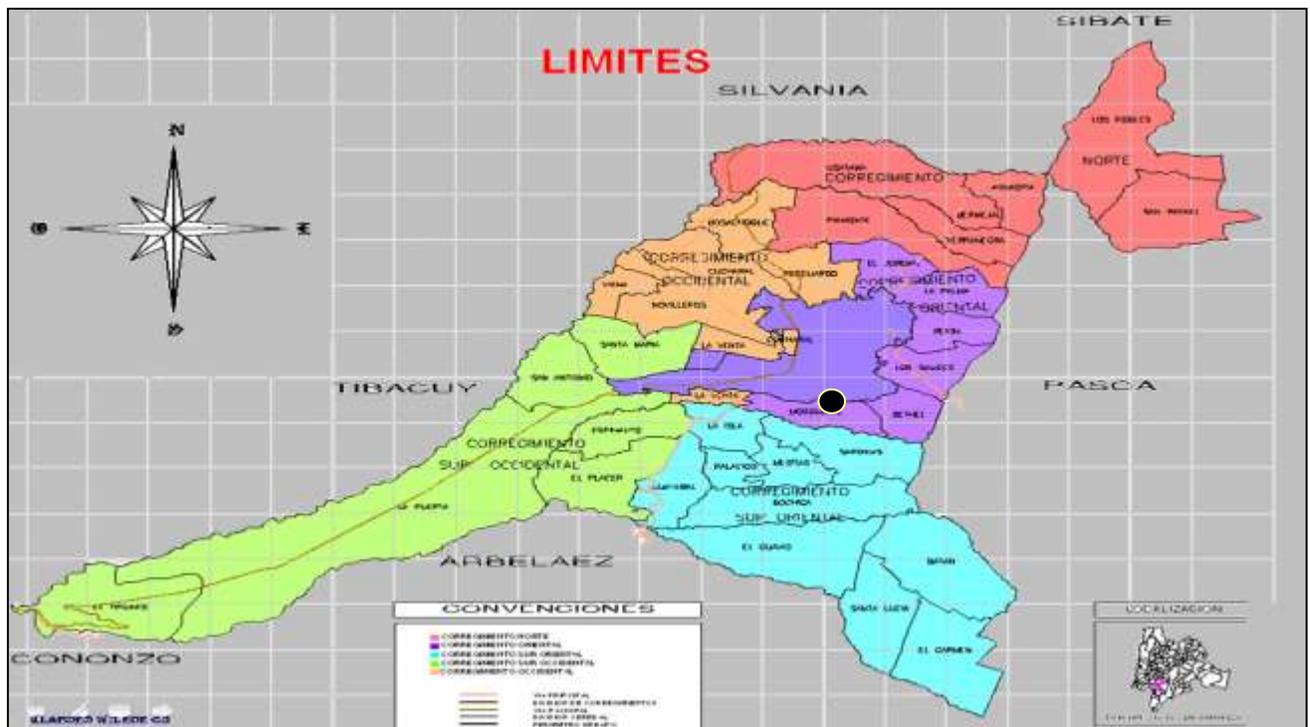
Ubicación de las comunas:

- Rojo: Comuna sur occidental
- Amarillo oscuro: Comuna occidental
- Naranja: Comuna sur oriental
- Verde: Comuna oriental
- Azul: Comuna central
- Amarillo claro: Comuna norte

<sup>59</sup> **Alcaldía Municipal de Fusagasugá.** 2009. *Mapas de Fusagasugá.* (Cundinamarca, Colombia) (disponible en [http://www.fusagasuga.com.co/index.php?option=com\\_phocadownload&view=category&id=5:los-bsicos&Itemid=116](http://www.fusagasuga.com.co/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=5:los-bsicos&Itemid=116) visitado en noviembre de 2009).

## Anexo 4 Localización corregimientos en Fusagasugá

Localización geográfica de los corregimientos en el municipio de Fusagasugá<sup>60</sup>.



● Zona urbana del municipio

<sup>60</sup> Alcaldía Municipal de Fusagasugá. 2009. *Mapas de Fusagasugá*. (Cundinamarca, Colombia) (disponible en [http://www.fusagasuga.com.co/index.php?option=com\\_phocadownload&view=category&id=5:los-bsicos&Itemid=116](http://www.fusagasuga.com.co/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=5:los-bsicos&Itemid=116) visitado en noviembre de 2009).



