

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE ESTUDIOS AMBIENTALES Y RURALES
MAESTRÍA EN DESARROLLO RURAL



Análisis del sistema de comercialización de productos agrícolas percederos en la transición de la vocación económica de agropecuaria a turística del municipio de La Vega (Cundinamarca) (1995-2015)

Héctor Alfonso Flórez Triana

Director: Martín Bermúdez Urdaneta

TRABAJO DE GRADO

Presentado como requisito parcial para optar al título de

MAGÍSTER EN DESARROLLO RURAL

Bogotá D. C., Colombia

2017

Contenido

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO 1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	12
1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
CAPÍTULO 2. MARCO DE REFERENCIA	15
2.1 MARCO TEÓRICO	15
2.1.1 Desarrollo Rural.....	15
2.1.2 Sistema agroalimentario	16
2.1.3 Sistema de comercialización de productos agrícolas.....	16
2.2 MARCO CONCEPTUAL	17
2.2.1 Comercialización de productos agrícolas	18
2.2.2 Cadena de valor	20
2.2.3 Seguridad y Soberanía Alimentaria	21
2.2.4 Turismo.....	24
2.3 ESTADO DEL ARTE	27
2.3.1 Comercialización de productos agrícolas	27
2.3.2 Impacto del turismo	32
CAPÍTULO 3. DISEÑO METODOLÓGICO	34
3.1 Lineamientos metodológicos.....	36
3.2 Fases y técnicas de recolección de información y datos	36
3.3 Análisis de información.....	39
CAPÍTULO 4. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL CASO DE ESTUDIO.....	41
4.1 Provincia del Gualivá	41
4.2 La Vega	42
4.2.1 Características geográficas y ecosistémicas	42
4.2.2 Aspectos sociodemográficos de La Vega	43
4.2.3 Características económicas	46
4.2.4 Línea de tiempo La Vega.....	48
CAPÍTULO 5. EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS..	49
5.1 Actores del sistema.....	49
5.1.1 Actores de las cadenas de comercialización	49
5.1.2 Actores complementarios	51
5.1.3 Mapa del sistema	52

5.2 Abastecimiento	55
5.3 Infraestructura y transporte.....	64
5.3.1 Infraestructura vial.....	64
5.3.2 Transporte	65
5.3.3 Acopio.....	66
5.3.4 Transformación.....	66
5.4 Distribución	67
5.4.1 Canales de Distribución.....	67
5.4.2 Oferta de Productos	72
5.4.3 Calidad e inocuidad de los productos agrícolas perecederos para consumo	78
5.4.4 Comparación canales de distribución	80
CAPÍTULO 6. PRODUCCIÓN LOCAL, TURISMO Y SEGURIDAD ALIMENTARIA	81
6.1 LA PRODUCCIÓN LOCAL Y SUS ALCANCES	81
6.1.1 Situación socioeconómica de los agricultores locales	81
6.1.2 Formas de producción.....	82
6.1.3 Canales de comercialización de productos locales	84
6.1.4 Autoconsumo	86
6.1.5 Programas de apoyo institucional	86
6.1.6 APAVE Red La Despensa	87
6.2 INCIDENCIA DEL TURISMO SOBRE EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	90
6.2.1 Abastecimiento	91
6.2.2 Cambio en los agricultores	96
6.2.3 Patrones de expansión Urbano-Rural	97
6.2.4 Distribución	99
6.2.5 Consumo	99
6.2.6 Oportunidades y amenazas para la población local	100
6.3 SEGURIDAD ALIMENTARIA	103
6.3.1 Características de la demanda y del consumo	103
6.3.2 Análisis de seguridad alimentaria	105
CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	112
Recomendaciones	118
Futuras investigaciones	119
REFERENCIAS	121
ANEXOS.....	129

Lista de Tablas

Tabla 1. Factores de cambio del sistema de comercialización de productos agrícolas.....	20
Tabla 2. Ejes y determinantes de seguridad alimentaria y nutricional CONPES 113	22
Tabla 3. Diseño Metodológico	35
Tabla 4. Definición de canasta básica productos agrícolas perecederos.....	37
Tabla 5. Aplicación de herramientas metodológicas	38
Tabla 6. Población La Vega	44
Tabla 7. Cobertura SISBEN 2015	45
Tabla 8. División de viviendas por estratos	46
Tabla 9. Hectáreas cultivadas 2015- La Vega Cundinamarca	55
Tabla 10. Cultivos mencionados en entrevistas	56
Tabla 11. Ubicación de los cultivos y temporada de cosecha.....	56
Tabla 12. Canasta definida vs canasta local.....	58
Tabla 13. Abastecimiento local-externo	60
Tabla 15. Distribución de comerciantes en la plaza de mercado	68
Tabla 16. Supermercados y tiendas distribuidoras de productos agrícolas La Vega	69
Tabla 17. Promedio de precios en cuatro canales de distribución octubre-noviembre 2016...	73
Tabla 18. Problemas de distribución	75
Tabla 18. Comparación Canales de Distribución.....	80
Tabla 19. Productos y servicios en el sector rural.....	83
Tabla 20. Destino de producción local.....	84
Tabla 21. Histórico de hectáreas cultivadas 1989-2015 La Vega.....	91
Tabla 22. Aptitud del suelo- La Vega Cundinamarca.....	93
Tabla 23. Porcentaje de área por cultivo con respecto al potencial agrícola	94
Tabla 24. Tamaño y número de predios La Vega (Cundinamarca) 2005	95
Tabla 26. Rango de Pendientes- La Vega Cundinamarca.....	134
Tabla 27. Población víctima del conflicto por cursos vitales. curso de vida y sexo. 2015	136
Tabla 28. Prevalencia de desnutrición global o bajo peso en menores de 5 años 2012-2015	136
Tabla 29. Oferta de productos agrícolas	138

Lista de Figuras

Figura 1. Sistema Agroalimentario..	17
Figura 2. Ubicación geográfica La Vega Cundinamarca.	42
Figura 3. Distribución de población por grupos etarios 2015	44
Figura 4. Principales actividades económicas 2011-2012	47
Figura 5. Mapa de funcionamiento del sistema de comercialización de productos locales.....	53
Figura 6. Mapa de funcionamiento de comercialización de productos agrícolas externos.....	54
Figura 7. Distribución de los principales cultivos.....	57
Figura 8. Anillos de abastecimiento de productos agrícolas.....	59
Figura 9. Fuentes de Abastecimiento por canal de comercialización.	60
Figura 10. Fuentes de abastecimiento local plaza de mercado y puestos autopista.	63
Figura 11. Distribución espacial de los canales de distribución.	67
Figura 12. Plaza de mercado día domingo octubre 2016 - La Vega	69
Figura 13. Distancia y cobertura según el tipo de comercio.	70
Figura 14. Puesto típico sobre la autopista Bogotá-Medellín.	71
Figura 15. Alcance de la producción local.....	85
Figura 16. Histórico de cultivos 1989-2015 La Vega.	91
Figura 17. Histórico de cultivo Café y Plátano 1989-2015.....	92
Figura 18. Número de predios rurales (1995-2015).....	95
Figura 19 Cifras de desnutrición en primera infancia	105
Figura 20. Clima La Vega.	133
Figura 21. Sistema Hídrico- La Vega.	134
Figura 22. Veredas municipio de La Vega.	135
Figura 23. Historia de la plaza de mercado- La Vega.	137
Figura 24. Uso del suelo 2000.....	140
Figura 25. Uso del suelo 2007.....	141

Resumen

En este trabajo se caracteriza y analiza el sistema de comercialización de productos agrícolas del municipio de La Vega (Cundinamarca), en el contexto de la transición de vocación económica de agropecuaria a turística que ha experimentado entre 1995 y 2015. Se propone que el estudio del sistema de comercialización como componente transversal del sistema agroalimentario, ofrece una perspectiva útil sobre el proceso de desarrollo rural al estudiar i) dinámicas urbano-rurales en torno a la función alimentaria de poblaciones locales y regionales; ii) relaciones comerciales que coordinan producción, venta, distribución, y consumo de productos agrícolas perecederos; iii) consideraciones de seguridad y soberanía alimentaria para la población local en el contexto de la transición económica; y, iv) interrelaciones entre actividades agrícolas y no agrícolas en los territorios rurales.

A través de entrevistas y encuestas a productores locales, comercializadores, líderes comunitarios, funcionarios públicos, y habitantes locales, se caracteriza el sistema de comercialización de La Vega. De igual forma, la revisión documental de planes de ordenamiento territorial y planes de desarrollo se contrastó con los recuentos ofrecidos por los actores sociales, para analizar el proceso de cambio que ha ocurrido en La Vega en cuanto a la influencia que Bogotá ejerce sobre la comercialización de productos agrícolas perecederos, el turismo flotante y el turismo de segunda vivienda que han transformado a La Vega entre 1995 y 2015. Adicionalmente, se hizo seguimiento de los precios de una canasta escogida de productos agrícolas perecederos para comprender márgenes de venta.

Además de discutir las oportunidades que el turismo ha traído a La Vega, se reflexiona sobre las desiguales condiciones de seguridad alimentaria que enfrenta la población local, para finalmente proponer elementos para una articulación socioeconómica integral y sostenible entre la tradición agrícola y el sector turístico estudiados.

Palabras clave:

Desarrollo rural, sistema agroalimentario, sistema de comercialización, seguridad alimentaria, turismo rural

Abstract

This thesis define and analyze the marketing system of agricultural products in the municipality of La Vega, Cundinamarca. The analysis was focused on the transition from agricultural to tourism economy between 1995 and 2015. It is proposed to study the marketing system how to cross-sectional component of the agri-food system, it provides a useful perspective on the process of rural development to study specific subjects such as (i) rural-urban dynamics related to feeding for local and regional populations ; (ii) trade relations that coordinate production, sale, distribution, and consumption of perishable agricultural products; (iii) considerations of food security and food sovereignty for the local population in the context of economic transition; and iv) interrelation between agricultural and non-agricultural activities in rural areas.

Through interviews and surveys to local producers, marketers, community leaders, government officials, and local inhabitants, is characterized the marketing system of La Vega. Similarly, the revision of territorial management plans and development plans are contrasted with the accounts offered by social actors, to analyze the change that has occurred in La Vega with regard to the influence that Bogotá exerts on the marketing of perishable agricultural products, tourism and second home tourism that have transformed La Vega between 1995 and 2015. Furthermore, there was done a monitoring of a basket of perishable agricultural products to understand sales margins.

In addition to discuss the opportunities that tourism has brought to the Vega, it was done a reflection on the unequal conditions of food security faced by the local population, finally it was proposed elements with the aim of developing an socioeconomic and sustainable articulation between the agricultural tradition and the tourism sector studied.

Keywords

Rural development, agrifood system, marketing system, food security, rural tourism

INTRODUCCIÓN

Tanto a nivel de Latinoamérica como de Colombia, una de las principales causas de la inseguridad alimentaria, no radica en la escasez de alimentos, sino en la imposibilidad de acceder a ellos. Es por ello que es vital estudiar los sistemas agroalimentarios y su capacidad de asegurar la disponibilidad de alimentos a las poblaciones más vulnerables, aquellas que no cuentan con los recursos necesarios para acceder a ellos. Mientras que en el mundo la inseguridad alimentaria afecta a 795 millones de personas, en Colombia 4,4 millones de personas padecen esta problemática.

En la búsqueda de suplir las necesidades energéticas de una población, el sistema de comercialización cumple la función de coordinar las actividades de producción, distribución y consumo de alimentos. Para el caso de Colombia el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos ha sido catalogado como ineficiente, por lo que se tiende a asumir que esta ineficiencia aumenta el costo final de los alimentos al consumidor. En este sentido, actores como acopiadores rurales e intermediarios buscan ser eliminados del sistema de comercialización para establecer relaciones directas entre los productores y consumidores. Sin embargo, otras investigaciones concluyen que es necesario estudiar los sistemas de comercialización de forma particular antes de hacer generalizaciones acerca de la eficiencia o ineficiencia de su funcionamiento y de los actores involucrados.

Si bien en la búsqueda de mejorar la seguridad alimentaria se destacan investigaciones que realzan la importancia de la agricultura familiar, los mercados locales y regionales y los vínculos urbano-rurales, otras proponen estudiar el sistema de comercialización como interfase para entender relaciones y problemas entre la producción inicial y el consumo final. Este trabajo asume la segunda opción, específicamente para el caso de La Vega (Cundinamarca), ya que se ha encontrado recientemente en un contexto de expansión del turismo rural y reducción de actividades agrícolas, situación que representa una transformación en el sistema agroalimentario local, que cómo resultado trae cambios en el sistema de comercialización. En este contexto surge la pregunta por cómo se cumple la función alimentaria de la población local y turista de un municipio como La Vega.

Para dar respuesta a la pregunta anterior, se presenta en primer lugar la caracterización del sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos desde un enfoque funcional y de interrelaciones entre los actores que lo componen. a través de las categorías de abastecimiento, distribución, consumo y actores. En segundo lugar, en la búsqueda de realzar la importancia de la producción y los agricultores locales, se presenta el alcance de la producción local tanto a nivel nacional y provincial, como a nivel local. En tercer lugar, se presenta la incidencia del turismo sobre el sistema de comercialización y los actores presentes haciendo énfasis en los agricultores locales. Por último, y transversalmente a los elementos anteriores, se analiza la relación entre el sistema de comercialización y la seguridad alimentaria de la población local y turista.

CAPÍTULO 1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Municipio de La Vega ha venido presentado en las últimas décadas una transición en su vocación económica, marcada por la reducción de las labores agropecuarias y el crecimiento de diversas actividades turísticas en espacios urbanos y rurales, lo cual es observable en el uso actual del suelo y los paisajes rurales, y la secuencia reciente de Planes de Desarrollo Municipal y los Planes de Ordenamiento Territorial.

El crecimiento de actividades turísticas ha traído efectos como: 1) el incremento de la demanda de vivienda recreativa y turística; 2) la disminución del área cultivada, pasando de 3.040 ha en 1997 a 1.581 ha en 2015 (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2014); y finalmente, 3) una mayor división predial, que pasó de 3.251 predios en 1995 a 5.356 en el 2015 (Alcaldía La Vega, 2000, p. 217). En el mismo sentido, el tamaño de 85% de las fincas en el municipio de La Vega no supera las 5 ha, lo cual llama la atención ya que la unidad agrícola familiar UAF está definida en 8,7 ha (Alcaldía La Vega, 2000).

Por lo anteriormente dicho, se plantea que la transición de una economía municipal primaria hacia el sector de servicios, en este caso teniendo al turismo como principal eje, ha influido en las transformaciones del sistema agroalimentario local en sus componentes de producción, transformación, comercialización, distribución y consumo. En primer lugar, el cambio de uso del suelo hacia actividades turísticas ha contribuido a la disminución del área cultivada lo que impacta la oferta local de productos agrícolas. En segundo lugar, la población flotante proveniente del turismo aumenta ocasionalmente la demanda de alimentos. Por último, *la Plaza de Mercado*, canal de distribución tradicional de los productores campesinos presenta una subutilización mientras que han ganado espacio otros canales de distribución como son los supermercados y las tiendas de barrio que se abastecen principalmente de la central de abastos de Bogotá (Corabastos).

Para entender dichas transformaciones del sistema agroalimentario se estudiará el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos debido a que su participación es transversal al sistema agroalimentario (Mendoza, 1999). Adicionalmente, en este punto del sistema agroalimentario la producción y el número de actores se concentran espacialmente (Machado,1987). El sistema de comercialización de alimentos es un eje fundamental de la

seguridad alimentaria que se encarga de conectar los productores con los consumidores haciendo disponibles los alimentos para una población e influyendo en variables como capacidad de acceso a los alimentos, calidad e inocuidad de los productos y sostenibilidad de la oferta. La presente investigación entiende la seguridad alimentaria de una determinada población como una función social y económica del sistema agroalimentario. Asimismo, el sistema de comercialización permite a los productores interrelacionarse con los mercados (Granados, 1998).

Debido a la relevancia del sistema de comercialización como punto crítico del sistema agroalimentario, la literatura especializada estudia diversas problemáticas de la comercialización como: pérdidas poscosecha de productos agrícolas, baja calidad e inocuidad de los productos, bajos precios de compra a los productores, insuficientes sistemas de información de precios, mal estado de la infraestructura vial, desventajas de los productores frente a los intermediarios y deficiencias en los centros de acopio y distribución (Argenti y Marocchino, 2007; Bejarano, 1998; Caicedo, 2013; IICA y MADR, 2009; Mendoza, 1999; Usuga, 2013; CONPES 113, 2008). Algunos de los problemas mencionados se incrementan en los productos agrícolas perecederos debido a sus propiedades físico-químicas que hacen que su vida útil sea corta (Parra y Hernández, 2007), razón por la cual, la presente investigación se centrará en estos productos.

De igual manera, el sistema de comercialización de alimentos es dinámico y depende de factores internos y externos. Por consiguiente, su estudio requiere estar contextualizado en las dinámicas económicas, sociales y políticas, donde algunos de ellas se manifiestan en la apertura de nuevos mercados, cambios en los hábitos de consumo, implementación de renovadas tecnologías de producción, transporte o procesamiento, intervención del estado mediante políticas públicas y cambios en las dinámicas territoriales.

En este sentido, la presente investigación tiene como objeto de estudio el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos en el municipio de La Vega y su relación con la seguridad alimentaria local, en un contexto de transformaciones económicas y sociales relacionadas con el turismo entendidas como factores externos e internos que influyen en su funcionamiento.

Por consiguiente, en el contexto de transición de vocación económica de agropecuario a turístico en el municipio de La Vega, el presente estudio busca responder la siguiente pregunta de investigación: **¿Cómo se ha configurado el sistema de comercialización de productos agrícolas**

perecederos en el municipio de La Vega (Cundinamarca), y cuál es su relación con la producción local y la seguridad alimentaria de sus habitantes?

Algunas de las preguntas directas derivadas de la anterior son:

- ¿Cuál es el origen de los productos agrícolas consumidos en el municipio?
- ¿Cuál es la oferta y demanda de productos agrícolas en el municipio? ¿Cómo se ha visto afectada por el turismo?
- ¿Qué actores intervienen en el sistema de comercialización de productos agrícolas del municipio? ¿Desde qué roles económicos y posiciones de influencia?
- ¿Cuál es el papel de los productores locales en el sistema agroalimentario regional?
- ¿Cuál es la relación entre el sistema de comercialización y la seguridad alimentaria del municipio de La Vega?
- ¿Cómo se relaciona el turismo con el sector agrícola local?
- ¿Qué oportunidades o amenazas tienen los productores locales ante el crecimiento de las actividades turísticas?
- ¿Cuál es la relación entre la transformación del sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos y los patrones de desarrollo rural local derivados del auge turístico?

1.2 JUSTIFICACIÓN

El sistema de comercialización como componente transversal del sistema agroalimentario y como punto de encuentro entre la producción y consumo, representa una oportunidad para estudiar los procesos de desarrollo rural y los relacionamientos urbano-rurales en torno a la alimentación de una población. Asimismo, su estudio permite realizar una aproximación a las interrelaciones entre actividades agrícolas y no agrícolas en los territorios rurales.

Específicamente para el caso de La Vega, se ha venido presentando un crecimiento de las actividades turísticas a la vez que se reducen las actividades agropecuarias, dicho crecimiento según las entrevistas realizadas se inició en la década del 90 debido a condiciones como: cercanía con Bogotá, clima cálido, mejoramiento de la autopista Bogotá-Medellín y presencia de conflicto armado en municipios cercanos como Villeta, Pacho, o Sasaima. Adicionalmente, esto es posible identificarlo tanto en los planes de desarrollo municipales, los planes de ordenamiento territorial y las percepciones de los informantes clave entrevistados.

Por consiguiente, la presente investigación estudia el periodo de 1995 a 2015 para identificar la incidencia actual del turismo en el sistema de comercialización de productos agrícolas, debido al reconocimiento por parte de la población como periodo de inicio del crecimiento turístico tanto en espacios urbanos como rurales. Adicionalmente, se adopta 1995 como inicio de la transición económica del municipio porque desde entonces se puede rastrear información documental consecutiva para la apropiada caracterización de las transformaciones que ha vivido La Vega recientemente.

La presente investigación busca analizar la reconfiguración del sistema de comercialización de productos agrícolas preexistentes en el marco del crecimiento de esas actividades turísticas en las últimas dos décadas, de tal manera que se logre aportar al entendimiento de la interrelación entre el sistema agroalimentario y el turismo en el marco del desarrollo rural, así como de las oportunidades o amenazas que generan estas dinámicas para la población local.

Desde las políticas públicas a nivel local (La Vega) y regional (Provincia del Gualivá) se promueve la integración del turismo a los espacios rurales como una opción para la generación de ingresos económicos aprovechando la tradición agrícola campesina del municipio y la cercanía con Bogotá como ventaja comparativa. Es así como el agroturismo, el ecoturismo, la producción orgánica y la agroindustria se han ido convirtiendo en ejes centrales de las políticas municipales. Por ejemplo, el plan de desarrollo *Un Gobierno Humano Comprometido con Usted 2012-2015* definía tres variables como ejes del desarrollo económico sostenible: “Malla vial generadora de interconexión, turismo atractivo sostenible económica y ambientalmente, productividad y competitividad” (p.70).

Asimismo, a nivel regional se busca que la Provincia del Gualivá se consolide como: “la principal economía agroindustrial y ecoturística de Cundinamarca, caracterizada por la producción diversificada, orgánica y tecnificada de caña panelera, banano, café y cacao, así como por la oferta de programas turísticos amigables con el medio ambiente” (Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas - CEPEC, 2011, p. 13).

Adicionalmente, la comercialización agrícola, ha sido definida como un cuello de botella para el desarrollo de proyectos agropecuarios (Consejo Nacional de Política Económica Social, 2008; Marci, 2010; Mendoza, 1999; IICA y MADR, 2009; Parrado et al, 2011; Usuga, 2013). En este sentido, el conocimiento de la situación actual del sistema de comercialización de productos

agrícolas perecederos, permitirá aportar al conocimiento de los problemas y oportunidades de la comercialización agrícola del municipio de La Vega en el marco del crecimiento turístico.

A partir de las problemáticas que señalan a la comercialización como un cuello de botella y a la necesidad de una caracterización del sistema de comercialización en un contexto de rápida expansión turística, esta investigación busca entender las interrelaciones entre el turismo y el sector agrícola de La Vega. Esto permitirá aportar a las iniciativas municipales y regionales que buscan la articulación socioeconómica del sector agropecuario al crecimiento turístico de una forma integral y sostenible.

1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Analizar el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos y su relación con la seguridad alimentaria local en la transición de la vocación económica de agropecuaria a turística que ha vivido el municipio de La Vega (Cundinamarca) en el periodo 1995-2015.

Objetivos Específicos

- Caracterizar el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos del municipio de La Vega, en cuanto al funcionamiento y relacionamiento de sus actores.
- Describir la participación de la producción local en el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos del municipio y sus alcances regionales.
- Identificar la incidencia de los varios tipos de turismo en el sistema local de comercialización de productos agrícolas perecederos.
- Entender la relación del sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos del municipio de La Vega, con las distintas dimensiones locales de seguridad alimentaria.

CAPÍTULO 2. MARCO DE REFERENCIA

En este capítulo se presentan los elementos teóricos que permitieron la formulación y desarrollo de la presente investigación. En primer lugar, como marco teórico se presentan los conceptos de desarrollo rural, sistema agroalimentario y sistema de comercialización que permitieron una aproximación de nivel macro al objeto de estudio. En segundo lugar, se presentan los conceptos que permitieron el estudio del sistema de comercialización y sus relaciones con la seguridad alimentaria en un contexto de crecimiento turístico. Por último, se presenta un recorrido por las investigaciones referentes al sistema de comercialización y su relación con el turismo.

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Desarrollo Rural

Las perspectivas sobre el desarrollo rural han transitado por una serie de diferentes paradigmas en las últimas décadas, donde por ejemplo Ellis y Biggs (2005) proponen: “caracterizar la década de los 60 como la modernización, a los 70 como la intervención del estado, a la década de los 80 como relacionada a la liberalización del mercado y a los 90 como la de la participación y el empoderamiento” (p.61).

De otro lado, Schejtman y Berdegúé (2004) mencionan que a los planteamientos clásicos del desarrollo rural se han incorporado seis elementos que aportan a las estrategias de desarrollo rural. Primero, la incorporación de la dimensión territorial para considerar un ámbito de acción más allá de lo agrícola. Segundo, el reconocimiento de la heterogeneidad social de los agentes y la búsqueda de su integración a las iniciativas de desarrollo de aquellos agentes presentes en el espacio rural. Tercero, la incorporación de empleos agrícolas y no agrícolas en busca del incremento de productividad. Cuarto, la articulación entre los sectores agrícola, industrial y de servicios. Quinto, los vínculos urbano rurales y sexto el componente institucional del desarrollo rural.

Como resultado, Schejtman y Berdegúé (2004) proponen el concepto de *Desarrollo Territorial Rural* como “un proceso de transformación productiva e institucional de un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza rural” (p.30). Este concepto se apoya en dos pilares:

La transformación productiva que supone cambios en los patrones de producción innovando en productos, procesos y gestión y el desarrollo institucional que apunta a: “estimular la concertación de los actores locales entre sí y entre ellos y los agentes externos relevantes, y a modificar las reglas formales e informales que

reproducen la exclusión de los pobres en los procesos y los beneficios de la transformación productiva (Schejtman y Berdegué, 2004, p.30)

De igual manera, la OCDE (2006) define al *nuevo paradigma rural* como “un enfoque territorial multisectorial encaminado a identificar y aprovechar las diversas posibilidades de desarrollo de las zonas rurales” (p.71). Por consiguiente, su objetivo principal trasciende al sector agrícola para incluir a otros como el turismo rural, las fábricas y el sector de las tecnologías.

2.1.2 Sistema agroalimentario

El concepto de sistema agroalimentario se utiliza para conocer los relacionamientos entre las estructuras que lo componen, las actividades y funciones que cumplen los actores presentes en el sistema y los relacionamientos entre ellos. De igual forma, los conceptos concuerdan en que el objetivo principal del sistema agroalimentario es la alimentación de la sociedad. A continuación, se presentan algunas de las definiciones de sistema agroalimentario:

Conjunto de actividades que concurren a la formación y a la distribución de los productos alimentarios y en consecuencia, al cumplimiento de la función de la alimentación humana en una sociedad determinada. (Malassis en Di Masso, 2012, p. 20)

El sistema alimentario como área de estudio está destinado a comprender la forma como se abastece de alimentos una sociedad, las relaciones que se establecen entre los actores que intervienen en dicho proceso, y las consecuencias sociales que se derivan de lo anterior. (Mauleon en Di Masso, 2012, p. 20)

La estructura del sector agroalimentario se compone de una estructura productiva agropecuaria de tipo primario, una estructura de procesamiento de materias primas (Agroindustrial e industrial de alimentos) y una estructura comercial y de distribución de los productos. Estas estructuras están relacionadas con el sistema financiero, el sistema de generación y transferencia de tecnología, y el sistema proveedor de servicios. (Machado, 2004, p. 41)

La definición de Malassis y Mauleon deja ver implícitamente el concepto de seguridad alimentaria y como todo el sistema agroalimentario funciona alrededor de cumplir con la seguridad alimentaria; por su parte el concepto de Machado se centra más en la estructura del sistema agroalimentario y en las relaciones que se presentan en su interior.

2.1.3 Sistema de comercialización de productos agrícolas

El sistema de comercialización se encuentra presente en todo el sistema agroalimentario, es un eje fundamental de la seguridad alimentaria que se encarga de conectar los productores con los consumidores haciendo disponibles los alimentos para una población e influyendo en variables

como capacidad de acceso a los alimentos, calidad e inocuidad de los productos y sostenibilidad de la oferta.

Para acercarse al estudio de los sistemas de comercialización existen diferentes enfoques. El enfoque funcional, presenta una secuencia lineal de actividades que inicia en el productor de alimentos y finaliza con el consumidor. Por otra parte, el enfoque institucional, que se centra en los actores y las relaciones presentes en el desarrollo de sus actividades (Mendoza, 1999). La presente investigación toma elementos de los dos enfoques.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Para el estudio del sistema de comercialización de productos agrícolas percederos en un contexto de cambios generados a partir del crecimiento turístico se utilizan los siguientes conceptos: comercialización de productos agrícolas, cadena de valor, seguridad y soberanía alimentaria y turismo rural. En este sentido, y como se aprecia en la siguiente figura, el enfoque sistémico no busca definir límites entre lo urbano y lo rural, sino que a través del cumplimiento de la función alimentaria del sistema, muestra su estrecha y continua interrelación.



Figura 1. Sistema Agroalimentario. Elaboración propia.

El diagrama anterior presenta la estructura, los componentes y la jerarquía del sistema agroalimentario, para entender tanto la interrelación existente entre lo rural y lo urbano, como la función del sistema de comercialización de configurar relaciones entre productores y consumidores.

2.2.1 Comercialización de productos agrícolas

En general se encuentra un consenso entre los diferentes autores consultados, en cuanto a que el sistema de comercialización está presente en todo el sistema agroalimentario y que este no puede verse como una actividad independiente. En este sentido, Gilberto Mendoza (1999) afirma que el productor al momento de decidir qué cultivar, en qué cantidad hacerlo y cuál va a ser el destino de su producción ya está participando del sistema de comercialización.

Bejarano (1998) define la comercialización como “una dimensión, un proceso dentro del sistema de intercambio que sirve para configurar las relaciones entre productores y consumidores, o si se quiere, un sistema de comercialización no es otra cosa que un mecanismo primario para coordinar las actividades de producción, distribución y consumo” (p. 91).

Por otra parte, Aragrande y Argenti (2001) se aproximan a los sistemas de comercialización mediante la metodología de sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos SADA definiendo la comercialización como: “complejas combinaciones de actividades (producción, manipulación, almacenamiento, transporte, procesamiento, embalaje, ventas mayoristas y minoristas etc.) que permiten a las poblaciones de las ciudades satisfacer sus requerimientos alimentarios” (p.9).

Adicionalmente Aragrande y Argenti (2001) mencionan que estas actividades son realizadas por diferentes actores: “productores, acopiadores, importadores, transportadores, comerciantes mayoristas y minoristas, procesadores, proveedores de servicios (crédito, almacenamiento, carga, información y asistencia técnica, entre otros), instituciones públicas y asociaciones privadas” (p.11). Paralelamente, mencionan que son necesarias algunas condiciones para que los actores cumplan sus funciones entre ellas: infraestructura, equipos y servicios, normas y reglamentaciones formales e informales que rijan sus decisiones.

Finalmente, es pertinente mencionar que los autores consultados concuerdan en que el mercado agrícola tiene condiciones que lo diferencian de otros tipos de mercado. En este sentido, Bejarano (1998) menciona algunas características que hacen particulares a los mercados agrícolas, entre ellas se encuentran: 1) producción atomizada y dispersa lo que conlleva a que el proceso de acopio sea una labor importante en el proceso comercial, 2) producción concentrada temporalmente, 3) tendencia a concentraciones geográficas de consumidores, 4) unidades de producción heterogéneas

en capital, tecnología y acceso a información, 5) producción condicionada por factores naturales, 6) producción de tipo perecedera.

2.2.1.1 Componentes y actividades de sistema de comercialización

A partir de literatura consultada se establecen dos etapas fundamentales del sistema de comercialización: *abastecimiento y distribución*. En cuanto al subsistema abastecimiento se hace énfasis en variables como el origen de la producción, logística e infraestructura necesaria para hacer disponibles los alimentos. Por su parte, el subsistema de distribución, se analiza a través de variables como mercado (mercado mayorista, mercado minorista, supermercados y vendedores informales), formas de distribución de alimentos, formas de organización (productores, comerciantes, tenderos y consumidores) y reglas formales e informales presentes en el subsistema.

Mendoza (1999) utiliza tres categorías de actividades dentro del sistema de comercialización. Primera, actividades físicas: cosecha, empaque, limpieza, selección, transporte, almacenamiento y manipulación. Segunda, actividades económicas: compra, venta, formación de precios. Y tercera, actividades auxiliares: información de precios, riesgos, oportunidades de compra y venta y promoción de ventas. Adicionalmente, presenta un diagnóstico del mercadeo agrícola y agroindustrial en Colombia desde el enfoque funcional e institucional, en el cual se tomaron como puntos de análisis el acopio rural, los mercados mayoristas, los mercados detallistas, los sistemas privados modernos de comercialización de alimentos, y los proyectos de fomento para la exportación.

2.2.1.2 Transformaciones en el sistema de comercialización

Los sistemas de comercialización pueden ser transformados por factores internos y externos. Para el caso de la presente investigación, se toma el turismo como un factor externo que dinamiza las condiciones locales que influyen sobre el sistema de comercialización de productos agrícolas en el municipio de La vega.

Tabla 1. Factores de cambio del sistema de comercialización de productos agrícolas.

Factores Externos	Factores Internos
Urbanización	Producción local
Necesidades urbanas de alimentos	Hábitos de consumo y de compra de los consumidores urbanos
Marco económico, político y social	Flujo de los productos alimenticios
Marco legal y normativo	Actores económicos y sus estrategias.
Marco Institucional	Infraestructura, equipamiento y servicios de abastecimiento y distribución.
Infraestructura, equipamiento y servicios públicos	Reglamentos específicos de abastecimiento y distribución.
Característica espacial, regional, metropolitana y urbana de la ciudad	

Fuente: (Aragrande y Argenti, 2001)

2.2.2 Cadena de valor

El concepto de cadena de valor retoma algunos postulados del concepto de *agribusiness*. Michael Porter en 1989 enfocó el concepto en que “la ventaja competitiva se deriva de vínculos de mercado horizontal y vertical y el valor agregado en cada enlace” (Nicholas y Jonathan, 2013, p.3). Los enlaces se refieren a las relaciones entre dos o más mercados participantes. Los vínculos verticales se refieren a las relaciones entre mercados participantes comprometidos en los diferentes estados del proceso de producción y los enlaces horizontales se refieren a las relaciones que conectan participantes del mercado dentro de la misma etapa de la cadena de valor.

La cadena de valor describe toda la gama de actividades que se requieren para llevar un producto o servicio desde su concepción, a través de las diferentes fases de la producción (que implica una combinación de transformación física y la entrada de diversos productos y servicios) hasta la entrega a los consumidores finales y disposición final después de su uso. (Kaplinsky y Morris, 2002)

No obstante, Kaplinsky y Morris (2002) advierten que esta es una definición simple que permite la conceptualización de las cadenas de valor, pero en realidad las cadenas de valor son mucho más complejas en cuanto a las relaciones que surgen entre los actores presentes. Adicionalmente, presentan una división por etapas que definen como eslabones: “concepción y diseño, producción del bien o servicio, tránsito de la mercancía, consumo y manejo, y reciclaje final” (p. 4). Además, mencionan que dependiendo del tipo de industria la cantidad de eslabones y el número de actores varían.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2014) presenta un marco de análisis de las cadenas de valor que incluye cuatro dimensiones, la estructura de insumo-producto, la cobertura geográfica, la gobernanza y el marco institucional. Adicionalmente, incluye un enfoque de geografía económica con teorías de desarrollo local y regional, así, como el enfoque de la economía institucional que permite analizar las relaciones entre los actores presentes.

En cuanto a los actores que participan en la cadena de valor la CEPAL (2014) define como actores principales a los que directamente desarrollan actividades como producción, procesamiento, transporte y comercialización, configurando los eslabones. Los demás actores presentes en la cadena de valor apoyan y soportan el funcionamiento de la cadena, como pueden ser organismos gubernamentales, entidades financieras, universidades, asociaciones y demás actores que cumplan funciones que no son realizadas por los actores principales.

2.2.3 Seguridad y Soberanía Alimentaria

Según Machado (2004) en Colombia la discusión de la seguridad alimentaria ha girado en torno a dos posiciones, la primera una visión neoliberal que privilegia la competitividad y eficiencia en los mercados, en este sentido apoya la importación de alimentos a bajo costo; y una segunda visión de proteccionismo y soberanía alimentaria en la que se promueve la autosuficiencia alimentaria sin importar los costos de producción.

Para la FAO (1996) “Existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana (p. 2). Esta definición ha sido acogida en Colombia y se implementa a nivel nacional por medio de las políticas públicas de seguridad alimentaria y nutricional. Por ejemplo, a nivel local en el Plan Municipal de Seguridad Alimentaria y Nutricional esta definición es la directriz de los programas adelantados por la Alcaldía que buscan mejorar la situación alimentaria y nutricional de la población Veguna en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

En el mismo sentido, la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional CONPES 113 ha definido los siguientes ejes y determinantes los cuales fueron incluidos en el estudio del sistema de comercialización y se analizaron para establecer la relación entre el sistema de comercialización y la seguridad alimentaria.

Tabla 2. Ejes y determinantes de seguridad alimentaria y nutricional CONPES 113

Eje	Concepto	Determinantes
Disponibilidad	Cantidad de alimentos con que se cuenta a nivel nacional, regional y/o local. Está relacionada con el suministro suficiente de estos frente a los requerimientos de la población y depende fundamentalmente de la producción y la importación	-Estructura productiva (agropecuaria, agroindustrial), - Factores productivos (tierra, crédito, agua, recurso humano, tecnología. - Condiciones ecosistémicas (clima, recursos genéticos y biodiversidad) - Políticas de producción y comercio.
Acceso	Posibilidad de todas las personas de alcanzar una alimentación adecuada y sostenible. Se refiere a los alimentos que puede obtener o comprar una familia, una comunidad o un país	- Nivel de ingresos, condición de vulnerabilidad, -Condiciones socio geográficas - Distribución de ingresos y activos, precios de alimentos.
Consumo	Se refiere a los alimentos que comen las personas y está relacionado con la selección de los mismos, las creencias, las actitudes y las prácticas	- La cultura - Los patrones y hábitos alimentarios - Educación alimentaria y nutricional - La publicidad -Tamaño y composición familiar.
Utilización Biológica	Cómo y cuánto aprovecha el cuerpo humano los alimentos que consume y cómo los convierte en nutrientes para ser asimilados por el organismo.	- El medio ambiente -Estado de salud de las personas los entornos y estilos de vida - La situación nutricional de la población - Disponibilidad, calidad y acceso a servicios de salud, agua potable, saneamiento básico y fuentes de energía.
Calidad	Conjunto de características de los alimentos que garantizan que sean aptos para el consumo humano, exigen el cumplimiento de una serie de condiciones y medidas durante la cadena agroalimentaria hasta el consumo y aprovechamiento de los mismos, asegurando que una vez ingeridos no representen un riesgo que menoscabe la salud.	-Normatividad (elaboración, promoción, aplicación, seguimiento). - Inspección, vigilancia y control. - Riesgos biológicos, físicos y químicos -Manipulación, conservación y preparación de alimentos.

Fuente: (CONPES 113, 2008)

Por otra parte, se tiene una visión neoliberal en la cual según Machado (2003) “a raíz de la apertura económica la seguridad alimentaria se ha interpretado como autosolvencia alimentaria” (p. 92). Debido a esto, el modelo neoliberal hace énfasis en que la disponibilidad de alimentos depende de la capacidad de acumulación de divisas o poder de compra de alimentos, en ese sentido,

los productos alimenticios provenientes de países que subsidian la producción de alimentos son mucho más competitivos que algunos productos nacionales, por esta razón se justifican las grandes importaciones de alimentos (Machado, 2003).

De esta forma, se tiene una visión econométrica que reduce el concepto de la FAO y se centra en la “disponibilidad de alimentos”, considera que el concepto de la FAO es muy amplio y aborda gran variedad de temas por lo que no es posible medir la seguridad alimentaria de forma concreta (Machado, 2003).

