

Evaluación de factores que afectan la comercialización de agro-productos de pequeños y medianos productores del Oriente Antioqueño¹

Gabriel Antonio Acevedo González², Jorge Alberto Palacio Martínez³

Recibido: 18 noviembre 2016 / Aceptado: 27 diciembre 2016

DOI: 10.22507/jals.v5n2a5

■ Resumen

Introducción. Los pequeños productores agrarios operan local e individualmente; compran caro sus insumos y venden barato sus productos, realidad que ha derivado en altos niveles de pobreza y migración. **Objetivo.** Evaluar de factores que afectan la comercialización de agroproductos de pequeños y medianos productores del oriente antioqueño. **Materiales y métodos.** Con el fin de encontrar una forma de organizar la comercialización agraria, que permita superar este escenario crónico, se realizó una investigación en veintitrés pueblos del Oriente Antioqueño, se procedió al análisis del perfil productivo y comercial de los campesinos de una parte, y de otra, la demanda urbana. **Resultados y conclusiones.** En cuanto a lo productivo, se encontraron aspectos relevantes que determinan el por qué son débiles en los mercados, frente a las oportunidades que plantea la demanda urbana. Sobresalen elementos como el fraccionamiento de la tierra, el pequeño volumen de oferta por unidad productiva, que operan con bajo nivel de asociatividad y de asistencia técnica; luego cada cual va por su lado, llegando a los mercados sin información, con muy poca capacidad de negociación y competitividad. En relación con la demanda urbana, el análisis arrojó, de un lado, alto consumo de frutas y verduras, y preferencia por comprar en plazas y puntos de venta especializados; de otro, el alto reconocimiento por la labor de los pequeños y medianos productores rurales o campesinos, e interés por apoyarlos, aspectos que plantean para ellos grandes oportunidades. Al confrontar las debilidades de los productores rurales en lo comercial, frente al tamaño de las oportunidades en el mercado local urbano, se deduce que es conveniente promover un sistema de comercialización asociativo, con alcance regional, y con un volumen de operaciones que lo haga sostenible.

Palabras clave: migración, campesinos, asociatividad, pobreza campesina, capacidad de negociación, competitividad.

¹ Derivado de la investigación La Asociatividad en los procesos de comercialización de productos de la Economía campesina del oriente antioqueño, financiada por el Politécnico JIC y con apoyo logístico de EPM, Secretaría de Agricultura de Antioquia, COREDI y las UMATAS. Se llevó a cabo en el periodo 2010-2012.

² Zootecnista, Mercadólogo, Esp. Mercadeo Agropecuario y Magíster Administración de Empresas (MBA), profesor asociado Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Correo electrónico: gabagon@gmail.com

³ Lic. Docencia Agropecuaria, Esp. Educación Ambiental, Magíster Educación y Desarrollo Humano. Profesor asociado Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Correo electrónico: japalacio@elpoli.edu.co



Evaluation to factors that affect the commercialization of the agricultural production of small and mid size farmers from the Antioquian Eastern region

■ Abstract

Introduction. Small farmers operate locally and individually. They buy supplies at higher prices and sell their products at lower ones. This reality has brought poverty and migration.

Objective. To evaluate factors that affects the commercialization of agricultural production of small and mid size farmers from the Antioquian Eastern region. **Materials and methods.** In order to find a way to organize the agricultural commercialization, aiming to get over this endless scenario, a research work was made in 23 towns in the Antioquian Eastern region, analyzing the production profiles of the farmers on one hand, and the urban demand of their production on the other. **Results and conclusions.** In terms of production, relevant aspects that determine the reasons why the markets are weak to face the opportunities generated by the urban demand were found. Elements such as the division of the land and the small offer level per production unit, as they operate with low associativity and technical assistance. Then every producer takes his/her own path, with not enough information when they arrive to the markets and also lacking negotiation capacity and competitiveness. Concerning the urban demand, the analysis demonstrated a high consumption of fruits and vegetables and preference for purchasing them in market places and specialized shops, on one hand, and, on the other, a great recognition to the small and mid size farmers' work and interest on supporting them. In these aspects there are

great opportunities. In terms of commercial weaknesses among the farmers and the size of the opportunities in the urban markets, the study concludes that it is convenient to promote an associative commercialization system with a regional reach and a number of operations that make it sustainable.