## Anexo 6 Costos de producción vs. precios de compra en Soacha

Producto	Costos producción unitario (1) (\$/kg)	Costo transporte finca a Corabastos (1) (\$/kg)	Precios de compra (\$/kg)						Precios de venta (\$/kg)			
			Intermediario a productor (1)	Mayorista (2)	Tienda (2)	Supermercados (3)		Mercado Institucional (3)	Mayorista (2)	Tienda (2)	Supermercados (3)	
						Olímpica	Carrefour				Olímpica	Carrefour
Papa	353	30	450	320	510	1 100	750	550	1 007	1 000	1 430	980
Tomate	374	80	950	545	820	1 780	1 300	800	1 238	1 600	2 420	1 600
Habichuela	585	25	1 100	1 030	1 100	1 980	2 000	1 200	1 321	2 400	3 080	2 600
Arveja	813	30	1 500	1 080	1 400	3 480	2 800	nd	2 714	3 400	4 650	3 500
Cebolla larga	442	25	560	755	1 050	2 350	3 000	nd	1 253	2 000	3 300	3 800
Zanahoria	382	25	490	230	375	1 700	1 000	650	624	1 000	2 350	1 200
Mora	691	154	1 100	1 400	2 000	2 800	nd	1 800	2 388	3 000	4 650	nd
Tomate de árbol	387	100	950	1 100	1 500	2 090	2 400	1 850	1 583	2 400	2 860	2 800
Banano	276	100	450	485	750	1 200	900	900	799	1 180	1 450	1 200
Mango	492	entre 77 y 100	650	400	1 050	1 760	2 200	1 500	1 867	2 400	2 650	2 800

nd: no disponible

(1) Datos obtenidos a través de las entrevistas realizadas a pequeños productores de las provincias de Sumapaz y Soacha en el marco del análisis de los sistemas de producción, julio de 2009

(2) Precios de referencia pagados al productor en el mercado mayorista (Corabastos) y tiendas tomados en FAO, El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha, julio de 2009

(3) Datos obtenidos a través de las entrevistas a jefes de compra de las cadenas de supermercados y de la Fundación Vive Colombia, julio de 2009

## Anexo 7 Costos de producción vs. precios de compra en Fusagasugá

Producto	Costos producción unitario (1) (\$/kg)	Costo transporte finca a Corabastos (1) (\$/kg)	Precios de compra (\$/kg)						Precios de venta (\$/kg)		
			Intermediario a productor (1)	Mayorista (2)	Plaza de mercado (3)	Supermercado Colsubsidio (3)	Mercado Institucional (3)		Mayorista (2)	Plaza de mercado (3)	Supermercado Colsubsidio (3)
							Restaurantes	Hogares			
Papa	353	30	450	320	700	2 060	1 600	900	1 007	760	2 250
Tomate	374	80	950	545	2 800	2 000	2 000	1 400	1 238	3 040	2 250
Habichuela	585	25	1 100	1 030	2 600	1 450	2 200	1 800	1 321	2 700	1 600
Arveja	813	30	1 500	1 080	2 000	3 500	nd	3 000	2 714	2 100	4 000
Cebolla larga	442	25	560	755	400	3 100	2 000	1 667	1 253	460	3 500
Zanahoria	382	25	490	230	900	1 500	1 600	1 200	624	960	1 680
Mora	691	154	1 100	1 400	1 600	3 400	nd	2 067	2 388	2 000	3 780
Tomate de árbol	387	100	950	1 100	2 400	2 680	4 000	2 067	1 583	2 800	2 980
Banano	276	100	450	485	800	1 240	2 400	2 933	799	1 000	1 380
Mango	492	entre 77 y 100	650	400	2 000	3 380	2 800	1 933	1 867	2 400	3 780

nd: no disponible

(1) Datos obtenidos a través de las entrevistas realizadas a pequeños productores de las provincias de Sumapaz y Soacha en el marco del análisis de los sistemas de producción, julio de 2009

(2) Precios de referencia pagados al productor en el mercado mayorista (Corabastos) y tiendas tomados en FAO, El sector informal alimentario en la ciudad de Soacha, julio de 2009

(3) Datos obtenidos través de las entrevistas a jefes de compra del supermercado Colsubsidio, administrador y vendedores plaza de mercado, el ICBF y los operadores de los comedores comunitarios, septiembre de 2009.

**Anexo 8 Proyección de la demanda de alimentos del total de la población a  
10 años**

Producto	Soacha consumo total mensual proyectado para cada año (ton/mes)										
	Actual	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Papa	1 529	1 605	1 686	1 770	1 859	1 951	2 049	2 151	2 259	2 372	2 491
Tomate	133	140	147	154	162	170	179	188	197	207	217
Zanahoria	133	140	147	154	162	170	179	188	197	207	217
Cebolla larga	44	46	49	51	53	56	59	62	65	68	72
Habichuela	129	135	142	149	157	165	173	182	191	200	210
Tomate de árbol	133	140	147	154	162	170	179	188	197	207	217
Banano	167	175	184	193	203	213	224	235	247	259	272
Mango	144	151	159	167	175	184	193	203	213	223	235
Mora	121	127	133	140	147	154	162	170	179	188	197
<b>Total Soacha</b>	<b>2 534</b>	<b>2 661</b>	<b>2 794</b>	<b>2 933</b>	<b>3 080</b>	<b>3 234</b>	<b>3 396</b>	<b>3 565</b>	<b>3 744</b>	<b>3 931</b>	<b>4 127</b>
	<b>Fusagasugá consumo total mensual proyectado para cada año (ton/mes)</b>										
Papa	409	420	431	442	453	465	477	490	502	515	529
Tomate	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46
Zanahoria	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46
Cebolla larga	12	12	13	13	13	14	14	14	15	15	15
Habichuela	35	35	36	37	38	39	40	41	42	43	45
Tomate de árbol	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46
Banano	45	46	47	48	49	51	52	53	55	56	58
Mango	39	40	41	42	43	44	45	46	48	49	50
Mora	33	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
<b>Total Fusagasugá</b>	<b>678</b>	<b>696</b>	<b>714</b>	<b>732</b>	<b>752</b>	<b>771</b>	<b>791</b>	<b>812</b>	<b>833</b>	<b>854</b>	<b>877</b>

Fuente: Secretaría de Salud Pública de Manizales, 2008. Cálculos propios.

