

PROYECTO PRODUCTIVO DE PLÁTANO

(Guía Metodológica)

**Consortio Interinstitucional para una Agricultura
Sostenible en Laderas (CIPASLA)**
cipasla@yahoo.com

**Asociación de Beneficiarios de la Subcuenca
del Río Cabuyal (ASOBESURCA)**
agroempresas-rurales@cgiar.org

Caldono, Colombia, 2002.

COMITÉ DE AGROINDUSTRIA RURAL (COMITÉ AIR)
**CONSORCIO INTERINSTITUCIONAL PARA UNA AGRICULTURA
SOSTENIBLE EN LADERAS (CIPASLA)**
PROYECTO DE DESARROLLO DE AGROEMPRESAS RURALES
CENTRO INTERNACIONAL DE AGRICULTURA TROPICAL (CIAT)



CADENAS PRIORIZADAS

El primer paso en la metodología de PPIs es la selección de cadenas prioritarias para trabajar en una micro región dada con base en un estudio previo de opciones de mercado. En el caso del Comité AIR de CIPASLA, se seleccionaron cuatro cadenas partiendo de un estudio de mercado¹ efectuado en el año 1999 y usando un árbol de decisiones para dar un puntaje a cada producto. Según el estudio, los productos factibles para la zona se dividieron entre los que tiene una demanda con crecimiento alto, crecimiento medio y crecimiento bajo como se observa en la siguiente tabla.

Tendencias de los productos de la Microcuenca del Río Cabuyal

Crecimiento	Productos
Crecimiento alto	Mango, mora, naranja, plátano
Crecimiento medio	Lulo, piña, limón, papa, uva, granadilla, tomate chonto, pimentón, zanahoria, habichuela, pollo campesino, lácteos
Crecimiento bajo	Tomate de árbol, brócoli, pera, guanábana, coliflor, lechuga batavia, banano, guayaba, manzana, uchuva, cebolla cabezona, melón, coco, aguacate, maracuyá, frijol seco, remolacha, espinaca, frijol verde.

El árbol de decisiones tomó en cuenta los siguientes factores para priorizar los productos: (a) demanda del mercado, (b) factibilidad técnica y ambiental del producto, (c) factibilidad económica, (d) el nivel de organización existente, (e) el acompañamiento disponible o previsto y (f) la existencia o no del cultivo en la zona. Al final de este proceso, quedaron priorizadas las cadenas de: mora, pollos campesinos, plátano y anturios².

Dentro del Comité AIR de CIPASLA cada cadena cuenta con una entidad u organización que se compromete a acompañar y facilitar el proceso de diseño y puesta en marcha de los PPIs. Los compromisos institucionales quedaron de la siguiente manera:

Compromisos Institucionales Diseño e implementación PPIs

Cadena	Entidad responsable
Mora	CORFOCIAL
Plátano	CIPASLA y ASOBESURCA
Anturios	Corpotunía
Pollos Campesinos	CETEC
Lácteos	Corpotunia

¹ Izquierdo DA et al., 2000. Estudio de Mercados para Productos de la Economía del Pequeño Productor de la microcuenca del Río Cabuyal. Proyecto de Desarrollo de Agroempresas Rurales, Centro de Agricultura Tropical (CIAT), Cali, Colombia.

² De antemano el Comité AIR había seleccionado la cadena de productos lácteos como prueba piloto de la metodología PPI aunque no pasó por todo el proceso anteriormente descrito.

1. Contactos de mercados

La generación de información de mercados por cada producto viene de dos fuentes distintas: el estudio de mercado de Izquierdo et. al (2000) e investigaciones específicas llevadas a cabo por dos estudiantes en pasantía afiliados al Comité AIR.

En el anexo No. 1 se presenta la información de mercados perteneciente a la línea productiva del plátano.

Identificación de Actores

- *Indicar en que forma se identificaron los actores tenidos en cuenta en la formulación del PPI*

Por ser el plátano uno de los principales productos en la microcuenca del Río Cabuyal, es conocido su circuito económico en la región, por eso se identificaron productores (teniendo como base los agricultores y veredas participantes en el proyecto de Plátano cofinanciado por PRONATTA), además de los transportadores, un procesador de Pescador y los intermediarios.

- *¿Qué criterios se tuvieron en cuenta?*

Los principales criterios fueron que estuvieran dedicados o relacionados con la línea de producción, bien sea como productor, transformador, comercializador o consumidor, por otro lado también si presta algún servicio a la cadena como el transporte o la asistencia técnica.

- *¿De qué forma se les convocó?*

Con la colaboración de ASOBESURCA se entregaron invitaciones a productores ubicados en las veredas que participan en el proyecto del Programa Nacional de Transferencia de Tecnología Agropecuaria (PRONATTA), además de otras conocidas como productoras de plátano por tradición, igualmente se hizo promoción en las reuniones de ASOBESURCA y de construcción del plan de desarrollo del Municipio de Caldon.