Por otra parte, para el caso de Europa la perspectiva desde donde se aborda la seguridad alimentaria es muy diferente a la de los países llamados en vía de desarrollo.

La política de seguridad alimentaria de la Unión Europea (UE) tiene por objeto garantizar a los ciudadanos una alimentación segura y nutritiva procedente de plantas y animales sanos y, al mismo tiempo, ofrecer las mejores condiciones posibles al sector alimentario (...). La política de la UE protege la salud a lo largo de toda la cadena agroalimentaria, cada etapa del proceso de producción desde el campo hasta el consumidor, previniendo la contaminación de los alimentos y fomentando su higiene, la información alimentaria, la salud de vegetales y animales y el bienestar de estos. (Comisión Europea, 2014, p. 3)

Sus objetivos esenciales son tres: 1) alimentación humana y animal segura y nutritiva, 2) alto grado de sanidad y bienestar animal y de protección de los vegetales, 3) Una información adecuada y transparente sobre el origen, el contenido y el uso de los alimentos a través del etiquetado (Comisión Europea, 2014).

Esta definición se acerca a una relación de reciprocidad entre los productores y los consumidores, en donde se enfatiza en el origen de los productos. La Unión Europea es una de las regiones con los mayores índices de seguridad alimentaria por lo cual abordan el tema como Independencia Alimentaria, por esta razón son parte activa de programas de colaboración alimentaria con los países en desarrollo.

De igual manera, Muchnik (2004) plantea la paradoja de la abundancia y el desafío de la escasez. Por un lado, define la paradoja de la abundancia por medio de las problemáticas nutricionales que surgen en una sociedad con gran disponibilidad de alimentos. Por ejemplo, bajo acceso a alimentos, desnutrición, obesidad, enfermedades cardiovasculares y problemas de azúcar. Por otro lado, define el desafío de la escasez, como una situación en donde “el mayor problema de

calidad es la cantidad” (Muchnik, 2004, p. 18) con esto se refiere a las sociedades donde existe un déficit alimentario crónico.

Soberanía Alimentaria

“La Soberanía Alimentaria es un concepto político que fue desarrollado por la organización La Vía Campesina y fue formulado públicamente por primera vez en el año 1996 durante la Cumbre Mundial sobre la Alimentación de Roma” (Ortega y Rivera, 2010, p. 55).

En 2002 en el fórum de ONG/OSC para la Soberanía Alimentaria llevado a cabo en Roma se definió la soberanía alimentaria como:

El derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, laborales, pesqueras, alimentarias y de tierra de forma que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas. Esto incluye el verdadero derecho a la alimentación y a la producción de alimentos, lo que significa que todos los pueblos tienen el derecho a una alimentación inocua, nutritiva y culturalmente apropiada, y a los recursos para la producción de alimentos y a la capacidad para mantenerse a sí mismos y a sus sociedades. (ONG/OSC, 2002, p. 1)

La soberanía alimentaria incluye aspectos como el acceso y la utilización de los activos productivos, principalmente tierra, agua y biodiversidad; la valorización y mejoramiento de los sistemas productivos campesinos e indígenas; la optimización de la diversidad de la oferta ecológica; el respeto, rescate y perfeccionamiento de las prácticas agro-ecológicas ancestrales; la preservación de las identidades de los pueblos; la construcción de nuevas instituciones para la diversificación productiva y el intercambio con acceso a mercados de precios justos; la conservación de la diversidad genética y ecológica (...); y el desarrollo de las capacidades locales para satisfacer sus necesidades básicas en alimentos, productos procesados, conservados y distribuidos localmente, y culturalmente demandados. (Comité Andino de Seguridad y Soberanía Alimentaria y Nutricional, 2008)

Para la presente investigación los conceptos de soberanía alimentaria y seguridad alimentaria son entendidos como complementarios. En este sentido el concepto de soberanía alimentaria aporta al entendimiento del proceso de abastecimiento, distribución y consumo de alimentos de una población.

2.2.4 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo se define como

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios-profesionales. Estas personas

se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*. (OMT, 2008)

Rojas (2015) define dos elementos del turismo: “1) desplazamiento de un lugar a otro 2) y la búsqueda de: descanso, ocio, esparcimiento o recreación” (p. 3). De la misma manera, Gurria (1996) define el turismo como “un hecho social irreversible, que se manifiesta por el desplazamiento temporal de personas con fines principalmente recreativos que genera una serie de interrelaciones e intercambios” (p. 326).

Asimismo, la Organización Mundial del Turismo menciona los impactos del turismo sobre el entorno en donde se desarrolla, de ahí que sea necesario planificar las propuestas para llegar a un turismo sostenible.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo. (OMT, 2008)

Sin embargo, en Colombia a nivel institucional se tiene un concepto enfocado en los beneficios del turismo. Según el artículo 1 de la ley 300 de 1996 el turismo se define como “una industria esencial para el desarrollo del país y en especial para las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social”

2.2.4.1 Turismo Rural

Además, en el ámbito rural el turismo se presenta como una actividad generadora de transformaciones sociales, económicas y culturales para la población local. A nivel rural el turismo se ha clasificado a partir de su atractivo principal, en ese sentido han surgido expresiones como: agroturismo, turismo ecológico, turismo verde, turismo alternativo y turismo de contemplación. García Cuesta (1996) propone agrupar bajo el concepto de **Turismo Rural** expresiones como las mencionadas anteriormente ya que son expresiones de un mismo fenómeno.

Para la presente investigación se tomará como base la siguiente definición ya que en el municipio de La Vega se presentan diferentes tipos de turismo rural que se analizarán en conjunto.

Turismo rural entendido como “aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado, e íntimamente relacionados con el medio rural” (García,1996, p. 45).

En el mismo sentido, la categoría de **turismo de segunda residencia** será utilizada como una expresión del turismo rural, la cual tiene como una de sus características principales la compra o construcción de viviendas por parte de personas externas en lugares rurales que visitan esporádicamente en búsqueda de paisajes, estilos de vida y experiencias que no están disponibles en su residencia principal (Vargas del Río, 2015).

Ahora bien, el turismo rural debe ser evaluado en sus aspectos positivos y negativos, ya que su implementación inadecuada puede traer impactos negativos, como la degradación parcial o total de los recursos. Ante esta situación han surgido tendencias que como lo menciona Rojas:

Buscan promover modalidades de turismo que acompañen actividades cuyo enfoque y concepción propende, no solo por elevar los ingresos y condiciones de vida de las comunidades anfitrionas, sino por causar el menor grado de impactos negativos, propiciar la valoración positiva de la cultura y la conservación de la biodiversidad y, además, por respetar y promover el ejercicio democrático de los derechos civiles y políticos de la población anfitriona. (Rojas, 2015, p. 1)

En el mismo sentido, García (1996) menciona que para lograr los resultados esperados del turismo es necesario conocer los recursos con que se cuenta, las características de la población que demanda servicios turísticos y el manejo adecuado de los recursos propios de cada región para de esta forma evitar impactos negativos.

Ante estos posibles efectos negativos del turismo, la Ley 300 de 1999 definió como principio general de la ley la protección del medio ambiente: “el turismo se desarrollará en armonía con el desarrollo sustentable del medio ambiente.” Adicionalmente la ley incluye el concepto de capacidad de carga entendido como el número de personas que una zona puede soportar causando una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. Por último, es oportuno mencionar que la Ley 300 de 1996 dispuso que cada ente territorial elaborara su plan sectorial de desarrollo turístico en su respectiva jurisdicción con fundamento en la Ley 300 de 1996.

2.3 ESTADO DEL ARTE

Los sistemas agroalimentarios se ajustan y transforman según las condiciones locales y globales. Para Gutman (2003) uno de los principales cambios se ha dado en la organización espacial de las producciones agroalimentarias debido a “cambios en los paradigmas tecnológicos y organizativos; cambios en los flujos comerciales y de capitales a nivel internacional resultantes de los procesos de globalización; (...) nuevos desarrollos logísticos y en distribución; nuevos contextos regulatorios” (p.563).

Para el caso de Colombia, Machado (2002) menciona que en los países en desarrollo se presenta “un proceso de transición y modernización productiva diferenciado, y una difusión dispereja del progreso técnico con una gran heterogeneidad estructural” (p.226). Para Machado esto significa la coexistencia e interrelación de cadenas agroindustriales, cluster y complejos agroindustriales junto con estructuras agrarias tradicionales y estructuras agrarias capitalistas modernas.

En este contexto cambiante, la comercialización de productos agrícolas ha sido un tema de estudio recurrente, principalmente a partir del crecimiento de las áreas urbanas desde la década de 1950. Esto se debe a que una mayor concentración de población en las áreas urbanas demanda mayores cantidades de alimentos y un sistema de comercialización capaz de conectar la producción agrícola con cada uno de los consumidores. Adicionalmente, el sistema de comercialización toma gran importancia debido a su papel en la formación de precios de los alimentos (Bejarano, 1998).

A continuación, se presenta un recorrido por algunas investigaciones relacionadas al sistema de comercialización como subsistema del sistema agroalimentario e investigaciones relacionadas con la incidencia del turismo sobre el sistema agroalimentario.

2.3.1 Comercialización de productos agrícolas

Los procesos de cambio ocurridos a nivel de producción, distribución y consumo de alimentos han conducido a diferentes enfoques de análisis del tema agroalimentario. Desde enfoques sectoriales agrarios hasta enfoques espaciales y territoriales que permiten interpretaciones más amplias de procesos de desarrollo local y regional e interrelaciones rural-urbano.

Entre los años 50 y 70 el término *agribusiness* propuesto por Davis y Golbert en 1957 se centraba en la dinámica funcional y la interrelación de la cadena de actividades y actores presentes en la producción agrícola, el acopio, el almacenamiento, la distribución y el consumo (Gutman

2003; Machado 2002,). Asimismo, Machado (2002) menciona que este concepto tiene en cuenta los procesos de integración vertical y horizontal entre la agricultura y la industria transformadora y distribuidora. Por otra parte, Louis Malassis utilizó el concepto de **cadena alimentaria** con dos aspectos: “las cadenas técnicas seguidas por un producto dentro del sistema producción-transformación-distribución y los flujos ligados a estas fases; y el análisis de los mecanismos de regulación (estructura de mercados, tecnologías e intervención del estado)” (Gutman,2003, p.568).

Entre los años 70 y 80 a nivel de Latinoamérica Vigorito, Trajtenberg y Arroyo presentan estudios de los **complejos alimentarios** e introducen el concepto de núcleo del complejo “el cual es integrado por las empresas más poderosas y controlan la dinámica conjunta y los procesos económicos de etapas anteriores y/o posteriores” (Gutman,2003, p.558). De esta forma muestran las relaciones asimétricas en la cadena de transformación de los productos agrarios.

En los años 90 según Machado (2002) se introduce en América Latina el concepto de **agricultura ampliada** que reconoce la multifuncionalidad del sector en cuatro niveles de análisis (micro o intrafinca, meso o sectorial, macro o vinculado a las variables macroeconómicas y meta la relación con la gobernabilidad del sistema) (p. 213). De igual manera, Machado menciona que se pasa de la pregunta ¿cuánto producir? a ¿qué quieren los consumidores? ya que se da mayor interés a la demanda, la comercialización, la agregación de valor y las ventajas competitivas toman un papel importante en los estudios de la agricultura ampliada.

Paralelamente, Schejtman (1994) presenta una caracterización de los **sistemas alimentarios** en América Latina en donde partiendo del concepto de sistema alimentario expone sus alcances y limitaciones. Adicionalmente, realizó un análisis de la estructura productiva, de las cadenas y los agentes presentes, de los cambios en los patrones de consumo y por último describe las condiciones externas en los cuales están inmersos los sistemas alimentarios.

De igual manera, a partir de la década de los 90 surgen conceptos enfocados en el territorio que según Gutman (2003) tienen en cuenta “las innovaciones tecnológicas y organizativas; los nuevos determinantes de la competitividad a escala internacional, los procesos de conocimiento y aprendizaje en el seno de redes, tramas o conjunto de agentes; y los impactos locales de la profundización de la globalización” (p.569). de ahí que, conceptos como distritos o complejos agroindustriales, sistemas locales de producción, clusters productivos y cadenas agroindustriales, incluyan componentes endógenos relacionados con el desarrollo territorial.

A finales de la década del 90 surge el concepto de **sistema agroalimentario local** en el cual se hace énfasis en los recursos locales y “se estudian los procesos de anclaje territorial de las producciones agrícolas y agroalimentarias, considerando las especificidades de los territorios y sus productos” (Fornier y Muchnik, 2012, p.134). Asimismo, este concepto estudia los actores presentes, las relaciones que se generan entre ellos y los procesos de valorización de lo local que surgen de estas relaciones. Además, busca comprender los efectos y reacciones de la globalización en los territorios locales (Boucher y Pomeón, 2012).

Adicionalmente, Forero (2003) presenta una definición de **sistema alimentario** enfocada en los relacionamientos e instituciones que surgen entre los actores del sistema y el contexto en que se generan estas relaciones.

Puede definirse el sistema alimentario como el conjunto de relaciones que se establecen, entre los diferentes agentes e instituciones que intervienen en el proceso de producción primaria, transformación, comercialización y consumo de los alimentos. Este análisis implica la comprensión de sus elementos estructurales económicos primarios, secundarios y terciarios (diferentes tipos de agentes socioeconómicos, de empresas o de sectores empresariales); de las pautas alimentarias de los diversos grupos de consumidores; de sus elementos institucionales (pautas y reglas; organizaciones gremiales, gubernamentales, comunitarias, ONG's); de los flujos de productos, insumos, información y dinero; de las relaciones de poder; de las los patrones de consumo; de la relaciones de mercado, locales, regionales, nacionales e internacionales; de las transacciones no monetarias; de sus resultados con relación a la finalidad social de proveer de los alimentos necesarios a la población. o consumidores. (Forero, 2003, p.28)

Por consiguiente, para presentar los estudios en temas de comercialización agrícola, en un primer lugar se presentan las investigaciones de Forero (2006), Forero y Rudas (1991), Bejarano (1998) y Saboyá (2004) que muestran un contexto del sistema de comercialización de productos agrícolas en Colombia. En segundo lugar, investigaciones de casos específicos como mercados campesinos y márgenes de ganancia. En tercer lugar, investigaciones desde la FAO y CEPAL y por último la visión del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Forero (2006) presenta un estudio del sistema de abastecimiento alimentario de Bogotá en el que menciona las dinámicas del sistema agroalimentario colombiano y destaca transformaciones a lo largo del siglo XX, pasando de tener mercados regionales y locales dispersos a un mercado nacional que permite la conexión de las zonas productores con los grandes centros urbanos. Adicionalmente menciona las circunstancias que dieron origen a la transformación del mercado

agrícola en Bogotá. Entre ellas se destacan: tener la población más numerosa del país, una red vial que le permite interconectarse con los municipios productores a nivel nacional y su ubicación geográfica central que permite la redistribución de productos.

Adicionalmente, Forero (2006) menciona que en Bogotá, principal centro de consumo y distribución de alimentos del país, se encuentran dos canales que tienen a cargo el sistema de abastecimiento y distribución de alimentos: “el tradicional o informal y el canal moderno en el cual predominan los supermercados” (p. 43). En el mismo sentido, (Forero, 2006; Rudas y Forero, 1991; Bejarano, 1998) mencionan que en el imaginario colombiano se entiende al sistema tradicional y los actores que lo conforman como ineficientes; sin embargo, los autores sostienen que esta afirmación se hace basada en supuestos y presentan resultados que demuestran que no es posible hacer tales generalizaciones.

En el mismo sentido, Bejarano (1998) menciona que generalmente a la comercialización se asocian conceptos como “intermediario y especulador” con connotaciones negativas hasta el punto de considerarlos innecesarios dentro del sistema. No obstante, investigaciones de Facultad de Estudios Ambientales y Rurales (Forero y Rudas, 1991; Saboyá, 2004) muestran la importancia de los intermediarios en los sistemas de comercialización como acopiadores y transportadores de una producción dispersa y alejada de los centros de consumo. Asimismo, presentan un análisis de márgenes de ganancia, encontrando que muchas veces los intermediarios rural-urbanos trabajan a costos del transporte sin tener una ganancia significativa por la intermediación.

En consecuencia, a partir del desconocimiento y entendimiento de los agentes de comercialización como ineficientes e innecesarios, se están implementando estrategias que buscan acercar a los productores con los consumidores dejando de lado los intermediarios partiendo de la idea de que estos actores obtienen los mayores beneficios económicos. De ahí que, hayan surgido estrategias como los *Mercados Campesinos* a partir de 2004 en Bogotá, que buscan que el productor campesino lleve directamente su producción a los centros de consumo. A pesar de esto, investigaciones como la de Úsuga (2003) muestran que los mercados campesinos se enfrentan a problemas de transporte, logística de distribución, pérdidas poscosecha y el mal estado de las vías; problemas que se ven reflejados en costos para los campesinos. De tal manera, los campesinos obtienen un mayor precio de venta en los mercados campesinos, pero se incrementan los costos operativos. Los resultados de esa investigación muestran que la solución no está en eliminar

radicalmente los agentes intermediarios del sistema de comercialización y reafirman la propuesta de entender la configuración y funcionamiento del sistema de comercialización de productos agrícolas.

Lo anteriormente dicho no significa que el sistema de comercialización tradicional deba permanecer tal y como está, pero tampoco que se deba cambiar radicalmente a un modelo de comercialización moderno. Esta afirmación se sustenta en investigaciones como la de Caicedo (2013) quien analiza los márgenes de ganancia a través de diferentes canales de distribución en Medellín, encontrando que los hipermercados tienen el margen de ganancia más alto a comparación de las tiendas de barrio y los intermediarios. Asimismo, menciona que el 92% de los productores recurre a canales de intermediación para vender sus productos. En el mismo sentido, Forero (2006) menciona que el sistema tradicional es capaz de ofrecer precios más bajos a los consumidores a comparación del sistema moderno.

Por otra parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) ha realizado una serie de estudios de comercialización bajo la metodología de *Análisis de sistemas de abastecimiento y distribución de alimentos (SADA)* en donde para Colombia se estudiaron los casos de Medellín, Soacha, Sumapaz, y Manizales. Para el caso de Manizales se encontraron problemas como: alta dependencia de oferta de alimentos externos, incertidumbre sobre la comercialización de alimentos producidos en la zona rural de Manizales, asistencia técnica deficiente e infraestructura insuficiente para las actividades de comercialización (Marci, 2010). Por otro lado, desde un enfoque funcional Viancha (2014) por medio la recopilación de estudios en el tema de comercialización muestra problemas como “falta de previsión de la demanda, baja planificación de producción, y la falta de gestión de inventarios y transporte” (p. 140).

Otra corriente de estudios, presenta los problemas del sistema de comercialización desde un enfoque económico estructural (CEPAL, 2014), donde se destaca para Colombia una oferta de energía alimentaria que supera ampliamente a las demandas. El suministro de energía se encuentra en 2.685 kcal/per/día mientras que la energía disponible es de 4.114 kcal/per/día. Por lo tanto, según la seguridad alimentaria y nutricional debe abordarse desde una perspectiva más amplia ya que el problema pasa de ser un tema de producción o disponibilidad para convertirse en uno de acceso (Espíndola, León, Martínez, y Schejtman, 2004; Martínez y Palma, 2014).

Por último, se presenta la visión del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a través de los programas *Alianzas Productivas* que inició en 2002 y *Oportunidades Rurales* en 2007. Desde el Ministerio se promueve al campesinado hacia la agroindustria y formas de producción más integradas a los mercados. En este sentido, se identifica como problemática la baja competitividad de los productores, entendida como la incapacidad para ingresar y permanecer los mercados (Bocanegra y Parra, 2013; DNP, 2008; MADR, 2012; CCI, 2014). De ahí que, la comercialización sea definida como un cuello de botella para lograr esta meta. Los problemas identificados son: “bajos volúmenes de producción, presentación inadecuada de productos, deficiencias de calidad e inocuidad de los productos, falta de documentación del proceso y ausencia de mecanismos adecuados para la promoción de los productos” (IICA y MADR, 2009).

De lo anteriormente visto es posible ver que el sistema de comercialización de productos agrícolas tiene relevancia tanto para los productores como para los consumidores. Adicionalmente, el sistema de comercialización es definido como un sistema cambiante que depende de factores internos y externos. A continuación, se presentan algunas investigaciones que se relacionan con el turismo como un fenómeno exógeno con impactos locales.

2.3.2 Impacto del turismo

Se encuentran investigaciones del impacto del turismo convencional y rural sobre los sistemas productivos; los conflictos por el uso del suelo que se generan a partir de la demanda de tierra para actividades turísticas y las oportunidades de integrar el turismo a la agricultura en formas como agroturismo. Sin embargo, son pocos los estudios que se centran en los impactos del turismo sobre la comercialización de productos agrícolas, por los que la presente investigación busca aportar al entendimiento de este fenómeno.

Para Latinoamérica se encuentran estudios como el de Vargas del Río (2015) quien hace una aproximación al caso del turismo de segunda vivienda en Mazunte México en el marco de los conflictos por el espacio rural entre actividades agrícolas y no agrícolas y presenta el turismo como una forma de expansión de lo urbano sobre lo rural. En el mismo sentido, Guascón (2016) en las localidades ecuatorianas de Vilcabamba y Cotachachi, analiza etnográficamente el impacto del turismo residencial en la estructura social y económica de zonas rurales tradicionalmente agrícolas, encontrando principalmente que el mercado de tierras ha pasado de ser un mercado de tierras agrícolas a ser un mercado de tierras destinadas a la construcción. Asimismo, menciona como el

alza en los precios de la tierra excluye a muchos campesinos de este mercado e induce a los propietarios actuales a la venta de sus tierras. Adicionalmente, presenta la migración de mano de obra de la agricultura a otras actividades como resultado de la pérdida de importancia de las actividades agropecuarias.

Por otro lado, en Europa se encuentran investigaciones como la de Sánchez y Espinosa (2012) quienes identifican la agricultura y el turismo como principales sectores económicos de la costa de Granada (España) y analizan las problemáticas territoriales generadas por el uso de los recursos, encontrando que estas actividades han tenido un crecimiento significativo sin que ninguna actividad se consolide sobre la otra. Por el contrario, presentan al turismo rural como una forma de integrar las dos actividades. Sin embargo, los autores advierten que estas actividades hacen un uso desequilibrado y descontrolado sobre algunos recursos territoriales locales como el agua lo que incide negativamente en otros potenciales de desarrollo local.

En esta misma línea, algunas investigaciones se han enfocado a estudiar el turismo y en específico el turismo rural como una alternativa de diversificación de ingresos para los habitantes rurales y los cambios socioeconómicos y ambientales que esto genera. Por ejemplo, García (1996) quien menciona al turismo como una opción generadora de rentas en algunas zonas rurales de España donde el sector primario ha perdido importancia. Adicionalmente, la propuesta de la OCDE hacia un nuevo paradigma rural el cual se supera la visión sectorial agrícola en lo rural y se propone un enfoque que incluye diversas actividades rurales como turismo e industrias (OCDE, 2006).

A nivel nacional se muestran transformaciones a escala de sistemas productivos como Baños (2006) quien presenta las estrategias de vida adoptados por los campesinos ante la demanda de tierras y trabajos relacionados con el crecimiento turístico en la vereda Naguy del municipio de La Vega. Adicionalmente, Palomo (2010) para el caso de Puesto escondido Córdoba presenta cambios a nivel de sistemas productivos, canales de comercialización y hábitos de consumo. Estas investigaciones presentan factores externos entre los que se encuentran el crecimiento de actividades turísticas que reemplazan las actividades productivas y promueven los ingresos no agropecuarios; un marco legal que prioriza actividades no agropecuarias; y los problemas de acceso a la tierra de los pobladores locales. Por otra parte, mencionan factores internos que generan cambios en el sistema agroalimentario entre ellos la aparición de nuevas rutas de comercialización, cambios en los productos cultivados y los modos de producción.

CAPÍTULO 3. DISEÑO METODOLÓGICO

La presente investigación es de tipo descriptiva relacional y fue construida con métodos de recolección de información cuantitativa y cualitativa. La unidad de estudio general es el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos en las categorías de abastecimiento, distribución y consumo, así como los actores sociales que lo componen, de tal manera que se pueda analizar el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos y su relación con la seguridad alimentaria en La Vega (Cundinamarca), tanto a nivel funcional como de relacionamiento entre actores, estando circunscrito por el crecimiento local de actividades de turísticas (turismo tradicional y turismo rural).

A continuación, la tabla 3 muestra el diseño metodológico por el cual se guió la presente investigación. Adicionalmente, en el Anexo 1 se muestran las categorías, variables, dimensiones, indicadores y herramientas metodológicas mediante las cuales se obtuvieron los resultados.

Tabla 3. Diseño Metodológico

Fase 1 Revisión Documental				Fase 2 Marco Conceptual		Fase 3 Trabajo de Campo	Fase 4 Sistematización y Análisis de Información	
Unidad de estudio	Tipo de Investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Categorías	Variables	Herramienta Metodológica	Presentación de Resultados	Análisis de Resultados
Sistema de comercialización de productos agrícolas percederos	Descriptiva relacional	Analizar el sistema de comercialización de productos agrícolas percederos y su relación con la seguridad alimentaria local en la transición de la vocación económica de agropecuaria a turística en el municipio de La Vega (Cundinamarca).	Caracterizar el sistema de comercialización de productos agrícolas percederos	Abastecimiento	Características Geográficas Características Ecosistémicas Producción local origen de alimentos Infraestructura-Transporte	Observación directa Información secundaria Recorridos de reconocimiento Encuesta distribuidores Entrevista JAC Entrevista Sec Productividad Entrevista Sec D. Social Formato recolección de precios	*Caracterización de variables definidas. *Anillos de distribución y abastecimiento. *Mapa de actores y relacionamientos	Triangulación metodológica y Comparación Teórica
				Distribución	Canales de distribución Precio / Oferta Días de mercado			
				Actores	Tipo de actor Función Relacionamiento			
			Describir la participación de la producción local en el sistema de comercialización	Abastecimiento	Forma de Producción Canales de distribución Condición social productores Autoconsumo	Observación directa Información secundaria Recorridos de reconocimiento Encuesta distribuidores Entrevista JAC Entrevista Sec Productividad Entrevista Sec D. Social Entrevista Director Turismo	*Estado de la producción local * Canales de comercialización local *Mapa de alcance de productos locales	
				Distribución	Canales de distribución Mercados campesino Ferias Alianzas productivas			
				Actores	Tipo de actor Función Relacionamiento			
			Identificar la incidencia del turismo en el sistema de comercialización.	Abastecimiento	Histórico de cultivos Crecimiento urbanización Área potencial agrícola Tamaño unidades productivas Infraestructura	Incidencia del turismo las categorías de abastecimiento, distribución y consumo.		
				Distribución	Canales de distribución Plaza de mercado Procesos de asociatividad			
				Consumo	Consumidores Crecimiento de población Demanda de alimentos			
				Actores	políticas económicas y sociales			

3.1 Lineamientos metodológicos

El alcance de la investigación es descriptivo relacional. Lo descriptivo según Sampieri, Collado y Baptista (2010) “permite describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar como son y se manifiestan” (p.80). Asimismo, Cerda (1993) menciona que “la descripción prepara el paso a la explicación por medio de la cual se aclara y se hace comprender la información recolectada” (p.72). Por consiguiente, el alcance relacional permite según Sampieri (2010) “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular” (p.81).

Debido a las dimensiones que abarca el estudio del sistema de comercialización, la presente investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo (mixto) ya que según Cerda no es posible referirse a la investigación cuantitativa sin mencionar la cualitativa y viceversa “ya que ambas son un cuerpo inseparable” y complementa mencionando que “en la vida social y natural no existe un solo objeto que posea un aspecto únicamente cualitativo o cuantitativo” (Cerda, 1993, p.48).

Asimismo, debido a que los sistemas de comercialización están expuestos a factores internos y externos que generan transformaciones, la presente investigación se plantea profundizar en la relación de las actividades turísticas con la comercialización de productos agrícolas perecederos. Con el fin de lograr este objetivo se utilizará información cuantitativa mediante la cual se busca determinar geográficamente el avance de las actividades turísticas y el impacto sobre las actividades agrícolas. Asimismo, se busca caracterizar las funciones presentes en el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos. Adicionalmente, por medio de información cualitativa se busca caracterizar los actores presentes y los relacionamientos dentro del sistema de comercialización. De igual forma, se busca conocer las percepciones en cuanto al crecimiento de actividades turísticas, el decrecimiento de las actividades agropecuarias en el municipio y las oportunidades y amenazas que esto genera para la población local.

3.2 Fases y técnicas de recolección de información y datos

El objetivo general del presente estudio es analizar el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos y su relación con la seguridad alimentaria local en la transición de la vocación económica de agropecuaria a turística en el municipio de La Vega (Cundinamarca).

Para el análisis del sistema de comercialización se utilizarán las categorías de abastecimiento, distribución, consumo y actores. Por su parte, las variables de análisis fueron seleccionadas de acuerdo al marco conceptual con el objetivo de describir la situación actual del sistema de comercialización y su relacionamiento con la seguridad alimentaria local, los relacionamientos entre actores que intervienen en el sistema e identificar la incidencia que ha tenido el turismo sobre el sistema de comercialización de productos agrícolas.

Como primer paso se realizó una búsqueda y consulta continua durante el proceso de investigación de información de fuentes secundarias entre las que se destacan investigaciones académicas y documentos municipales (planes de desarrollo, planes de seguridad alimentaria, planes de ordenamiento territorial y diagnósticos municipales y provinciales). En el mismo sentido, se realizó una revisión de información a nivel departamental y nacional como políticas nacionales, políticas departamentales y encuestas.

Como segundo paso se definió una canasta básica de productos agrícolas perecederos a partir del cruce entre los principales productos de la canasta básica familiar definida por el DANE para estratos bajos, los productos priorizados por el Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional 2012-2019 y los principales productos agrícolas perecederos del municipio de La Vega, obteniendo la siguiente canasta.

Tabla 4. Definición de canasta básica productos agrícolas perecederos

Grupo de Alimento	Producto	Grupo de Alimento	Producto
Tubérculos y plátano	Papa común	Frutas	Banano
	Yuca		Naranja Común
	Plátano		Mandarina
Hortalizas	Tomate		Limón
	Lechuga		Papaya
	Cebolla cabezona		Maracuyá
	Cebolla Larga		Piña
	Zanahoria		Mango
	Habichuela		Guayaba
	Ahuyama		Aguacate

Como tercer paso, se definieron los canales de distribución sobre los cuales se centraría la investigación, en este punto la experiencia del investigador en la zona de estudio, el ejercicio de investigación de primer año y los aportes de reuniones con actores claves (Secretaría de Productividad, comerciantes plaza de mercado, líderes veredales) permitieron definir cuatro canales de distribución de productos agrícolas perecederos en el municipio: 1) plaza de mercado, 2) supermercados, 3) tiendas, 4) puestos de venta sobre la autopista Bogotá-Medellín.

Como cuarto paso, se seleccionaron las fuentes de información primaria dentro de los cuales se seleccionaron vendedores de los cuatro canales de distribución, la Asociación APAVE que apoya las organizaciones agropecuarias del municipio, líderes veredales y funcionarios de la alcaldía de La Vega. A continuación, se presentan los informantes, el instrumento aplicado y la cantidad de informantes consultados.

Tabla 5. Aplicación de herramientas metodológicas

Informante	Instrumento	Cantidad
Vendedor plaza de mercado	Encuesta	10
Pequeños y mediano tenderos	Encuesta	5
Supermercados	Encuesta	3
Vendedores autopista (Bogotá-Medellín)	Encuesta	5
Cuatro canales de distribución	Formato de recolección de precios	8 semanas
Coordinadora regional APAVE	Entrevista Semiestructurada	1
Coordinadora local Red La Despensa	Entrevista Semiestructurada	1
Presidentes Juntas de Acción Comunal	Entrevista Semiestructurada	10
Director Oficina de Turismo	Entrevista Semiestructurada	1
Secretario de Productividad y Competitividad	Entrevista Semiestructurada	1
Secretaria de Desarrollo Social	Entrevista Semiestructurada	1

Como quinto paso se llevó a cabo la fase de trabajo de campo, la cual se realizó paralelamente a los pasos antes mencionados, comprendió el segundo semestre de 2015 y todo el 2016, periodo de tiempo durante el cual además de aplicar los instrumentos mencionados, se realizaron ejercicios de observación directa que incluyeron visitas a las veredas del municipio, a los lugares de distribución, alcaldía municipal y a ferias locales de distribución de productos agrícolas.

3.3 Análisis de información

Como primer paso para análisis de la información se realizó un proceso de consolidación de la información y datos recopilados en campo y provenientes de fuentes secundarias. Como resultado se obtuvo el capítulo de resultados organizado por objetivos específicos en el cual se presentan las categorías, variables y dimensiones propuestas en los lineamientos metodológicos (ver anexo 1).

El análisis de los resultados se llevó a cabo por medio triangulación teórica y triangulación metodológica. En primer lugar, la triangulación teórica considera la interpretación a partir de diversos marcos teóricos, según Sampieri (2010) “la meta no es corroborar los resultados contra estudios previos, sino analizar los mismos datos bajo diferentes visiones teóricas o campos de estudio” (p.476). En segundo lugar, la triangulación metodológica que busca analizar un mismo fenómeno a través de diversos acercamientos, lo que según Sampieri (2010) permite combinar información cualitativa con información cuantitativa.

La presente investigación se pregunta por la configuración del sistema de comercialización de productos agrícolas y su relación con la seguridad alimentaria en un contexto de crecimiento del turismo tradicional y turismo rural. Por consiguiente, se toman los conceptos de *Cadena de Valor*; *Sistemas de Abastecimiento y Distribución de Alimentos (SADA)* de la FAO.

El concepto de cadena de valor aporta un enfoque relacional en la cual un participante genera nexos a partir de la cadena de valor en la cual participa. Asimismo, el concepto de cadena de valor permite conocer los relacionamientos horizontales y verticales y la agregación de valor en cada enlace de la cadena (Nicholas y Jonathan, 2013). Por otra parte, el concepto SADA incluye “las relaciones entre el crecimiento de la población, el incremento de la demanda de alimentos, la expansión espacial urbana y la pobreza” (Aragrande y Argenti, 2001).

Para describir el alcance de la producción local en el sistema de comercialización se definieron tres anillos geográficos de la siguiente manera: el primer anillo lo define el límite municipal; el segundo anillo lo definen las provincias del Gualivá, Sabana Centro y Sabana de Occidente. Posteriormente, por medio de los instrumentos de recolección de información se preguntó el alcance de la producción agrícola local y las estrategias utilizadas para llevar la producción desde los cultivos hasta los canales de distribución.

Para identificar la incidencia del turismo en el sistema de comercialización se realizó una comparación de las categorías de abastecimiento, distribución y consumo en un periodo de 20 años desde 1995 hasta 2015, ya que la década del 90 es reconocida por los entrevistados como la época en que inició el crecimiento turístico en el municipio.

Para cumplir con el objetivo de describir la relación entre la seguridad alimentaria y el sistema de comercialización se tomaron como referencia los determinantes de las dimensiones de la seguridad alimentaria adoptados por la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional PMSAN (CONPES 113) los cuales se incluyeron como variables en la estructura de cada objetivo.

CAPÍTULO 4. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL CASO DE ESTUDIO

A continuación, se presenta una caracterización general de la provincia del Gualivá y el Municipio de La Vega en aspectos geográficos, ecosistémicos, sociodemográficos y económicos.

4.1 Provincia del Gualivá

La provincia del Gualivá se localiza al noroccidente del departamento de Cundinamarca, está conformada por 12 municipios, posee una extensión territorial de 1.409 Km², equivalente al 6,3% del área total del Departamento, lo cual la ubica en séptimo lugar departamental en cuanto a extensión (Secretaría de Planeación, 2013, p. 23). Según cifras del DANE la población censada en 2010 fue de 107.265 habitantes.

La economía de la provincia tiene una participación del 4% del Producto Interno Bruto departamental, centrada en dos sectores: el sector de los servicios que incluye comercio, restaurantes y hoteles con una participación del 21,3% del PIB provincial; segundo, el sector agropecuario con una participación del 16,2% del PIB provincial, donde se destacan a nivel agrícola los cultivos de caña panelera, café, cítricos y plátano, y a nivel pecuario la avicultura, porcicultura y ganadería (Secretaría de Planeación, 2013).

Según la Secretaría de Planeación de la Gobernación de Cundinamarca a nivel de la provincia el 62% del valor agregado se concentra en los municipios de Villeta, La Vega, Sasaima y San Francisco, todos los cuales han tenido un mayor crecimiento en el sector de servicios. Adicionalmente el estudio muestra que el crecimiento económico se ha concentrado en las cabeceras municipales (Secretaría de Planeación, 2013). Por lo anteriormente mencionado, la Provincia del Gualivá busca potenciar los dos sectores económicos más representativos, definiendo la siguiente visión para el año 2020:

En el 2020, la Provincia de Gualivá se consolidará como la principal economía agroindustrial y ecoturística de Cundinamarca, caracterizada por la producción diversificada, orgánica y tecnificada de caña panelera, banano, café y cacao, así como por la oferta de programas turísticos amigables con el medio ambiente. (Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas - CEPEC, 2011)

4.2 La Vega

La Vega es el segundo municipio en desarrollo económico después de Villeta en la Provincia del Gualivá, con un aporte del 12% al PIB provincial. De igual manera, La Vega se ubica como el segundo mercado más importante de la provincia según el tamaño de su población 14.230 habitantes (Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas - CEPEC, 2011).

El municipio de La Vega está ubicado a 54 Km de Bogotá, sobre la Autopista Bogotá Medellín; la cabecera municipal se encuentra a 1.230 metros sobre el nivel del mar, la extensión total del municipio es de 15.351 ha distribuidas en 15.192 ha de área rural y 159 ha de área urbana; la población total es de 14.230 habitantes de los cuales 5.270 se ubican en la cabecera municipal y 8.960 en la zona rural. El municipio de La Vega está dividido en 7 zonas y 25 veredas (Alcaldía Municipal La Vega Cundinamarca , 2015).

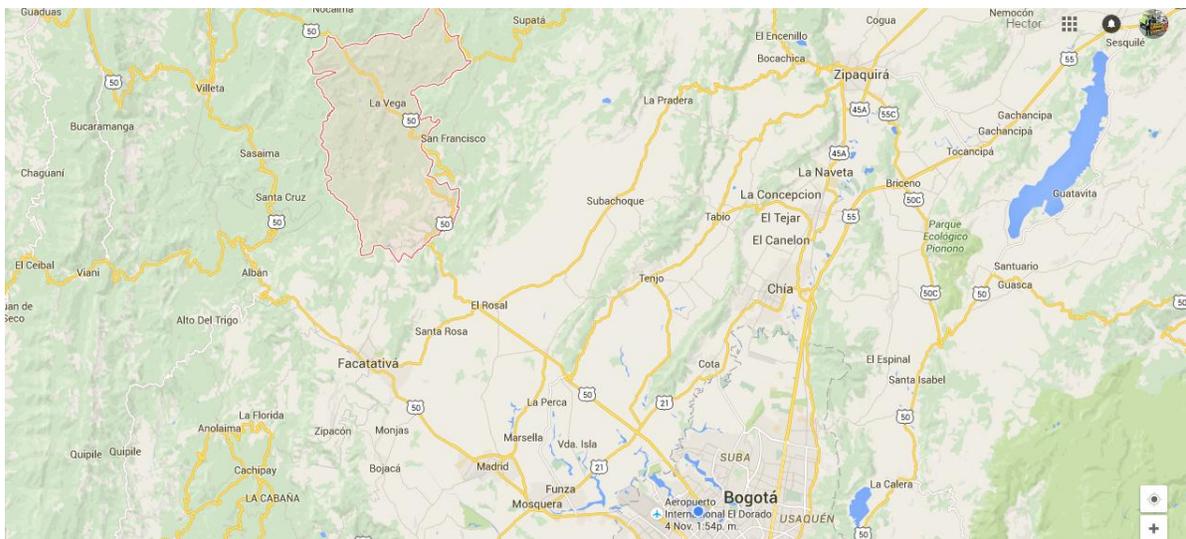


Figura 2. Ubicación geográfica La Vega Cundinamarca. Google Maps

4.2.1 Características geográficas y ecosistémicas

El CONPES 113 de Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PNSAN) define las condiciones ecosistémicas de una región como un determinante de la disponibilidad de alimentos y menciona las variables de clima, recursos genéticos y biodiversidad. Para la presente investigación se presenta la información de clima, recursos hídricos y topografía del municipio de La Vega.