Key words: Migration, farmers, associativity, poverty, negotiation capacity, competitiveness.

Avaliação de fatores que afetam a comercialização de agro-productos de pequenos e médios produtores do Oriente Antioqueño

■ Resumo

Introdução. Os pequenos produtores agrários operam local e individualmente; compram insumos a mais altos preços e mais barato vendem seus produtos, realidade que há derivado em altos níveis de pobreza e migração. **Objetivo.** Avaliar os fatores que afetam a comercialização de agro-productos de pequeno e médios produtores do Oriente Antioqueño. **Materiais e métodos.** Com o fim de encontrar uma forma de organizar a comercialização agrária, que permita superar este cenário crônico, se realizou uma investigação em vinte e três cidades do Oriente Antioqueño, se procedeu à análise do perfil produtivo e comercial dos camponeses de uma parte, e de outra, a demanda urbana. **Resultados e conclusões.** Em quanto ao produtivo, se encontraram aspectos relevantes que determinam o por quê são fracos nos mercados, frente às oportunidades que apresenta a demanda urbana. Sobressaem

elementos como o fracionamento da terra, o pequeno volume de oferta por unidade produtiva, que operam com baixo nível de associatividade e de assistência técnica; logo cada qual faz seu caminho, chegando aos mercados sem informação, com muita pouca capacidade de negociação e competitividade. Em relação com a demanda urbana, a análise mostrou, de um lado, alto consumo de frutas e verduras, e preferência por comprar em lugares e pontos de venda especializados; de outro, o alto reconhecimento pelo trabalho dos pequenos e médios produtores rurais ou camponeses, e interesse por apoiá-los, aspectos que apresentam para eles grandes oportunidades. Ao confrontar as debilidades dos produtores rurais no comercial, frente ao tamanho das oportunidades no mercado local urbano, se deduz que é conveniente promover um sistema de comercialização associativo, com alcance regional, e com um volume de operações que o faça sustentável.

Palavras chaves: Migração, camponeses, associatividade, pobreza camponesa, capacidade de negociação, competitividade.

■ Introducción

El propósito con este artículo es socializar los resultados de la investigación acerca de la evaluación de factores que afectan la comercialización de agroproductos de pequeños y medianos productores del oriente antioqueño.

Uno de los mayores desafíos para el desarrollo económico del departamento de Antioquia está en el sector rural, el cual adolece de altos niveles de pobreza e indigencia, en un territorio que, sin embargo, posee un alto potencial agrario. Ante la pregunta «¿por qué son pobres los campesinos?», surge la necesidad de identificar las causas de tipo estructural y las no estructurales de tal situación. Esto con el fin de

definir en qué campo de acción se puede lograr un impacto significativo de mejora en la calidad de vida de los campesinos, lo cual constituye el objetivo central de esta investigación.

Como lo plantea Giovenardi (1993), los campesinos, especialmente los pequeños productores —que son la mayoría— históricamente han operado en forma individual y esta es una de las razones por las que han estado marginados de los mercados en los cuales sus productos tienen mayor precio, y el sistema actual de comercialización no facilita su acceso, ya que son preferidos proveedores con mayor capacidad de respuesta. Un campesino solo, logra acceder a mercados locales y a acopiadores mayoristas, lo que ha consolidado su pobreza y migración.