- *¿Quiénes participaron y quiénes no?*

La participación en los talleres estuvo centrada en los productores, de entre 9 y 11 veredas por taller, quienes respondieron a la convocatoria. Lamentablemente no se contó con la asistencia de los intermediarios, transportadores y el procesador, entre otras causas posiblemente por que no se visualiza el trabajo conjunto para el mejoramiento de todos.

- Los que participaron, ¿en qué forma lo hicieron?.

Los productores participaron activamente en los talleres aportando sus conocimientos, experiencias y comentarios en la parte productiva y de comercialización del producto, buscando siempre compartir su criterio con los demás. También en los problemas propuestos se identificaron colectivamente, donde a pesar de que unas veredas no sufren determinado problema, si son conscientes de que otras lo padecen.

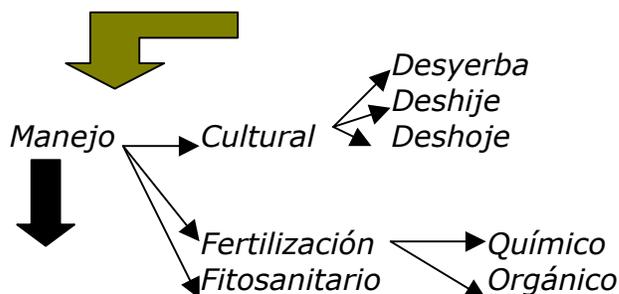
ANÁLISIS DE LA CADENA

a. Mapeo.

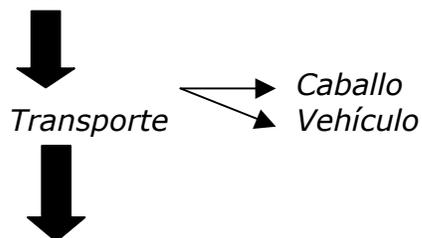
Corresponde al mapeo de la cadena realizado en el primer taller (mapa social), donde se miran las relaciones entre los actores de la cadena y las entidades y/o personas de apoyo y los datos acerca de la producción por cada actor (volúmenes).

VISIÓN CONJUNTA DE LA CADENA DEL PLÁTANO

ESTUDIO DE MERCADO → CAPACITACION AL NUCLEO FAMILIAR →
PREPARACION DEL LOTE → SELECCIÓN DE SEMILLAS (existen tipos de
semillas: tradicional *en in vitro*) → SIEMBRA (3 metros entre surcos y
2 metros entre plantas)



Poscosecha



COMERCIALIZACIÓN (plaza de mercado) → INTERMEDIARIOS →
CONSUMIDORES DIRECTOS

- De aquí se deriva un diagrama de formación de precios, teniendo en cuenta los costos de producción para los productores, (de ser posible para los intermediarios y comercializadores finales), así como los precios de compra y de venta para cada actor. Analizar esta información realizando un ejercicio de rentabilidad o margen bruto (ingresos – Egresos) para saber cuanto gana o interviene cada actor en el precio final.

MERCADO REGIONAL EN FRESCO (Racimos de Plátano)

Productor	Intemediario	Consumidor
Costo de producción \$	Precio de compra \$3000 – \$3500	Precio de compra: 4.000
Precio de venta: \$ 3000 - \$3500	Precio de venta \$ 3500 -\$4000	
Utilidad bruta:	Utilidad bruta: 17% al 33%	

MERCADO REGIONAL PARA PROCESAMIENTO (Racimos de Guineo/Guayabo).

Productor	Procesador	Intermediario	Consumidor
Costo de producción \$	Precio compra \$ 3.000	Precio de compra: \$20.000	Precio de Compra \$ 36.000
Precio de venta: \$	Precio de venta procesado: \$20.000 (80 bolsas x \$ 250 c/u)	Precio de venta: \$36.000 (80 bolsas x \$ 450 c/u)	
Utilidad bruta:	Utilidad bruta: 666 %	Utilidad bruta: 80 %	

b. Caracterización de actores de la cadena.

- Ubicación Geográfica. (donde están ubicados)

- Productores: de las veredas: El Socorro, El Caimito, La Llanada, La Campiña, Pescador, Crucero del Rosario, Campo Alegre, Ventanas, Los Quingos, El Darien, Santa Bárbara, La Venta.
- Intermediarios: Crucero de Pescador, Siberia, Santander, Mondomo.
- Procesadores: Crucero de Pescador.

- Su rol dentro de la cadena (que función(es) cumple: producción, procesamiento, apoyo, asesoría, comercialización, transporte, etc.).

- Productores: Siembran, cultivan y venden el plátano en racimos.
- Intermediarios: Compran la producción a los productores y la revenden al consumidor final o a otro comercializador, según su ubicación.
- Procesadores: Compran racimos de plátano (plátano guayabo) y los transforman en tajadas que las fritan y empacan en bolsa plástica.