Condiciones climáticas

Por su ubicación geográfica y topografía La Vega cuenta con diversidad de pisos térmicos y condiciones climáticas, las lluvias para el municipio están definidas por un régimen bimodal con lluvias concentradas en los meses de marzo a mayo y octubre a noviembre (Quiroga, 2011). Por su parte, la temperatura promedio del municipio es de 22° centígrados, que sin embargo es variable dentro de la jurisdicción municipal ya que cuenta con climas cálido, medio, frío y muy frío como se muestra en el anexo 2.

Recursos hídricos

En cuanto al recurso hídrico La Vega cuenta con cinco ríos: Gualivá, Ilá, Tabacal, Sabaneta y Natauta, que son parte de la cuenca del río Negro. Cada subcuenca de los ríos mencionados se compone de nacimientos y quebradas que abastecen los predios rurales ya sea por acueductos veredales o servidumbres (ver anexo 3). La Secretaría de Productividad y Competitividad municipal es la dependencia encargada de temas ambientales, y afirma que algunos nacimientos han reducido el caudal o desaparecido debido a intervenciones inadecuadas en las áreas de influencia de los nacimientos (Alcaldía de La Vega , 2012).

Topografía

El municipio presenta alturas desde los 300 msnm hasta los 3000 msnm, lo que significa una amplia variedad de climas, suelos y relieves (ver anexo 4). Las zonas de pendiente baja y muy baja han sido las principales zonas de crecimiento urbano, entre ellas se encuentra el casco urbano, la vereda San Juan y el Cural. Por ejemplo, parte de la vereda El Cural fue declarada zona suburbana en el Plan de Ordenamiento Territorial de 2007 (Acuerdo No 013, 2007). Adicionalmente, en el anexo 5 se presenta la división por veredas (25 veredas) y predios del municipio de La Vega, en donde se observa que las veredas que se ubican en clima frío se componen de predios de mayor tamaño a comparación de las veredas de clima medio. En la zona de clima frío se concentra la actividad lechera del municipio.

4.2.2 Aspectos sociodemográficos de La Vega

La población municipal ha venido presentando un crecimiento continuo, pero se observa un descenso de la población en la zona rural frente a un crecimiento en la cabecera municipal. Esta situación concuerda con la situación departamental y nacional de aumento de población urbana.

Tabla 6. Población La Vega

Año Censo	1985	1990	1995	2000	2005	2011	Proyección 2015
Cabecera	2997	3197	3530	4066	4563	5020	5270
%	29	28	29	32	34	36	37
Rural	7390	8190	8504	8586	8702	8833	8960
%	71	72	71	68	66	64	63
Total	10387	11387	12034	12652	13265	13853	14230

Fuente: (DANE D. A., 2011)

La población está dividida por edades de la siguiente manera:

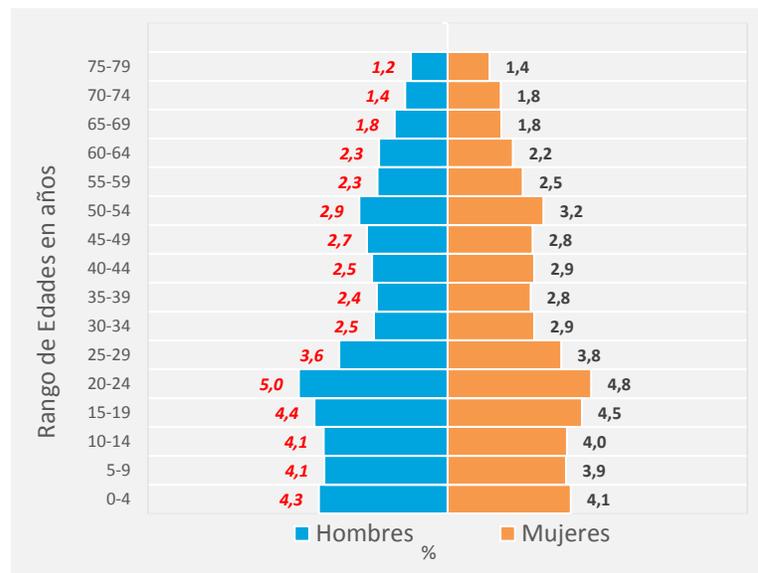


Figura 3. Distribución de población por grupos etarios 2015. Secretaría de Planeación de Cundinamarca, (2015)

Se aprecia que existe una mayor población en el rango de edad entre 0-24 años. Sin embargo, en los rangos de edad posteriores se identifica una disminución en la población lo que según la Alcaldía de La Vega se debe a un proceso migración de los jóvenes hacia la ciudad de Bogotá. No obstante, a partir de los 45 años se presenta un aumento de la población.

4.2.2.1 Cobertura SISBEN

El SISBEN presenta una categorización socioeconómica de una población definida. Adicionalmente, permite direccionar los beneficios de los programas sociales del Estado. Para el caso de La Vega se tiene la siguiente cobertura.

Tabla 7. Cobertura SISBEN 2015

Indicador/Variable	La Vega	% Sobre población total (2015)
Afiliados al régimen subsidiado SISBEN 2015	7.582	53,28
Afiliados al régimen contributivo SISBEN 2015	4.331	30.43
Total	11.913	83.71

Fuente: (Alcaldía La Vega, 2015) PMSAN 2015-2025

Asimismo, la población desplazada víctima del conflicto requiere de atención especial por parte de las entidades municipales. Para 2007 no se tenía reporte de población desplazada en el municipio situación que contrasta con las 797 personas en 2015 (Ver Anexo 6).

4.2.2.2 Población flotante

El municipio de La Vega por su cercanía con Bogotá ha tenido un crecimiento de turismo convencional y turismo rural. De ahí que, la población flotante sea representativa principalmente los fines de semana, con su respectivo aumento en la demanda de alimentos. En el mismo sentido, según las encuestas realizadas en los cuatro principales canales de distribución de productos agrícolas los turistas junto con la población local son los principales clientes. Por otra parte, los entrevistados reconocen esta situación y mencionan que la población flotante ha aumentado tanto en el casco urbano como en las veredas. Además, según el director de la Oficina de Turismo el aumento de la población flotante se ve reflejado en el aumento de hoteles en el centro del municipio y las veredas, en el aumento de restaurantes y el aumento de fincas de recreo en las veredas. Por último, menciona que se está trabajando para lograr cuantificar la población turística y la oferta turística del municipio.

4.2.2.3 Pobreza

Para este estudio, la pobreza se examina especialmente por estar directamente relacionada con la dimensión de acceso de la seguridad alimentaria en cuanto a la disponibilidad de recursos para cubrir los costos de la canasta básica de alimentos. A continuación, se presenta la situación de pobreza en el municipio de La Vega por medio de los indicadores de necesidades básicas insatisfechas NBI, índice de pobreza multidimensional IPM y proporción de personas en miseria.

Según el DANE (2005) a nivel rural el porcentaje de necesidades básicas insatisfechas se encuentra en 29,9%, mientras que en la zona urbana es de 15,1% (Secretaría de Planeación de Cundinamarca, 2015). Por su parte, según el Índice de Pobreza Multidimensional 58% de los

hogares rurales son pobres, frente a un 24% a nivel urbano (Alcaldía La Vega, 2012). “El IPM en Colombia está conformado por cinco dimensiones: i) condiciones educativas del hogar; ii) condiciones de la niñez y la juventud; iii) trabajo; iv) salud y acceso a servicios públicos domiciliarios y, v) condiciones de la vivienda” (CONPES 150, 2012).

Al revisar las cifras de necesidades básicas insatisfechas y pobreza multidimensional se observa la brecha entre el sector urbano y el sector rural que concuerda con la realidad colombiana. Adicionalmente, en el municipio de La Vega según el Plan Básico de Ordenamiento Territorial de 2007 el porcentaje de personas en miseria es del 12,2 %. Esta situación de pobreza del sector rural del municipio de La Vega muestra una situación de vulnerabilidad en los ingresos de la población para acceder a la canasta básica de alimentos. En ese sentido, la informalidad del empleo y el bajo logro educativo son los aspectos que inciden mayormente en el IPM para La Vega.

4.2.2.4 Grupos de ingreso y consumo alimentario en La Vega

En el SISBEN se encuentran registradas 4205 viviendas, con un promedio de 8,9 personas por vivienda en el sector rural 7,8 en la cabecera (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016). Estas viviendas se encuentran distribuidas por estratos de la siguiente manera.

Tabla 8. División de viviendas por estratos

Estrato 1	624
Estrato 2	2.926
Estrato 3	476
Otros	179

Fuente: (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016)

4.2.3 Características económicas

Principales actividades económicas locales

Las principales actividades económicas locales son el comercio, los servicios y el sector agropecuario, de ahí que estas actividades estén presentes en la visión del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019:

Fortalecer la vocación turística, medio ambiental y agropecuaria, del Municipio de la Vega, como factor jalonador del desarrollo Municipal, para su consolidación como centro turístico, económico, educativo y cultural de la provincia, aprovechando sus potencialidades y ventajas comparativas. (plan de desarrollo municipal 2016-2019)

A nivel municipal las actividades comerciales y de servicios han desplazado actividades agropecuarias tradicionales como se aprecia en la figura 4.

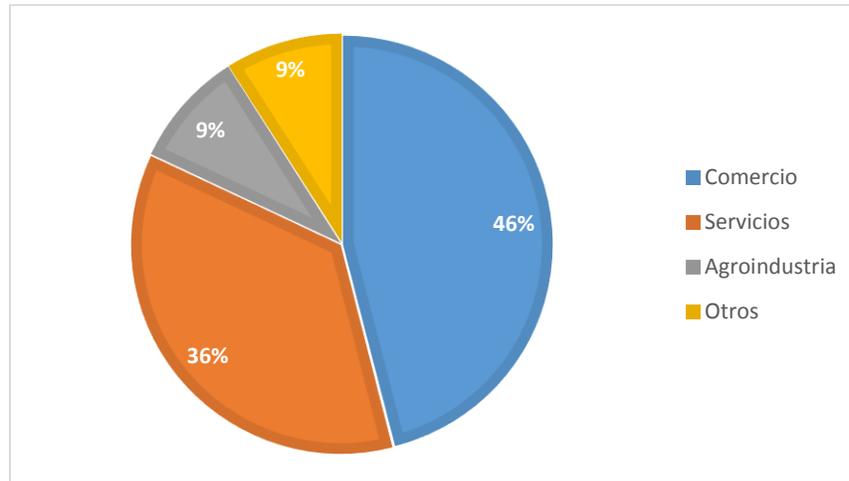


Figura 4. Principales actividades económicas 2011-2012 (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016)

Comercio: Esta actividad es sobresaliente en el municipio debido a su orientación turística, los establecimientos comerciales en el casco urbano y en las vías de acceso principales proveen al consumidor externo. En el caso del comercio interno se destacan la comercialización de bienes y enseres, textiles y alimentos. (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016)

Servicios: Actividad relevante ya que contempla el sector hotelero, restaurantes y transporte, los cuales junto con el comercio influyen directamente en la economía municipal. Ubicados en las vías principales de acceso y en el casco urbano. (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016)

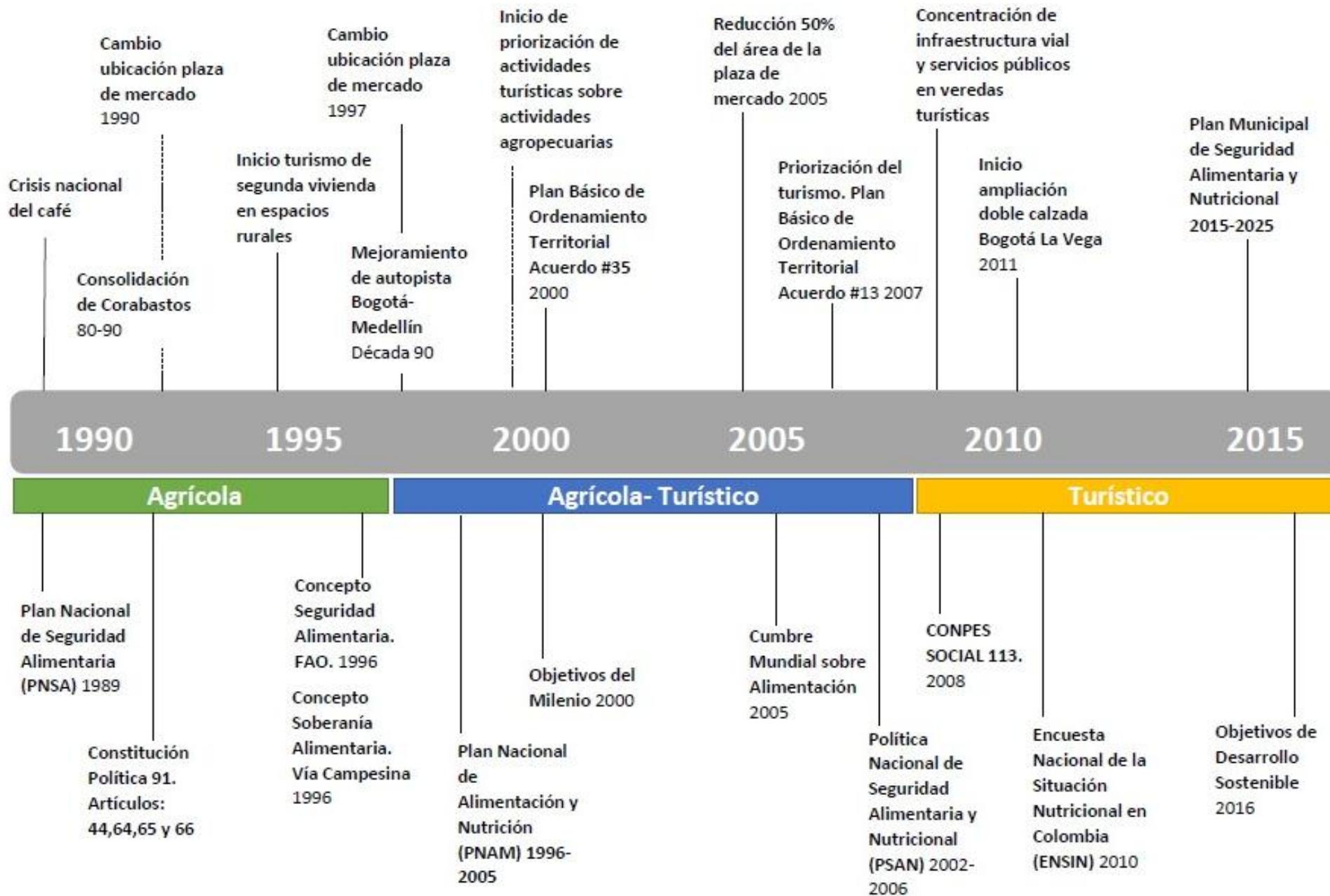
Agroindustria: Este sector es relevante en la economía del municipio, en el cual se puede encontrar el sector piscícola, la producción de café, frutales, plátano y la caña panelera ya que son sectores que dependen de tecnologías e infraestructura diferentes a las tradicionales. (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016)

Educación

El Municipio de La Vega tiene un total de tres (3) Instituciones Educativas Oficiales las cuales son I.E.D Ricardo Hinestrosa Daza, I.E.D El Vino y I.E.D Luis Alfonso Valbuena Ulloa. Estas tres instituciones coordinan 31 sedes educativas que registraban un total de 3.264 estudiantes matriculados para 2014. De igual forma, debido a la vocación económica del municipio las instituciones educativas han creado los siguientes programas de educación técnica: Hotelería y Turismo, Agroindustria, Mecatrónica, Recreación y Deporte, Administración de Empresas y Técnico en aseguramiento en café certificado por el SENA.

4.2.4 Línea de tiempo La Vega

A continuación, se presentan los aspectos relevantes que permiten ubicar temporalmente esta investigación.



CAPÍTULO 5. EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS

En el presente capítulo se analizan los flujos de entrada y salida de alimentos perecederos en el municipio de La Vega, tomando como límite o frontera del sistema los límites políticos municipales, siendo estos una aproximación arbitraria aunque necesaria, ya que ciertamente las dinámicas económicas, sociales y culturales de los pobladores de esta región desbordan estos límites. Además, se presenta la caracterización de los actores del sistema y sus relacionamientos, la infraestructura y transporte relacionadas a la comercialización de productos agrícolas y características relacionadas al consumo de productos agrícolas.

5.1 Actores del sistema

Por medio de entrevistas, encuestas, observación directa e información secundaria se identificaron los siguientes actores y la forma como se relacionan en el sistema de comercialización de productos agrícolas en el municipio de La Vega.

5.1.1 Actores de las cadenas de comercialización

Schejtman (1994) utiliza el concepto de cadena agroalimentaria como una categoría intermedia entre lo macrosectorial del sistema alimentario y lo microeconómico de las unidades de producción. Esta categoría se centra en productos específicos o familias de productos. Adicionalmente, presenta una clasificación de tipos de cadenas entre los cuales se encuentra la cadena de alimentos básicos tradicionales que incluye productos sometidos a bajos o nulos procesos de transformación, un dinamismo bajo y basado principalmente en la producción agrícola. En este sentido, se puede decir que en el municipio se encuentran las cadenas de plátano, cítricos, café y panela. A continuación, se presenta la descripción de cada uno de los actores que participan de estas cadenas.

Productores locales: La mayoría de los productores son catalogados como pequeños ya que tienen sistemas productivos de menos de 5 hectáreas. Los agricultores consultados tienen fincas diversificadas principalmente con cultivos como café, plátano, naranja y mandarina y algunos con actividades pecuarias como la cría de pollos de engorde. La función principal de este grupo de actores es el cultivo de productos agrícolas para el mercado y el autoconsumo, la recolección de la cosecha y el transporte hasta el lugar de distribución.

Intermediarios: fue posible identificar que en las cadenas de productos agrícolas perecederos no hay presencia de intermediarios rurales: según las entrevistas realizadas en las veredas los intermediarios ya no van a las veredas pues la producción ha disminuido notablemente. De ahí que, actualmente la intermediación se realice en la plaza de mercado lugar en donde se concentra la producción local de plátano y cítricos. El principal destino de la producción adquirida por los intermediarios es Corabastos, la plaza de mercado de Facatativá, los mercados de la Provincia del Gualivá y mercados de las provincias de Sabana Centro y Sabana de Occidente.

Tradicionalmente, los intermediarios y acopiadores rurales, tal y como se presentó en el estado del arte son catalogados como ineficientes. Esto concuerda con planteamientos de funcionarios de la alcaldía y algunos líderes veredales. Como consecuencia, este planteamiento ha alcanzado algunas propuestas y políticas públicas nacionales como el Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional 2012-2019 que menciona:

El MADR, deberá promover e incentivar canales de comercialización para campesinos organizados, que faciliten el acercamiento directo a los consumidores, con el fin de eliminar la cadena de intermediarios, que es una de las causas en el alza de precios de los alimentos, lo que dificulta el acceso a los mismos. (PNSAN 2012-2019, p.28)

Sin embargo, como lo mencionan Forero (2006) y Saboyá (2004) esta postura se asume sin fundamentos ya que en investigaciones realizadas no se ha encontrado evidencia que respalde esta presunción. En el municipio de la Vega es de resaltar la ausencia de los intermediarios o acopiadores rurales, esta característica reafirma la pérdida de importancia del sector agrícola y se ajusta a la disminución del área cultivada. Debido a esto, los productores deben asumir las labores y costos de transporte.

Comerciantes: Los comerciantes de productos agrícolas tienen como principal función la compra y venta de productos agrícolas. En el municipio de La Vega como se presentará en el apartado de distribución se encuentran presentes cuatro canales de distribución principales: plaza de mercado, supermercados, tiendas y puestos sobre la autopista Bogotá- Medellín.

Restaurantes: La cantidad de restaurantes en el municipio se ha incrementado debido al crecimiento turístico, de ahí que la demanda de productos agropecuarios locales se haya incrementado. Los productos de mayor demanda son plátano y yuca y en una menor proporción

naranja y mandarinas. No obstante, la alcaldía municipal no cuenta con una estadística del número de lugares de venta de alimentos preparados en el municipio.

5.1.2 Actores complementarios

Secretaría de Productividad y Competitividad: Por los productores es conocida como la UMATA, es la encargada de prestar asistencia técnica a los pequeños y medianos productores. En el municipio de La Vega se adelantan programas como las parcelas demostrativas por medio de las cuales se busca que los productores acojan ciertas prácticas que mejoren la productividad.

Transportadores: Son un actor de gran relevancia en el sistema de comercialización, ya que son los encargados transportar el producto de los lugares de producción a los lugares de distribución o acopio como la plaza de mercado, los supermercados y tiendas de barrio. Estos actores solo cumplen la función de transporte, diferente a otros municipios donde los transportadores ejercen funciones de intermediación y comercialización.

Entidades Financieras: En el municipio de La Vega se encuentran el Banco Agrario, Bancolombia y la Cooperativa Cooptenjo, así como entidades de microcrédito que no cuentan con oficina, entre ellas Bancamía, Fundación de la Mujer y Fundación WWB. En las entrevistas se mencionó al Banco Agrario como el más acorde a los campesinos, por los intereses bajos y la rapidez en los préstamos. Sin embargo, afirman que muchos campesinos que no son propietarios o están reportados en Datacrédito no pueden acceder a créditos en las entidades bancarias, por lo que acuden a prestamistas informales como los *gota-gota*.

Asociaciones de productores: Según el secretario de Productividad y Competitividad los programas desde la alcaldía se han enfocado al fortalecimiento de las asociaciones existentes y la formalización de nuevas asociaciones ya que los programas de apoyo a nivel nacional y departamental son dirigidos a este tipo de organizaciones. Además, la estructura organizativa de una asociación facilita los procesos de capacitación, asistencia técnica, entrega de recursos y participación en actividades. De ahí que, actualmente en el sector rural del municipio estén legalmente constituidas 14 asociaciones (ver anexo 8) dedicadas principalmente a proyectos agropecuarios, turísticos y ambientales. Esto muestra un avance a comparación de 2010 cuando en el municipio existían tres asociaciones legalmente constituidas.

Asociaciones de distribuidores: En el municipio de La Vega según información de la Alcaldía municipal y las encuestas realizadas en los distintos canales de comercialización, fue posible establecer que no existe una asociación legalmente constituida de distribuidores. Sin embargo, mediante las encuestas realizadas fue posible identificar formas de organización informales que permiten el trabajo conjunto. Por ejemplo, en actividades como el abastecimiento de productos dos o tres distribuidores de tiendas de barrio se unen para contratar el transporte desde Corabastos ya que la cantidad que traen de forma independiente no es suficiente para completar la carga y así se dividen los gastos de transporte.

Proveedores de insumos: su función principal es hacer disponible los insumos que el productor requiere para el ciclo productivo. Generalmente los almacenes agrícolas ofrecen una amplia variedad de productos y servicios entre ellos fertilizantes, agroquímicos, herramientas, alimentos para animales, servicios de veterinaria y asistencia técnica en cultivos. Adicionalmente, se encuentran los viveros encargados de proveer plántulas a los productores.

5.1.3 Mapa del sistema

A partir de la descripción de los actores presentes en el sistema de comercialización y sus funciones principales se construyó el siguiente mapa del sistema de comercialización que presenta los relacionamientos entre actores y el flujo de los productos agrícolas perecederos. Estos mapas se construyeron siguiendo la notación de Forero y Corrales (2009).

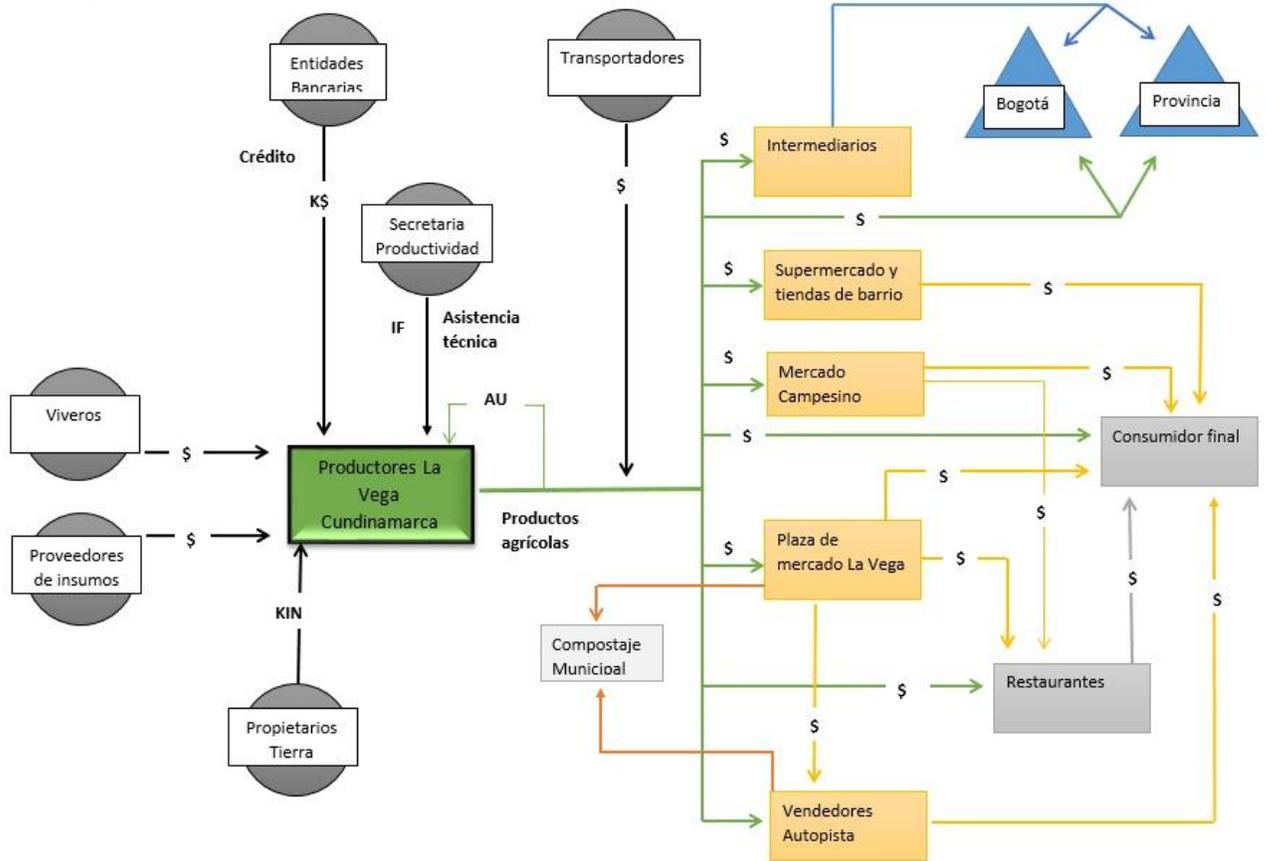
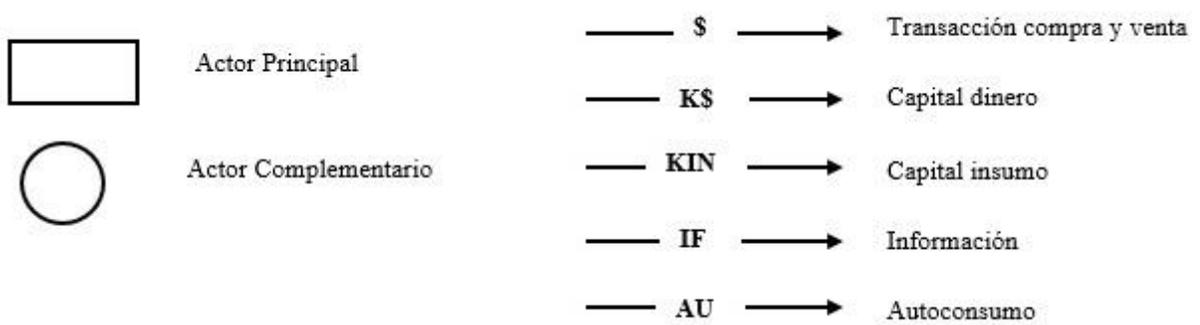


Figura 5. Mapa de funcionamiento del sistema de comercialización de productos locales



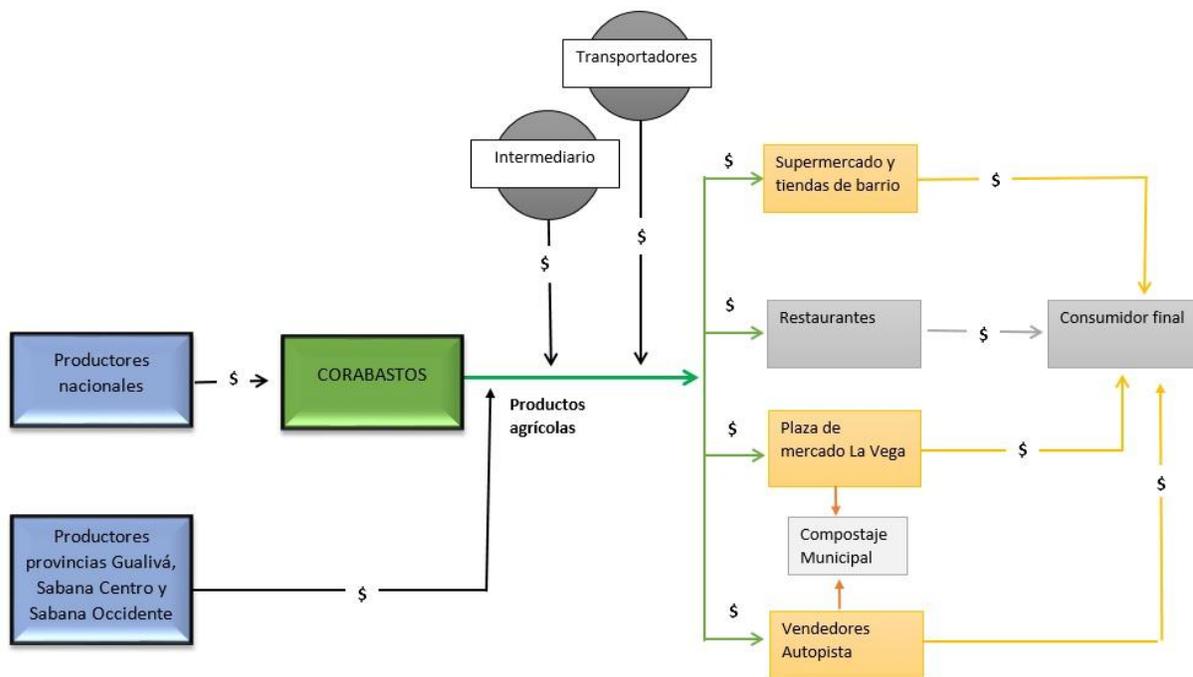


Figura 6. Mapa de funcionamiento de comercialización de productos agrícolas externos

A nivel de actores se encuentra que existen relacionamientos horizontales entre productores lo que se ve reflejado en el aumento del número de asociaciones presentes en el municipio. Sin embargo, se aprecia que una de las causas del incremento de asociaciones se debe a que los apoyos del estado hacia el sector agrícola priorizan las asociaciones sobre los productores independientes. Asimismo, se encuentran relacionamientos horizontales entre los distribuidores, siendo el ejemplo más representativo la unión de varios distribuidores para compartir gastos de transporte para abastecer sus locales.

Por otra parte, los relacionamientos verticales de los productores locales son pocos y no tienen una estabilidad temporal, esto se debe a que los mercados actuales tienen exigencias como garantizar una cantidad y calidad mínima de producción. Estas exigencias se convierten en dificultades para los productores ya que las áreas de producción son pequeñas, las unidades de producción se encuentran distantes y son heterogéneas en la forma de producción.

A nivel de instituciones, es posible observar que en el municipio de La Vega confluyen y se interrelacionan entidades de nivel nacional, departamental y municipal en torno al sistema agroalimentario y la seguridad alimentaria. Ejemplo de ello es la formulación de la política municipal de seguridad alimentaria y nutricional que contó con el apoyo académico de la Universidad Nacional de Colombia y el acompañamiento del Instituto Colombiano de Bienestar

Familiar (ICBF). En el mismo sentido, hacen presencia entidades como el SENA, CORPOICA, FEDEPANELA, ICA y el Comité de Cafeteros en temas relacionados con la capacitación en prácticas de producción y comercialización de productos agrícolas. Adicionalmente, entidades como la CAR cumplen funciones de capacitación, vigilancia y control en temas ambientales.

Las instituciones anteriormente mencionadas, se relacionan a nivel local con la alcaldía a través de la Secretaría de Productividad y Competitividad, dependencia encargada de articular los proyectos a nivel nacional y departamental. Este relacionamiento es de gran importancia ya que esta Secretaría funge localmente como ente encargado de establecer las relaciones entre las entidades y los productores.

5.2 Abastecimiento

El análisis de abastecimiento está directamente relacionado con la dimensión de disponibilidad de la seguridad alimentaria y permite hacer un acercamiento al sistema productivo local y a la dependencia de los productos externos. En este sentido, se utilizaron las siguientes categorías municipal/local, provincial y departamental, que permiten dar cuenta del origen de los flujos de alimentos.

5.2.1 Producción local

El municipio de La Vega es un municipio tradicionalmente cafetero: con 726 ha cultivadas en 2015 es el cultivo de mayor área sembrada, seguido del plátano con 330 ha sembradas. En la tabla 9 se presentan las estadísticas municipales de cultivos permanentes y transitorios.

Tabla 9. Hectáreas cultivadas 2015 - La Vega Cundinamarca

Permanentes	Área sembrada(ha)	Área Cosechada (ha)	Producción (T)	Rend. (T/ha)
Cacao	30	27	11	0,4
Café	726	663	768	1,15
Caña panelera	230	220	880	4
Cítricos	240	225	405	1,8
Plátano	330	306	594	1,94
Subtotal	1556	1441	2658	
Transitorios				
Maíz	13	12	18	1,5
Tomate	4,5	4,5	70	15,5
Subtotal	17,5	16,6	88	
Anuales				

Yuca	8	8	104	13
Totales	1581	1468,5	2850	

Fuente: (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016)

Sin embargo, al contrastar esta información con entrevistas con líderes veredales se encuentra una mayor diversidad de cultivos. La tabla 10 muestra los cultivos mencionados en las entrevistas veredales siendo los principales café, plátano y cítricos, mientras que la panela es vista como un producto que ha venido decreciendo en todo el municipio.

Tabla 10. Cultivos mencionados en entrevistas

Tipo de cultivo	Cultivos
Permanente	Café, naranja, mandarina, cacao, guanábana, limón, caña panelera, aguacate, mango, papaya.
Transitorio	Tomate, habichuela, frijol, hortalizas, ahuyama, maíz, lulo, gulupa,
Anuales	Plátano, yuca.
Silvestres	Guama, caimos, pomarrosa, guayaba, maracuyá, gulupa, mango común.

Fuente: Entrevistas líderes veredales

Ubicación de los cultivos y cosecha

Tabla 11. Ubicación de los cultivos y temporada de cosecha

Cultivo	Veredas	Cosecha
Café	Chupal, Hoya Grande, Cacahual, Naguy Alto y Bajo, San Juan, San Antonio, Minas, Laureles, Tierras Viejas, Llano Grande.	Marzo, abril y mayo Noviembre-diciembre
Cítricos	Naguy Alto y Bajo, Minas, Chupal, Guarumal, Tabacal, Bulucaima, Llano Grande.	Junio-Julio-Agosto
Caña Panelera	65 trapiches distribuidos en las veredas de Petaquero, la huerta, Bulucaima, Guarumal, Chupal, Naguy bajo, Tabacal y el Cural.	Todo el año
Plátano	Tierras Viejas, Tabacal, Chupal y la Alianza.	Todo el año
Cacao	Bulucaima, Naguy, Cacahual, Tabacal, Guarumal, la Huerta, Petaquero.	Mayo- junio Noviembre -diciembre
Lulo	Hoya Grande, San Juan y La Libertad.	-
Tomate Chonto	Llano grande, Minas, Chupal	Todo el año
Feijoa	El Roble	-
Maiz	-	-

Fuente: Alcaldía Municipal de La Vega, (2016). Temporadas de cosecha: Entrevistas veredales

Canasta de productos locales

Por medio de encuestas, entrevistas, observación directa e información secundaria se establecieron cuáles de los productos locales están incluidos en la canasta priorizada para la presente investigación.

Tabla 12. Canasta definida vs. canasta local

Grupo de Alimento	Producto	Grupo de Alimento	Producto
Tubérculos y plátano	Papa común	Frutas	Banano
	Yuca		Naranja Común
	Plátano		Mandarina
Hortalizas	Tomate		Limón
	Lechuga		Papaya
	Cebolla cabezona		Maracuyá
	Cebolla Larga		Piña
	Zanahoria		Mango
	Habichuela		Guayaba
	Ahuyama		Aguacate
	Guatila		

 Productos cultivados localmente

Se aprecia que de una canasta definida por 21 alimentos perecederos, 16 se cultivan a nivel local. Esta situación puede ser entendida como una ventaja para los productores locales. Sin embargo, la producción local se enfrenta a problemáticas como sistemas productivos de área reducida, baja productividad y cosechas concentradas temporalmente por lo que no es posible sostener una oferta de productos locales durante todo el año.

5.2.2 Origen de los Alimentos

El proceso de abastecimiento de alimentos perecederos en La Vega se puede describir a través de un mapa de tres anillos que permiten el relacionamiento entre las veredas del municipio, los municipios vecinos (Provincia del Gualivá) y el departamento de Cundinamarca incluyendo Corabastos principal central de acopio y distribución de alimentos de Colombia. Adicionalmente, fue posible identificar la presencia de alimentos de otras zonas del país como Boyacá, Tolima, los Llanos Orientales y la región del Valle del Cauca. Sin embargo, estos alimentos son acopiados y redistribuidos desde Corabastos.

El primer anillo se compone por las veredas productoras de alimentos en el municipio de La Vega. El segundo anillo relaciona el municipio de La Vega con los otros 11 municipios de la provincia del Gualivá y las provincias de Sabana Centro y Sabana Occidente. El tercer anillo comprende al departamento de Cundinamarca, siendo Corabastos la principal fuente de abastecimiento.