La situación problemática que dio origen a este estudio fue la baja competitividad de los campesinos, uno de los factores generadores de bajos ingresos y desmotivación. Los pequeños productores rurales y su entorno socioeconómico conforman la llamada economía campesina (EC), y se caracteriza por sus pequeñas parcelas de producción diversa enfocada al autoconsumo, y con pequeños excedentes para la venta. Es un entorno lleno de incertidumbre y confusión acerca del futuro, como lo plantea Gómez (1999) con la teoría del Almendrón, con la cual se trata de identificar lo fundamental del modelo de sociedad de Colombia, caracterizada por la creatividad para sobrevivir, pero a la vez al exceso de individualismo que impide acuerdos colectivos.

El sistema de EC, en la mayoría de los casos, es expulsor permanente de personas, porque no es capaz de sostener el crecimiento poblacional, dada su baja capacidad para generar ganancias y expectativas favorables para posibilitar un proyecto de vida digno e interesante para los jóvenes.



Por su parte, Serje (2006) explica el proceso de conformación de la EC como resultado de un enorme proceso migratorio, de expropiaciones y desplazamientos, lo que es complementado por Reyes (2009) al decir que la mayoría de estos predios se ubican en zonas de ladera de los pueblos andinos donde se desarrolla una agricultura tradicional.

Al mismo tiempo, cuando se trata de identificar las causas estructurales de la baja competitividad de los productores rurales en la EC, se encuentran aspectos relacionados con el sistema de producción y actividades conexas, con el abandono del Estado, aspectos ambientales, entre otros. Por otro lado, los productores manifiestan que su problema central radica en la comercialización, ya que generalmente no logran un precio justo, y así no vale la pena invertir; ni siquiera producir (Acevedo y Palacio, 2011).

Este planteamiento logrado desde el diálogo con los productores es el punto de partida para analizar el perfil productivo y comercial, y el potencial de demanda urbana. Para ello se elige la subregión del Oriente Antioqueño, conformada por veintitrés municipios. En el campo metodológico, se hizo un muestreo aleatorio estratificado entre los productores que viven de esta actividad; de la misma manera se procedió con los habitantes urbanos de la subregión.

Una aproximación a la caracterización de los productores agrarios en ambientes de economía campesina (EC)

Es importante comprender el entorno en el cual se desarrolla la vida de los productores rurales, para identificar sus reales necesidades y preocupaciones. El Censo Nacional Agropecuario permitió saber que los pequeños productores están dispersos, con poca intercomunicación, un 20 % de los residentes no tiene ningún

nivel educativo (DANE, 2015), en contraste con un 3,6% urbano (DANE, 2011); solo un 30% son propietarios (Arango, 2005), mientras el resto son tenedores de tierras en posesión (aparceros, arrendatarios y colonos). Carecen de información acerca del comportamiento de los mercados y no cuentan con asistencia técnica estratégica que consulte su realidad económica y los oriente en cuanto a qué, cuánto y cuándo producir, y no solo al cómo que es lo frecuente en el accionar de las entidades estatales y ONGs que apoyan actividades rurales; así mismo, cuentan con pequeños volúmenes y con calidad muy heterogénea. A todo lo anterior se suma la carencia de motivación y capacidad para invertir y aceptar mejores tecnologías, dada la baja o nula rentabilidad; expresan prevención y desconfianza, ya que no se sienten apoyados (diarios de campo del autor). Estos y otros factores hacen que el campesino sea poco productivo y débil cuando accede solo a los mercados.

Lo expuesto hasta ahora da cuenta de que este tipo de productor tiene muy poca capacidad de negociación; por eso, solo tiene acceso a mercados locales, mercados que generalmente presentan baja capacidad de compra y sobreoferta frecuente, lo que implica bajos precios e situación determinante en las condiciones de la población rural, como un nivel de pobreza multidimensional del 46%, con picos por departamento del 85%, e indigencia del 18% (DANE, 2015; Arenas, 2008). Estos datos son generales para la población rural colombiana, siendo peores para la población en EC, lo que constituye un «drama» nacional, generador de desplazamientos permanentes, muchos de los cuales se camuflan con migraciones forzadas por la violencia (Acción Social, 2010).