## Anexo 9 Proyección de la demanda de alimentos por parte de las tiendas a 10 años

Producto	Soacha demanda total mensual proyectada para cada año (ton/mes)										
	Actual	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Papa	638	669	703	738	775	814	854	897	942	989	1 039
Tomate	56	58	61	64	68	71	74	78	82	86	91
Zanahoria	56	58	61	64	68	71	74	78	82	86	91
Cebolla larga	18	19	20	21	22	23	25	26	27	28	30
Habichuela	54	56	59	62	65	69	72	76	79	83	88
Tomate de árbol	56	58	61	64	68	71	74	78	82	86	91
Banano	70	73	77	81	85	89	93	98	103	108	113
Mango	60	63	66	70	73	77	80	84	89	93	98
Mora	50	53	56	58	61	64	68	71	75	78	82
<b>Total Soacha</b>	<b>1 057</b>	<b>1 109</b>	<b>1 165</b>	<b>1 223</b>	<b>1 284</b>	<b>1 349</b>	<b>1 416</b>	<b>1.487</b>	<b>1 561</b>	<b>1 639</b>	<b>1 721</b>
	<b>Fusagasugá demanda total mensual proyectada para cada año (ton/mes)</b>										
Papa	171	175	180	184	189	194	199	204	209	215	220
Tomate	15	15	16	16	16	17	17	18	18	19	19
Zanahoria	15	15	16	16	16	17	17	18	18	19	19
Cebolla larga	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
Habichuela	14	15	15	16	16	16	17	17	18	18	19
Tomate de árbol	15	15	16	16	16	17	17	18	18	19	19
Banano	19	19	20	20	21	21	22	22	23	23	24
Mango	16	17	17	17	18	18	19	19	20	20	21
Mora	14	14	14	15	15	15	16	16	17	17	18
<b>Total Fusagasugá</b>	<b>283</b>	<b>290</b>	<b>298</b>	<b>305</b>	<b>313</b>	<b>322</b>	<b>330</b>	<b>338</b>	<b>347</b>	<b>356</b>	<b>366</b>

Fuente: Secretaría de Salud Pública de Manizales, 2008. Nielsen. Cálculos propios.

## Anexo 10 Proyección de la demanda de alimentos por parte de los supermercados a 10 años

Producto	Soacha demanda total mensual proyectada para cada año (ton/mes)										
	Actual	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Papa	757	795	834	876	920	966	1 014	1 065	1 118	1 174	1 234
Tomate	66	69	73	76	80	84	88	93	97	102	107
Zanahoria	66	69	73	76	80	84	88	93	97	102	107
Cebolla larga	22	23	24	25	26	28	29	31	32	34	35
Habichuela	64	67	70	74	78	81	86	90	94	99	104
Tomate de árbol	66	69	73	76	80	84	88	93	97	102	107
Banano	83	87	91	96	100	106	111	116	122	128	135
Mango	71	75	79	83	87	91	96	100	105	111	116
Mora	60	63	66	69	73	76	80	84	88	93	98
<b>Total Soacha</b>	<b>1 254</b>	<b>1 317</b>	<b>1 383</b>	<b>1 452</b>	<b>1 525</b>	<b>1 601</b>	<b>1 681</b>	<b>1 765</b>	<b>1 853</b>	<b>1 946</b>	<b>2 043</b>
	<b>Fusagasugá demanda total mensual proyectada para cada año (ton/mes)</b>										
Papa	202	208	213	219	224	230	236	242	249	255	262
Tomate	18	18	19	19	20	20	21	21	22	22	23
Zanahoria	18	18	19	19	20	20	21	21	22	22	23
Cebolla larga	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	8
Habichuela	17	18	18	18	19	19	20	20	21	22	22
Tomate de árbol	18	18	19	19	20	20	21	21	22	22	23
Banano	22	23	23	24	24	25	26	26	27	28	29
Mango	19	20	20	21	21	22	22	23	24	24	25
Mora	16	17	17	17	18	18	19	19	20	20	21
<b>Total Fusagasugá</b>	<b>336</b>	<b>344</b>	<b>353</b>	<b>363</b>	<b>372</b>	<b>382</b>	<b>392</b>	<b>402</b>	<b>412</b>	<b>423</b>	<b>434</b>

Fuente: Secretaría de Salud Pública de Manizales, 2008. Nielsen. Cálculos propios.