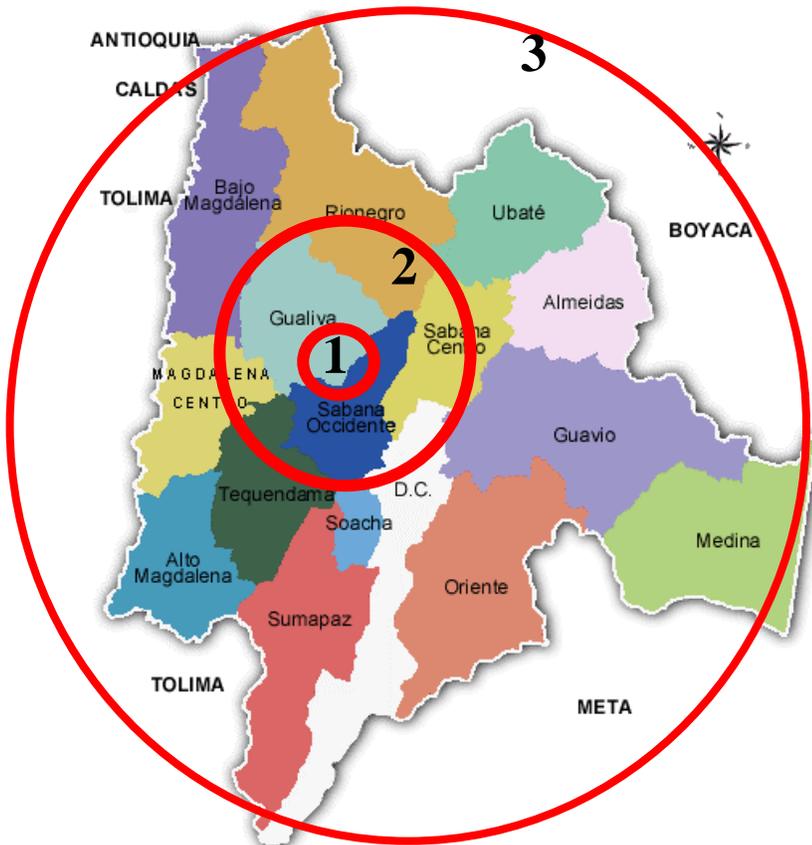


Figura 8. Anillos de abastecimiento de productos agrícolas. Diagramación del autor a partir de encuestas canales de distribución y entrevistas.

Fuentes de abastecimiento

En un primer momento se buscó determinar el porcentaje de abastecimiento local y externo de productos agrícolas perecederos en el municipio de La Vega. Sin embargo, no fue posible conocer la cantidad de productos que ingresan al municipio ya que a nivel municipal no se cuenta con un registro de esta información y los vendedores de los diferentes canales de distribución tampoco cuentan con este tipo de información. Por lo anteriormente dicho, se consultó sobre las tres principales fuentes de abastecimiento de productos agrícolas perecederos en orden de importancia encontrando que el origen de los alimentos está directamente relacionado con el canal de distribución como se muestra en el siguiente gráfico.

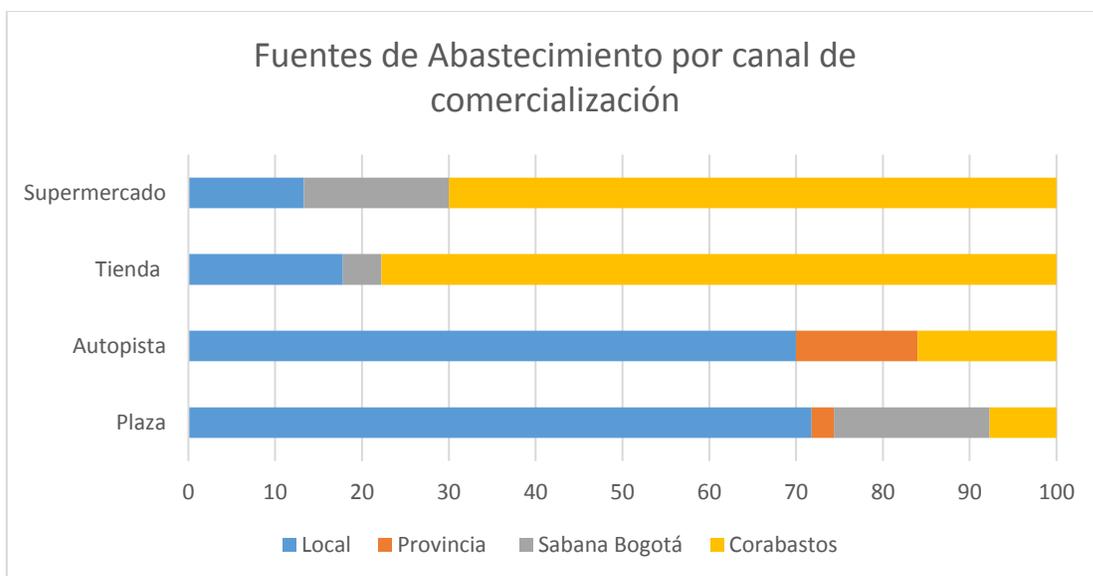


Figura 9. Fuentes de Abastecimiento por canal de comercialización. Autor a partir de encuestas.

Mientras que la plaza de mercado y los puntos de venta sobre la autopista tienen como principal fuente de abastecimiento los productos locales, las tiendas y los supermercados mencionan que Corabastos es su principal fuente de abastecimiento. Para lograr una aproximación al abastecimiento interno y externo la gráfica anterior se complementa con las variables de área destinada a la venta de productos, días de distribución y oferta de productos.

Tabla 13. Abastecimiento local-externo

Variables	Descripción
Área de venta	Los supermercados y tiendas de barrio cuentan con un área mayor de venta a comparación de la plaza de mercado y los puestos de venta sobre la autopista.
Días de distribución	Los supermercados, tiendas de barrio y puestos sobre la plaza ofrecen productos todos los días. Por su parte la plaza de mercado funciona únicamente el día Domingo.
Fuente de abastecimiento	Supermercados y tiendas de barrio Corabastos. Plaza de mercado y puestos autopista productos locales.
Oferta	La oferta de los supermercados supera la oferta de la plaza de mercado y puestos sobre la autopista.

De las variables presentadas anteriormente se define que la principal fuente de abastecimiento de alimentos agrícolas perecederos en el municipio de La Vega proviene de fuentes externas al municipio siendo Corabastos la principal fuente de abastecimiento. Sin embargo, no se cuenta con cifras que permitan cuantificar esta situación.

Local vs Corabastos

En los cuatro principales canales de distribución se preguntó por la comparación de los productos locales con los productos de Corabastos en tres categorías: *calidad*, *precio* y *disponibilidad* y se obtuvieron los siguientes resultados.

Calidad: los comerciantes tienen opiniones divididas en cuanto a la calidad de los productos locales. Algunos mencionan que los productos locales son más frescos, también se menciona que la calidad del plátano local es reconocida por su sabor, pero tiene problemas de uniformidad en tamaño y estado de madurez por lo que algunos distribuidores prefieren abastecerse de Corabastos en donde se compra en bolsas clasificadas por tamaño y estado de madurez. La calidad local de los cítricos como naranja y mandarina son apreciadas por los comerciantes ya que según mencionan tienen una buena demanda por los turistas.

En el mismo sentido, los productores locales y los líderes veredales reconocen que una mejora en la calidad de los productos es un factor necesario para mejorar la comercialización. En palabras de la señora Gloria Nelly Hernández: “Aquí nos estamos esforzando por sacar buenos productos y creo que hemos avanzado. Mire este plátano o esta naranja no tienen nada que envidiarle a los supermercados y es más barato”. Adicionalmente, algunos distribuidores mencionan que los productores locales han adoptado prácticas como la clasificación de los productos por tamaños y el empaque en canastillas lo que mejora la calidad de los productos. Además, los distribuidores mencionan que es necesario pactar la calidad al momento de definir los precios de compra.

Precio: en cuanto al precio de productos locales comparados con los productos externos, la idea más recurrente es que los productos locales son más baratos en época de cosecha, o pueden tener el mismo precio que en Corabastos, pero es necesario agregar el costo del transporte. Estas son algunas de las respuestas de los distribuidores:

Los precios son mejores aquí, además aquí le damos la ñapa o el encime. Vaya usted y pida encime en los supermercados. (Efigenia Vargas, Plaza de mercado)

El precio sí depende, aquí hay un señor que tiene un camión y trae de Corabastos y usted le encarga lo que quiera y a veces es más barato traer de allá, pero mientras aquí no este escaso yo prefiero comprarles a los campesinos. (Silvana Ramírez, Autopista)

Pueden ser más baratos o lo mismo, pero como yo necesito surtir todos los productos entonces a veces prefiero traer todo de Corabastos, al camión igual toca pagarle el transporte. (El Bodegón de la Sabana)

Disponibilidad: la disponibilidad de los productos locales está directamente relacionada con las épocas de cosecha, excepto productos como el plátano y las hortalizas que se producen todo el año. Fue posible establecer que en la plaza de mercado cuando no hay cosecha local se hacen escasos o no se encuentran productos como naranja, mandarina, guayaba, limón y mango. Mientras que las tiendas, supermercados y puestos de venta de la autopista se abastecen de productos externos para mantener la oferta de productos.

La posición de un grupo de distribuidores está enfocada a los precios: “En cosecha las personas quieren que uno les pague bien un bulto de naranja, pero es que no se dan cuenta que en Abastos está más barata” (El Bodegón de la sabana). Mientras que otro grupo tiene una posición que entiende las temporadas de cosechas y busca acomodarse por medio de estrategias como las que mencionan el Supermercado la Canasta y el señor José Ramírez.

Durante el año se van dando las cosechas, entonces unos meses me traen naranja y mandarina, después maracuyá, si tienen ahuyama pues traen, cuando sale la yuca y así. Nada es fijo, entonces ellos me dicen que tienen antes del viernes que es cuando se hace la lista del mercado. (Sara Maldonado, La canasta)

Abastecimiento Local

Debido a que la plaza de mercado y los puntos de venta sobre la autopista tienen como principal fuente de abastecimiento los productos locales, se realizó una consulta de la procedencia por veredas de los productos. Con el fin de conocer cuáles son las veredas a nivel municipal que aportan al sistema de comercialización del municipio. Encontrando que a nivel local se comercializan 12 productos cultivados localmente a pesar de que se produce una mayor variedad como se mostró en el apartado de producción local. De igual manera, se observa que la producción local se ubica en las veredas alejadas al centro del pueblo, lo que concuerda con la ubicación de los cultivos priorizados por la alcaldía municipal (café, cítricos y caña). La situación anterior se debe a que el turismo de segunda vivienda se ha concentrado en las veredas cercanas al centro del pueblo.

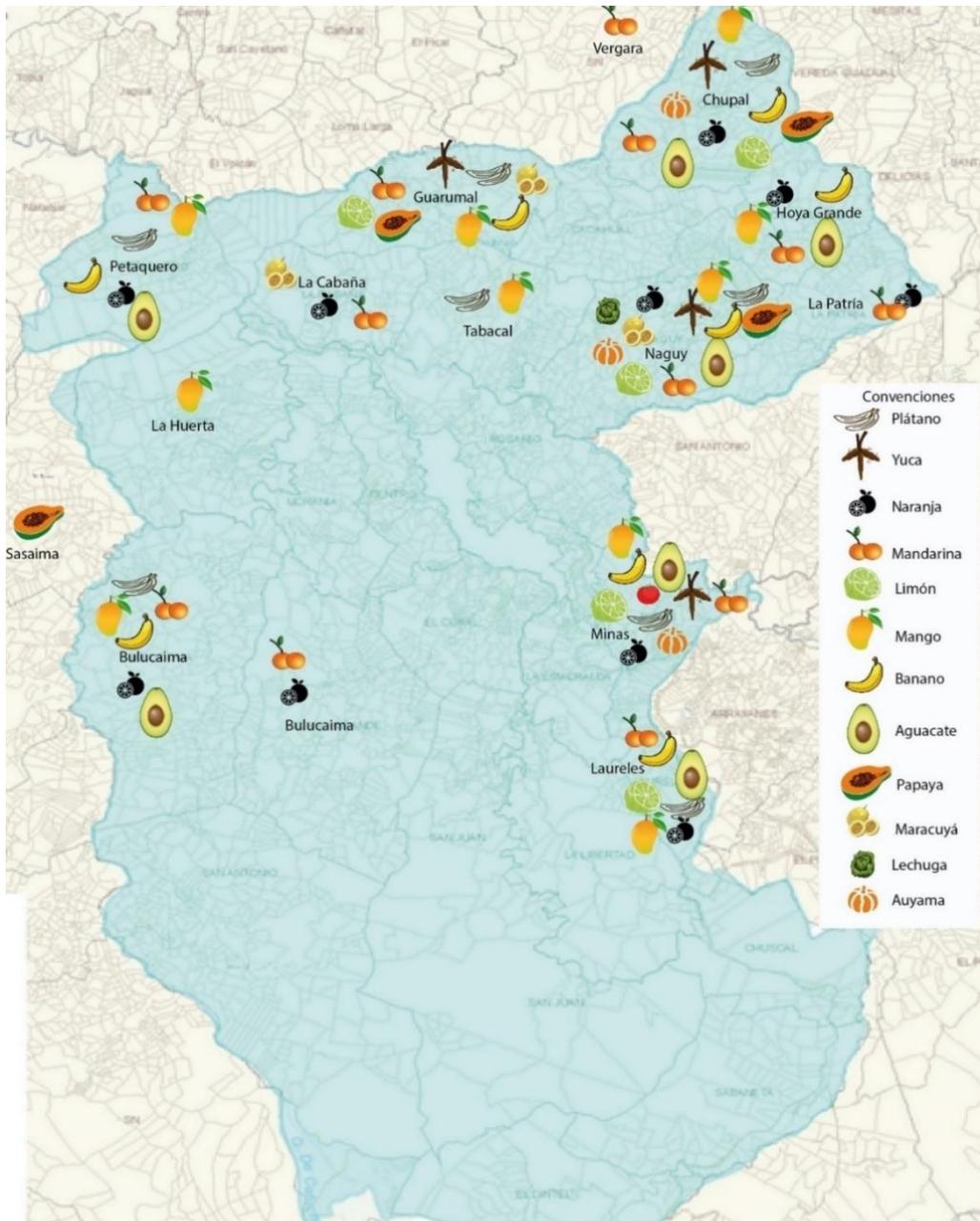


Figura 10. Fuentes de abastecimiento local plaza de mercado y puestos autopista. Autor

5.2.3 Desabastecimiento

Por medio de las entrevistas y encuestas se preguntó por situaciones que hayan incidido negativamente en el abastecimiento de alimentos en el municipio de La Vega. Como resultado, el panorama que se obtuvo es que en el municipio no se han presentado situaciones de desabastecimiento de alimentos. Sin embargo, los entrevistados mencionan que los precios sí han tenido incrementos que afectan el acceso a los alimentos. En este sentido, mencionan el paro camionero de los meses de junio y julio de 2016 como la situación más reciente de alza de precios

y resaltan como ejemplo la papa que alcanzó precios de \$1200 pesos por libra lo que contrasta con los \$340 promedio que se registraron durante la presente investigación.

Por parte de la producción local, los entrevistados mencionan que las largas temporadas de verano afectan la producción y afirman que el plátano y los cultivos de ciclo corto son los más afectados con el verano o el exceso de lluvias.

5.3 Infraestructura y transporte

La infraestructura de una región o municipio facilitan las interacciones del mercado. Asimismo, permiten que los productos agrícolas locales y externos estén disponibles en los canales de distribución. En la presente investigación se describe la situación de las vías municipales y regionales, la infraestructura dedicada al acopio y/o transformación de productos agrícolas y los medios de transporte utilizados para llevar a cabo los flujos de entrada y salida de productos agrícolas.

5.3.1 Infraestructura vial

Autopista Bogotá - Medellín

La autopista Bogotá - Medellín es la principal vía de comunicación del municipio de La Vega, que se encuentra a una distancia de 54 km de Bogotá. Desde 2000 se observa en los planes de desarrollo un interés por aprovechar la posición estratégica del municipio en relación a Bogotá para abastecer de alimentos a la capital del país. Sin embargo, como se verá en el apartado 4.2 la Vega no es un municipio con una producción local fuerte. Por otra parte, la autopista ha impulsado el crecimiento turístico del municipio ya que el tiempo de desplazamiento es de una hora entre Bogotá y La Vega, lo cual ha generado un decrecimiento de las actividades agrícolas como se analizará en el capítulo de incidencia del turismo sobre el sistema de comercialización.

Vías intermunicipales y veredales

La Vega cuenta con vías de comunicación con los municipios vecinos. Sin embargo, algunas se encuentran en estado regular de tal es el caso de la vía a Sasaima que tiene un recorrido de 16 kilómetros en 60 minutos, situación que contrasta con Facativá que tiene un recorrido de 77 kilómetros en 50 minutos. La causa de esta situación es el estado de las vías, que en su mayoría a nivel veredal son trochas con tramos en concreto. Según la Secretaría de Planeación e

Infraestructura del municipio la vereda más alejada se encuentra a 22 kilómetros del casco urbano y el tiempo de viaje en campero es de 60 minutos.

A nivel veredal a partir de las entrevistas y un recorrido en motocicleta fue posible identificar que las vías veredales principales se encuentran un buen estado ya que algunas están pavimentadas, otras cuentan con placa huella y el resto son vías con recebo (material afirmado) lo que permite un desplazamiento en cualquier época del año, aunque se presentan algunas inconformidades, por ejemplo, en la vía la Laguna del Tabacal y la vía Sasaima algunos tramos están afectados por fallas geológicas lo que ocasiona hundimientos y derrumbes.

Por otro lado, a nivel de vías secundarias veredales y vías prediales el estado es regular debido a que algunas no cuentan con placa huella ni recebo, por lo que se ven afectadas en temporadas de invierno. Ante esta situación los productores utilizan medios de transporte como el caballo o su propia fuerza de trabajo. Como lo menciona la señora Luz Marina Perilla presidenta de la junta de acción de la vereda Naguy:

En el tema de vías nos ha tocado mucha lucha porque mi vía es una trocha, siempre ha sido una vía en la que nos falta mucho apoyo. Actualmente se ha mejorado con placa huella en la vía principal, pero hay problemas con las vías internas de cada finca, a mí por ejemplo me toca media hora para salir a la principal.

5.3.2 Transporte

El transporte al interior del municipio está organizado en tres cooperativas: Cotransgualiva, Cotranslavega y Cotransvillaleal. Estas cooperativas se distribuyen las rutas del municipio de La Vega, funcionan automóviles que cubren las rutas sobre la autopista y veredas cercanas al casco urbano y camperos que cubren las rutas de las veredas más alejadas, los camperos son los principales medios de transporte de mercancías y productos agrícolas desde las veredas hacia el centro del pueblo.

Las entrevistas en las veredas mencionan como principal medio de transporte para los productos agrícolas a las rutas veredales. Sin embargo, mencionan que tienen problemas con los costos del transporte ya que se cobra por cada bulto o racimo que se transporta como si fuera un pasajero. Como resultado, el costo del transporte supera en los casos de los cítricos y el plátano el 20% del valor de venta del producto. Por otra parte, el transporte de productos agrícolas desde y hacia fuera del municipio se realiza en vehículos de mayor tamaño entre ellos camiones de un eje y vehículos

tipo turbo Nkr y Npr además, se destaca el caso del supermercado El Rey y El Bodegón de la Sabana que cuentan con camión propio.

5.3.3 Acopio

Se estableció que en el municipio de La Vega la infraestructura dedicada al acopio es la plaza de mercado, por medio de las entrevistas en las veredas se identificó que no existen centros de acopio veredal. Según el Plan de Desarrollo (2016-2019) la infraestructura productiva del municipio cuenta con una Plaza de Mercado para la comercialización de los productos agropecuarios, sin embargo, existe la necesidad de crear más espacios de comercialización en la zona rural. En este sentido, por medio de las asociaciones de productores se han iniciado algunos procesos para acopiar a nivel rural caña, plátano y achioté.

En este sentido, a nivel veredal y de instituciones locales fue posible establecer que los centros de acopio rurales se perciben como una alternativa para la comercialización de productos agrícolas por medio de los cuales sea posible establecer un precio estable de compra. Ante este panorama Forero (2006) menciona que una de las políticas del Estado en las últimas cuatro décadas ha sido la construcción de centros de acopio a nivel nacional “con el propósito de modernizar el proceso de comercialización rural–urbana, de proporcionar mejores condiciones al productor para la venta de sus cosechas y de bajar los márgenes de comercialización” (p.52). Sin embargo, menciona que pocas de estas iniciativas han funcionado ya que hacer pasar los productos por un centro de acopio rural es más costoso que llevar la carga directamente desde la finca al centro urbano de consumo.

5.3.4 Transformación

La infraestructura dedicada a la transformación de productos agrícolas son principalmente los trapiches de caña panelera. Adicionalmente, en la escuela del sector el Acomodo vereda Rosario la *Asociación de Mujeres Campesinas* cuentan con equipos para producir licor de naranja, sin embargo, las instalaciones no cumplen con la reglamentación INVIMA motivo por el cual actualmente no es posible la comercialización de la producción. Además, en el municipio existe infraestructura dedicada a la transformación de productos lácteos, esta producción se concentra en la zona de clima frío.

5.4 Distribución

La distribución de alimentos está relacionada con la dimensión de acceso a los alimentos, la PNSAN la define el acceso como “la posibilidad de todas las personas de alcanzar una alimentación adecuada y sostenible. Se refiere a los alimentos que puede obtener o comprar una familia, una comunidad o un país” (CONPES 113, 2008). En el municipio de La Vega se identificaron cuatro mecanismos de acceso a alimentos: el autoconsumo, la compra en canales de distribución, los intercambios y los programas de asistencia alimentaria por parte del Estado. A continuación, se presentan los canales de distribución de productos agrícolas percederos presentes en el municipio de La Vega.

5.4.1 Canales de Distribución

En el municipio de La Vega fue posible identificar cuatro canales principales de distribución de productos agrícolas: 1) plaza de mercado, 2) puestos de venta autopista Bogotá-Medellín, 3) tiendas, 4) supermercados. Además, se identificaron otros canales de distribución entre ellos mercados campesinos, venta directa, ventas ambulantes y rutas de distribución a restaurantes y hoteles. A continuación, se presenta la distribución espacial de los canales de distribución en el municipio de La Vega.

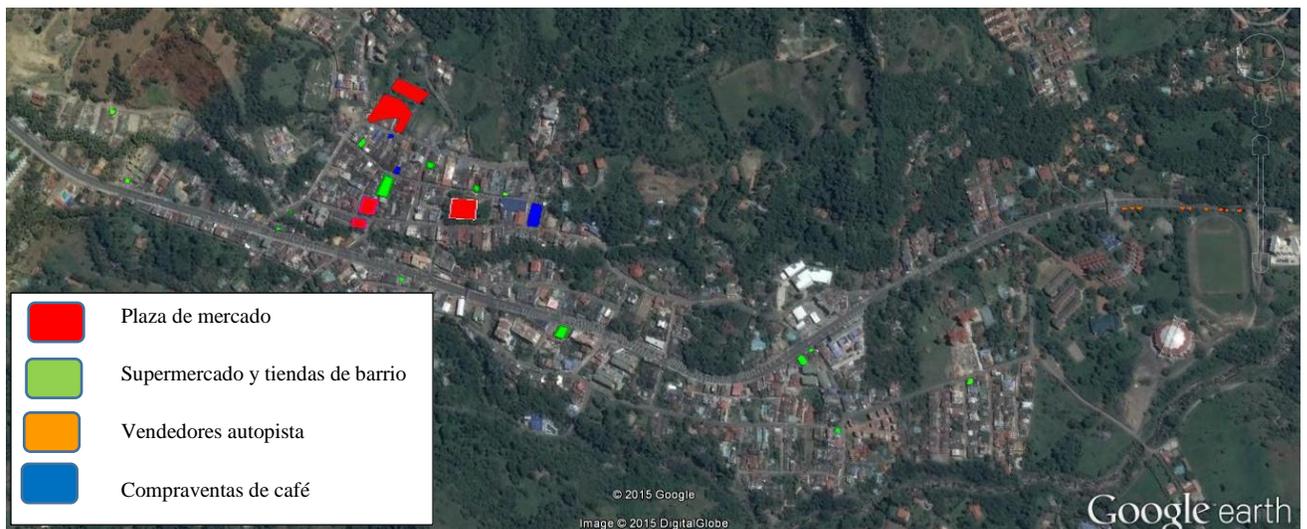


Figura 11. Distribución espacial de los canales de distribución. Autor, base Google Earth.

Plaza de mercado

La plaza ha sido por años... por décadas, el punto de encuentro de más de una persona y de campesinos. Ha sido el centro de distribución de la mercancía agrícola y el punto de arranque de muchos negocios. (Nelly Castillo, Patio Bonito)

En la plaza de mercado de La Vega es posible encontrar dos tipos de comercializadores: productores locales y comercializadores externos. Durante las visitas a campo fue posible apreciar que del total de 80 puestos se utilizan entre 35 y 40 puestos, mientras que los demás permanecen inutilizados. Las dimensiones de cada puesto son aproximadamente 2m de frente por 1m de fondo. Los productores locales ofrecen productos como plátano, naranja, mandarina, ahuyama, yuca, huevos y pollos campesinos. Por su parte, los comercializadores externos ofrecen productos de clima frío, entre ellos papa, cebolla, hortalizas y frutas en general. El tamaño de los comerciantes está definido por la cantidad de puestos que utilizan, los grandes utilizan dos puestos, los medianos (que son la mayoría) utilizan uno, y los pequeños comparten un puesto entre dos personas.

La plaza de mercado es el principal canal de distribución utilizado por los campesinos de La Vega. En la actualidad la plaza de mercado ha perdido su importancia como lugar de abastecimiento y distribución de alimentos, razón por la cual la alcaldía municipal busca mejorar el funcionamiento de la plaza de mercado. El Plan de Desarrollo 2016-2019 lo menciona de la siguiente forma:

En la actualidad se prestan los locales con el fin de beneficiar a los comerciantes de los productos agrícolas, los cuales no generan mayor ingreso para el Municipio teniendo en cuenta el Acuerdo del estatuto tributario, por lo anterior se requiere de mejor administración, control y manejo del área de la plaza de mercado con sus respectivos parqueaderos, del buen uso y manejo adecuado de los desechos sólidos de pos cosecha que salen de la plaza, las casetas deben ser para uso exclusivo de preparación y venta de comidas y bebidas, se requiere implementar protocolos de bioseguridad, control de plagas y vectores e implementar un horario para cargue y descargue de los productos. Adicional a esto se hace necesaria la implementación de un área de acopio para los productos, el mantenimiento de las redes eléctricas, de acueducto y alcantarillado, el alindramiento y cercado del predio de la plaza y la necesidad de implementar un protocolo de prevención de riesgo. (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016, p.52)

Para determinar en proporción la cantidad de productos comercializados por los comerciantes locales y los comerciantes externos, se tomó como referencia el número de puestos que ocupan. Se advierte que esta es una medida indirecta ya que no se cuenta con información más precisa.

Tabla 14. Distribución de comerciantes en la plaza de mercado

	Comerciantes Externos	Comerciantes Locales
Número de comerciantes	6	28
Número de puestos	13	25

Porcentaje de Participación	34 %	66 %
------------------------------------	------	------

Fuente: Ejercicio de observación.

Por una parte, es posible observar que los comerciantes locales ocupan un mayor porcentaje del espacio de la plaza de mercado. Por otra parte, se aprecia que los comerciantes externos de forma individual ocupan una mayor área en promedio 2 puestos por comerciante.

La plaza de mercado tiene una organización definida por el origen del comerciante; en la parte del frente se encuentran los productores locales y en la parte de atrás los comerciantes externos, este tipo de organización fue reglamentada por la alcaldía municipal a petición de los agricultores locales. La plaza de mercado ha tenido varias transformaciones las cuales se presentan en el anexo 9 dentro de este proceso se destaca la reubicación de la plaza para generar espacios destinados a la recreación y turismo.



Figura 12. Plaza de mercado día domingo octubre 2016 - La Vega

Supermercados

Los supermercados y tiendas de barrio se encuentran distribuidos en el casco urbano, con una mayor concentración hacia el centro del pueblo en donde se encuentran los puntos de distribución de mayor área destinada a productos agrícolas.

Tabla 15. Supermercados y tiendas distribuidoras de productos agrícolas La Vega

Número de supermercados	4
Número de tiendas	12

Fuente: Recorrido por el municipio.

Schejtman (1994) presenta una relación entre “el radio de acción de los comercios y su cobertura, en términos de números de familias” (p,35). Para ello presenta el siguiente gráfico.

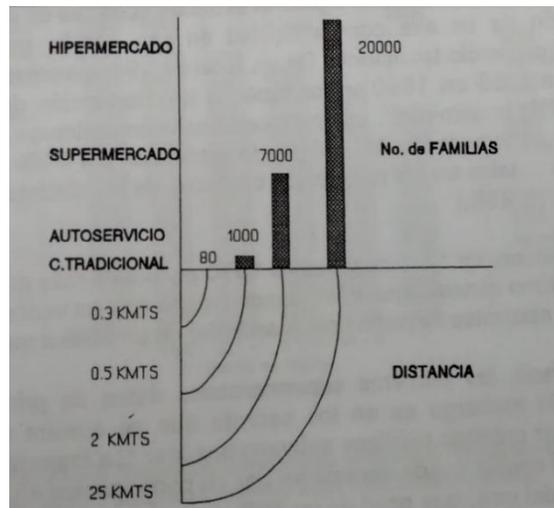


Figura 13. Distancia y cobertura según el tipo de comercio. (Schejtman, 1994, p. 35)

Aproximando el número de familias presentes en La Vega por medio del número de viviendas reportadas en el SISBEN 2014 en donde se registran 4.205 viviendas, se podría decir que según la relación que presenta Schejtman un (1) supermercado cubriría la demanda de alimentos de la población de La Vega. Adicionalmente, Schejtman (1994) define como una característica de un supermercado tener una “superficie que va desde los 300m² hasta los 1.300m² (hipermercados o centros comerciales)” (p. 36). Según la clasificación anterior ninguno de los puntos de distribución de productos agrícolas perecederos encontrados en La Vega podría clasificarse como supermercado. Haciendo un cálculo aproximado, los lugares de mayor área de distribución dedicados a los productos agrícolas tienen un área que varía entre los 70m² y los 100 m². No obstante, en los últimos 5 años se han instalado en el municipio varios lugares dedicados a la comercialización conjunta de víveres y productos de aseo con productos agrícolas, estos lugares aproximadamente tienen áreas entre los 300m² y 400m².

Puestos de frutas autopista Bogotá - Medellín.

Actualmente se encuentran en funcionamiento nueve puestos a la salida del casco urbano y dos puestos en la vereda de Minas. Los puestos de comercialización de la autopista tienen como principales clientes a los viajeros que van hacia Bogotá. Para los distribuidores de este canal, el crecimiento turístico ha representado la estabilidad y crecimiento de sus negocios. Un ejemplo de esta situación es la frecuencia con que se abren los puestos de venta, ya que algunos de los

encuestados afirman que desde hace cinco años abren todos los días porque la cantidad de vehículos que movilizan por la autopista ha aumentado.

Este canal de distribución se especializa en la comercialización de productos locales como banano, plátano dominico, plátano bocadillo, colicero, naranja ombligona, naranja común, mandarina común y arrayana. Adicionalmente ofrecen otros productos en menor cantidad como guanábana y papaya. Los puestos de comercialización están contruidos con madera, lona verde y teja de zinc y son de aproximadamente 3 metros de frente por 2 metros de fondo.



Figura 14. Puesto típico sobre la autopista Bogotá-Medellín. Autor

Mercado campesino

Los mercados campesinos del municipio de La Vega son una iniciativa de productores locales y la alcaldía municipal en la cual se utiliza el parque principal del municipio como espacio para comercializar los productos locales aprovechando la visita de turistas. Adicionalmente, según Javier Caballero secretario de Productividad y Competitividad los productores locales han participado en mercados campesinos de municipios vecinos como Villeta, Nimaima y en la plaza de Bolívar en Bogotá. Del mismo modo, la Asociación de Productores Agropecuarios con Visión y Emprendimiento APAVE hace presencia en el municipio, este proceso será presentado en el capítulo de alcances de la producción local.

Venta ambulante

Las ventas ambulantes se realizan en camionetas de plátón y carretas de madera, entre sus características se encuentra que ofrecen productos en cosecha y que no tienen días ni periodos de

distribución establecidos. Los días de venta son los sábados y domingos. Algunos de los tenderos del municipio ven en los vendedores ambulantes una problemática: “Las ventas ambulantes son un problema, porque ellos no pagan impuestos y mucho menos un arriendo, entonces pueden dar las cosas más baratas, me gustaría que hubiera un mejor control sobre ese tema” (Luis Cortés, Tienda). Durante el trabajo de campo 2015-2016 fue posible observar los siguientes productos en ventas ambulantes: papa, cebolla larga, papaya, sandía, aguacate, fresas, uvas y chontaduro.

Venta directa

La venta directa es un canal de comercialización utilizado por los productores locales, en entrevista con los líderes veredales se mencionó que los principales clientes son los restaurantes y en una menor medida algunas familias del casco urbano. Adicionalmente, se conoció que los principales productos comercializados por este canal son plátano, yuca y naranjas.

5.4.2 Oferta de Productos

En el municipio de La Vega el sistema agroalimentario garantiza una oferta de productos agrícolas percederos completa en comparación con la canasta básica de alimentos. Sin embargo, dependiendo el canal de comercialización se encuentran variaciones en la oferta de productos. Los supermercados tienen la oferta más amplia de productos, mientras que los puestos de venta sobre la autopista Bogotá-Medellín tiene la menor oferta de productos. El anexo 10 presenta la comparación de la oferta en los cuatro principales canales de distribución. Por otra parte, la plaza de mercado funciona únicamente el día domingo, mientras que los otros tres canales de comercialización funcionan todos los días.

5.4.2.1 Precios

“Yo como soy productor, puedo vender más barato y rápido” (Camilo Fierro, Plaza de Mercado)

Según el plan de desarrollo 2016-2019 los precios de los principales productos se fijan de la siguiente manera:

En cuanto al comportamiento de los precios el café depende del precio internacional, la bolsa de valores y dólar. Los demás productos dependen de los precios del intermediario, lo que hace que el pequeño productor no tenga garantía de compra, ingreso seguro y estabilidad económica.

De acuerdo a la información recolectada para productos como el plátano, yuca y cítricos los precios dependen de la negociación entre productor y distribuidor en donde se tiene como

referencia el precio en Corabastos. Sin embargo, en canales como la plaza de mercado, mercados campesinos y venta directa el productor negocia los precios sin presencia de intermediarios.

Para la presente investigación se registró durante ocho semanas el precio de la canasta de productos agrícolas perecederos definida en los cuatro canales principales de distribución. A continuación, se presenta el promedio de precios.

Tabla 16. Promedio de precios en cuatro canales de distribución octubre-noviembre 2016

Producto	Unidad	Canal de distribución			
		Supermercado	Plaza	Autopista	Corabastos
Papa Pastusa	Libra	\$ 329	\$ 381		\$ 353
Yuca	Libra	\$ 950	\$ 950		\$ 535
Plátano	Libra	\$ 1387	\$ 775	\$ 1275	\$ 883
Guatila	Libra	\$ 550	\$ 525		
Tomate Chonte	Libra	\$ 763	\$ 525	\$ 662	\$ 484
Lechuga crespá	Unidad	\$ 1700	\$ 1500		\$ 375
Cebolla Larga	Libra	\$ 600	\$ 531		\$ 437
Cebolla Cabezona	Libra	\$ 615	\$ 425		\$ 156
Zanahoria	Libra	\$ 724	\$ 350		\$ 375
Habichuela	Libra	\$ 1044	\$ 925		\$ 770
Ahuyama	Libra	\$ 509	\$ 500		\$ 306
Banano criollo	Libra	\$ 1400	\$ 600	\$ 1400	\$ 933
Naranja Común	Libra	\$ 850	\$ 612	\$ 1193	\$ 382
Mandarina	Libra	\$ 872	\$ 1000	\$ 1250	\$ 943
Aguacate	Libra	\$ 2425	\$ 1700	\$ 1625	\$ 1056
Guayaba	Libra	\$ 842			\$ 469
Limón Tahiti	Libra	\$ 1200	\$ 925	\$ 1000	\$ 833
Papaya Melona	Libra	\$ 1198	\$ 1062	\$ 937	\$ 485
Maracuyá	Libra	\$ 2146	\$ 1587		\$ 1287
Mango Tommy	Libra	\$ 2006	\$ 850	\$ 1162	\$ 1237
Sumatoria Total		\$ 20718	\$ 15198		\$ 11830

Se observa que en el periodo registrado el supermercado presenta el mayor valor final de la canasta seleccionada (\$ 20.718), seguido por la plaza de mercado (\$ 15.198). Lo cual representa en términos porcentuales una diferencia del 26,6%.

En igual sentido, la producción local es concentrada en el tiempo y a pesar de que cultivos como el plátano produce todo el año, condiciones como el clima hacen que se presente una cosecha

concentrada. Por consiguiente, se tienen periodos de sobreoferta que ocasionan precios bajos. Lo anterior fue posible comprobarlo a través de la variación del precio del mango que pasó de \$3.150/lb a \$500/lb en un periodo de dos meses a causa del inicio de la cosecha en el mes de diciembre. Además, no se cuenta con procesos de almacenamiento o transformación que permitan alargar el periodo de vida de los productos para periodos posteriores a la cosecha.

Margen de ganancia

Se realizó el cálculo del margen de ganancia en el plátano y la naranja, dos de los productos más representativos del municipio. El análisis de márgenes y precios se realizó con información proporcionada por algunos productores y comerciantes e información proveniente del instrumento de recolección de precios aplicado durante 8 semanas entre los meses de octubre y noviembre de 2016.

$$\text{Margen bruto absoluto} = PV - PC$$

$$\text{Margen bruto relativo} = \frac{PV - PC}{PC}$$

$$\text{Margen neto absoluto} = PV - PC - CT$$

$$\text{Margen neto relativo} = \frac{PV - PC - CT}{PC + CT}$$

En donde:

PV= Precio de venta.

PC= Precio de compra.

CT= Costo de transporte

Para realizar los cálculos se parte de la siguiente información y supuestos:

- Costo por transporte veredal La Vega de canastilla o bulto = \$4000
- Costo por transporte plaza de mercado a lugar de distribución canastilla o bulto = \$2000
- Costo de transporte veredal La Vega de racimo de plátano (aprox 10kg) = \$4000
- Costo de transporte plaza de mercado a lugar de distribución racimo (10 kg) = 2000
- Los costos de transporte son asumidos por los productores e intermediarios.
- Se desconocen los costos de producción local.

Naranja	Unidad transada	Cantidad Kg	Precio de compra	Precio de venta	Margen bruto		Transporte	Margen neto	
					Absoluto	Relativo		Absoluto	Relativo
Productor	Bulto	50		\$ 20000	\$ 20000		\$ 4000	\$ 16000	
Vendedor plaza	Bulto	50	\$ 20000	\$ 61200	\$ 41200	2,06	0	\$ 41200	2,06
Autopista	Bulto	50	\$ 20000	\$ 119300	\$ 99300	4,97	\$ 2000	\$ 97300	4,42
Supermercado	Bulto	50	\$ 20000	\$ 85000	\$ 65000	3,25	\$ 2000	\$ 63000	2,86

Plátano	Unidad transada	Cantidad Kg	Precio de compra	Precio de venta	Margen bruto		Transporte	Margen neto	
					Absoluto	Relativo		Absoluto	Relativo
Productor	Kg	1		\$ 1000	\$ 1000		\$ 300	\$ 700	
Vendedor Plaza	Kg	1	\$ 1000	\$ 1550	\$ 550	0,55	0	\$ 550	0,55
Autopista	Kg	1	\$ 1000	\$ 2550	\$ 1550	1,55	\$ 200	\$ 1350	1,13
Supermercado	Kg	1	\$ 1000	\$ 2775	\$ 1775	1,78	\$ 200	\$ 1575	1,31

Se aprecia que el precio de venta que logran los productores locales en promedio es el mismo en los diferentes canales de comercialización. Sin embargo, al momento de la venta los precios de venta presentan cambios significativos. Asimismo, se aprecia un alto costo del transporte veredal en comparación con el precio de venta del producto. Para el caso de la naranja un 20% y para el caso del plátano un 30%.