Para el caso Oriente Antioqueño, la pobreza campesina en los pueblos más alejados sigue casi igual en décadas, con los siguientes indicadores:

Tabla 1. Población rural pobre y en miseria del Oriente Antioqueño

Subregión	Pobreza	Miseria	Total
Subregión Valle de San Nicolás	33,6	10,1	43,7
Subregión Bosques	42,9	51,8	94,7
Subregión Aguas	53,0	40,3	93,3
Subregión Porce-Nus	49,4	43,7	93,0
Subregión Páramo	51,6	45,2	96,8
Total región	41,9	28,4	70,4

Fuente: DAP, sistemas de indicadores e información nuevo Sisbén. Tomado de Ríos (2008).

Los datos anteriores son monitoreados y analizados continuamente por la Corporación Autónoma Regional Rionegro, Nare-Cornare, dado que es un motivo de preocupación, por cuanto tiene relación directa con la sostenibilidad ambiental. Estos indicadores son altos en una región cercana a un importante centro de consumo como es el Área Metropolitana de Medellín; de ahí, que pueda ser peor en regiones más alejadas y con graves consecuencias en incremento de emigración campesina.

Por otra parte, Ibáñez (2009) dirigió un estudio en el 2004 en el cual se entrevistó a 2322 hogares de desplazados de todo el país y encontró que el 78,3% consideraron su migración como algo definitivo. La decisión que plantean los desplazados, es de tipo racional, donde el mensaje es que si no ven esperanzas, entonces no vale la pena volver. También encontró que el 90% de los municipios de Colombia, son expulsores de desplazados por causas diversas. De este porcentaje solo algunos se reportan a los sistemas de registro del gobierno, como desplazados por la violencia. Los que no lo hacen, tienen otros motivos y aunque es difícil saber cuántos emigraron acosados por la pobreza y en busca de un mejor futuro en la ciudad, es probable que sean la mayoría, lo que se deduce de los altos niveles de pobreza y miseria reportados en muchos pueblos agrarios.

Los pequeños y medianos productores agrarios que insisten en continuar produciendo, tienen que enfrentar grandes dificultades, altos costos y riesgos para vender sus productos, por lo que muchos campesinos prefieren venderle a un acopiador veredal y no buscan comercializar a mejores precios sus productos. De modo que comercializar es el cuello de botella para el campesino, como lo afirma Reyes (2009) cuando plantea que el problema central de las zonas de minifundio son los términos de intercambio con el mercado urbano (comercialización).

El panorama general es, entonces, un desarrollo rural totalmente desigual, donde la diferencia en gran medida se debe al acceso a mercados, tanto de insumos, como de producto terminado. A ello se suman los apoyos deficitarios del Estado, según Forero (2003). El campesino es el menos favorecido, el que más barato vende y el que más caro compra, de manera que no es posible ser rentable, competitivo, y sostenible, operando individualmente. Otro elemento a tener en cuenta es que la estructura de la economía campesina hace necesaria una mezcla de intermediarios, situación en donde algunos de estos intermediarios no agregan valor en el proceso y solo encarecen el producto, haciendo que el precio de compra al productor sea solo un 10% o 20% del precio que paga el consumidor final.

Además de las limitaciones estructurales, la comercialización en los mercados actuales requiere labores que no son viables para un campesino solo y sin recursos; entre otras, cabe señalar: acciones logísticas (acopio, secado, selección, clasificación, empaque, etiquetado, almacenamiento, distribución, sistemas de facturación), ventas multicanal, algunas licencias y certificaciones para operar, búsqueda de información de mercados, entre otras. Estas condiciones plantean la necesidad de contar con una organización empresarial asociativa, con la fuerza suficiente para apoyar a miles de productores que padecen el problema.