5.4.2.2 Problemas de distribución

Por medio de encuestas se preguntó en los cuatro canales de distribución cuáles son los tres principales problemas en el proceso de distribución. A continuación, se presentan los resultados.

Tabla 17. Problemas de distribución

Canal distribución	1 problema	2 problema	3 problema
Plaza de mercado # entrevistados:10	3 precios bajos de venta, 3 pocas ventas, 1 falta de transporte, 1 costo de transporte, 1 clima, 1 ningún problema.	3 pocas ventas, 2 ningún problema, 2 alto costo de transporte, 1 incertidumbre de precios, 2 precios bajos.	1 precios bajos, 9 mencionan que no tienen problemas.
Autopista # entrevistados:5	1 ruido, 1 falta de transporte, 1 mala calidad del producto, 1 robo de productos, 1 pérdida de productos.	3 pérdida de productos, 1 alto coste de transporte, 1 robos de producto.	3 no tienen problema, 1 alto costo de transporte, 1 falta de agua.
Tienda # entrevistados:5	2 competencia supermercados grandes, 1 pérdida de productos, 1 ventas ambulantes, 1 sin problemas.	4 no tienen problema, 1 alto costo de compra de productos.	5 no tienen problema

Supermercado # entrevistados:3	2 alto costo de compra de productos, 1 mala calidad de productos	2 alto costo de compra de productos, 1 mala calidad de productos	2 perdidas de productos, 1 mala calidad de productos.
-----------------------------------	--	--	---

Fuente: Encuestas lugares de distribución

Canal tradicional vs canal moderno

Schejtman (1994), propone una tipología de las cadenas agroalimentarias en tres categorías: 1) básicas tradicionales, 2) básicas modernas y 3) diferenciadas. En ese sentido, a nivel funcional se encuentra que La Vega tiene un sistema de comercialización que incluye canales tradicionales y canales básicos modernos. El canal tradicional se conforma principalmente por la plaza de mercado que está a cargo del acopio de la producción local y la distribución hacia otros canales de distribución o los consumidores; tiene características como bajos o nulos procesos de transformación de productos, un dinamismo bajo y poca integración formal entre los actores involucrados. Por otra parte, se encuentra el canal básico moderno a cargo de los supermercados los cuales han formalizado relaciones principalmente con acopiadores y distribuidores para lograr una oferta amplia, sostenida y homogénea de productos agrícolas perecederos. No obstante, estos dos canales funcionan de forma simultánea y se interrelacionan de forma continua.

Forero (2006) presenta una clasificación similar para el sistema de abastecimiento de Bogotá. Sin embargo, describe el canal moderno como aquel conformado por los grandes supermercados que han formalizado acuerdos con los productores. Sin embargo, advierte que este canal puede ser eficiente para los estratos medios y altos por lo cual es complementario con el canal tradicional que en Bogotá es capaz de ofrecer bajos precios a los consumidores.

Adicionalmente, se encuentra que los precios de compra y venta en el municipio tienen como referente de precios a Corabastos. De igual manera, se identificó que la plaza de mercado durante el periodo estudiado maneja menores precios de venta al consumidor a comparación de los supermercados. Sin embargo, los supermercados ofrecen servicios complementarios y agregan valor a los productos garantizando: inocuidad, empaque, mayor oferta, disponibilidad todos los días, complementariedad de productos (víveres, cárnicos, aseo, licores) y servicio de transporte. Por consiguiente, el canal básico moderno ha captado una mayor cantidad de consumidores entre los que se destaca la población flotante.

En el mismo sentido, al revisar los márgenes de ganancia se observa que en los tres canales analizados el precio de compra al productor local es el mismo. Posteriormente, cada canal de distribución agrega valor a los productos y logra obtener márgenes diferentes: para el caso de la plaza de mercado se registran los menores márgenes de ganancia lo que puede explicarse debido a que su funcionamiento es únicamente los domingos y no es posible almacenar los productos para posteriores ventas. De igual forma, los comerciantes de la plaza de mercado no incurren en costos de arriendo y servicios públicos a comparación de los supermercados y tiendas de barrio.

Siguiendo los lineamientos de Schejtman (1994), se obtiene como resultado que Corabastos es el núcleo de control del sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos, ya que es el principal abastecedor de productos agrícolas y tiene influencia sobre los precios de compra y venta en los principales canales de distribución del municipio. Además, debido a que la principal forma de venta de productos es en fresco no se tiene presencia de la industria procesadora que podría hacer contrapeso a Corabastos como núcleo de control.

Por otra parte, fue posible establecer que el canal tradicional ha venido perdiendo relevancia dentro del sistema de comercialización dando paso al canal básico moderno. Esto es posible apreciarlo en la reducción del 50% del área de la plaza de mercado, la subutilización actual de los puestos de venta de la plaza de mercado y el aumento del número de supermercados. Una de las principales causas que explican la pérdida de importancia de la plaza de mercado es la reducción de la producción local y la baja diversidad de productos locales dedicados a la comercialización.

Como consecuencia de la pérdida de relevancia de la plaza de mercado, han emergido nuevas formas de comercialización de producción local. Por ejemplo, el fortalecimiento de asociaciones productoras entre las que se destaca la Red La Despensa bajo la orientación de APAVE. Esta asociación ha logrado posicionar los *mercados campesinos* en el parque principal del municipio y la participación de la producción local en mercados regionales departamentales. No obstante, el número de familias afiliadas es bajo con respecto a la población productora, aunque actualmente el proceso ha venido creciendo y busca la integración con las demás asociaciones del municipio.

Estas iniciativas buscan una mejor distribución en los márgenes de venta. Para ello parten de la premisa de que el intermediario tradicional es la causa de la inequidad de los productores frente al mercado. Como resultado, fue posible apreciar que dentro de estos procesos algunos de los productores han asumido el rol de acopiadores rurales e intermediarios debido a que tienen

facilidades como transporte, habilidades para las ventas, familiares en las ciudades o pueblos. No obstante, este rol se asume de una forma diferente bajo el nombre de **facilitador del mercado** en donde se pactan condiciones claras de compra y venta y repartición de ganancias.

En resumen, a pesar de que el canal tradicional y el moderno funcionan de forma simultánea, el canal básico moderno es la principal forma de comercialización de productos agrícolas perecederos en el municipio de La Vega. Esta situación, demuestra una desventaja de la producción local frente a la producción externa, que según la información obtenida se asocia a problemáticas de baja productividad, afectación por el clima, altos costos de producción, altos costos de transporte, problemas de calidad de la producción y oferta limitada.

5.4.3 Calidad e inocuidad de los productos agrícolas perecederos para consumo

Según Parra (2007) la calidad de un producto se refiere a su sanidad, valor nutricional, características organolépticas y propiedades físico-mecánicas. En ese sentido, los procesos poscosecha definen la calidad del producto desde el momento de ser cosechado hasta el consumo. Para el caso de Colombia existe una normatividad para la venta de productos frescos (ver anexo 11), sin embargo, se identificó que esta no es aplicada en los canales de distribución.

Sanidad

Está relacionada con la integridad del producto y tiene en cuenta aspectos como el deterioro ocasionado por condiciones de manejo, almacenamiento y transporte o cambios fisiológicos naturales, además de ataques de plagas o enfermedades (Parra, 2007). En este sentido fue posible observar que la sanidad de los productos agrícolas comercializados varía dependiendo del canal de distribución utilizado. En cuanto a los supermercados se destaca el Supermercado el Rey por ofrecer productos en buen estado con pocos signos de deterioro. La plaza de mercado ofrece productos en buen estado con pocos signos de deterioro, pero en algunas ocasiones en estado avanzado de madurez. Los puestos de la autopista ofrecen productos con signos intermedios de deterioro principalmente causados por la exposición al sol y la ubicación en el piso sin ninguna protección.

Inocuidad

En cuanto a la inocuidad de los productos agrícolas perecederos se observó que la plaza de mercado y los puestos de venta sobre la autopista tienen deficiencias en el manejo de residuos, la limpieza de los puestos de venta y los lugares donde se ubican los productos. Además, en estos

lugares de distribución es posible encontrar alimentos en el suelo. Por su parte, los supermercados tienen un mayor control de inocuidad en donde resalta el Supermercado el Rey. Las tiendas de barrio se encuentran en una situación intermedia en la cual tienen problemas como canastillas sucias y productos en estado de senescencia.

Selección y clasificación

Los productos comercializados en los cuatro canales de distribución tienen un proceso de selección en campo en el cual se descartan productos con daños físicos, afectaciones de plagas o enfermedades y estado de madurez avanzado. En cuanto a clasificación los supermercados se abastecen de productos homogéneos por lo que se aprecia un proceso de clasificación. Mientras que en la plaza de mercado y los puestos de venta sobre la autopista es posible observar productos de diferentes tamaños y estados de madurez lo que evidencia un menor proceso de clasificación.

Empaque

Dentro del proceso de poscosecha el empaque protege al producto de daños mecánicos y conserva la calidad del producto. En este sentido, los supermercados se destacan ya que posteriormente al proceso de clasificación realizan el empaque de los productos más susceptibles a daños como la lechuga, las espinacas y algunas frutas. Sin embargo, en general los cuatro canales de distribución transportan los productos en canastillas y lonas, los productos posteriormente son expuestos a granel y se empacan en bolsas plásticas al momento de la venta al consumidor.

Conservación

En cuanto a procesos de conservación, únicamente el Supermercado El Rey menciona tener un cuarto frío. En los demás canales de distribución no se cuenta con conservación. No obstante, se aprecian prácticas como almacenamiento en canastillas, cosecha en estados medios de madurez y protección del sol. Sin embargo, en la plaza de mercado y los puestos de venta sobre la autopista es posible observar productos como el plátano, el banano y la naranja en contacto con el suelo situación que acelera el proceso de deterioro.

La falta de procesos de conservación y transformación de productos agrícolas trae consigo la pérdida de productos en época de cosecha, ya que según los entrevistados en ocasiones las cosechas se pierden en campo ya que los precios de venta son muy bajos y no justifican los costos de cosecha, empaque, transporte y venta. Los productos más afectados con esta situación son: naranja, mandarina, mango y guayaba.

5.4.4 Comparación canales de distribución

La siguiente tabla se presenta un resumen comparativo de los cuatro canales de comercialización priorizados en la presente investigación.

Tabla 18. Comparación Canales de Distribución

Categoría	Variable	Plaza	Autopista	Tiendas	Supermercados
Producción	Origen local	Alto	Alto	Medio	Bajo
	Acuerdos Formales de compra (productor-Distribuidor)	Bajo	Bajo	Bajo	Medio
Distribución	Oferta	Medio	Bajo	Medio	Alto
	Precio	Medio	Medio	Medio	Medio
	Disponibilidad	Medio	Medio	Alto	Alto
	Complemento con otros productos	Medio	Bajo	Medio	Alto
Consumo	Calidad	Alto	Alto	Medio	Alto
	Inocuidad	Medio	Medio	Medio	Alto

Bajo ■ Medio ■ Alto ■

Fuente: Autor a partir de información recolectada

La tabla anterior muestra algunas ventajas de los supermercados sobre la plaza de mercado y presenta indicios de porqué la plaza de mercado ha perdido representatividad en el sistema de comercialización de productos agrícolas. Sin embargo, la plaza de mercado continúa siendo un importante canal de comercialización de la producción local por lo que se hace necesario mejorar aspectos como la disponibilidad, la oferta, la calidad y la inocuidad de los productos.

Adicionalmente, se observa que la configuración y funcionamiento del sistema de comercialización es influenciada ampliamente por los consumidores y la situación socioeconómica de los mismos. Ya que esta condición está directamente relacionada con el volumen de la población, su ubicación geográfica, la distribución del ingreso y los hábitos de consumo. Como resultado se establecen características de los productos como calidad, precios y presentaciones. En este sentido, según los distribuidores la población turista es más exigente en cuanto a los productos dado que demandan productos de buena calidad y una amplia oferta, características las cuales son ofrecidas por los supermercados.

CAPÍTULO 6. PRODUCCIÓN LOCAL, TURISMO Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

El presente capítulo muestra en primer lugar, la situación socioeconómica de los agricultores locales, las formas de producción y los alcances de la producción local por medio de tres anillos geográficos. En segundo lugar, la incidencia del turismo sobre el sistema de comercialización. Por último, presenta un relacionamiento de las dimensiones de la seguridad alimentaria con el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos.

6.1 LA PRODUCCIÓN LOCAL Y SUS ALCANCES

La Vega espera que terminadas las obras de interconexión vial de la Ruta del Sol y la Troncal de Café. El Municipio podrá convertirse en un centro de acopio y abastecimiento en el ámbito regional e incluso departamental para la distribución de productos hacia la región norte y hacia Bogotá. Aprovechando su posición estratégica sobre las provincias. (Acuerdo No 35, 2000)

En este apartado se estudia la producción local y los principales mercados de destino de esta producción, a partir de la información obtenida de las Juntas de Acción Comunal (JAC), las encuestadas realizadas e información secundaria de la alcaldía municipal y la gobernación de Cundinamarca.

6.1.1 Situación socioeconómica de los agricultores locales

Según el censo del Comité de Cafeteros 1.300 familias dedican su actividad económica principal a la agricultura. En las zonas rurales del municipio de La Vega la pobreza multidimensional de los habitantes locales es del 58% (Alcaldía Municipal de La Vega, 2016). La secretaria de Desarrollo Social del municipio menciona el siguiente panorama para la población dedicada a la agricultura:

La situación socioeconómica de la población rural que se dedica a la agricultura es de bajos ingresos como también en su mayoría de baja escolaridad, que buscan el acceso a los programas del Estado como Familias en Acción, Colombia Mayor o proyectos que les genere algún ingreso de manera asistencial, percibo que la actividad agrícola no les permite cubrir todas sus necesidades económicas.

Lo que he logrado percibir desde mi cargo es que la población rural que se dedica a la agricultura ha venido desarrollando su actividad en baja escala y diversificada, que no hay una producción agrícola industrializada y que tal vez se requiere la orientación en la producción de alimentos de acuerdo al suelo, la demanda, el transporte que se requiere entre otros; a su vez observo que la población rural que se dedica a la agricultura

son mayores de edad y que es poca la población joven que desea permanecer y trabajar en agricultura, por ende cuando la persona mayor muere o no cuenta con la capacidad física para desarrollar las actividades agrícolas disminuye la actividad agrícola dejando de cultivar, cultivando menos y/o vendiendo los predios (Marcela Chávez, Secretaria de Desarrollo Social)

Por su parte de las entrevistas con los líderes veredales se extrajo el siguiente panorama: la población rural local no se dedica únicamente a las actividades agropecuarias, por el contrario, han diversificado sus actividades económicas a sectores como construcción, turismo, comercio, jardinería, administración de fincas de descanso y trabajo por jornales fuera de las fincas. Este panorama concuerda con los hallazgos de Baños (2006) en la vereda de Naguy quien desde el marco conceptual de la nueva ruralidad presenta las estrategias adoptadas por los habitantes rurales ante el crecimiento del turismo rural.

6.1.2 Formas de producción

A partir de recorridos por las veredas y las entrevistas con los líderes veredales se identificó que en el municipio predomina la agricultura familiar en pequeñas unidades de producción (menos de 5 ha), suplida con mano de obra familiar, alta diversidad de cultivos destinados al autoconsumo y la comercialización. Estas características concuerdan con los postulados de Forero (2012) y FAO (2014).

Adicionalmente, existe una orientación hacia la utilización de buenas prácticas agrícolas, prácticas de agricultura orgánica, diversificación de cultivos y estándares de calidad exigidos por el mercado. En ese sentido, se puede apreciar que esta orientación es dirigida por los agricultores y un grupo de instituciones que hacen presencia en el sector rural entre ellas: la Secretaría de Productividad y Competitividad municipal, APAVE, CORPOICA, SENA, ICA, Comité de Cafeteros y CAR.

En palabras de la presidenta de la junta de acción comunal del sector Patio Bonito y presidenta del Comité Municipal de Cafeteros:

Trabajamos por la concientización de la importancia del saber. Aquí la gente trabaja por su forma, por su cultura, por lo que siempre ha hecho. Que el hueco es de 40x40 que le echan cal, que le echan gallinaza. Mire apenas hace 3 años se conformó un grupo de capacitación de plátano y por medio de CORPOICA se capacitó en temas de compost y abonos orgánicos especiales, pero todavía falta mucho en capacitación en cuanto al análisis de suelos porque debemos saber que tienen las fincas para invertir sin perder dinero. También por ejemplo algunas personas aplican químicos para alejar los bichos, pero hay que tener en cuenta que esos

químicos afectan más adelante el producto y que lo que la gente ve es que sea un producto meramente puro, orgánico que no le vaya a afectar la salud más adelante. Aquí lo que tratamos es de hacer las cosas bien yo creo eso es lo que estamos viendo y me siento optimista, creo que en unos cuatro años estamos viendo resultados (Nelly Castillo, Patio Bonito).

En el plan de desarrollo 2016-2019 se refieren a algunas de las prácticas y tecnologías utilizadas por los agricultores de la siguiente manera:

En cuanto a la tecnología empleada en la mayoría de cultivo se utilizan métodos tradicionales y heredados de siembra, recolección y cuidados de la tierra. Para el caso del café, aunque se siguen utilizando métodos tradicionales y artesanales, se está utilizando por un sector minoritario la implementación de tecnología BECOLSUD el cual reduce el consumo de agua en el café entre otros beneficios, los cuales deben ser fortalecidos mediante proyectos que permitan mejorar las condiciones de producción y del uso del suelo. (plan de desarrollo 2016-2019)

Por otra parte, en el municipio fue posible identificar algunas expresiones de agricultura empresarial. Entre las más representativas la producción de lechuga hidropónica y rusco. Adicionalmente, se identificó que en el sector pecuario existen expresiones de agricultura empresarial de producción de pollos de engorde, gallinas ponedoras, cerdos y ganadería de engorde y leche.

6.1.2.1 Productos emergentes

Por medio de entrevistas en las veredas, entrevistas con funcionarios de la alcaldía y recorridos por las veredas fue posible apreciar la presencia de nuevos productos y servicios en el sector rural, entre los más destacados se encuentran servicios relacionados con el turismo y nuevos cultivos.

Tabla 19. Productos y servicios en el sector rural

Turismo	Agropecuario	Transformación
Fincas agroturísticas, zonas de camping, pequeños hoteles, alquiler de caballos, caminatas.	Estevia, aguacate, sacrificio de gallinas, anturios, heliconias, achiote, reforestación, orellanas, lulo, papaya, piña, lechuga hidropónica, piscicultura, tomate, fertilizantes, rusco.	Dulces de panela, chorizos, tamales, licor de naranja, postres de frutas.

Fuente: Entrevistas veredales

6.1.2.2 Tamaño de unidades productivas

La Unidad Agrícola Familiar (UAF) para el municipio de La Vega está definida en 8,7 ha (Alcaldía Municipal La Vega, 2000), sin embargo, para 2005 de 4.594 predios rurales el 85% tenía

un área menor a 5 ha y como se muestra en la Sección 4.3.1 se presenta una tendencia a la división predial.

6.1.2.3 Problemas de producción

Por medio de las entrevistas realizadas fue posible establecer los siguientes problemas en la producción local: baja productividad, afectación por plagas y enfermedades, largos periodos de sequía, concentración de temporadas de lluvia, suelos degradados por aplicación indebida de fertilizantes y escasez de mano de obra.

6.1.3 Canales de comercialización de productos locales

El principal canal de comercialización de productos locales es la plaza de mercado. Sin embargo, como se mostró en el apartado 4.1 ha perdido su representatividad en el sistema de comercialización municipal. Adicionalmente, como se mostrará en la sección 4.3 el área destinada a la producción agrícola ha disminuido en el municipio de La Vega. No obstante, los productores locales han mantenido y generado nuevos espacios de comercialización de productos agrícolas.

La producción local participa en todos los canales de comercialización presentes en el municipio: plaza de mercado, supermercados, tiendas de barrio, puestos autopista, ventas ambulantes, venta directa y venta a restaurantes y hoteles. Sin embargo, su participación es distinta en cada uno de estos canales. A continuación, se presenta el destino de algunos productos agropecuarios del municipio, en donde es posible apreciar que la mayoría de la producción local es comercializada dentro del municipio.

Tabla 20. Destino de producción local.

Producto	Autoconsumo	1 Anillo	2 Anillo	3 Anillo
Café		90% Federación Cafeteros 10% comercio local		
Plátano		97% Plaza de mercado y comercio local	3% Gualivá	
Caña		20% comercio local	80% Nocaima	
Cítricos		100% Plaza de mercado y comercio local		
Yuca		100% Plaza de mercado y comercio local		
Tomate		80% Plaza de mercado y comercio local	20% Facatativá	
Habichuela		80% Plaza de mercado y comercio local	20% Facatativá	
Aguacate		70% Plaza de mercado y comercio local		30% Bogotá
Maíz	100%			

Fuente: Plan de desarrollo 2016-2019

De las entrevistas con los líderes veredales fue posible identificar que productos como el plátano y los cítricos son comercializados en mercados fuera del municipio como Nocaima, San Francisco, Villeta, Facatativá y Bogotá. Sin embargo, los entrevistados mencionan que es una baja proporción de la producción y que esta actividad la realizan las personas que cuentan con un medio de transporte propio. En el mismo sentido, en el municipio se encuentra la Red La Despensa liderada por APAVE. Al final del presente capítulo se presenta una reseña de esta, sus alcances y actividades desarrolladas en el municipio.

6.1.3.1 Mapa de alcance de productos agrícolas locales

El siguiente mapa ejemplifica la situación actual del alcance de la producción agrícola local del municipio de La Vega. Para ello se tomaron como referencia los tres anillos definidos espacialmente a partir de la información obtenida: 1) los límites municipales, 2) provincias de Gualivá, Sabana Centro, Sabana de Occidente, 3) Cundinamarca (Bogotá).

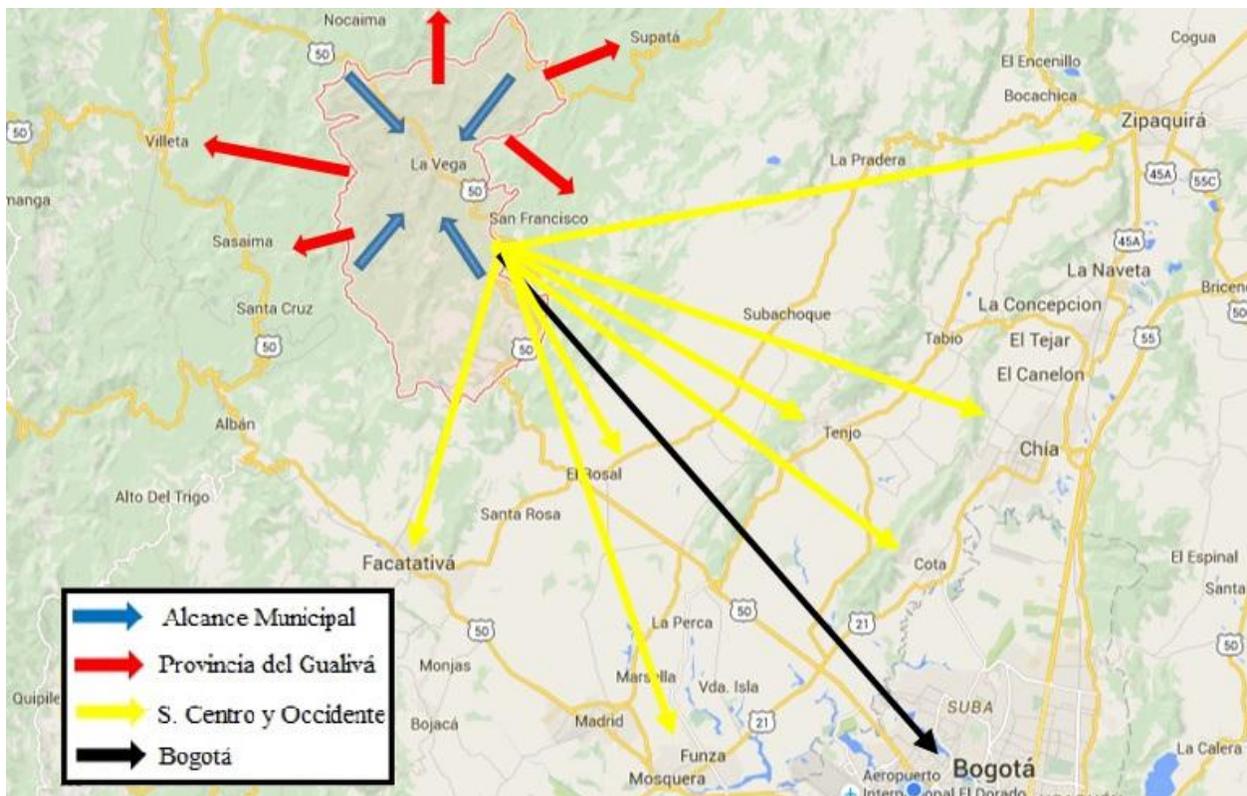


Figura 15. Alcance de la producción local. Entrevistas.

Los productores locales participan en los cuatro canales priorizados (plaza, supermercados, tiendas y autopista). Además, la producción local logra un alcance provincial y departamental que

ha venido creciendo por medio de los procesos asociativos. En este sentido, los mercados campesinos han emergido como un nuevo canal de distribución de productos locales.

6.1.4 Autoconsumo

A nivel municipal no se cuenta con un indicador de autoconsumo, debido a esto, se presentan las percepciones de los líderes veredales, funcionarios de la alcaldía municipal, documentos relacionados con seguridad alimentaria y programas públicos relacionados.

La estrategia de *huerta casera* es la de mayor impacto en las veredas. Alrededor de esta estrategia los entrevistados aseguran que además de recibir insumos representados en semillas, especies menores y materiales de construcción para las huertas, en las veredas se recibió capacitación en temas de seguridad alimentaria, abonos orgánicos, diversificación de cultivos y calidad de producción. Sin embargo, se identifica que las condiciones climáticas son una limitante para la continuidad de las huertas caseras, siendo la escasez de agua generada por el verano el factor más limitante.

Sí, las personas se han capacitado en diferentes temas en cuanto a seguridad alimentaria se le da importancia a lo que son huertas, gallinas, pollos cítricos y aguacates. Al principio nos regalaron semillas y árboles. Y se le da importancia a tener nuestros propios cultivos, también frijol y maíz. (Nelly Castillo, Patio Bonito)

Como le digo aquí se está incentivando la diversificación y que por ejemplo se sostenga para beneficio propio, producir para comer es muy bueno, al menos que el pedacito de tierra tenga su plátano, yuca, maíz. La mayoría en sus finquitas tienen su huerta casera su tomatillo, su cilantro, sus cebollas. Todo eso es muy importante, se tiene también papa de pobre. (Israel Bernal, San Juan)

6.1.5 Programas de apoyo institucional

6.1.5.1 Asistencia técnica

La Secretaría de Productividad y Competitividad ha brindado asistencia técnica agropecuaria a los productores mediante programas con orientación económica, social, ambiental y financiera. Algunos de los programas son: implementación de parcelas demostrativas, capacitación en manejo y tratamiento de aguas residuales del café, fortalecimiento y creación de asociaciones. Buenas prácticas agrícolas, correcto uso de recursos hídricos, mercados campesinos y alianzas productivas.

6.1.5.2 Educación para la alimentación

En cuanto a educación alimentaria existe el programa denominado EAN (educación alimentaria nutricional) donde se trabaja con estudiantes de la Universidad Nacional y una contratista nutricionista que brindan educación a los niños y niñas desde primera infancia, promocionando el consumo de frutas y verduras, como también en manipulación de alimentos y hábitos de vida saludable. (Marcela Chávez, Secretaria de Desarrollo Social)

6.1.5.3 Programas de alimentación municipal

A nivel municipal se tiene programas de asistencia social que involucran la seguridad alimentaria entre ellos se encuentra *adulto mayor, familias en acción y alimentación escolar*. El programa alimentación escolar está dirigido a la población más vulnerable con una cobertura de 1.090 niños diarios beneficiarios en 2015.

6.1.6 APAVE Red La Despensa

La Asociación de Productores Agropecuarios con Visión y Emprendimiento (APAVE) tiene como misión:

“Generar espacios que posibiliten la creación, desarrollo o seguimiento de procesos asociativos, innovadores y de calidad que permitan la satisfacción de necesidades de las familias en seguridad, organización y auto estima de quienes hacen parte de la asociación, logrando así, su crecimiento, niveles de rentabilidad a través de la comercialización, de la producción para una justa retribución en precios y medidas, con beneficios equitativos para productores y consumidores”

APAVE tiene presencia en la provincia del Gualivá, Río Negro, Bajo Magdalena, Sabana Occidente, Sabana Centro, Usme y Sumapaz. En el municipio de La Vega hace presencia desde 2005, se consolidó en 2007 con la creación de la Mesa Provincial y tiene actualmente 26 familias organizadas. (Navia Beltrán, APAVE) A continuación, se presenta un acercamiento al proceso de APAVE en el municipio de La Vega.

6.1.6.1 Producción local

Según Navia Beltrán el proceso de APAVE en La Vega incluye toda la cadena productiva desde la producción hasta la comercialización, menciona que:

La Vega tiene producción en la parte más lejana al pueblo, aquí el proceso inició con la diversificación de cultivos porque el municipio ha sido afectado por la parte turística y el campesino se ha desplazado mucho,

la producción aquí es muy baja y en donde está la producción hay problemas de acceso, transporte o logística para la recolección de las cosechas.

Las familias asociadas a la Red La Despensa han generado algunos procesos de transformación de productos, como los derivados de la caña de azúcar, cultivos de orellanas, café tostado y cuidado ambiental.

6.1.6.2 Comercialización

APAVE utiliza canales cortos y largos de comercialización: el canal corto por medio de mercados locales y regionales. Como canal largo, se tiene el punto de venta al por mayor en Bogotá. Adicionalmente, APAVE incentiva los intercambios entre municipios y regiones.

La Red La Despensa ha buscado participar en los canales de comercialización del municipio, logrando ubicar un puesto permanente en la plaza de mercado. En la autopista se solicitó un puesto de venta, pero hasta diciembre de 2016 no contaban con este. En el mismo sentido, a nivel local se realiza anualmente la *Feria del saber campesino* que incluye *mercado campesino, muestra cultural, gastronomía local, artesanías e intercambio de semillas*. En 2016 se realizó en el parque principal de La Vega la tercera versión de este evento.

La Red La Despensa busca una comercialización directa ya que han identificado en los precios de compra una problemática, en este sentido Navia menciona que:

Nosotros casi no utilizamos el término intermediario, manejamos el término *facilitador del mercado* y se busca que sea un tema de servicio, que el precio sea mejor para el productor que vive alejado de los mercados y los productos no se dejan en consignación, sino que se pagan de una vez. Se busca que el precio que se le paga al campesino sea un precio mejor y el recargo es el costo del servicio. Ese costo del servicio incluye el tiempo de vender el producto, el costo de transporte y ese costo no puede superar el 15% (Navia).

En cuanto a precios de venta los productores asociados a la Red La Despensa no cuentan con un registro de los costos de producción. Por esta razón, han implementado una estrategia llamada *precio día* en la que se hace un monitoreo de los precios en otros canales de distribución. Adicionalmente, Navia Beltrán menciona que existe un formato para la recolección de los costos de producción, pero no ha sido adoptado por los asociados.

Con referencia al alcance regional y departamental de APAVE, por medio de la Red La Despensa los agricultores locales llevan sus productos a Bogotá y municipios como Villeta, Nimaima, Funza, Zipaquirá y Cota. APAVE organiza un circuito de comercialización en los

municipios mencionados lo que permite que los productores locales semanalmente cuenten con un mercado en el cual ofrecer sus productos.

6.1.6.3 Instituciones

La Red La Despensa ha trabajado en las relaciones con instituciones del estado entre las más importantes se destacan a nivel local: la Secretaría de Productividad y Competitividad, Fedepanela, Comité de Cafeteros, SENA, CAR. A nivel regional: Gobernación de Cundinamarca, Secretaría Distrital de Desarrollo Económico de Bogotá y Ecopetrol.

6.1.6.4 Problemas

Cuando iniciaron los mercados campesinos hubo problemas con los supermercados, quienes ven en los mercados campesinos una competencia en ventas. Sin embargo, funcionarios de la Alcaldía y directivos de la Red La Despensa han estado trabajando para lograr una integración entre los mercados campesinos y los supermercados.

De la misma forma, a nivel interno de la organización se han presentado algunos problemas, la directora regional de APAVE menciona que:

En La Vega he tenido los mayores problemas, y han sido en su mayoría por las relaciones interpersonales de los afiliados, de un pequeño problema se crea algo difícil de manejar. Además, se crean muchos comentarios mal intencionados a los que se le da mucha trascendencia (Navia Beltrán).

En La Vega hay un problema y es que la gente no se coordina y son muy envidiosos, entonces al tener esta situación no se informa que producción hay del uno al otro y si hay una persona que tiene el liderazgo entonces no es bien vista por algunos, pero esto yo lo he podido trabajar. (Navia Beltrán)

Adicionalmente, fue posible identificar que uno de los limitantes para que una mayor cantidad de producción alcance mercados externos es el costo del transporte. Por ejemplo, se identificó que algunos productores que cuentan con medio de transporte propio participan en plazas de mercado vecinas como Facatativá y Villeta o tienen arreglos formales con supermercados en Bogotá y otros municipios.

6.2 INCIDENCIA DEL TURISMO SOBRE EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

Para identificar la incidencia del turismo en el sistema de comercialización de productos agrícolas se realizó una comparación entre 1995 y 2015 por medio de revisión de información secundaria y las percepciones obtenidas por medio de las entrevistas.

En el municipio de La Vega a nivel rural el principal tipo de turismo es el *de segunda vivienda* que tiene como principal característica la compra o construcción de viviendas por personas externas en lugares rurales que visitan esporádicamente en búsqueda de paisajes, estilos de vida y experiencias que no están disponibles en su residencia principal (Vargas del Río, 2015). Según los estudios consultados en el estado del arte, el turismo de segunda vivienda impacta directamente el sistema agroalimentario en la fase de producción.

En este punto, es necesario mencionar que el inicio del crecimiento del turismo de segunda vivienda en el espacio rural de La Vega coincide con la crisis de los precios del café a finales de los años 80 y 90 a partir del rompimiento del *Convenio Internacional del Café* en 1989. Para ejemplificar esta situación “en enero de 1989 Colombia obtenía 238 dólares por saco de café exportado, mientras que en junio de 1992 apenas recibía 82 dólares” (Portillo, 1993). Sumado a lo anterior, aparece la broca, que afectó 25.000 hectáreas en 1990, alcanzando 600.000 hectáreas en 1996 lo cual correspondía al 50% del área dedicada al cultivo del café en Colombia (Ramírez Bacca, 2001). Esta situación condujo a que los cafeteros enfrentaran problemas para cumplir sus obligaciones frente a los bancos, algunos abandonaron el cultivo de café como principal fuente de ingresos y otros vendieron sus predios.

Por lo tanto, para estudiar la incidencia del turismo en el sistema de comercialización, especialmente en la fase de producción y abastecimiento local se abordaron las siguientes variables: histórico de cultivos, área potencial de cultivos, división predial, tamaño de predios, reglamentación de uso del suelo, cambios en canales de distribución y cambios en consumidores.

El turismo rural entendido como “aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado, e íntimamente relacionados con el medio rural” (García, 1996, p. 45), podría dar lugar a un proceso de integración con las demás actividades tradicionales de una región, en el caso de La Vega el sector agropecuario. Sin embargo, al analizar la información obtenida es posible identificar que la

actividad turística ha venido desplazando a las actividades agropecuarias. En el presente apartado se analizarán los efectos de esta transición en el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos, por medio de las categorías de abastecimiento, distribución y consumo.

Según lo presentado en los capítulos anteriores el sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos se abastece principalmente de productos externos. Además, se presenta una demanda creciente proveniente del turismo. En este sentido, la presente investigación busca conocer las oportunidades y amenazas generadas a partir del crecimiento turístico en el municipio de La Vega para la producción local.

6.2.1 Abastecimiento

6.2.1.1 Histórico de cultivos

Tabla 21. Histórico de hectáreas cultivadas 1989-2015 La Vega

Cultivo	1989	1996	1997	1999	2000	2001	2002	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2015
Cítricos		504	504	504	504	509	509	420	400	392	385	300	295	250	240
Plátano	300	334	334	352	380	361	361	416	398	398	392	361	352	327	330
Café			1942	1780	1700	1600	1500	1096	1104	1051	1112	1004	978	886	726
Caña	700	260	260	339	339	350	350	280	276	270	268	263	256	240	230
Total			3040	2975	2923	2820	2720	2212	2178	2111	2157	1928	1881	1703	1526

Fuente: Gobernación de Cundinamarca, Estadísticas Agropecuarias (1989-2015)

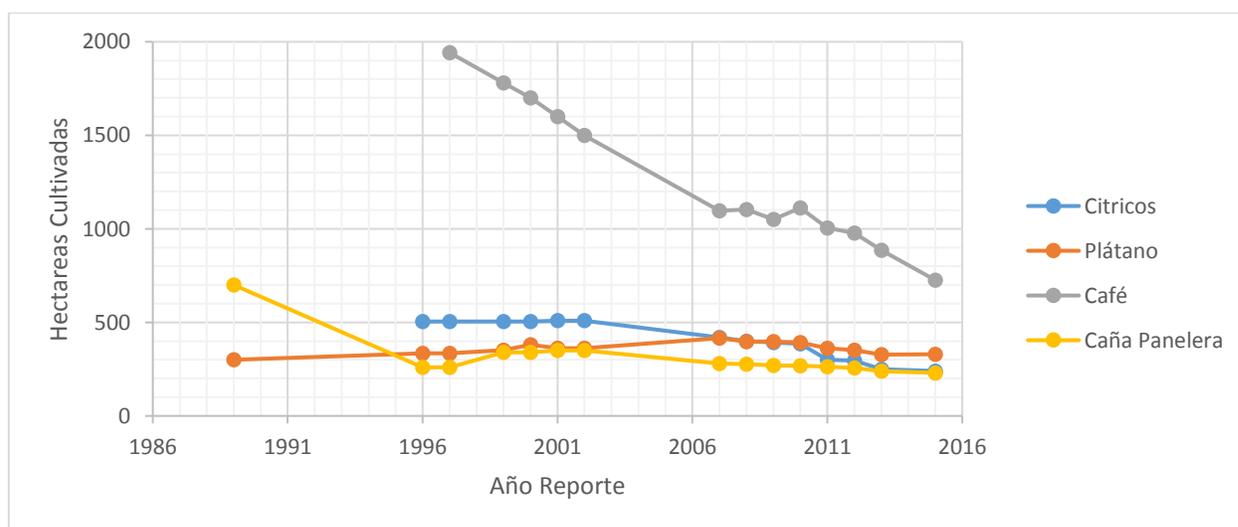


Figura 16. Histórico de cultivos 1989-2015 La Vega.

Café y plátano

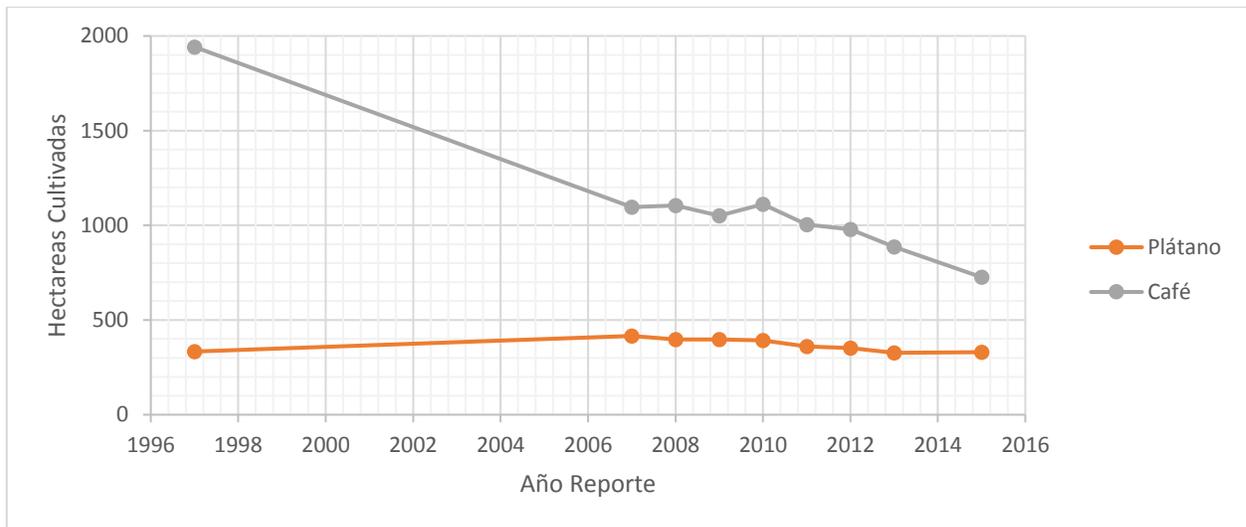


Figura 17. Histórico de cultivo Café y Plátano 1989-2015

La situación presentada en la gráfica 16 registra una reducción del área cultivada en el municipio de La Vega, lo que refleja la pérdida de importancia de la agricultura en la economía municipal. Por su parte, la gráfica 17 muestra el contraste entre la reducción del café principal cultivo y el sostenimiento del plátano como un cultivo promisorio para los productores locales. Según las entrevistas veredales y funcionarios de la Secretaría de Productividad y Competitividad el municipio cuenta con buenas condiciones climáticas y de suelos para la producción de plátano, asimismo, el producto tiene buen precio en el mercado local y es reconocido por su calidad.

De esta situación surge la siguiente pregunta: **¿Cuál es el uso actual que se está dando a las tierras que dejaron de ser cultivadas?** Para responder a esta pregunta en primer lugar se presentará el potencial de los suelos de La Vega Cundinamarca y posteriormente el uso del suelo que ha se ha definido en los planes básicos de ordenamiento territorial de 2000 y 2007. En el mismo sentido, surge una segunda pregunta: **¿Qué pasó con los agricultores que cultivaban estas tierras?** Para dar respuesta a esta pregunta se tomará como referencia las entrevistas realizadas en las veredas del municipio, las entrevistas a funcionarios de la alcaldía y la tesis de maestría de Baños (2006) quien se pregunta por las estrategias de vida adoptadas por los pobladores rurales en el contexto de las demandas de tierra y trabajo relacionadas con el crecimiento de la actividad turística en la vereda Naguy del municipio de La Vega.

6.2.1.2 Área potencial de cultivos

La clasificación de los suelos según su capacidad de uso es un ordenamiento sistemático de carácter práctico e interpretativo, fundamentado en la aptitud natural que presenta el suelo para producir constantemente bajo tratamiento continuo y usos específicos. Este ordenamiento proporciona una información básica que muestra la problemática de los suelos bajo los aspectos de limitaciones de uso, necesidades y prácticas de manejo que requieren y también suministra elementos de juicio necesarios para la formulación y programación de planes integrales de desarrollo agrícola. (Unidad Técnica del Proyecto Panamá - Darién, 2015)

A continuación, se muestra la clasificación de la aptitud de los suelos de La Vega, el área y su porcentaje con referencia al área total del municipio.

Tabla 22. Aptitud del suelo- La Vega Cundinamarca

#	Descripción	Veredas	Área (ha)	Porcentaje
1	Tierra con alta aptitud para actividades agropecuarias	Centro, San Juan	536,97	3,49
2	Tierra con alta a moderada aptitud para cultivos agropecuarios	Chuscal, Dintel, El Roble	373,75	2,43
3	Tierra con alta a moderada aptitud agrosilvopastoril	San Antonio, Dintel, El Roble, Cabaña, Tabacal, Ucrania, La Huerta y Petaquero.	716,48	4,66
4	Tierra con moderado a marginal aptitud para actividades agropecuarias	Chupal, Hoya Grande, Cacahual, La Patria, Guarumal, Alianza, Minas, Laureles, La libertad, Sabaneta, Chuscal, Llano Grande, Bulucaima, La Huerta	7.797	50,79
5	Tierras no aptas para la agricultura de vocación forestal	El Roble, Dintel, Chuscal y La Libertad	4.090,60	26,64

Fuente: (Alcaldía Municipal de La Vega, 2012).

De la tabla anterior se observa que realizando la sumatoria: $1+2+3+4 = 8.707 \text{ ha}$ con aptitud agropecuaria. A continuación, se presenta la relación porcentual entre el área cultivada en 2015 y el área con aptitud agropecuaria. Asimismo, se observa que los suelos con *alta aptitud para actividades agropecuarias* son el centro y la vereda San Juan, los principales lugares de expansión urbana del municipio.

Tabla 23. Porcentaje de área por cultivo con respecto al potencial agrícola

Cultivo	Área cultivada (ha)	Porcentaje %
Cacao	30	0,3
Café	726	8,3
Caña panelera	230	2,6
Cítricos	240	2,8
Plátano	330	3,8
Maíz	13	0,1
Tomate	4,5	0,1
Yuca	8	0,1
Total	1581,5	18,2

Fuente: Autor a partir de estadísticas agropecuarias (2015)

De las tierras aptas para la producción agrícola solo el 18,2% se utiliza para la producción de cultivos agrícolas, un porcentaje bajo si se compara con el 35 % en 1997. Por otra parte, al hacer una revisión del área dedicada a pastos en el municipio de La Vega se encontró que para 2010 se dedicaba un área de 10.500 ha para pastos, distribuidos de la siguiente manera: 9.000 ha en pradera natural, 1.000 ha en praderas mejoradas y 500 ha de pasto de corte (Alcaldía Municipal de La Vega, 2012). Al comparar el área dedicada a pastos con la población bovina del municipio estimada en 7.081 unidades, se tiene una densidad de 0.67 animal/ha (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2014).

Desplazamiento de cultivos

Según el secretario de Productividad y Competitividad la caña ha sido el cultivo que se ha visto más reducido por el crecimiento del turismo de segunda vivienda. Además, explica que la producción agrícola se ha concentrado en los extremos del municipio en dos regiones productivas 1) Chupal, Guarumal, Naguy, Cacagual y Hoya Grande y 2) San Antonio y Bulucaima. La situación anterior concuerda con las principales veredas que abastecen la plaza de mercado y las ventas en la autopista. Asimismo, menciona que la producción local se concentra en estas veredas debido a que la expansión del turismo ha sido desde los corredores viales teniendo como centro de crecimiento la Autopista Bogotá Medellín.

La situación anterior, es paradójica ya que las áreas de crecimiento turístico corresponden a las áreas con mayor potencial agrícola. Lo anterior muestra la prioridad que tiene actualmente el turismo de segunda vivienda sobre las actividades agropecuarias. No obstante, el crecimiento de

la población flotante genera un aumento de la demanda de alimentos que ha sido asumida por fuentes externas.

6.2.1.3 División predial rural

Tabla 24. Tamaño y número de predios La Vega (Cundinamarca) 2005

Predios	# de Predios, 2000	%	# de Predios, 2005	%
Menor de 5 Ha	3142	74.63	3893	85 %
Entre 5 Ha- 20 Ha	656	15.58	595	13 %
Entre 20 Ha-50 Ha	90	2.13	86	2 %
Entre 50 Ha-100 Ha	16	0.38	12	0,26 %
Mayor de 100 Ha	10	0.28	8	0,17 %
Total	3914		4594	

Fuente: (Alcaldía Municipal de La Vega, 2012), (Alcaldía Municipal La Vega, 2000)

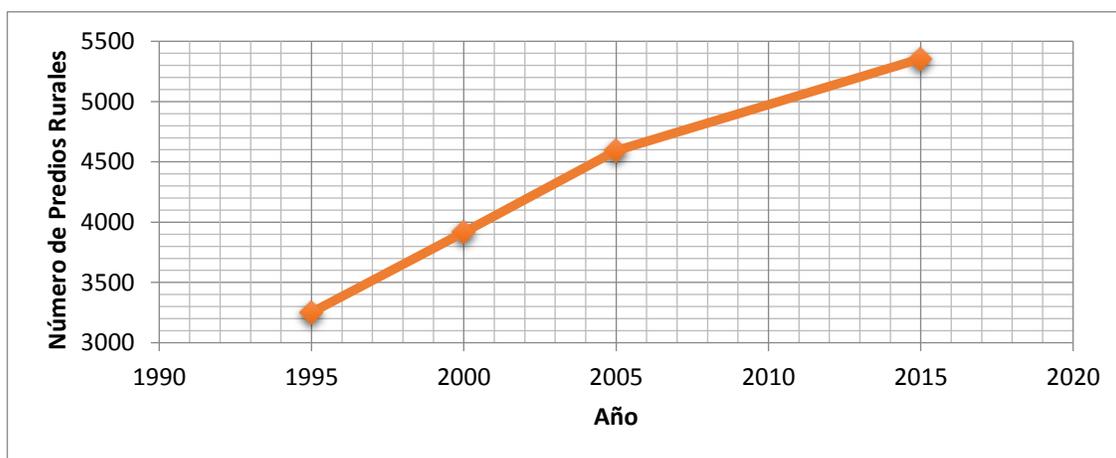


Figura 18. Número de predios rurales. Diagramación del autor, a partir de datos de Catastro (1995-2015)

Entre 1995 y 2015 en el municipio de La Vega ha aumentado en 2.105 predios la división predial rural pasando de 3.251 predios en 1995 a 5.356 predios en 2015. La situación anterior, significa un aumento de los predios de menor tamaño. Por consiguiente, más predios no alcanzan el tamaño mínimo definido en la unidad agrícola familiar.

En el mismo sentido, ante el crecimiento del turismo de segunda vivienda se ha aumentado la demanda de predios rurales, lo que ha incrementado los precios de la tierra y muchos productores encuentran en la venta de parte o totalidad de sus predios nuevas alternativas económicas. Esta

situación concuerda con lo encontrado por Bedoya (2014) en el municipio de Santafé de Antioquia y Baños (2006) en el municipio de La Vega Cundinamarca.

6.2.2 Cambio en los agricultores

El periodo de inicio de crecimiento del turismo de segunda vivienda en el espacio rural concuerda con el periodo de decaimiento del café principal cultivo en el municipio. En consecuencia, a nivel productivo se presentan los cambios más significativos dentro del sistema de comercialización, ya que se ha presentado una reducción de aproximadamente el 50% del área cultivada en el periodo de 1995-2015. Sin embargo, los productores locales se encuentran en la búsqueda y desarrollo de estrategias que les permitan aprovechar la demanda de alimentos generada por el turismo. Entre ellas se encuentran la producción orgánica, las buenas prácticas agrícolas y mayor inocuidad y calidad de la producción. No obstante, hasta el momento no se ha logrado una integración de esta demanda creciente de alimentos con la producción agrícola local.

Por medio de las entrevistas fue posible establecer que a nivel rural los campesinos han diversificado sus fuentes de ingreso a sectores como la construcción, el turismo, el comercio, jardinería, administración de fincas de descanso y trabajo por jornales fuera de las fincas. Según los entrevistados, esta situación se debe a que los precios de venta de los productos agrícolas no garantizan los ingresos suficientes para el sostenimiento de las familias y trabajar como administrador de finca o en construcción garantiza un ingreso semanal con menos riesgos que la agricultura.

En este sentido, Baños (2006) menciona que la construcción, el trabajo doméstico, trabajo en restaurantes y jardinería son las mayores fuentes de empleo generadas por el turismo. Sin embargo, señala que estos empleos son temporales. Asimismo, menciona que de las estrategias utilizadas por los pobladores la que más repercute sobre la sociedad es la venta de propiedades y la migración hacia otras zonas rurales o urbanas debido a la incapacidad de lograr el bienestar en sus comunidades.

De igual forma, a nivel social el cambio más significativo es el desplazamiento de la población rural y la migración de la mano de obra de actividades agrícolas a actividades relacionadas con el turismo como la construcción. No obstante, los líderes veredales afirman que algunos empleos que podrían beneficiar a los pobladores locales son destinados a mano de obra externa. Esta situación concuerda con los hallazgos de Baños (2006) quien menciona que los pobladores rurales pocas

veces logran emplearse en cargos como administrador de finca y otros empleos mejor remunerados relacionados al turismo.

Para la directora regional de APAVE (Navia Beltrán) este panorama representa una problemática ya que considera que el municipio por su cercanía a Bogotá, las características de los suelos y clima cuenta con las condiciones necesarias para tener un mayor crecimiento agrícola, lo que les permitiría a los campesinos tener una mejor calidad de vida.

Para Mireya (Red la Despensa) el turismo trae muchas oportunidades de comercialización que beneficiarían a los campesinos. Sin embargo, menciona que la demanda de alimentos que genera el turismo no ha sido aprovechada y por el contrario ha aumentado la venta de predios rurales lo que disminuye la producción local y obliga el cambio de actividad a los campesinos.

6.2.3 Patrones de expansión Urbano-Rural

“El sector agropecuario no ha sido rentable en los últimos años, con una tendencia a la disminución del área cultivada para ser utilizadas en pastos o vendidas para fincas de descanso” (PBOT de La Vega, 2000: 477).

La Vega ha venido presentado un proceso de expansión urbana en zonas rurales, que se concentra en las zonas cercanas al casco urbano y veredas con mejor infraestructura vial, inicialmente las vías intermunicipales: Autopista Bogotá-Medellín, Sasaima, Vergara y Antigua vía Bogotá (vereda San Juan). Esta situación se aprecia en el cambio de uso del suelo que se dio en 2007 (ver Anexo 12). Por ejemplo, en la vereda San Juan es posible observar un mayor crecimiento de fincas de recreo en el sector más cercano al casco urbano y que cuenta con vía pavimentada, al continuar el recorrido por la vereda es posible observar producciones agropecuarias que van aumentando a medida que se avanza en las zonas más alejadas de la vereda.

La situación, anterior concuerda con lo encontrado por Bedoya, Tamayo y Parra (2014) en el municipio de Santa Fe de Antioquia, en donde las zonas de clima cálido del municipio están siendo utilizadas para la construcción de fincas de recreo lo que ha incrementado los precios de la tierra y generado desplazamiento de los productores locales hacia la periferia del municipio.

Según Vargas del Río (2015) “los habitantes urbanos buscan en el espacio rural dar a su vida una dimensión que no está disponible en su residencia principal” (p.293). En este sentido, La Vega por sus condiciones climáticas y de cercanía con Bogotá favorecieron el crecimiento del turismo de segunda vivienda como expresión del turismo rural. Esto trajo consecuencias como el cambio

de actividades económicas de algunos pobladores rurales, la venta de finca agrícolas y cambios en el uso del suelo.

6.2.3.1 Reglamentación y uso del suelo

“La acentuada modificación de la dinámica de usos del suelo y su intensidad, frente a las previsiones establecidas en el PBOT en el año 2000, exige ajustes en materia de ocupación suelo rural y urbano, demanda de vivienda recreativa, turismo y actividades productivas agropecuarias.” (Acuerdo No 013, 2007)

El plan de ordenamiento territorial divide el suelo del municipio en urbano y rural, y define el suelo rural como:

Constituyen Suelo Rural en el Municipio de La Vega, los terrenos no aptos para el uso urbano por razones de oportunidad o por su destinación a usos agrícolas, ganaderos, forestales, y de explotación de recursos naturales. Igualmente forman parte de este suelo los centros poblados rurales, las áreas de suelo suburbano, vivienda campestre, vivienda ecoturística, zona recreacional vacacional y corredor vial de servicios. (Plan de Ordenamiento Territorial Acuerdo No 013, 2007, pág. Art 51)

Al comparar los planes de ordenamiento básico territorial (POBT) del 2000 (Acuerdo No 013, 2007) y 2007 (Acuerdo No 35, 2000) se encuentra que se centran en las sectores agropecuario, turístico y ambiental como fuentes de desarrollo. Sin embargo, el POBT de 2007 prioriza el fortalecimiento de la vocación turística. Por consiguiente, modifica sustancialmente el uso del suelo rural (Anexo 12) reduciendo las áreas destinadas al Uso Agropecuario Tradicional (R-AGT) y Producción Agropecuaria Semi-intensiva, (R-AGSI) para la creación de tres nuevas categorías de uso del suelo: Zona recreacional y vacacional, (R-RV), Zona vivienda Campestre, (R-VC), Zona vivienda campestre ecoturística, (R-VCE).

Los cambios mencionados anteriormente permitieron el aumento de la división predial de las zonas destinadas a usos relacionados con el turismo ya que el área mínima de división predial es de **1 ha** en las zonas de vivienda campestre y zonas recreacional y vacacional. Asimismo, el área de división predial es de **4 ha** en zonas de vivienda campestre ecoturística. Las dos áreas mínimas de división están por debajo de la unidad agrícola familiar. Adicionalmente, en las tres categorías de uso de suelo destinadas al turismo se prohíben usos como la agricultura extensiva, los cultivos bajo invernadero, la agroindustria y actividades de porcicultura y avicultura (Acuerdo No 013, 2007).

Por medio de un ejercicio de observación directa que consistió en recorrer las vías principales de algunas veredas del municipio, fue posible ver el crecimiento de la construcción de fincas de recreo, concentrado en las veredas cercanas al casco urbano: La Alianza, El Rosario, Centro, Tabacal, Naguy Bajo, La Cabaña, Ucrania, El Cural, San Juan, Laureles y Minas, todas veredas tradicionalmente agropecuarias.

6.2.4 Distribución

Los canales de distribución han presentado cambios en los últimos 20 años, siendo el más significativo el cambio de la plaza de mercado como principal lugar de distribución de productos agrícolas a los supermercados. Sin embargo, este cambio no se debe exclusivamente al crecimiento turístico sino también a un cambio de los consumidores locales y factores endógenos como la conexión con Bogotá y el crecimiento de Corabastos como principal centro de acopio y distribución de alimentos. De las entrevistas fue posible establecer que una de las principales causas para que los consumidores locales prefieran los supermercados y tiendas es que están abiertos al público todos los días, mientras que la plaza únicamente funciona los domingos. Además, los consumidores mencionan que los supermercados ofrecen una mayor variedad de productos en un solo lugar

Hoy en día los supermercados han desplazado la plaza, entonces si tú quieres una libra de yuca la puedes conseguir en el supermercado y no tienes que comprar seis libras de yuca el día domingo en la plaza para la semana y así es con todo. (Mireya Perilla, Asistente técnica).

6.2.5 Consumo

La población turista, que es una población flotante principalmente en los fines de semana y temporadas de vacaciones (fin de diciembre, inicio de enero, Semana Santa y julio) aumenta la demanda y consumo de alimentos. En ese sentido, el director de la Oficina de Turismo menciona que la población flotante ha aumentado lo que se ve representado en el incremento de lugares que prestan servicios de hospedaje y alimentación. Sin embargo, al no contar con cifras de esta población no es posible establecer una relación entre oferta y demanda de alimentos.

Adicionalmente, fue posible identificar un aumento en los lugares de distribución de alimentos preparados: restaurantes, hoteles, cafeterías y comidas rápidas. No obstante, no se cuenta con datos actuales del número total de este tipo de establecimientos ni datos históricos.

6.2.6 Oportunidades y amenazas para la población local

A nivel local las opiniones acerca de las oportunidades y amenazas que genera el turismo están divididas. Por un lado, los entrevistados coinciden en que el turismo ha transformado el municipio de La Vega y en especial el sector agropecuario por el crecimiento de las fincas de descanso y la reducción de las áreas dedicadas a cultivos. Adicionalmente, mencionan que la llegada de nuevas personas al municipio y en especial a las veredas ha disminuido las relaciones entre vecinos debido a que ahora no conocen quién vive en las veredas. Por otro lado, mencionan que el turismo trae oportunidades laborales y oportunidades para el sector agrícola que no se han sabido aprovechar.

Los nuevos enfoques del desarrollo rural promueven una visión territorial y multisectorial de lo rural (OCDE, 2006; Perez, 2001). En este sentido la integración entre turismo y agricultura ha sido presentada como una alternativa para mejorar las condiciones de vida de los pobladores rurales a partir del aprovechamiento de los potenciales naturales, paisajísticos, sociales y culturales de los espacios rurales.

Los resultados de la presente investigación muestran bajos procesos de integración del sector agropecuario con el sector turístico y por el contrario se identifica el fenómeno de desplazamiento de los agricultores. En este sentido Vargas del Río (2015) menciona que “el turismo de segunda vivienda no utiliza los servicios ni estructuras comerciales para pernoctar, sino que genera sus propias viviendas que son compradas o construidas en el sitio elegido” (p.296).

Por su parte, el señor Elisio Hernández Roa director del proyecto **Ruta Turística y Gastronómica del Gualivá** menciona que el desarrollo turístico hasta el momento se ha dado de forma espontánea gracias a los atractivos naturales, climáticos y sociales de los municipios de la Provincia del Gualivá y menciona que el crecimiento del turismo se ve reflejado en el aumento de hoteles, restaurantes, paraderos, piscinas y fincas de recreo en las veredas. Adicionalmente, menciona que actualmente las administraciones municipales están buscando organizar las actividades turísticas. Para ello como primera medida se está realizado un registro y diagnóstico de los servicios turísticos entre los que se incluyen aventura, agroturismo, ecoturismo y oferta gastronómica.

Según el secretario de Productividad y Competitividad el crecimiento del turismo tiene dos caras. Por un lado, menciona que para el sector agropecuario es una amenaza debido a la disminución del área dedicada a la producción y la mano de obra que ha pasado de ser agrícola a

otras actividades relacionadas con el turismo. Por otro lado, menciona que a nivel municipal el turismo ha traído un crecimiento económico y nuevas opciones de trabajo. Asimismo, menciona que a nivel rural han crecido las iniciativas de hoteles rurales, caminatas, alquiler de cabañas, cabalgatas y otros servicios enfocados a los turistas.

Jorge Hernández presidente de ASOJUNTAS La Vega con respecto a esta situación menciona que:

Pues, fueron dos épocas y estamos en la turística. La época agrícola fue una belleza no cabían los productos en la plaza de mercado, todo campesino llegaba con sus tres cargas cinco cargas de productos agrícolas, hoy en día eso paso a la historia. Yo recuerdo que había campesinos que sacaban hasta tres camionadas de naranja hoy en día eso se volvió solo pasto ya no sacan sino un bulto entonces en ese sentido todo cambio y nos volvimos un municipio turístico hay también ecoturismo, de todas maneras, este municipio tenemos que decir hoy en día es turístico y bienvenido todo el turismo que quiera llegar.

Por el contrario, Vicente Vega representante de la Red La Despensa menciona que:

las fincas grandes se acabaron y ahora son fincas pequeñas, las fincas grandes las han parcelado y eso también ayuda a que se acabe la agricultura, los agricultores yo creo que aquí en La Vega tendemos a desaparecer ya estamos en vía de extinción.

Adicionalmente, de las entrevistas con líderes veredales fue posible establecer que a nivel local se han identificado dos problemáticas relacionadas con el turismo. En primer lugar, preocupación por la demanda de agua potable generada por el turismo y el crecimiento de la urbanización. En segundo lugar, la contaminación por basuras que genera el turismo. En tercer lugar, a nivel de entidades municipales y líderes veredales se identifica una preocupación por la inestabilidad e informalidad de las ofertas de trabajo provenientes del turismo, lo que concuerda con los hallazgos de Baños (2006) en la vereda Naguy del municipio de La Vega.

6.2.6.1 Integración agrícola-turística

Ese es un sueño dorado (Navia Beltrán)

Ante la situación de crecimiento turístico y disminución de actividades agrícolas, surge la pregunta por la integración entre estos dos sectores. Para dar respuesta a esta pregunta se consultó a funcionarios de la alcaldía, líderes veredales, distribuidores del municipio y revisión de los planes de desarrollo municipal. De esta forma se encuentra que en los cuatro principales canales de distribución de productos agrícolas los turistas junto con la población local son los principales

clientes, mostrando la importancia de la población turística para el sistema de comercialización de productos agrícolas. Asimismo, los restaurantes y hoteles han aumentado en el municipio lo que genera un aumento en la demanda de alimentos. Sin embargo, no se ha logrado el relacionamiento de la producción local con el aumento de demanda generado por la población turista.

Como oportunidad del turismo se menciona la creación de oportunidades laborales. Sin embargo, se aprecia que según la información recolectada la población local en especial la rural no logra acceder a algunas de estas opciones de empleo. Esto, significa una amenaza para la población local. No obstante, se carece de información que permita comprender este fenómeno de una mejor manera.

Los líderes veredales lo ven como una oportunidad a la que no han podido acceder e identifican en el aumento de la venta de las fincas una limitante para esta integración. Pero, mencionan que en las veredas han iniciado experiencias que buscan esta integración. Solo uno de los entrevistados muestra una posición más negativa frente al turismo: “La velocidad del crecimiento turístico aquí en La Vega nos está arrumando a los agricultores y lo que yo creo es que los agricultores ya estamos en vía de extinción” (Vicente Vega, La Cabaña)

Elisio Hernández, considera que esta integración es necesaria para el desarrollo del turismo en el municipio para aprovechar otras facetas del turismo como el ecoturismo y el agroturismo y no quedarse en el turismo de piscina y fincas de recreo. En este sentido, menciona potenciales de la provincia como la observación de aves, el turismo de contemplación y el reconocimiento de las actividades agropecuarias. No obstante, menciona que para lograr dicha integración es necesario un proceso de adaptación que permita aprovechar las oportunidades del turismo que hasta el momento no se han desarrollado completamente en la Provincia.

Según el secretario de Productividad y Competitividad una de las estrategias para vincular al turismo es como consumidor. En este sentido programas como mercados campesinos, mejoramiento de calidad de producción, producción orgánica y transformación de productos son las estrategias utilizadas para integrar los turistas con la producción local.

En este sentido, la OCDE (2006) presenta el ejemplo de Creta como un proceso de integración de los agricultores locales con el turismo. Un hotel con capacidad de 3.500 camas ofrece dietas especiales a sus visitantes y ha creado una integración con productores locales para garantizar el

suministro de alimentos frescos de alta calidad. De este tipo de iniciativas se puede aprender para el municipio de La Vega, donde ya se han realizado pruebas piloto entre asociaciones de productores, hoteles y restaurantes. Sin embargo, no se ha logrado tener continuidad debido a factores como precios bajos de productos externos y sostenibilidad de la oferta por parte de los productores locales.

Vargas del Río (2015) menciona que ante el crecimiento turístico se presenta un interés por cuidar y mejorar los lugares de interés cultural, la infraestructura física y los lugares de interés arquitectónico. En este sentido, el municipio de La Vega reconstruyó el parque principal y se mantienen las vías principales en buen estado. Adicionalmente, se han mejorado las instalaciones de la *Reserva Natural Laguna del Tabacal*.

Asimismo, es posible identificar una concentración de mejoras en infraestructura en las zonas de mayor crecimiento turístico. Por ejemplo, las vías se encuentran pavimentadas o con cintas de concreto en las veredas más turísticas, en contraste con las veredas alejadas dedicadas a la agricultura que cuentan con vías en recebo. Asimismo, servicios públicos como el acueducto han tenido mayor crecimiento en las veredas turísticas. La situación anterior se refleja en disparidades entre las veredas a causa del incremento turístico.

En relación a la población rural, se identifican iniciativas emprendedoras relacionadas con la prestación de servicios turísticos como alquiler de caballos, caminatas, hospedaje rural y algunas de transformación de productos agrícolas, dulces, licores y jugos. No obstante, estas iniciativas son recientes y buscan ampliar las opciones de turismo rural que han estado concentradas en el turismo de segunda vivienda.

6.3 SEGURIDAD ALIMENTARIA

6.3.1 Características de la demanda y del consumo

Schejtman (1994) define la estructura de los sistemas de comercialización a partir de la distribución socio-espacial de la población. Por consiguiente, el sistema de comercialización se acomoda a las condiciones socioeconómicas de la población que atiende y de esta relación se determinan las cantidades, calidades, precios, presentaciones y otras características de los alimentos. En el mismo sentido, el Estudio Prospectivo de Abastecimiento y Distribución de Alimentos para la ciudad de Bogotá menciona que:

El sistema alimentario en una ciudad, en especial la organización y funcionamiento que adoptan los mercados de los alimentos está determinado por factores tales como el volumen de la población y sus patrones de localización, la distribución del ingreso, el nivel de desarrollo económico y los hábitos de consumo de sus habitantes. (Misión Bogotá Siglo XXI, 1993)

Como se presentó en el numeral 4.2.2 la población local ha venido creciendo continuamente con una baja sustitución rural/urbana. Por otra parte, la población flotante ha presentado un incremento que si bien no ha sido cuantificado se ve reflejado a nivel urbano y rural en temas como aumento de servicios de restaurantes, hoteles y fincas dedicadas a recreación y turismo de segunda vivienda. Por otra parte, en cuanto a situación de pobreza de la población local se observó una brecha entre lo urbano y lo rural, siendo la población rural la más afectada por esta problemática. Adicionalmente, el municipio cuenta con una amplia cobertura del SISBEN donde se observa que la mayoría de las viviendas se ubican en los estratos muy bajo y bajo. Asimismo, se observa que a nivel de empleo una de las principales problemáticas es la informalidad.

6.3.1.1 Línea base seguridad alimentaria

Estudios a nivel nacional (Machado 2003, Machado 2004) y a nivel latinoamericano (CEPAL, 2016), muestran que para Colombia el problema de inseguridad alimentaria radica principalmente en la dimensión de acceso y se afirma que:

Aun cuando hay suficiente disponibilidad de alimentos en los países de la región, existen zonas con dificultades de acceso para cubrir sus requerimientos nutricionales básicos y, en muchos casos, la calidad nutricional es deficitaria. Al mismo tiempo, el sobrepeso y la obesidad crecen día a día entre la población vulnerable. (CEPAL, 2016)

A nivel municipal la población más vulnerable en cuanto a inseguridad alimentaria son los niños menores de 5 años. Según datos de 2011 los porcentajes de desnutrición aguda, desnutrición crónica y desnutrición global están por encima de las cifras nacionales. “Desnutrición crónica (15,3%), desnutrición global (8,1%) y desnutrición aguda (6,1%) en menores de 5 años” (Alcaldía La Vega, 2012). El porcentaje de sobrepeso en menores de 5 años es del 6,1% que se encuentra por debajo del promedio nacional, pero es superior al departamental.

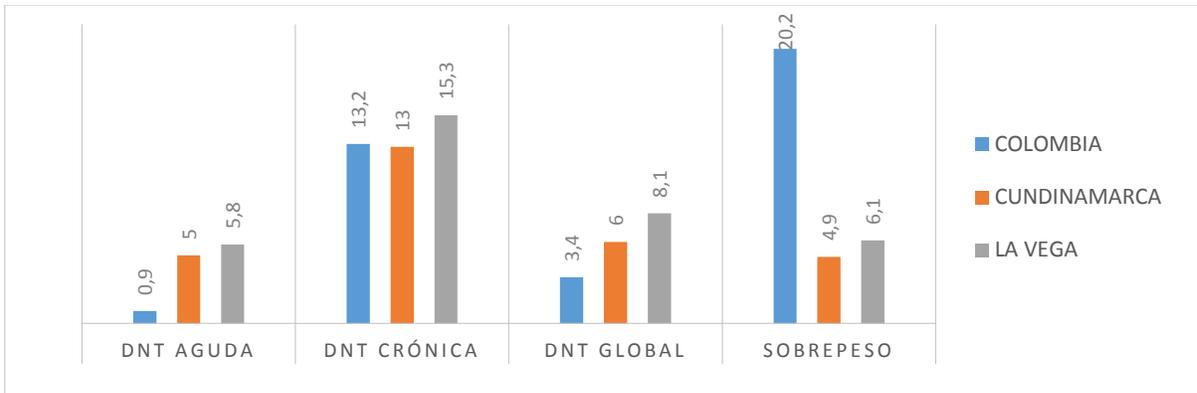


Figura 19 Cifras de desnutrición en primera infancia ENSIN (2010) SISVAN (2011)

Adicionalmente, el PMSAN 2015-2025 afirma que los tres tipos de desnutrición no solo afectan a la primera infancia, sino que por el contrario prevalecen en los demás grupos de edad. Según la encuesta SISVAN 2010 el 53,9% de la población menor a 20 años en el municipio de La Vega se encontraba en situación de desnutrición ya sea porque se encontraba en riesgo o en algún grado de desnutrición. En el mismo sentido, las mujeres gestantes presentan una condición predominante de sobrepeso, 50% de esta población tiene sobrepeso y 7% condiciones de bajo peso (Alcaldía La Vega, 2012). Esta condición genera una condición de riesgo para la salud de la madre y para los recién nacidos. Por otra parte, el 69% de la población adulta cursa algún grado de sobrepeso debido a malos hábitos alimenticios (Alcaldía La Vega, 2012).

6.3.2 Análisis de seguridad alimentaria

Del panorama de inseguridad alimentaria y nutricional presentado anteriormente se observa que se presentan los dos extremos: por un lado, la población más joven es vulnerable a problemas de desnutrición, mientras que los adultos enfrentan problemas de sobrepeso relacionado a malos hábitos de alimentación y de vida. Sin embargo, las cifras de desnutrición global en menores de 5 años presentan una tendencia a la disminución. Asimismo, la desnutrición crónica y la mortalidad infantil han disminuido a comparación de 2011 (Anexo 7).

El análisis de la seguridad alimentaria de una población requiere de un acercamiento multidisciplinar y un rango más amplio de productos alimentarios. Sin embargo, dada la relación directa entre los conceptos de sistema de comercialización de productos agrícolas y seguridad alimentaria se realizó un análisis de las categorías de disponibilidad, acceso, utilización y

sostenibilidad por medio de los resultados del estudio del sistema de comercialización en un contexto de cambio de vocación de agrícola a turística en el municipio de La Vega.

Para realizar esta aproximación se tomaron como base los ejes y determinantes de la seguridad alimentaria definidos en la Política de Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional CONPES 113. (Ver tabla 2)

Disponibilidad

La Vega por sus condiciones ecosistémicas cuenta con el potencial para establecer diferentes sistemas productivos ya que cuenta con climas desde frío a templado y cuenta con un sistema hídrico que cubre todo el municipio. Esto permite que de 15.351 ha 8.222 ha tengan potencial para ser dedicadas a la producción agrícola, pese a lo cual en 2015 se dedicaron solo 1.526 ha. Además, la diversidad de cultivos dedicados a la comercialización es baja y se concentra en las cadenas productivas de café, plátano, caña panelera y cítricos. No obstante, en los sistemas productivos se relacionan otras especies no comerciales para fines de autoconsumo como algunos frutales silvestres, productos de pancoger y huertas caseras. La situación anterior concuerda con la baja participación de la producción local sobre la oferta total de productos agrícolas encontrada en los canales de distribución del municipio.

Las 1.525 ha dedicadas a la producción agrícola representan el 18% del área con potencial agrícola. Según los resultados presentados este bajo uso del suelo para fines agrícolas se debe principalmente a tres aspectos 1) crecimiento de la demanda de tierras para actividades turísticas en el sector rural, 2) 9.000 ha en pradera natural, 3) fincas subutilizadas. Esta situación ratifica la pérdida de importancia de las actividades agrícolas en el municipio y significa un riesgo para la disponibilidad de alimentos.

Al mismo tiempo, más del 85% de los predios rurales no supera las 5 ha, afectando la producción local debido a que la unidad agrícola familiar UAF para el municipio está definida en 8 ha, amenazando los medios de vida de los agricultores locales ya que una “UAF es el área estimada para alcanzar ingresos mensuales de 2 SMLV. Además, permite a la familia remunerar su trabajo y disponer de un capital que contribuya a la formación de su patrimonio” (MADR Resolución 1132, 2013). Asimismo, a causa de la expansión del turismo de segunda vivienda en el espacio rural del municipio se ha incrementado la división predial debido a que la unidad mínima de división predial en zonas destinadas al turismo es de 1 ha.

De igual manera, la propiedad de la tierra es de tipo privada. Pero, según Planeación Municipal a nivel municipal existen problemas de titulación de predios e informalidad en la tenencia de la tierra, lo que afecta la inversión productiva y genera problemas al momento del acceso a programas del Estado, servicios financieros como créditos y protección del derecho a la propiedad.

Adicionalmente, las políticas municipales y regionales se han enfocado al fortalecimiento del turismo como una de las principales actividades económicas del municipio. Esto es posible apreciarlo en los planes de desarrollo municipal y los planes básicos de ordenamiento territorial que han definido las zonas con fines turísticos y de expansión urbana desplazando las zonas de producción agrícola a las veredas más alejadas del centro urbano, en contravía de los potenciales agrícolas de veredas como Centro y San Juan.

El recuento anterior presenta un municipio con capacidades ecosistémicas para la producción agrícola que han venido siendo reemplazadas por actividades relacionadas al turismo, en donde el turismo de segunda vivienda a nivel rural ha tenido el impacto más significativo. Como resultado, el sistema productivo local ha perdido participación en el sistema de comercialización local y regional. Al analizar esta situación a la luz del concepto de disponibilidad de alimentos definido por la seguridad alimentaria se encuentra que no se hace distinción entre la producción local y la externa. Por otro lado, el concepto de soberanía alimentaria hace énfasis en la valorización y fortalecimiento de los sistemas productivos campesinos. Por lo tanto, a nivel de soberanía alimentaria se genera un riesgo debido al debilitamiento la producción y los productores locales.

Como resultado, ante el decrecimiento de la producción agrícola local se encontró que la principal fuente de abastecimiento de productos agrícolas perecederos es Corabastos una fuente externa. De la misma manera, se identificó que el sistema de comercialización garantiza la disponibilidad de productos agrícolas perecederos con una amplia oferta. Este panorama, cumple con las especificaciones de seguridad alimentaria. Pero, desde la soberanía alimentaria se presenta como una situación de riesgo ya que representa una alta dependencia de fuentes externas de alimentos lo que ante una situación de riesgo puede afectar la disponibilidad de alimentos para la población local.

Por otra parte, se encontró que la cadena productiva del plátano ha logrado mantener el área cultivada en el periodo 1995-2015 en el que los demás cultivos presentaron una reducción. Esta situación se explica según los líderes veredales y el secretario de Productividad y Competitividad

por las condiciones ecosistémicas favorables para el cultivo, la buena calidad de plátano, el buen precio en el mercado y la posibilidad de tener el cultivo en asocio con el café. Sin embargo, se encontró que la producción local es menor a la demanda por lo que el municipio abastece parte del plátano consumido de fuentes externas, esto es percibido por los agricultores locales como una oportunidad para aumentar la producción.

Acceso

La población permanente de La Vega ha venido creciendo, pero es el aumento pronunciado de la población flotante lo que ha ocasionado un aumento en la demanda de alimentos, que sin embargo ha sido suplida con fuentes externas.