Es importante recalcar que para apoyar a los pequeños y medianos productores agrarios, se requiere ir más allá de los procesos de intercambio y ejercer una intensa labor de mercadeo, lo que es fácil para una empresa grande, pero casi imposible para un pequeño productor. El mercadeo permite vender los productos correctos, en los mercados más convenientes, al mejor precio posible, lograr posicionamiento de marca del producto y del origen, y por ende, preferencia. Este proceso es indispensable para romper el ciclo generador de pobreza que padece el campesino.

■ Materiales y métodos

Delimitación espacial: los estudios acerca del perfil productivo y comercial y demanda urbana, comprendió veintitrés municipios del altiplano Oriente Antioqueño, a saber: Guarne, San Vicente, Marinilla, Santuario, Granada, Carmen de Viboral, Rionegro, El Retiro, La Ceja, La Unión, Sonsón, Abejorral, El Peñol, San Carlos, Alejandría, Concepción, Argelia, Nariño, Cocorná, San Luis, Guatapé, San Francisco y San Rafael. Se eligió el altiplano oriente antioqueño para continuar un trabajo iniciado con el segundo laboratorio de paz, promovido por la Unión Europea y el Gobierno Nacional. Se trabajó en el estímulo de la producción agroecológica, quedando el vacío de la comercialización. Además, la zona facilita el estudio, porque los municipios tienen características comunes y están cercanos unos de otros.

Tipo de investigación: se realizó una investigación descriptiva, con un componente complementario de tipo cualitativo, conformado por observación participante.

Instrumentos para recolección de información: se aplicó encuesta a una muestra estadísticamente representativa de pequeños productores agrarios, y a otra de amas de casa urbanas de los veintitrés

municipios seleccionados y aludidos.

Observación participante: se asistió a reuniones de juntas directivas, asambleas de asociados, a un foro regional con treinta y ocho delegados de los veintitrés municipios, a reuniones del comité interinstitucional de apoyo; a dos ferias comerciales con participación de veintidós municipios, en el Parque Pies descalzos de la ciudad de Medellín.

Población y muestra: para la encuesta a pequeños productores, se tomó como universo las familias campesinas que se dedican a la producción agropecuaria en los veintitrés municipios (22.545 familias, tomado del DANE 2005), siendo la muestra representativa de 221 campesinos. Para la encuesta a amas de casa, se partió de un universo de 79.787 familias, y se aplicó a una muestra representativa de 321, con muestreo aleatorio estratificado proporcional; luego se aplicó una sub-muestra predeterminada en el área urbana de cada municipio.

Personas que participaron en el proceso: los investigadores contaron con la colaboración de algunas instituciones interesadas en el tema, a saber: la División de medio ambiente y asuntos agrarios de las Empresas Públicas de Medellín, la Compañía de Empaques S. A., la Secretaría de Agricultura de Antioquia —División Comercial—, Cornare, Corporación para la Educación Integral (Coredi) y directivos de los municipios.

Recursos disponibles: además del apoyo logístico de las empresas citadas, se contó con espacios y recursos del Politécnico Jaime Isaza Cadavid, entidad en la cual laboran los investigadores, y el apoyo del grupo de investigación en Gestión del Desarrollo Agrario (Gestiagro) de la misma Institución.

■ Resultados

Se presentan los resultados más relevantes en cada componente de la investigación, como un consolidado del grupo de municipios para lograr un panorama regional. El análisis por municipio puede consultarse en la Biblioteca de la IES Politécnico Jaime Isaza Cadavid o con los autores.

Encuestas a pequeños y medianos productores agropecuarios

La unidad muestral estuvo representada por productores que viven de la producción agropecuaria y que reportaron los siguientes resultados consolidados:

- Venden sus productos en un 80% a mayoristas, proporción similar a la de las asociaciones, lo que tiene relación con la inconformidad ante el precio logrado, por lo que el 48% lo considera entre bajo y muy bajo, y el 52% apenas adecuado, lo que deja la sensación de conformismo o desinformación.
- El 74% no pertenece a ninguna asociación de productores, lo que concuerda con los resultados reportados por el Censo Nacional Agropecuario, y muestra la alta vulnerabilidad al operar individualmente. En el diálogo directo, manifiestan que no encuentran beneficios en asociarse a un grupo que no resuelve los problemas, ya que la mayoría de asociaciones no hacen negocios; pero al ser consultados acerca de si les gustaría pertenecer a una organización solidaria grande y con capacidad para enfrentar los mercados de alto valor, el 83% respondió de modo afirmativo, con la esperanza de que esto le facilite la venta, le dé seguridad en las operaciones comerciales, y pueda mejorar el precio. Esto indica la incertidumbre que tiene el productor a la hora de sacar al mercado sus productos, fruto de los abusos a los que ha sido sometido.

- Dadas las difíciles condiciones de la producción y la comercialización, los pequeños productores expresan que se solo están sembrando un 17% de la tierra, pero el 89% de los productores estaría dispuesto a incrementar el volumen de producción, si le garantizaran la compra de la producción, y un precio justo.

- El 65% no recibe asistencia técnica de ninguna institución. No obstante, con quienes sí la reciben, acceden a visitas eventuales para atención de emergencias, visitas de control por gremios, visitas de empresas comerciales, entre otras. Las Umatas y Secretarías de Agricultura de los pueblos solo llegan al 12,7% de los pequeños productores y con una frecuencia de cada 6,6 meses.

- En el proceso productivo utilizan insumos químicos para fumigación en 91,5% y abonos en 78,8%. Consideran que es poco viable abandonar el sistema actual por el agroecológico, ya que los compradores no valoran el beneficio de un producto limpio, y ofrecen el mismo precio que para un producto de síntesis, razón por la cual no se justifica asumir un mayor nivel de riesgo en las cosechas.

Encuestas sobre demanda de productos agrícolas por la familia urbana del Oriente Antioqueño

La intención al aplicar esta encuesta fue confrontar la oferta y la demanda local con el fin de observar la viabilidad de empresas asociativas locales, ya que en muchos pueblos los productos de los campesinos viajan a granel a las centrales de abastos y luego regresan en manos de los comerciantes a un precio mucho mayor. Se encontró que la compra de frutas y verduras (Fruver) es en promedio estimado/familia/mes de 105 kg, superior a los niveles mínimos sugeridos por la Organización de Naciones Unidas para la



Alimentación y la Agricultura (FAO), dado que es una zona productora. Los lugares preferidos para comprar, en su orden, son: la plaza de mercado, el punto de venta especializado (Fruver) y el supermercado. Al consultar si el punto de venta especializado fuera directo de los campesinos, el 97,6% de las amas respondió que lo preferirían, lo que muestra una solidaridad potencial que plantea una gran oportunidad.

Por otra parte, el 96,4% expresa que no consume productos orgánicos porque no están disponibles, nadie los promociona y no sabe dónde conseguirlos. También, el 84,4% manifiesta estar dispuestas(os) a pagar un precio más alto, ya que entienden que la producción limpia implica sobrecostos de producción. Es claro que hay sensibilidad al respecto, pero no sistemas de oferta accesibles, ni las campañas promocionales requeridas.

■ Discusión

Para Rosenzweig (1987), la dinámica normal de la economía implica que a la población campesina le sucedan tres cosas: que algunos sigan produciendo y comercializando en condiciones desventajosas; que otros se conviertan en asalariados o jornaleros de las empresas agrarias modernas; que otros emigren hacia las áreas urbanas. Esto ha venido ocurriendo, pero este trabajo permite sugerir que algo se puede hacer para que los que quieren seguir produciendo, lo hagan en condiciones decorosas.

Lacki (2006), es contundente en su apreciación sobre la necesidad de que los campesinos se asocien como requisito para permanecer produciendo. El estudio muestra una importante actividad asociativa, pero a muy pequeña escala, puesto que las asociaciones nacen y mueren permanentemente, lo que genera prevenciones y miedo de intentar de nuevo.