Como se mostró en el apartado de disponibilidad, el sistema de comercialización garantiza una amplia oferta de productos agrícolas perecederos, además de productos cárnicos, lácteos, granos y cereales. Sin embargo, las cifras presentadas de inseguridad alimentaria muestran un panorama negativo para la población en temas de accesos a alimentos, en donde la primera infancia es la más vulnerable a problemas de desnutrición mientras que la población adulta tiene problemáticas relacionadas al sobrepeso.

En ese sentido, en el municipio de La Vega se identificaron cuatro mecanismos de acceso a alimentos 1) autoconsumo, 2) compra en canales de distribución, 3) intercambios y 4) programas de asistencia alimentaria por parte del Estado.

En primer lugar, el autoconsumo se da principalmente en las zonas rurales en donde fue posible identificar prácticas como la diversificación por medio de integración de cultivos y las huertas caseras, permitiendo una mayor diversidad de alimentos. Sin embargo, existen problemáticas como las largas temporadas de verano que según los entrevistados impiden el cultivo de las huertas en algunas temporadas del año.

En segundo lugar, el acceso por medio de la compra en los canales de distribución está directamente relacionado con los ingresos económicos de la población y el precio de venta al público. Como resultado, se identificó que Corabastos es el regulador de precios de la canasta básica definida por lo que los precios de productos agrícolas se ajustan a los precios a nivel nacional. Además, se encontró que los precios de la plaza de mercado en el periodo consultado son en promedio 26% más bajos que los supermercados. De igual forma, se encontró que el precio

de los productos depende de las temporadas de cosecha. Por ejemplo, la cosecha local de cítricos, plátano y mango logra bajar los precios en los cuatro canales de venta estudiados.

De igual forma, en cuanto a los ingresos de la población se encontró que de 4205 viviendas registradas en SISBEN 3.550 pertenecen a los estratos 1 (bajo bajo) y 2 (bajo), que junto a las condiciones de pobreza y necesidades básicas insatisfechas reflejan una brecha entre la población rural y la población urbana, siendo la primera la más afectada por estas problemáticas. Por consiguiente, se obtiene una situación paradójica donde la población local con bajos y medios ingresos accede a productos agrícolas a precios ajustados al contexto nacional.

En tercer lugar, los programas alimentarios del Estado se enfocan a la población vulnerable. En concreto, primera infancia, adulto mayor y madres gestantes. Se destaca el programa de alimentación escolar que beneficia a 1.090 niños diariamente a nivel municipal. Sin embargo, estas ayudas alimentarias no se encuentran relacionadas con la producción local situación que contradice lo dispuesto en la resolución 16432 de 2015 que prioriza para los Programas de Alimentación Escolar (PAE) la compra de productos locales con el objetivo de dinamizar economías locales y fortalecer la cultura alimentaria.

Consumo

En el municipio de La Vega los principales consumidores de alimentos son la población local y la población turista. De esta manera, tal y como lo menciona Schetjman 1994 el sistema alimentario se ajusta a la demanda. En este sentido, se encuentra un canal de distribución como los puestos de venta sobre la autopista que está principalmente dirigido a los turistas que regresan a Bogotá. Asimismo, la oferta de lugares dedicados a la venta de alimentos preparados ha aumentado a causa de la población flotante los fines de semana. Además, los turistas buscan alimentos con ciertas características de calidad, lo que han sabido aprovechar de mejor manera los supermercados, ofreciendo una oferta amplia de productos, productos empacados y una mejor disposición visual de estos.

Por otro lado, el consumo y aprovechamiento integral de los alimentos para la población local depende de otros factores como el acceso a servicios de salud, agua potable y saneamiento básico. En este sentido, la situación actual del municipio muestra que el sector rural tiene problemáticas ya que solo el 34% tiene acceso a agua potable y las necesidades básicas insatisfechas alcanzan el 54%. Esta situación, aumenta el riesgo de sufrir problemas de inseguridad alimentaria.

Calidad

Para el caso de La Vega, fue posible determinar que no existe una reglamentación de cumplimiento obligatorio en la venta de productos agrícolas perecederos. Sin embargo, se identificó que los consumidores ejercen presión sobre la calidad de los productos, estas exigencias son transmitidas a los productores a través de los distribuidores. En este sentido, se encontró que la producción local ha implementado prácticas de producción y poscosecha en busca de tener productos con características nutricionales, organolépticas y de seguridad adecuadas para el consumo. En este sentido, para Hernández y Villaseñor:

La calidad se ha convertido en el eje de la competencia y está reconfigurando las relaciones sociales y económicas en los procesos de producción, transformación, distribución y consumo de alimentos, al constituirse en una barrera de entrada para los productores incapaces de mantenerse o de alcanzar los estándares impuestos por los consorcios que dominan sus mercados de adscripción. (Hernández y Villaseñor, 2014, p. 557)

De igual forma, se identificó que los supermercados tienen mejores prácticas en cuanto a conservación, almacenamiento, empaque, sanidad e inocuidad en los productos agrícolas. Sin embargo, algunas posiciones sostienen que la estandarización de la calidad responde por un lado a la reducción de riesgos asociados a propagación de enfermedades a través de los alimentos y por otro lado a una necesidad de las corporaciones alimenticias por homogenizar la circulación de productos frescos (Hernández et al, 2014). Como resultado, la forma más común de determinar la calidad de los productos agrícolas perecederos en los mercados de productos frescos son las propiedades organolépticas como tamaño, color y forma (Parra, 2007). Esta forma de determinar la calidad deja por fuera del mercado productos locales que pueden cumplir con los requerimientos nutricionales pero que por su tamaño o forma son rechazados en el sistema de comercialización.

Como se mencionó en el análisis de la estructura productiva local, algunos productores están implementando prácticas de producción orgánica y buenas prácticas agrícolas. Sin embargo, se han visto enfrentados a la problemática de falta de reconocimiento por parte de los consumidores ante la ausencia de un certificado que garantice estas prácticas y los altos costos de este tipo de certificaciones. Según Hernandez (2014) se ha creado un modelo privatizado de certificación que significa barreras de entrada para los agricultores a mercados agrícolas especializados. Sin embargo, se han venido fortaleciendo estrategias como los sellos de confianza, tal es el caso de

algunos de los productores vinculados a APAVE, que manejan desde la confianza la garantía de la calidad de sus productos por medio de *“la palabra”*.

La principal fuente de abastecimiento de productos agrícolas perecederos en el municipio de La Vega es Corabastos a través de los supermercados locales. Pese a que estos han incorporado mejores prácticas de conservación, almacenamiento, empaque, sanidad e inocuidad en la distribución se desconoce el origen de los productos, sus formas de producción y los riesgos asociados a la salud humana. Adicionalmente, se desconoce la información nutricional de los alimentos. No obstante, esta información tampoco se encuentra disponible para la producción local, lo que no permite realizar una comparación.

Sostenibilidad

Según Friedrich (2014) un aliado estratégico para enfrentar la inseguridad alimentaria es la agricultura familiar, la cual según Forero (2006) aporta el 63% de la producción agrícola nacional. Sin embargo, como se presentó en los resultados este tipo de agricultura que es la predominante en el municipio de La Vega ha venido disminuyendo significativamente para dar paso a las actividades turísticas. En este sentido, la tendencia que viene presentando el área cultivada es de constante reducción. De continuar esta tendencia la producción local seguirá perdiendo participación en el sistema de comercialización de productos agrícolas y aumentará la dependencia de fuentes externas de productos agrícolas perecederos.

CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan las conclusiones retomando las preguntas de investigación, objetivos y la metodología de investigación.

Definir el sistema de comercialización como objeto de estudio, permitió realizar una aproximación a la estructura del sistema agroalimentario por medio del relacionamiento de la oferta espacial y temporalmente dispersa, con una demanda generalmente concentrada espacialmente, pero dispersa social y económicamente. Como resultado, se logró una aproximación a la situación actual de abastecimiento, distribución y consumo productos agrícolas perecederos, una caracterización de los actores que intervienen en el sistema, y de las interrelaciones que se generan a nivel local y regional en torno al cumplimiento de la función alimentaria de la población.

De la situación descrita en este trabajo es posible concluir que Corabastos tiene la capacidad para cumplir con la función alimentaria no solo de Bogotá sino de municipios cercanos, como es el caso de La Vega. Ello confirma algunos de los planteamientos acerca de la eficiencia económica de este actor en el sistema agroalimentario, al reconocer la capacidad de Corabastos para acopiar la producción de distintas partes del país y redistribuirla a precios competitivos más allá de los límites de Bogotá. No obstante, este trabajo confirma también que los productores locales enfrentan serias limitantes para ingresar al canal de Corabastos dados sus bajos volúmenes de producción, sus cosechas concentradas temporalmente y la heterogeneidad en la calidad de los productos. Es así como se puede examinar en el marco general del desarrollo rural que los productores locales se ven sistémicamente afectados por la concurrencia de otros productores agrícolas, que aunque distantes espacialmente, logran surtir el mercado local Veguno a través del sistema de comercialización descrito en el trabajo. En este sentido, las ventajas potenciales de la mejor conectividad comercial de la producción local y del aumento de flujos de consumidores resultantes del auge turístico, se ven distribuidas espacialmente en esferas regionales, nacionales e internacionales, mientras que las desventajas derivadas de ello, tanto en términos de sostenibilidad y viabilidad sistémica de la producción local, como de aseguramiento alimentario para la población rural, tienden a concentrarse negativamente en la esfera local.

Fue posible también establecer que dos hechos exógenos han configurado notablemente la estructura del sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos de La Vega. Por un lado, en la década del 90 se mejoró la infraestructura de la autopista Bogotá-Medellín, reduciendo visiblemente el tiempo de recorrido entre La Vega y la salida de la calle 80 de Bogotá (aproximadamente en una hora). Por otro lado, en la década del 80 y principios del 90 Corabastos se consolidó como el principal centro de acopio y distribución de alimentos de Colombia. Ambos elementos, aunados a un alicaído contexto productivo dependiente del café, expuso mas notablemente la vulnerabilidad del desarrollo rural local ceñido a una baja oferta de productos agrícolas para la comercialización y de cosechas concentradas temporalmente.

El sistema de comercialización

El sistema de comercialización de productos agrícolas perecederos ha presentado cambios significativos en los 20 años de estudio, pasando de tener una amplia participación de la producción local concentrada en la plaza de mercado, a una estructura en la que están presentes canales básicos modernos (supermercados) y canales tradicionales (plaza de mercado) relacionados entre sí, donde la principal fuente de abastecimiento es Corabastos, seguido de la producción local y la Sabana de Bogotá. Pese a que esto garantiza la disponibilidad continua de alimentos, una amplia oferta de productos y precios ajustados al contexto nacional, condujo a que los productores locales perdieran su protagonismo en el cumplimiento de la función alimentaria tanto de la población local como de la creciente población flotante.

Por una parte, cuando a finales de la década del 80 e inicios del 90 se presentó la crisis cafetera nacional con bajos precios del grano a nivel nacional e internacional, y la aparición de enfermedades como la roya y plagas como la broca, el abandono de la caficultura como principal fuente de ingresos generó en la venta de predios altamente productivos. Para La Vega, la lenta pero constante disminución de la caficultura significó una paralela disminución de los demás cultivos de sistemas productivos que de alguna forma estaban relacionados con el café.

De otro lado, el municipio de La Vega se ha caracterizado por tener una baja oferta de productos perecederos para el mercado: si bien existe una alta diversidad de cultivos en los sistemas productivos, algunos de estos son dedicados para el autoconsumo y otros son cultivos silvestres. Asimismo, la producción local es condicionada por factores naturales como el clima lo que

aumenta los riesgos de producción. Esto da como resultado, una oferta comercial centrada en plátano, cítricos y en menor medida de yuca y frutas como mango, papaya y guanábana.

En el contexto anteriormente mencionado, la percepción de seguridad en el municipio ayudó a que las actividades turísticas encontraran en La Vega un espacio ideal para su desarrollo, lo que les permitió iniciar un proceso de expansión desde las zonas cercanas a la cabecera municipal hacia las veredas próximas siguiendo un patrón definido por las vías intermunicipales. Esta expansión finalmente se consolidó en un cambio de la definición del uso del suelo que destina las veredas más alejadas a la producción agrícola, reforzando localmente sus limitaciones que en el periodo analizado venían aumentándose.

Alcance de la producción local

Actualmente, las asociaciones de productores lideran los procesos de comercialización externa a través de una ruta de mercados campesinos coordinada por APAVE que incluye a Bogotá, municipios de la provincia del Gualivá y de las provincias Sabana Centro y Sabana de Occidente. Es interesante ver como este tipo de organizaciones e iniciativas hacen frente a la pérdida de importancia de la producción local por medio del rescate de tradiciones campesinas en busca de una mayor integración con los mercados.

El principal cultivo del municipio continúa siendo el café a pesar de que el área cultivada ha disminuido en un 63% en el periodo de 1995 a 2015. Por su parte el plátano y los cítricos han presentado un comportamiento más estable. Sin embargo, llama la atención la baja diversidad de cultivos de clima frío, aun cuando el municipio cuenta con zonas para el desarrollo de este tipo de cultivos, la Secretaria de Productividad y Competitividad no reporta cultivos provenientes de estas zonas, de igual manera en los canales de distribución de alimentos esta zona no es mencionada como fuente de abastecimiento de productos agrícolas.

En el mismo sentido, los intermediarios son un eslabón en el proceso de colocar los productos locales en mercados externos. Sin embargo, a nivel rural no hay presencia de intermediarios por lo que los productores asumen las funciones y costos de transporte desde los sistemas de producción hasta la cabecera municipal, lugar en donde se ubican los intermediarios. Así, las asociaciones han buscado asumir las funciones de intermediación en busca de mejores precios de venta y una mayor participación del productor en el precio final de venta.

Sin embargo, al comparar los precios de venta del productor en el mercado local con los precios de Corabastos, se encuentra que el productor lograría un mejor precio en Corabastos (43% en plátano y 47% en naranja). No obstante, llevar su producción fuera del municipio implica costos de transporte y funciones extra. Por ejemplo, el transporte desde el predio a la cabecera municipal representa entre 20% y 30% del precio final de venta. En resumen, el precio de compra en un mercado como Corabastos puede ser mejor pero no justifica los costos de transporte. La situación anterior según las asociaciones se compensa con la participación en canales de distribución como los mercados campesinos en los cuales se realiza la venta directa al consumidor y se obtiene un mejor precio de venta.

De otro lado, el crecimiento de la población local y la población flotante demandan productos perecederos, que para el caso del plátano implica posibilidades de crecimiento, con un precio menor en comparación con fuentes externas, y favorables condiciones ecosistémicas del municipio. Sin embargo, parte de la demanda local actual está siendo suplida con fuentes externas dadas las condiciones exigidas por el mercado respecto a calidad y tamaños homogéneos, procesos de selección, empaque y continuidad de su disponibilidad.

Finalmente, pese a que a nivel municipal la infraestructura existente es la plaza de mercado, que funciona como centro de acopio y lugar de venta de productos agrícolas, la infraestructura dedicada a la transformación de productos agrícolas es mínima. Como resultado la forma de venta de los productos agrícolas es principalmente en fresco, limitando la principal agregación de valor en el transporte local desde las unidades de producción a los centros de consumo.

Impacto del turismo

La cercanía del municipio de La Vega con Bogotá era percibida en la década del 90 e inicios de 2000 como una oportunidad para que la producción local abasteciera a Bogotá de productos agrícolas perecederos. Sin embargo, ocurrió la situación contraria y la central de abastecimiento Corabastos se convirtió en el principal abastecedor de productos agrícolas perecederos del municipio, por lo que la producción local no logró el fortalecimiento esperado. Por el contrario, el sector turístico que ha logrado un crecimiento en el municipio, ha traído impactos económicos, sociales y ambientales negativos para el desarrollo rural a nivel local.

Así mismo, el territorio rural tradicionalmente agrícola y con estilos de vida ligados a la producción agropecuaria, se ha venido transformado debido a una serie de factores internos y externos que han abierto el paso al crecimiento del turismo de segunda vivienda. En primer lugar, el decrecimiento del área total cultivada en el municipio de La Vega no presenta una relación uno a uno con el incremento del turismo. Fue posible establecer que la reducción del área cultivada está asociada además de turismo de segunda vivienda a causas como inestabilidad de precios de cultivos tradicionales como el café y la caña, competencia con fuentes de abastecimiento externo, costos de producción, inutilización de los predios y el mantenimiento de una amplia zona destinada a pasturas naturales.

No obstante, el impacto del turismo en el municipio de La Vega va más allá de un cambio en la producción agrícola y tiene un impacto social en las comunidades rurales definido por el desplazamiento de la población y la migración de la mano de obra a actividades no agrícolas. Este proceso se ha extendido desde el centro del municipio hacia las veredas dando como resultado el reemplazo de la población local por nuevos pobladores externos.

En segundo lugar, los cambios de uso del suelo que han priorizado el turismo, también han restringido algunas actividades agropecuarias potenciales como la agroindustria, los cultivos bajo invernadero, y la porcicultura y avicultura. Esta situación, se suma a las causas de concentración de la producción agropecuaria en las veredas más alejadas del municipio. En tercer lugar, el crecimiento del turismo en el medio rural genera también un impacto social, definido por el desplazamiento de la población a causa del aumento de la demanda de predios para viviendas de segunda residencia. Por ende, se identifican aspectos negativos del turismo en este caso como son el desplazamiento de la población rural, su baja integración del turismo con la agricultura local y el desplazamiento de las actividades agropecuarias a las veredas más alejadas del municipio.

En cuarto lugar, se aprecia que recientemente han aparecido iniciativas de agroturismo que buscan integrar la población turista con los procesos productivos tradicionales como la producción de caña y café. Asimismo, los ya nombrados mercados campesinos surgen como estrategia de integración. Esto muestra la centralidad del sistema de comercialización y su pertinencia en el apoyo a propuestas de desarrollo rural local.

Así, el turismo rural y convencional en La Vega ha surgido y se ha consolidado como resultado agregado de condiciones ambientales, geográficas, sociales, económicas y de infraestructura,

generando una sustitución lenta pero importante de espacios rurales fértiles. Como resultado, el turismo pasa de ser inicialmente una consecuencia del proceso de desarrollo regional, para convertirse en causa de transformaciones locales del desarrollo rural como: redefinición del uso del suelo, desplazamiento de producción y productores, concentración espacial de servicios públicos y de infraestructura dedicada al turismo.

Al analizar el impacto del turismo en una forma más amplia, aparecen entonces grupos locales diferenciados de ganadores y perdedores ante el crecimiento del turismo, en donde los beneficios del turismo no se distribuyen de forma equilibrada en la población local. En este sentido, debe resaltarse que la falta de información respecto a actividades turísticas en el municipio, o volúmenes y frecuencias de población flotante, limita el análisis de su impacto local, y así, impide una apropiada formulación de políticas públicas para aprovechar mejor algunas oportunidades que el turismo puede traer a la población local, y para mitigar prospectivamente los impactos negativos que recaen sobre los productores agrícolas y la población local vulnerable.

Seguridad alimentaria

Al igual que en Latinoamérica y Colombia, en el municipio de La Vega la disponibilidad de alimentos es garantizada por el abastecimiento de diversas fuentes de alimentos percederos. Sin embargo, como se mostró anteriormente la producción local se ha disminuido considerablemente y actualmente la principal fuente de abastecimiento es Corabastos. En conclusión, a pesar de tener suelos con vocación agrícola y condiciones geográficas y climáticas favorables para la producción de alimentos, el municipio de La Vega ha encargado de su alimentación a fuentes externas, debilitando cada vez más la producción local. Además, a pesar de que existe una zona de clima frío dentro del municipio, con potencial para ampliar la diversidad de cultivos del municipio, no se encontraron aportes al sistema de comercialización de productos provenientes de dicha zona.

Se encuentra que la plaza de mercado es el único canal de distribución que ajusta la oferta de productos dependiendo de las temporadas de cosecha local por medio del reemplazo de productos. En contraste los demás canales de distribución mantienen una oferta estable utilizando fuentes de abastecimiento externo. Esto se debe a que los compradores demandan variedad de productos durante todo el año. A pesar de que el sistema de comercialización garantiza disponibilidad y amplia oferta de productos agrícolas, parte de la población no puede acceder a esto alimentos, siendo niños y jóvenes la población más vulnerable. Esta situación está asociada a problemas de

pobreza, que para el caso de La Vega afecta ampliamente a la población rural y refleja la brecha entre el sector urbano y rural no solo en términos de ingresos sino también de acceso a servicios públicos y condiciones de vivienda.

En el marco del concepto de soberanía alimentaria el sistema agroalimentario del municipio de La Vega ha privilegiado la producción externa sobre la local. Esto se ve en el decrecimiento de la producción local y el desplazamiento de los sistemas productivos a las zonas más alejadas del municipio. Esta situación de dependencia de alimentos externos genera riesgos para la población local tales como aumento de precios por situaciones externas.

Recomendaciones

Las políticas locales han priorizado al turismo sobre la agricultura debido a su mayor impacto sobre el crecimiento económico del municipio. Sin embargo, no se han tenido en cuenta los impactos negativos que trae el turismo sobre la población local, tales como: 1) el desplazamiento de las familias campesinas a causa de la demanda de tierras para fines turísticos, 2) el aumento de los costos de la tierra que desincentiva la producción agrícola, 3) la disminución de producción local de alimentos que genera riesgos de inseguridad alimentaria, y 4) la concentración de servicios públicos e infraestructura en veredas turísticas.

Los nuevos pobladores rurales (turistas de segunda vivienda) hacen parte de los territorios rurales, por lo tanto, se interrelacionan con la población local y son generadores de cambios a nivel social y económico. Por lo tanto, las instituciones públicas presentes en el municipio deben incluir esta población en los procesos de planeación y realización de las políticas públicas. De igual forma, se debe tener en cuenta que el turismo de segunda vivienda tiene como característica una muy baja integración con las actividades rurales presentes, esto hace necesaria la generación de espacios que promuevan dicha integración.

Se recomienda continuar fortaleciendo las iniciativas de asociatividad entre los pobladores rurales del municipio. Sin embargo, es necesaria una visión que incluya la multifuncionalidad de los territorios rurales y no esté centrada únicamente en la producción agrícola. Además, es necesario continuar con el fortalecimiento de iniciativas que promuevan canales alternativos de comercialización de productos agrícolas como los mercados campesinos. Sin embargo, estas iniciativas deben orientarse hacia nuevas ofertas de valor como: reconocimiento de la cultura

campesina, denominaciones de origen, producción orgánica, transformación de productos, fomento de la gastronomía local, entre otros. Esto se vuelve relevante debido a que las fuentes de abastecimiento externas son capaces de abastecer constantemente al municipio a precios similares a los de la producción local.

Se recomienda trabajar en temas de calidad e inocuidad de los productos locales destinados al consumo y venta por agricultores locales, con los comerciantes de la plaza de mercado y los ubicados sobre la autopista. Esto permitirá mejorar la presentación de los productos, disminuirá riesgos a la salud y facilitará un manejo adecuado de los desechos.

En temas de seguridad y soberanía alimentaria, las políticas municipales deben reconocer y entender los riesgos asociados a una producción local debilitada que ha disminuido en más del 50% en los últimos 20 años, no solo desde el impacto directo al abastecimiento de alimentos sino al impacto social y económico a las familias campesinas más vulnerables.

Futuras investigaciones

Se plantea un estudio más profundo que relacione el desplazamiento de los agricultores con el aumento del precio de la tierra y el incremento de los turismos presentes. En este sentido, un estudio a partir del concepto de gentrificación podría aportar al entendimiento de las relaciones entre la población local y la población turista.

Alrededor del recurso hídrico municipal, a nivel urbano y rural se han presentado situaciones de déficit de agua potable, por lo cual surge el interrogante que relaciona el déficit de agua y el crecimiento del turismo. En segundo lugar, es necesario estudiar el recurso hídrico como un limitante para la expansión urbana del municipio y conflictos generados por el uso del agua entre los pobladores locales y los turistas de segunda vivienda.

A nivel de abastecimiento de productos agrícolas, un estudio a nivel departamental podría dar cuenta de una posible redistribución de las áreas cultivadas. En otras palabras, se plantea la hipótesis de una concentración o intensificación de la producción agrícola en algunos municipios, capaz de sostener la oferta de productos agrícolas hacia municipios que han cambiado su vocación agrícola.

Es necesario realizar estudios que permitan definir los costos de producción a nivel de productor, para proponer precios justos de venta. Dicha información es requerida para el análisis de márgenes de ganancia que permitirá conocer la participación del productor, intermediario y distribuidor respecto al precio final de venta.

Las condiciones topográficas y climáticas del municipio de La Vega permitirían tener una mayor diversidad de cultivos aparte de los encontrados en los canales de distribución estudiados. En este sentido, la zona fría del municipio de tradición lechera podría ser una nueva fuente de productos agrícolas. Por lo tanto, se recomienda hacer un acercamiento a las comunidades que habitan en esta zona para conocer las condiciones actuales de la producción agrícola y las posibilidades de producción para el abastecimiento local.

Es necesario conocer el perfil alimenticio de la población de La Vega, de esta forma se podría relacionar la oferta alimenticia del municipio con la situación de desnutrición en los más jóvenes y de sobrepeso en la población adulta.

REFERENCIAS

- Alcaldía de La Vega. (2007). *Acuerdo No 013 Plan Basico de Ordenamiento Territorial*. La Vega: Consejo Municipal de La Vega.
- Alcaldía de La Vega (2000). *Acuerdo No 35 Plan Basico de Ordenamiento Territorial*. La Vega : Consejo Municipal de La Vega.
- Alcaldía de La Vega. (2012). *Diagnostico Plan de Desarrollo, Un Gobierno Humano Comprometido con Usted 2012-2015*. La Vega: Consejo Municipal de La Vega
- Alcaldía de La Vega. (2000). *Dimensión económica, Plan Básico de Ordenamiento Territorial*. La Vega: Consejo Municipal de La Vega.
- Alcaldía de La Vega. (2012). *Plan Municipal de Seguridad Alimentaria y Nutricional 2012-2022*. La Vega : Secretaría de Desarrollo Social .
- Alcaldía de La Vega. (2015). *Plan Municipal de Seguridad Alimentaria y Nutricional 2015-2025*. La Vega: Secretaría de Desarrollo Social.
- Alcaldía de La Vega. (2016). *Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019, Unidad por el Progreso de La Vega*. La Vega: Consejo Municipal de La Vega.
- Alcaldía de La Vega. (2015). *Información general municipio de La Vega*. Recuperado de http://www.lavega-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml
- Aragrande, M., y Argenti, O. (2001). *Studying food supply and distribution systems to cities in developing countries and countries in transition*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO.
- Argenti, O., y Marocchino, C. (2007). *Abastecimiento y distribución de alimentos en las ciudades de los países en desarrollo y de los países en transición*. Roma : Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO.
- Baños, E. (2006). *Las estrategias de vida adoptadas por los pobladores rurales en el contexto de las demandas de tierra y trabajo relacionadas con el crecimiento de la actividad turística en la vereda Naguy, La Vega, Cundinamarca*. (Tesis de maestría) Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

- Bedoya, M., Tamayo, J., y Parra, L. (2014). La seguridad alimentaria en los municipios de Andes y Santa fe de Antioquia: una mirada desde algunas dimensiones del sistema alimentario y las políticas públicas. *Revista Cultura Investigativa*, (09), 1-21.
- Bejarano, J. (1998). *Economía de la Agricultura*. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo.
- Bocanegra, G., y Parra, R. (2013). *Desempeño y Sostenibilidad de las Alianzas Productivas: Un Análisis Macro de un Programa de Acceso a Mercados*. Recuperado de <http://dapa.ciat.cgiar.org/desempeno-y-sostenibilidad-de-las-alianzas-productivas-un-analisis-macro-de-un-programa-de-acceso-a-mercados/>
- Boucher, F., y Pomeón, T. (2012). De la agroindustria rural a los sistemas agroalimentarios localizados. *Diálogos*(79), 2-5.
- Caicedo, J. F. (2013). La intermediación como un impedimento al desarrollo del pequeño productor de Medellín. *Economía y Desarrollo Rural, Revista Corpoica Ciencia y Tecnología Agropecuaria*, 27-32.
- Cooperación Colombia Internacional - CCI. (2014). *Oportunidades Rrurales*. Recuperado de <http://www.cci.org.co/ccinew/contratacionesyconvocatorias/convocatorias/oportunidades-rurales.html>
- Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas - CEPEC. (2011). *Plan de Competitividad y Desarrollo Económico de la Provincia del Gualivá*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- CEPAL. (2016). *Plan para la seguridad alimentaria, nutrición y erradicación del hambre de la CELAC 2025. Una propuesta para seguimiento y análisis*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- CEPAL. (2014). *Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial, metodología y experiencia de la CEPAL en Centro América*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- CEPAL. (2014). *Seguridad Alimentaria y Nutricional en Cuatro Países Andinos*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Cerda, H. (1993). *Los Elementos de la Investigación*. Quito, Peru: Abya Yala.

- Comisión Europea. (2014). *Comprender las políticas de la Unión Europea: Seguridad Alimentaria*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.
- Comité Andino de Seguridad y Soberanía Alimentaria y Nutricional. (2008). *Programa Andino de seguridad alimentaria y nutricional para nacionalidades y pueblos indígenas*. Comunidades Andina.
- CONPES 113. (2008). *Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional PSAN*. Bogotá: Consejo Nacional de Política Económica y Social.
- CONPES 150. (2012). *Metodologías oficiales y arreglos institucionales para la medición de la pobreza en Colombia*. Bogotá: Consejo Nacional de Política Económica y Social.
- DANE. (2011). *Estimaciones y proyecciones de población*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>
- DANE. (2015). *Necesidades básicas insatisfechas -NBI-*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-sociales/necesidades-basicas-insatisfechas-nbi>
- Delgadillo, V., Díaz, I., y Salinas, L. (2015). *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina*. México D.F: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Geografía.
- Di Masso, M. (2012). *Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria. Posibilidades para la transformación del sistema*. (Tesis de doctorado) Barcelona-España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- DNP. (2008). *Formulación y Ejecución de las Alianzas Productivas*. Recuperado de https://spi.dnp.gov.co/App_Themes/SeguimientoProyectos/ResumenEjecutivo/1024001640000.pdf
- Ellis, F., y Biggs, S. (2005). La Evolución de los Temas Relacionados al Desarrollo Rural: desde la década de los años 50 al 2000. *Organizações Rurais y Agroindustriais*, 7(1), 60-69.
- Entrena, D. F. (1992). Cambios en la concepción y en la organización del espacio rural. *Estudios Regionales*(34), 147-162.

- FAO. (1996). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Recuperado de http://www.fao.org/wfs/index_es.htm
- FAO. (2014). *Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política*. (S. Salcedo, y L. Guzmán, Edits.) Santiago, Chile: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Forero, J., Rudas, G., y Corrales, E. (1991). *Tres estudios sobre la comercialización de alimentos en Colombia*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Forero, J. (2003). *Economía Campesina y Sistema Alimentario en Colombia: Aportes a la discusión sobre seguridad alimentaria*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Forero, J. (2006). El sistema de abastecimiento alimentario de Bogotá. Análisis y propuestas. En *Bogotá: autonomía agroalimentaria. Diálogos y controversias* (31-90). Bogotá: Planeta Paz.
- Forero, J., y Corrales, E. (2009). *reconstrucción de los sistemas de producción campesinos. El caso de ASPROINCA en Riosucio y Supía*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Fornier, S., y Muchnik, J. (2012). El enfoque SIAL (Sistemas Agroalimentarios Localizados) y la activación de recursos territoriales. *Agroalimentaria*, 18(34), 133-144.
- Friedrich, T. (2014). La seguridad alimentaria: retos actuales. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola* 4(48), 319-322
- García, J. L. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios Turísticos*, 47-61.
- Granados, E. (1998). Tendencias en la comercialización de productos agrícolas en América Central. *Perspectivas Rurales*, 23-39.
- Guascón, J. (2016). Turismo residencial y crisis de la agricultura campesina. Los casos de Vilcabamba y Cotacachi (Andes ecuatorianos). *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 309-318.

- Gutman, G., y Gorenstein, S. (2003). Territorio y sistemas agroalimentarios. Enfoques conceptuales y dinámicas recientes en la Argentina. *Desarrollo Económico*, 42(168), 563-587. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/3455905>
- Hernández, M. d., y Villaseñor, A. (2014). La calidad en el sistema agroalimentario globalizado. *Revista Mexicana de Sociología*, 76(4), 557-582.
- IGAC. (2015). *Visor de Mapas*. Bogotá.
- IICA, y MADR. (2009). *Estudios de caso en comercialización de pequeños productores rurales*. Bogotá: Oportunidades Rurales MADR.
- Kaplinsky, R., y Morris, M. (2002). *A Handbook for value chain research*. Brighton: Instituto de Estudios de Desarrollo.
- Machado, A. (2002). *De la estructura agraria al sistema agroindustrial*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia-Unibiblos.
- Machado, A. (2003). Marco conceptual y estratégico sobre seguridad alimentaria en Colombia. En A. Machado, *Ensayos sobre seguridad alimentaria* (89-96). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Red de desarrollo rural y seguridad alimentaria RESA.
- Machado, A. (2004). Seguridad alimentaria y sistema agroalimentario. En A. Machado, *Territorios y Sistemas Agroalimentarios Locales* (33-52). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- MADR. (2012). *Proyecto Apoyo Alianzas Productivas*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/Redprodepaz/presentacin-alianzas-productivas-ene-26-2012>
- Marci, E. R. (2010). *Diagnóstico del sistema de abastecimiento y distribución de alimentos (SADA) en Manizales*. Bogotá: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Mendoza, V. G. (1999). *Diagnóstico del mercadeo agrícola y agroindustrial en Colombia*. Bogotá: Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Misión Bogotá Siglo XXI. (1993). *Estudio prospectivo de abastecimiento y distribución de alimentos*. Bogotá: Servigraphic.

- Muchnik, J. (2004). Identidad Territorial de los Alimentos: Alimentar el cuerpo humano y el cuerpo social . En A. Machado, *Territorios y Sistemas Agroalimentarios Locales* (17-32). Bogotá: Universidad Nacional Unibiblos.
- Nicholas, R., y Jonathan, W. (2013). *The Value Chain Approach to rural agricultural development. Understanding the principal determinants of pro-poor outcomes*. Hertie School of Governance.
- OCDE. (2006). *El nuevo paradigma rural: políticas y gobernanza*. Madrid, España: Organización Para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
- OMT. (2008). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- ONG/OSC. (2002). *Declaración del Foro de ONG/OSC para la Soberanía Alimentaria* . Roma . Recuperado de <http://viacampesina.org/es/index.php/temas-principales-mainmenu-27/soberanalimentary-comercio-mainmenu-38/316-declaracion-politica-foro-de-los-ongs-cumbre-fao>
- Ortega, M., y Rivera, M. (2010). Indicadores internacionales de Soberanía Alimentaria. Nuevas herramientas para una nueva agricultura. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, 14, 53-77.
- Palomo, N. M. (2010). *Las transformaciones históricas y el estado actual de los sistemas agropecuarios campesinos, en el municipio de puerto escondido, microregión costanera de córdoba*. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Javeriana.
- Parra, A. (2007). Comercialización de Frutas y Hortalizas. *Ingeniería e Investigación*, 14-19.
- Parra, A., y Hernández, J. E. (2007). *Fisiología Poscosecha de Frutas y Hortalizas*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Parrado, Á., Pachón, F., Duarte, J., Melo, E., Herrera, G., y Torres, R. (2011). *Hacia una distribución de alimentos más justa, solidaria y eficiente*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia; Grupo de Investigación en Gestión y Desarrollo Rural.

- Perez, E. (2001). Hacia una nueva visión de lo rural. En *Una nueva ruralidad en América Latina?* (17-29). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado de
Obtenido de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100929011414/2perez.pdf>
- PNSAN 2012-2019. (2012). *Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PNSAN) 2012 – 2019*. Bogotá.
- Portillo, L. (1993). *El Convenio Internacional del Cafe y la Crisis del Mercado*. Recuperado de,
Revista Comercio Exterior:
http://revistacomercioexterior.com/rce/sp/index_rev.jsp?idRevista=245
- Quiroga, A. (2011). *Impacto del cambio climático sobre los medios de vida de pequeños productores y desarrollo de estrategias frente al cambio climático*. Tolima: Universidad del Tolima.
- Raimond, P. (2015). *Sociedades y economías campesinas*. Bogotá, Apuntes de clase.
- Ramírez Bacca, R. (2001). El movimiento cafetero campesino y su lucha contra los efectos de la apertura económica. *Movimientos sociales, Estado y democracia en Colombia* (173-205). Bogota.
- Rojas, H. (12 de Octubre de 2005). *¿El Turismo Rural alternativa de Desarrollo? ; Reflexiones alrededor de observaciones en el Municipio de San Gil en el departamento de Santander, Colombia*. Bogotá: Memorias Seminario Internacional Enfoques y perspectivas de la enseñanza del Desarrollo Rural. Obtenido de Facultad de Estudios Ambientales y Rurales: Recuperado de http://www.javeriana.edu.co/ear/m_des_rur/documents/RojasP2005ponencia-Colombia.pdf
- Saboyá, S. E. (2004). *Análisis institucional del mercadeo de la papa en los canales de comercialización que emplean los productores de papa de Villapinzón. (Tesis de maestría)* Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Sampieri, R., Collado, C., y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw-Hill.
- Sánchez, E., y Espinosa, A. (2012). El binomio agricultura-turismo y su incidencia en el modelo territorial de la costa de Granada. *Papeles de Geografía*, 189-203.

- Schejtman, A. (1994). *Economía Política de los Sistemas Alimentarios en América Latina* . Santiago de Chile : División Agrícola Conjunta FAO/CEPAL.
- Schejtman, A., y Berdegué, J. (2004). *Desarrollo territorial rural*. Santiago, Chile: Rimips-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2014). *Estadísticas Agropecuarias Volumen 23*. Cundinamarca: Departamento de Cundinamarca- Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural.
- Secretaría de Planeación de Cundinamarca. (2015). *Visor Estadístico. Estadísticas Municipales*. Cundinamarca: Oficina de sistemas de información, análisis y estadísticas.
- Secretaría de Planeación de Cundinamarca. (2013). *Estructura económica y de propiedad de la tierra rural de Cundinamarca*. Bogota: Oficina de Sistemas de Información, Análisis y Estadística.
- Usuga, M. L. (2013). *Logística de distribución de productos perecederos de economía campesina. Casos Fuente de Oro Meta y Viotá, Cundinamarca* (Tesis de Maestría) . Bogota : Universidad Nacional de Colombia.
- Vargas del Río, D. (2015). Turismo de segundas residencias y turismo de naturaleza en el espacio rural mexicano. *Estudios Sociales*, 23(46), 290-312.
- Vianchá, Z. H. (2014). Modelos y configuraciones de cadenas de suministro en productos perecederos. *Ingeniería y Desarrollo. Universidad del Norte.*, 138-154.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de categorías, dimensiones e indicadores

Caracterizar el sistema de comercialización de productos agrícolas percederos del municipio de La Vega, en cuanto al funcionamiento y relacionamiento de sus actores.