La información obtenida permite pensar que la solución de los problemas de producción, procesamiento y comercialización de los campesinos, requiere de procesos asociativos sin ánimo de lucro, razón por la cual se sugiere la realización de una investigación sobre el sistema asociativo existente en la región y su impacto en la solución del problema a nivel regional, la cual se llevó a cabo casi simultáneamente (Acevedo, 2011).

Otra alternativa desde la óptica privada y que aplica para productores ubicados cerca a grandes empresas agroindustriales o comercializadoras, sería la realización de alianzas estratégicas de la empresa con los productores o sus asociaciones, como ocurre en los subsectores de producción de pollo, engorde de cerdos, producción de caña, de palma de aceite, entre otras. Esta modalidad se refiere a producción por contrato, con precio negociado a futuro y con apoyo técnico, financiero y logístico por parte de la empresa integradora. Este modelo cumple con la aspiración del productor, que es la garantía de compra y a precio justo. También forman parte de esta opción, las alianzas público-privadas promovidas desde el Ministerio de Agricultura y las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que hacen algunas empresas, lo que es conocido como empresas Ancla.

Hay acuerdo entre muchos autores en que el contexto general de la EC hace que la mayoría de los pequeños productores vivan en condiciones de pobreza y miseria, lo que puede derivar en migración, protestas, deterioro ambiental, abandono de tierras, que en las condiciones actuales de estos territorios no es posible retener a las nuevas generaciones, porque, dado el grado de fragmentación de la tierra, baja productividad, poca generación de ganancias, para citar algunos, no ofrece oportunidades atractivas a los jóvenes, quienes deciden emigrar.

Lograr permanencia del campesino en su territorio, es perentorio, dado que los pequeños productores juegan un papel clave en la seguridad alimentaria del país, en el sostenimiento ambiental, en el mejoramiento paisajístico, en el mantenimiento de la cultura campesina. Esta reflexión plantea la urgente necesidad de formular estrategias que mejoren en modo sostenible la calidad de vida del campesino, para hacer viable su permanencia. Esto significa mejorar, entre otras necesidades, sus ingresos, la infraestructura y los servicios de apoyo Estatal. De modo que los campesinos aislados son débiles para enfrentar los mercados; de allí la necesidad de las diferentes formas asociativa, lo cual es respaldado por

Los escenarios actuales, matizados por la globalización de la economía, han permeado la conciencia de los productores, quienes poco a poco están entendiendo que tienen que operar asociativamente; sin embargo, no saben cómo. A esto se suma el potencial creciente de demanda urbana, lo que hace viable el montaje de puntos de venta directa. Estas condiciones se perciben como un ambiente propicio para los grandes emprendimientos en producción y comercialización.

De la experiencia de la subregión Oriente Antioqueño, se deduce que es necesario desarrollar estrategias de alto alcance regional, en vez de miles de acciones puntuales, sin visión de futuro, insostenibles e intrascendentes.

■ Conclusiones principales

En definitiva, se encontró que las cifras de pobreza y miseria rural planteadas para el Oriente Antioqueño, y que pueden ser similares para otras subregiones del país, sugieren la necesidad de un análisis profundo de otras causas estructurales, de orden socioeconómico y de presencia del Estado. También fue posible

evidenciar que el campesino minifundista es el que más barato vende, por ser el primer eslabón en la cadena de comercialización; y el que más caro compra por ser el último en la cadena de abastecimiento. De allí, la dificultad para ser competitivo, y sostenible, si opera de forma individual.

Por otro lado, la mayoría de amas de casa manifestaron su aspiración a un almacén especializado en Fruver, cómodo, diferente, donde prime el respeto, la buena atención, la variedad y servicios diferenciados que las motive a volver, preferiblemente, si es punto de venta directa de los campesinos, intención que manifestaron la mayoría de los entrevistados.

En definitiva, los productores tienen claro que necesitan enfrentar el tema de la comercialización, que es uno de sus problemas estructurales, pero no tienen claro como lo deben hacer. Además, plantean otras de sus principales necesidades, y algunas de las más sentidas están relacionadas con déficit de capital, de asesoría comercial con acompañamiento permanente, de capacitación en liderazgo y asistencia técnica. No obstante, manifiestan que están cansados de ser convocados a hablar de fortalecimiento productivo y a recibir capacitaciones, mientras los problemas estructurales permanecen vivos, por lo que reclaman soluciones de verdad.

■ Referencias

Acevedo, G. y Palacio, M. (2011). *La asociatividad en los procesos de comercialización de productos de la economía campesina del oriente antioqueño*. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Medellín..

Acevedo, G. (2011). *Problemas de Asociatividad que limitan la comercialización agraria de los pequeños productores del oriente antioqueño*



(Trabajo de grado para optar el título de MBA), U. de Medellín. Medellín.

Arango I. (2005). *Estructura económica colombiana*. Bogotá DC.: Mc. Graw Hill.

Arenas B. (2010). *Por un nuevo rumbo*. Bogotá DC.: Portafolio.

Colombia. Acción Social. (2010). *Desplazamiento forzado en Colombia*. Recuperado de <http://www.acnur.org/t3/uploads/pics/2821.pdf?view=1>

Colombia. Departamento Nacional de Estadística. (2005). *Censo 2005*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co>.

__. (2011). *Encuesta de calidad de vida 2011*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co>

__. (2015). *Censo Nacional Agropecuario de Colombia*. Recuperado de www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario.

Forero Á. (2003). *Economía Campesina y sistema alimentario en Colombia: aportes para la discusión sobre seguridad alimentaria*. Bogotá D.C.: Universidad Javeriana. Recuperado de https://www.google.com.co/#gs_rn=19&gs_ri=psy-ab&tok=haDkxFtd5ko3WGiBOVi5LA&c_p=75&gs_id=2&xhr=t&q. P. 12

Giovenardi, E.(1993). Estructuras de la pobreza en el agro. ¿Por qué son pobres los campesinos? Proyecto Col/87/003 (Programa de NU para el desarrollo (PNUD), OIT y Ministerio del Trabajo y Seguridad Social de Colombia. Serie Documentos Metodológicos de la DEP No. 1 (Desarrollo Empresarial Participativo).

Gobernación de Antioquia. *Plan Integral Único (PIU) para la población afectada por el desplazamiento forzado por la violencia en el departamento de Antioquia*, (2008). Recuperado de: <http://www.antioquia.gov.co>. p. 55-70.

Gómez B. H. (1999). El Almendrón. Comentario de *¿Para dónde va Colombia?*. Bogotá D.C., Tercer Mundo Editores.: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-863820>

Ibáñez I..(2009). *El Desplazamiento Forzoso en Colombia: un camino sin retorno hacia la pobreza*. Bogotá D.C., Ed. Universidad de los Andes.

Lacki, P. (2006). *El libro de los pobres rurales. Desarrollo agropecuario: de la dependencia al protagonismo del agricultor*. Curitiba - Paraná – Brasil. Recuperado de: <http://www.polanlacki.com.br/agroesp/indice.html>

Reyes P.(2009). *Guerreros y Campesinos. El despojo de la tierra en Colombia*. Medellín. Norma S.A.

Ríos, R (2008). *Persisten los altos niveles de Pobreza en el oriente antioqueño*. El Santuario Antioquia, Cornare.

Rosenzweig, F. (1987). *Reflexiones en torno de la Economía campesina*. Conferencia 10 de abril de 1987 .Biblioteca Manuel Gómez Morín de Ciudad México, en el 68° aniversario de la muerte de Emiliano Zapata.

Serje, M. (2006). *Geopolítica de la Ocupación Territorial de la Nación en Colombia*. Revista Gestión y Ambiente.9, (3), pp. 25.