Cat	Variable	Dimensión	Indicador	Herramienta metodológica/Fuente	
	Clima	Topografía	Mapa relieve Mapa de clima Potencial de producción	Información secundaria	
		Temperatura			
		Régimen de lluvias			
	Uso del suelo	Clasificación del uso del suelo	Mapa de clasificación del suelo Usos principales para cada clasificación del suelo	Plan de ordenamiento territorial	
Suelo agropecuario					
Abastecimiento	Producción local	-Ha por cultivo -Principales cultivos -Ubicación de cultivos	-Ha/Producto/área con vocación agropecuaria -Veredas productoras -Canasta de productos locales	Estadísticas agropecuarias Gobernación de Cundinamarca y municipales	
		Calendario de cosechas	Calendario de cosechas	Encuesta a distribuidores JAC	
		Origen de los alimentos (Canasta predefinida)	-Local -Regional -Nacional	Mapa de anillos 1 anillo (municipal) 2 anillo (Provincial) 3 anillo (Departamental)	Encuesta a los distribuidores sobre el origen de los productos.
	% De Abastecimiento (Canasta Predefinida)	Local Externo	Gráfico de torta de % de abastecimiento		
	Infraestructura	Vías	Vías	Vías de comunicación	Informe alcaldía la Vega
			Vías de acceso de alimentos	Estado de las vías a nivel vereda	
		Acopio	Acopio	Ubicación de puntos de acopio	Encuesta a distribuidores y JAC
			Empaque	Tipos de empaque	
			Plaza de mercado	Descripción	
	Transporte	Transporte local	Tipo de transporte		
Transporte Externo		Tipo de transporte			
Distribución	Canales de distribución	Plaza de mercado	Mapa geográfico de puntos de distribución. Distancia puntos de distribución	Recorrido por el centro municipal.	
		Supermercados			
		Tienda de barrio			
		Autopista			
		Mercado campesino			
		Vendedor ambulante			
		Venta directa			
	Precio	Precios de venta (distribución)	Gráfico de precios de canasta seleccionada	Registro de precios (8 semanas)	

		Precio Corabastos	Histórico de precios	SIPSA
	Días de mercado	Principales días de mercado		Encuestas en canales de distribución
Actores internos y externos	Asociación de productores y comercializadores	Tipo de asociación	-# Asociaciones en el municipio	Información Secretaria de productividad La Vega
		Tamaño	Asociaciones por vereda	
		Ubicación geográfica		
	Alcaldía	Programas agropecuarios	Nombres y descripción de programas	Entrevista secretarias de productividad y desarrollo social
	Comité de cafeteros	Programas producción y comercialización	Nombres y descripción de programas	Entrevista funcionario Comité de cafeteros
	Consumidores	Familias	# Restaurantes	Datos alcaldía
		Restaurantes		
		Turismo		
	Actor Presente	Productor	Caracterización de actores presentes	Encuesta Actor
		Acopiador		
		Transportador		
		Intermediario		
		Establecimiento comercial		
Funciones que cumplen	Físicas	Lista de funciones	Entrevista Actor	
	Económicas			
	Auxiliares			
Relaciones entre actores	Productos	Gráfico relación actores	Entrevista a actores	
	Tierra			
	Capital			
	Rentas			
	Información			

Identificar la incidencia de los varios tipos de turismo en el sistema local de comercialización de productos agrícolas percederos.

Cat	Variable	Dimensión	Indicador	Herramienta metodológica / Fuente
Abastecimiento	Histórico de cultivos	Área cultivada por cultivo	Gráfico con variación de cultivos	Estadísticas agropecuarias gobernación Entrevista JAC
	Crecimiento Urbanización	Uso del suelo turístico	Mapa de uso del suelo turístico y recreacional	Plan de ordenamiento territorial Entrevista JAC
		Dedicado a recreación y turismo	Ha/suelo turístico	

	Área potencial de producción de alimentos	Uso del suelo	Mapa de clasificación del suelo (agrícola)	Plan de ordenamiento territorial
		Plan ordenamiento territorial	Ha/Producto	
	Tamaño de unidades productivas	Formas de producción	Tamaño de Finca- histórico	Catastro IGAG
			#predios en La Vega -histórico	
Infraestructura	Vías		Informe alcaldía la Vega	
	Acopio	% de vías pavimentadas		
	Empaque	Medios de transporte utilizados		
	Transporte			
Distribución	Canales de comercialización	Plaza de mercado	Cambios en los lugares de distribución	Encuesta, Entrevista, Información secundaria.
		Supermercados		
		Tienda de barrio		
		Autopista		
		Mercado campesino		
		Vendedor ambulante		
	Venta directa			
Plaza de mercado	Cambio de ubicación	Mapa de cambio de ubicación de la plaza de mercado	Google Earth	
Asociación de comercializadores	Tipo de asociación	# asociaciones enfocadas al turismo	Información alcaldía de La Vega	
	Tamaño			
Consumo	Consumidores	Familias	Crecimiento población # restaurantes histórico	Numero de restaurantes información alcaldía de la vega
		Restaurantes		
	Aumento de población (turismo)	Población flotante fines de semana	Capacidad hotelera, Población rural, # de restaurantes	Información sobre capacidad hotelera Alcaldía de La Vega
		Restaurantes		
	Necesidades de alimentos	Demanda de alimentos	Población estable	Censo
Población flotante			Información alcaldía de La Vega	
Políticas	Marco económico, político y social	Vocación económica del municipio	Planes de desarrollo local	planes de desarrollo municipal e informes regionales
			Planes y políticas regionales	
	Programas de impulso al turismo	# programas	Descripción de planes	Entrevista alcaldía
		Impacto	Descripción de resultados	Entrevista Alcaldía

Describir la participación de la producción local en el sistema de comercialización de productos agrícolas precederos del municipio y sus alcances regionales.

Cat	Variable	Dimensión	Indicador	Herramienta metodológica / Fuente	
Abastecimiento	Comercialización producción local	Canales de comercialización de productores locales	Local Regional Departamental	Encuesta JAC	
	Condición social	Condiciones sociales de los productores		Entrevista JAC y Secretaria de Producción y Desarrollo social	
	Formas de producción	Tamaño de unidades productivas	Tamaño de Finca # Predios en La Vega	Arreglos productivos	Catastro IGAG, Entrevista JAC Entrevista secretaria de productividad
		Censo productores Tipos de producción			
	Producción local	Principales productos locales	Listado de productores	Rendimiento (Ton/ha) Listado de productos	Encuesta distribuidores y JAC
		Rendimiento			Estadísticas agropecuarias
		Productos emergentes			Encuesta JAC
	Autoconsumo	Programas apoyo	Descripción de programas		
	Relación La Vega Bogotá	Relaciones de comercio	Descripción	Entrevista JAC	
	Relación La Vega municipios vecinos	Relaciones de comercio			
Distribución	Mercados campesinos	Local	Descripción	Entrevista Secretaria de producción y desarrollo	
		Externo			
	Alianzas productivas	Presencia del programa		Entrevista secretario de producción	
	Ferias	local	Tipo de feria Ubicación		
		Regional Departamental			
Intermediarios	Lugar de destino de producción local		Entrevista con intermediarios		
	Relación con el turismo				

Anexo 2. Clima La Vega

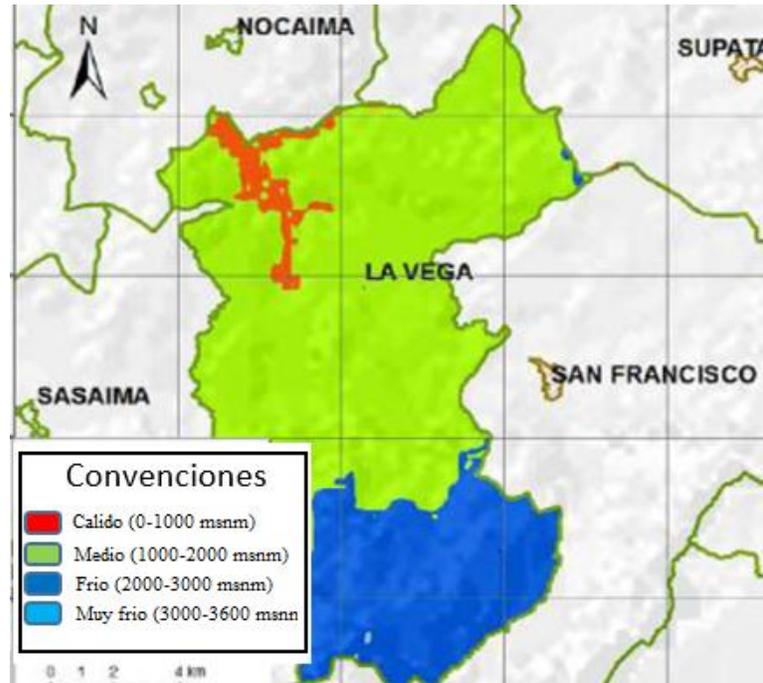


Figura 20. Clima La Vega. Diagnostico Plan de Desarrollo 2012-2015 (Alcaldía de La Vega, 2012)

Anexo 3. Mapa Hídrico de La Vega

A continuación, se presenta el mapa hídrico del municipio de La Vega. La zona de color blanco en el mapa (figura 21) representa el área urbana que es atravesada por el río Ilá, que ha presentado desbordamientos ocasionando daños a puentes y predios en la ribera.

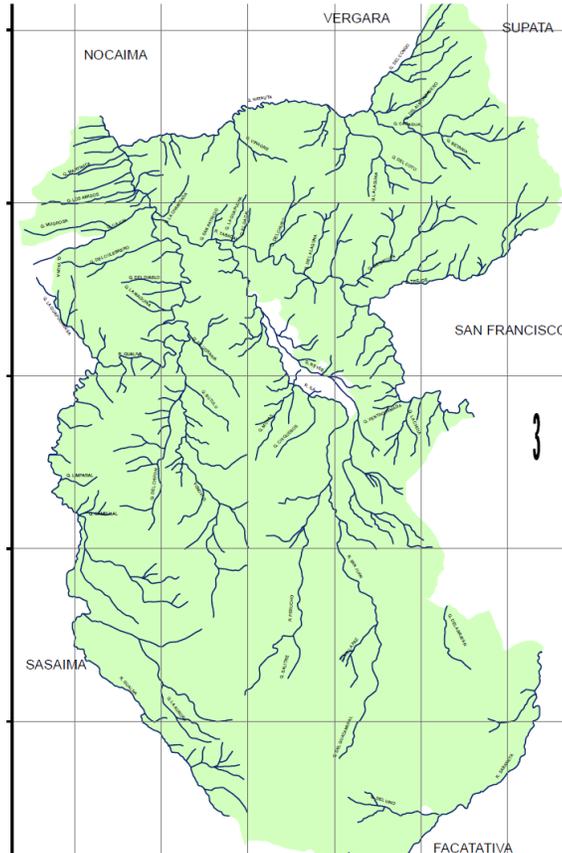


Figura 21. Sistema Hídrico- La Vega. Plan de Ordenamiento Territorial (Acuerdo No 013, 2007)

Anexo 4. Pendientes La Vega

Tabla 25. Rango de Pendientes- La Vega Cundinamarca

Clase	Rango pendiente	Tipo	Área (ha)	Porcentaje área
I	0-14,9	Muy Baja	2198,87	14,32
II	15-24,9	Baja	2753,08	17,93
III	25-49,9	Media	5996,79	39,06
IV	50-74,9	Alta	3108,21	20,24
V	>75	Muy Alta	1294,46	8,43
Total			15351,43	100

Fuente: Diagnóstico Plan de Desarrollo 2012-2015 (Alcaldía de La Vega, 2012)

Anexo 5. División por veredas

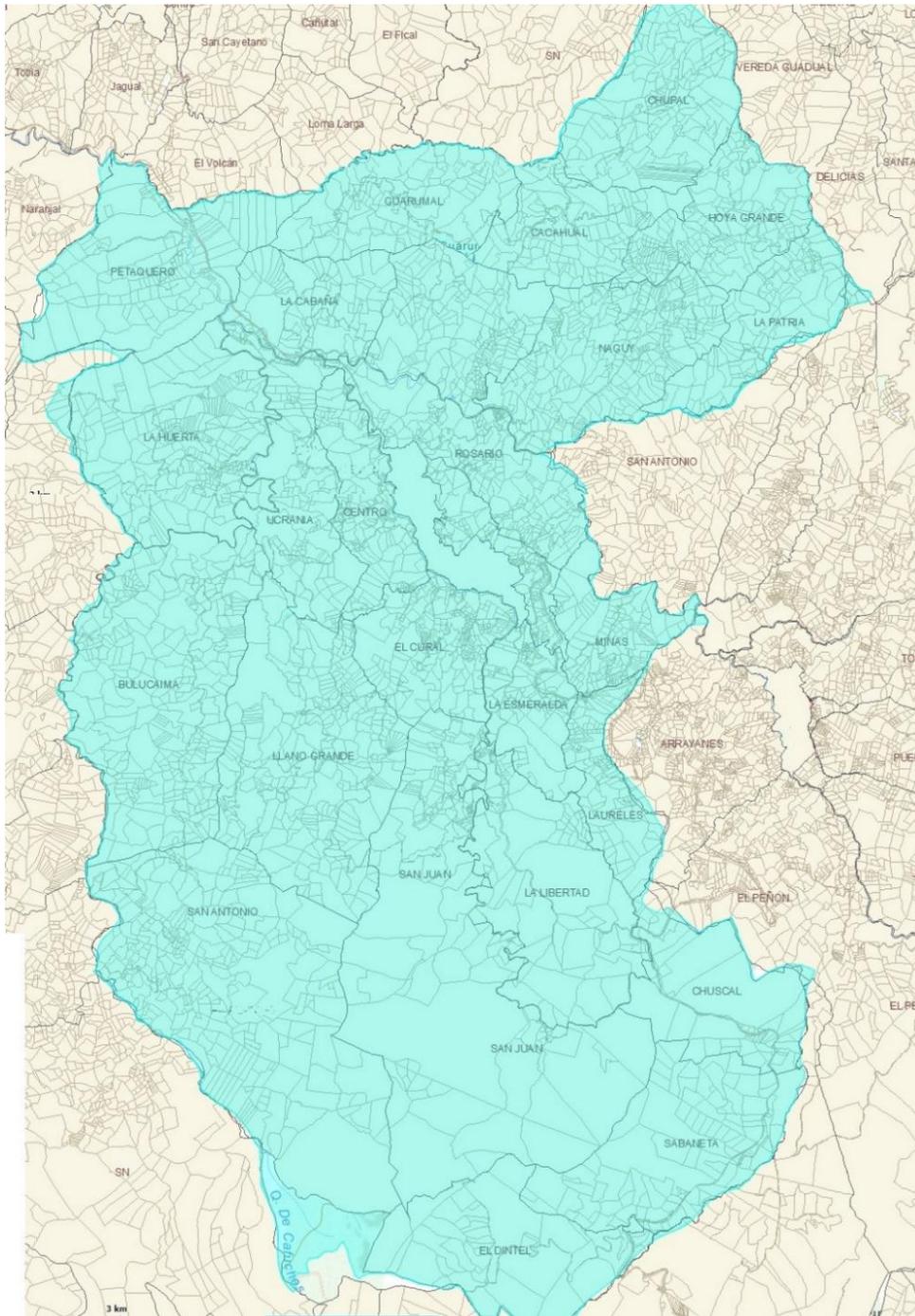


Figura 22. Veredas municipio de La Vega. Fuente Visor de Mapas Online (IGAC, 2015)

Anexo 6. Población víctima del conflicto 2015

Tabla 26. Población víctima del conflicto por cursos vitales. curso de vida y sexo. 2015

Edad (años)	# Mujeres desplazadas	# Hombres Desplazados	Total
Primera infancia (0-5)	53	54	107
Infancia (6-11)	47	66	113
Adolescencia (12-18)	55	57	112
Juventud (14-26)	120	87	207
Adulthood (27-57)	139	83	222
Vejez (>58)	13	23	35
Total	427	370	797

Fuente: Informe política pública para las víctimas del conflicto armado interno 2012-2015.

Anexo 7. Tendencias de desnutrición municipal

Tabla 27. Prevalencia de desnutrición global o bajo peso en menores de 5 años 2012-2015

Nombre del Indicador	Unidad De Medida	Periodo Del Indicador	Numerador	Denominador	Resultado
Prevalencia de desnutrición global o bajo peso para la edad en menores de 5 años	PREVALENCIA	2012	27	167	0,16
		2013	31	158	0,20
		2014	34	132	0,26
		2015	12	143	0,08

Fuente: Documento Niños, Niñas y Adolescentes 2012-2015. Sistema de vigilancia alimentaria y nutricional SISVAN periodo 2012- 2015.

Anexo 8. Lista de asociaciones

- Asociación de productores Agropecuarios La huerta
- Asociación Productores Agroambientales Natauta
- Asociación de Productores Agropecuarios del Chupal
- Asociación de Turismo Rural
- Asociación de Mujeres Campesinas
- Asociación de Productores agroempresariales de Bulucaima
- Asociación de Productores Agropecuarios Cuatrocientos años
- Asociación Agropecuaria San Martín
- Asociación de Mujeres con Progreso de La Vega Cundinamarca
- Asociación Orgánica la Esperanza
- Asociación de Mujeres Emprendedoras de la Vega

- Fundación para el Apoyo al Desarrollo de Proyectos Económicos Vereda Naguy Bajo
- Asociación de Cafés Especiales de Hoya Grande y Patio Bonito
- Red la Despensa (APAVE)

Anexo 9. Historia de la plaza

Según el relato de Carlos Flórez la plaza de mercado hasta los años 90 se ubicaba en el centro del casco urbano que está definido por la Iglesia San Juan Bautista, y la Alcaldía Municipal, luego de esto la plaza central dio lugar a un parque con un enfoque más recreativo y la plaza de mercado fue trasladada dentro del casco urbano al lado de la Plaza de la Panela y el pabellón de carnes, esta fue una ubicación transitoria (1990-1997) mientras se adecuaban las actuales instalaciones en la salida al municipio de Vergara. En este lugar se construyeron dos áreas cubiertas en donde se ubicaban campesinos locales, comerciantes locales y externos. En la siguiente ilustración se muestra los cambios de ubicación de la plaza de mercado.

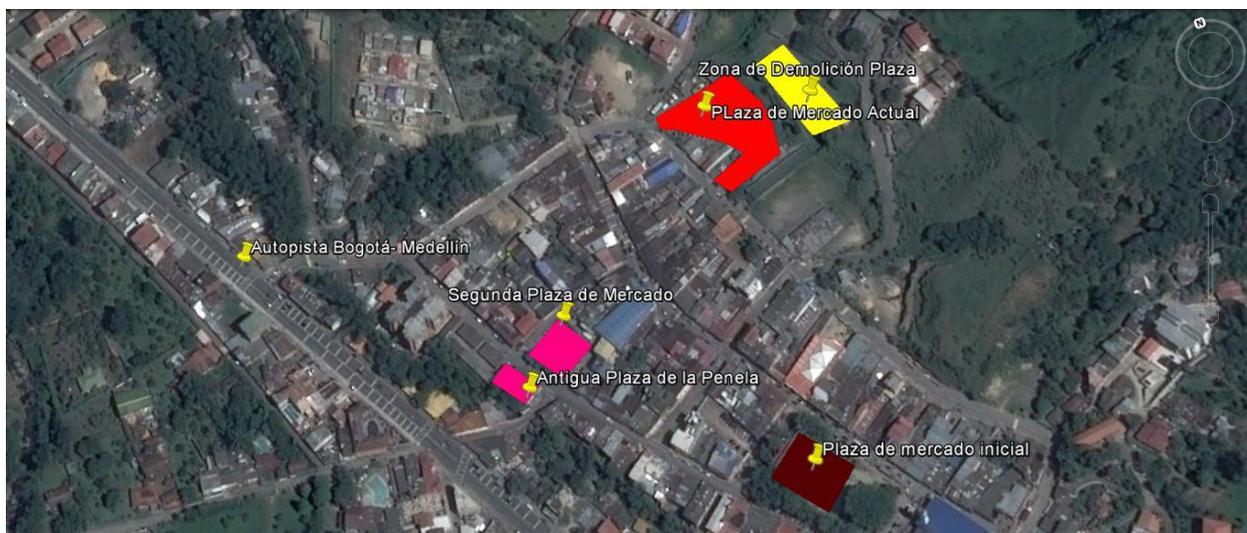


Figura 23. Historia de la plaza de mercado- La Vega. Autor, base Google Earth

Cuando en 1997 entró en funcionamiento la plaza de mercado actual se dividió de la siguiente manera, la zona delimitada en rojo se dispuso para los productores locales y la zona de amarillo para los comerciantes externos. Sin embargo, aproximadamente desde 2005 la cantidad de comerciantes ha venido disminuyendo hasta el punto de únicamente utilizar la zona de color rojo para productores locales y comerciantes externos. Por lo anterior, a finales de 2014 la estructura de color amarillo fue demolida para dedicar este espacio a la construcción de un polideportivo.

Adicionalmente, en la actualidad la estructura que continua en funcionamiento está siendo subutilizada como se mencionó anteriormente.

El fenómeno de inutilización de los espacios de la plaza de mercado puede asociarse con la disminución de las áreas cultivadas a nivel municipal y la transición de los comerciantes que ubicaban sus puestos de venta en la plaza de mercado a tiendas de barrio o supermercados que con el tiempo han reemplazado la tradicional plaza de mercado.

Anexo 10. Oferta de productos

La siguiente tabla muestra la comparación de oferta entre los cuatro canales principales de distribución, la plaza de mercado hace referencia a la suma de los puestos de venta incluyendo vendedores locales y externos. De igual manera, se presenta que productos locales hacen parte de esta oferta.

Tabla 28. Oferta de productos agrícolas

Producto	Supermercado	Plaza de Mercado	Tienda	Autopista B-M	Producción local
Papa común	X	X	X		
Papa criolla	X	X	X		
Yuca	X	X	X		X
Arracacha	X	X	X		
Tomate	X	X	X	X	X
Lechuga	X	X	X		X
Espinaca	X	X	X		
Cebolla cabezona	X	X	X		
Cebolla Larga	X	X	X		
Zanahoria	X	X	X		
Habichuela	X	X	X		
Acelga	X	X			
Ahuyama	X	X	X	X	X
Calabacín	X				
Espinaca	X	X	X		
Apio	X	X	X		
Arveja	X	X	X		
Banano	X	X	X	X	X

Naranja Común	X	X	X	X	X
Mandarina	X	X	X	X	X
Limón	X	X	X	X	X
Papaya	X	X	X	X	X
Melón	X				
Maracuyá	X	X	X		
Piña	X	X	X	X	
Mango	X	X	X		X
Guayaba	X		X		X
Tomate de Árbol	X	X	X		
Curuba	X				
Granadilla	X	X	X		
Uvas	X	X	X		
Guanábana	X	X		X	X
Aguacate	X	X	X	X	X
Mora	X	X			
Fresa	X	X	X		
Lulo	X				
Manzana	X	X	X		
Aromáticas	X	X			
TOTAL	38	33	30	10	13

Anexo 11. Normatividad

A nivel nacional se tienen políticas y normas técnicas que se refieren al aseguramiento los productos agrícolas en estado fresco con el objetivo de garantizar la seguridad de los consumidores. entre las principales se encuentran:

CONPES 3514 DE 2008: Política nacional fitosanitaria y de inocuidad para las cadenas de frutas y de otros vegetales.

NTC 1291 Norma técnica colombiana. Generalidades frutas y hortalizas frescas.

NTC 5422 Empaque y embalaje de frutas, hortalizas y tubérculos frescos.

NTC 5522 Buenas prácticas agrícolas, trazabilidad en la cadena alimentaria para frutas, hierbas aromáticas culinarias y hortalizas frescas.

Anexo 12 Cambio de reglamentación de uso del suelo

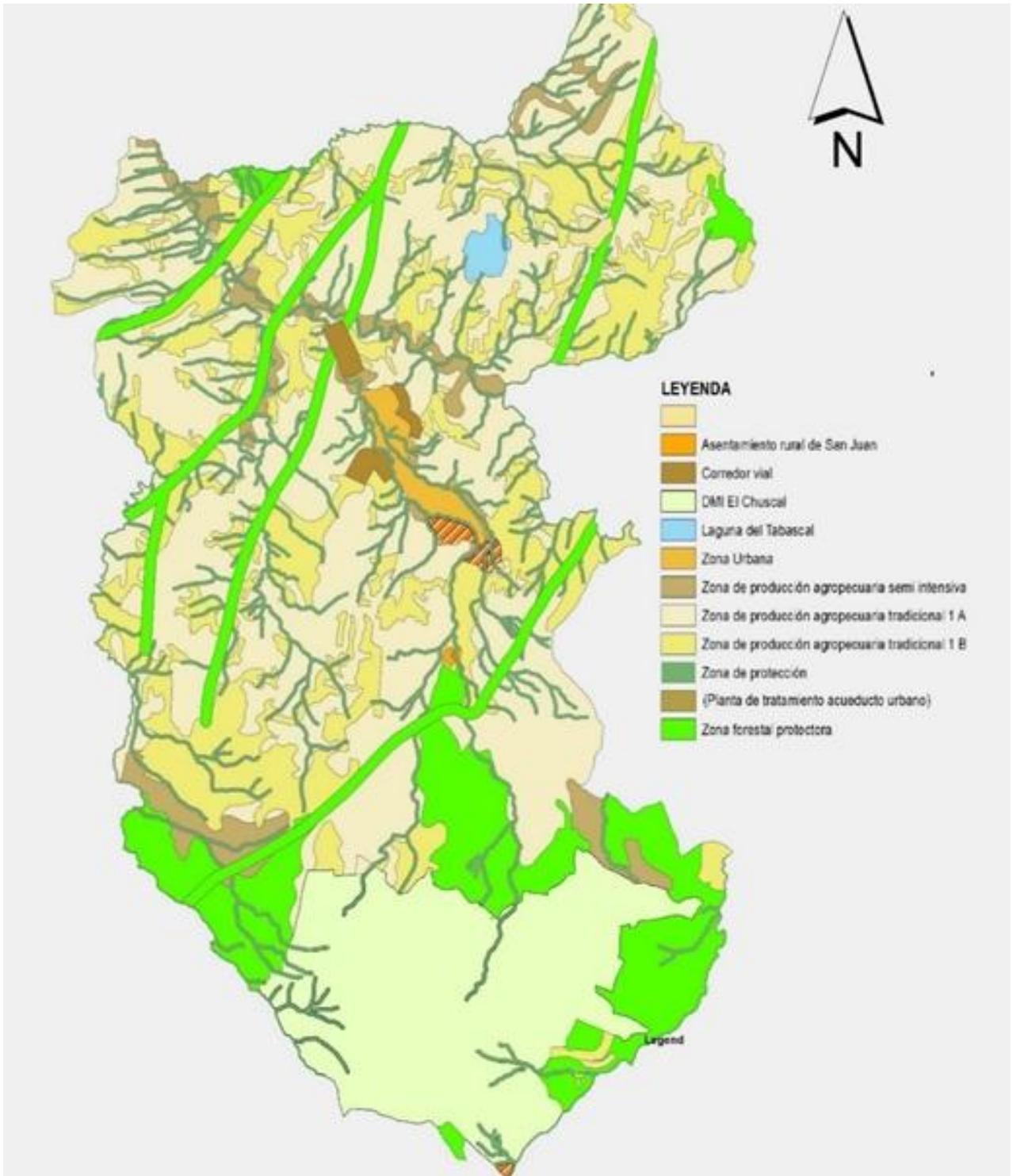


Figura 24. Uso del suelo 2000. (Acuerdo No 35, 2000)

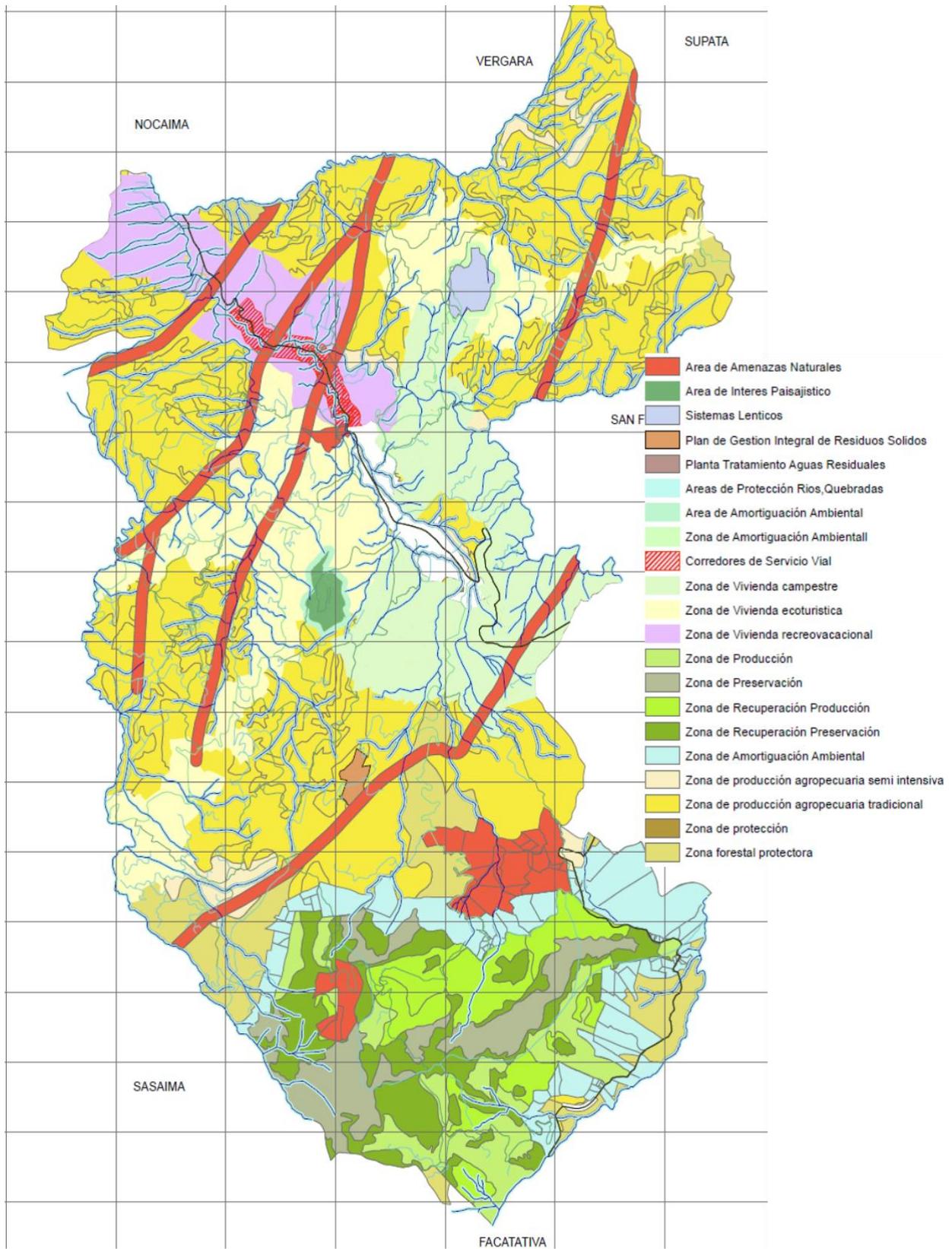


Figura 25. Uso del suelo 2007. (Acuerdo No 013, 2007)

Formulario No. _____



ENCUESTA A DISTRIBUIDORES

PRODUCTOS AGRÍCOLAS PERECEDEROS: LA VEGA - CUNDINAMARCA

Buen día, soy estudiante de la maestría en Desarrollo Rural de la Universidad Javeriana y estoy realizando una investigación sobre la comercialización de productos agrícolas y su relación con el crecimiento turístico del municipio La Vega. La información que usted nos dé es muy importante para el desarrollo de esta investigación, será manejada con completa confidencialidad, y esperamos que nos oriente hacia alternativas de desarrollo para los habitantes y el municipio.

1) **¿Cuál es su nombre?** _____

2) **Sexo** Masculino __ (1) Femenino __ (0)

3) **¿Cuántos años cumplidos tiene?** _____

4) **¿Lugar de residencia?** Municipio _____ Vereda _____

5) **¿Lugar de nacimiento?** _____

6) **¿Cuál es su ocupación principal?**

- Comerciante ____1
Productor Agropecuario ____2
Ejerce las dos actividades ____3
Otra ____4 cual: _____

7) **¿Hace cuántos años comercializa productos agrícolas en el municipio de La Vega?** _____

8) **¿Pertenece usted a alguna asociación de productores o comercializadores?**

- Si __ (1) ¿Cuál? _____
No __ (0)

9) **¿Qué actores institucionales hacen presencia en el proceso de venta?**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

10) **De las siguientes fuentes de abastecimiento, por favor me puede decir en orden de mayor a menor que fuentes abastecen su negocio.**

Locales	1	2	3	4
Municipios Vecinos	1	2	3	4
Sabana de Bogotá	1	2	3	4
Corabastos	1	2	3	4
Otro	_____	_____	_____	_____

11) **En porcentajes, ¿usted me podría dar un estimado de la procedencia de los productos agrícolas que usted comercializa?**

Producto	Comercializa este producto (Si/No) (1/0)	% local	% Externo	Origen
Papa común				
Yuca				
Plátano				
Tomate				
Lechuga				
Cebolla cabezona				
Cebolla Larga				
Zanahoria				
Habichuela				
Ahuyama				
Banano				
Naranja Común				
Mandarina				
Aguacate				
Guayaba				
Limón				
Papaya				
Maracuyá				
Piña				
Mango				

12) Como se pactan los precios de compra

13) ¿Cómo se realiza el proceso de acopio y empaque de los productos que comercializa?

14) ¿Cuál es el medio de transporte utilizado en el proceso de abastecimiento de los productos que comercializa?

- Rutas veredales _____ 1
- Bus intermunicipal _____ 2
- Vehículo propio _____ 3
- Motocicleta _____ 4
- Expreso individual _____ 5
- Expreso compartido _____ 6
- Camión distribuidor _____ 7
- Otro _____ 8 cual: _____

15) ¿Cuáles son los días de abastecimiento de su local?

16) ¿Qué días está abierto su negocio al público?

17) Comercializa en otros lugares diferente a este

- Si ___ (1)
- No ___ (0)

18) ¿Cuál? _____

19) ¿Utiliza alguna forma de almacenamiento o conservación de productos perecederos?

- Si ___ (1)

No ___ (0)

¿Cuál? _____

20) ¿En orden de afectación cuáles son los 3 principales problemas a los que se ve enfrentado en el proceso de comercialización?

1. _____
2. _____
3. _____

21) ¿Quiénes son sus principales clientes?

22) ¿Usted compra productos a los campesinos del municipio? Si ___ (1) No ___ (0) Avanzar a pregunta 26

23) En caso de responder SI en orden de cantidades, ¿me podría decir los cuatro (4) principales productos?

4. _____
5. _____
6. _____
7. _____

PREGUNTAS PARA DISTRIBUIDORES NO PRODUCTORES.

24) ¿Cómo se da el proceso de compra con los campesinos del municipio?

25) ¿Con qué frecuencia le compra productos a los campesinos del municipio?

- | | |
|--------------------------|------|
| Cada 8 días | ___1 |
| 2 veces por semana | ___2 |
| Cada 15 días | ___3 |
| Mensualmente | ___4 |
| Cada vez que hay cosecha | ___5 |

26) En cuanto a **CALIDAD**, ¿cómo se comparan los productos locales con los productos externos?

27) En cuanto a **PRECIO**, ¿cómo se comparan los productos locales con los productos externos?

28) En cuanto a **DISPONIBILIDAD**, ¿cómo se comparan los productos locales con los productos externos?

Entrevista Semiestructurada

1. ¿Por favor me podría describir brevemente su vereda?
2. ¿Cuáles son las actividades económicas a las que se dedican los habitantes de esta vereda?
3. ¿Cómo es la situación socioeconómica de la población dedicada a la agricultura en la vereda?

Objetivo 1.

4. ¿Cuáles son los productos cultivados en la vereda?
5. ¿En general cómo se produce en la vereda?
6. ¿La producción agrícola se concentra en algún sector específico de la vereda?
7. ¿Cómo realizan el proceso de comercialización los productores de la vereda?
8. ¿Al interior de la vereda se presentan procesos de comercialización entre familias, grupos, u otros? ¿Hay procesos de asociatividad en la vereda?
9. ¿En cuanto a vías e infraestructura como considera que se encuentra su vereda? (Acopio, transformación)
10. ¿Cuáles son los medios de transporte utilizados a nivel local y regional para movilizar productos agrícolas? ¿considera que son suficientes y adecuados?
11. ¿Qué piensa de la plaza de mercado? (funcionamiento, estado infraestructura, clientes)
12. ¿Qué actores institucionales hacen presencia en la vereda y que funciones cumplen?
13. ¿Cuáles son los problemas de producción y comercialización presentes en la vereda?

Objetivo 2.

14. ¿Cómo era en términos productivos la vereda hace 20 años 1995, como ha cambiado la vereda y a que se deben estos cambios?
15. ¿Cómo ha sido el proceso de parcelación (división de predios) en la vereda?
16. ¿En su vereda como ha sido la dinámica de la construcción y urbanización?
17. ¿En su vereda existen fincas que podrían ser productivas, pero no están siendo utilizadas en este momento?
18. ¿Cómo ha sido el crecimiento de la población en la vereda en los últimos 20 años? ¿de dónde proviene la nueva población?
19. ¿cree usted que el turismo ha transformado al municipio de La Vega y a la vereda? ¿por qué?
20. ¿Qué opina del incremento turístico y su relación con las actividades agropecuarias en el municipio de la Vega?
21. ¿Qué beneficios y problemáticas cree ha traído el crecimiento del turismo al municipio de La Vega? ¿a los campesinos del municipio?

Objetivo 3.

22. ¿existen productos emergentes o nuevos que estén comercializando los productores locales?
23. ¿conoce usted de productos de la vereda que se comercialicen en municipios vecinos o Bogotá? ¿Cómo es este proceso?
24. ¿hay presencia de intermediarios o acopiadores en la vereda? ¿Cómo son las relaciones con ellos?
25. ¿La alcaldía municipal u otra institución adelanta programas para incentivar la comercialización?
26. ¿Participa la vereda en mercados campesinos locales, regionales o departamentales?
27. ¿en la vereda hay iniciativas de transformación de productos agrícolas? (Lácteos, panela o café especial)

Objetivo 4.

28. ¿Considera que la vereda es autosuficiente en la producción de algún alimento?

29. ¿En esta vereda se desarrollan o han desarrollado programas que incentiven el autoconsumo de alimentos?
30. ¿alguna institución fomenta la capacitación en buenas prácticas de producción, inocuidad y calidad en los alimentos que se producen?
31. Por las condiciones geográficas, climáticas y de suelos. ¿Usted considera que es posible tener una mayor diversidad de cultivos en la vereda?
32. ¿desde la alcaldía se hace presencia en la vereda con programas de gestión del riesgo, apoyo a la generación de ingresos, alimentación escolar y ayudas alimentarias a población vulnerable?
33. ¿En alguna época del año considera que haya habido desabastecimiento de algún producto?

Formato de toma de precios productos agrícolas perecederos

	Producto	Unidad de Venta	Distribuye este producto (Si/No)	Precios de venta al público		
				Supermercado	Plaza de Mercado	Autopista
Tubérculos y plátanos	Papa común	Lb				
	Yuca	Lb				
	Plátano	Lb				
Hortalizas	Tomate	Lb				
	Lechuga	Unidad				
	Cebolla cabezona	Lb				
	Cebolla Larga	Lb				
	Zanahoria	Lb				
	Habichuela	Lb				
	Ahuyama	Lb				
Frutas	Banano	Lb				
	Naranja Común	Lb				
	Mandarina	Lb				
	Aguacate	Lb				
	Guayaba	Lb				
	Limón	Lb				
	Papaya	Lb				
	Maracuyá	Lb				
	Piña	Lb				
Mango	Lb					

Fecha de registro: _____