- Nivel de organización (que grado de organización tiene cada actor, o si no existe) y tipo de organización (social, empresarial, etc.)

No se observa algún grado de organización en ninguno de los actores de la cadena, a pesar de que los productores participan en grupos de capacitación en algunas veredas como El Socorro, Ventanas, Crucero del Rosario y Campo Alegre.

- Capacidad Empresarial (que prácticas empresariales tienen como: administración, contabilidad, capacidad de gestión, mercadeo, etc.)

No se han desarrollado aún estas capacidades.

- Disposición para trabajar en conjunto (cuál es su percepción acerca de la voluntad de cada actor a emprender procesos de acercamiento para mejorar la cadena).

Los productores están muy interesados en iniciar procesos de acercamiento entre si y con los demás actores de la cadena, mas aún cuando los sondeos de mercado realizados les han mostrado buenas posibilidades.

Se sondeó la posibilidad de realizar acercamientos con el procesador de Pescador, señor José Aldemar Cantero, quién ha mostrado interés, siempre y cuando se trate de plátano guayabo.

- Posibles alianzas identificadas, describir actores y motivaciones. (Qué posibles alianzas se visualizan, entre quiénes, cuáles son los factores que hacen posible la alianza Ej: motivaciones como: mayores ganancias, acopiar mayor volumen, mejorar la calidad del producto, acceder a nuevos mercados, etc)

Esta última pregunta es muy importante ya que en el próxima taller o reunión con todos los actores de la cadena, se deben trabajar los acercamiento necesarios.

En la región se puede establecer una alianza con el procesador para garantizar un volumen a ofertar el cual, aunque es poco, es un buen comienzo para los productores si se le vende la idea de procesar no solo plátano verde, sino también maduro y sobremaduro.

Una vez se consolide la información de mercado del sondeo, se deben visitar y motivar estos posibles clientes para establecer alianzas con ellos, especialmente con COMFAMDI y LA 14, quienes han mostrado interés en comprar la producción del Río Cabuyal.

c. Sistema de apoyo e intervenciones pasadas

- Escribir el cuadro de intervenciones pasadas, construido con los actores.

Año	Evento	Participantes	Quiénes apoyaron	¿Qué hicimos?	¿Qué aprendimos?	¿Qué faltó?
GRUPO DE PRODUCTORES DE CAMPOALEGRE, LA VENTA, EL DARIÉN, YARUMAL						
1998	Gira a Montenegro, Quindío	19 Usuarios de las veredas de Yarumal, la Venta, Campoalegre, el Darién	SENA -CIPASLA	Asistencia técnica en las diferentes parcelas, se brindó capacitación a los agricultores	Manejos técnicos, Material in vitro, Conocieron que el bocashi es un elemento muy importante en la producción de plátano	Capacitación técnica referente al cultivo del plátano, Capacitación en el manejo de suelos Mercado, comercialización
GRUPO DE PRODUCTORES DE PLÁTANO - VEREDA EL SOCORRO						
1998	Gira	Se organizó un grupo de varios agricultores de esta vereda para fomentar la producción de plátano	SENA - CIPASLA	Acompañamiento técnico	Preparación de purines, Manejo de abonos orgánicos, A sacar plátano de buena calidad	Asistencia técnica, Manejo contable
GRUPO DE PRODUCTORES DE PLÁTANO - VEREDA CRUCERO DEL ROSARIO						
1998		Tres Grupos de productores de esta vereda	SENA-CIPASLA	Capacitación a los agricultores Técnicas de control fitosanitario	Obtener semilla de buena calidad Como se construye un invernadero	Capacitación técnica
GRUPO DE PRODUCTORES DE PLÁTANO VEREDA VENTANAS						
1998		21 Familias	Asesoría realizada por el técnico Raúl Belalcázar	Se sembraron parcelas de 1000 plantas	Control fitosanitario Fertilización Selección de semilla Manejo del terreno	Estudio de mercado Acompañamiento técnico
MARTÍN MEJÍA, PRODUCTOR DE PLÁTANO - VEREDA EL SOCORRO						
1993		Finca de Martín Mejía	Aprendió el manejo del cultivo gracias al SENNA	Selección de plantas y racimos por tamaño	Plan de fertilización Control fitosanitario	Mercadeo Asistencia técnica

- En la historia de las intervenciones, analizar ¿quién ha brindado apoyo y en qué temas?.

Los participantes resaltan el apoyo recibido por parte del proyecto PRONATTA, ejecutado por SENA –CIPASLA, el cual le ha brindado capacitación, investigación y manejo técnico del cultivo, en temas como preparados orgánicos, producción de semilla in vitro, selección de semilla, embolsado, control fitosanitario.

- Si la gente las ha catalogado como negativas, profundizar en el ¿por qué?

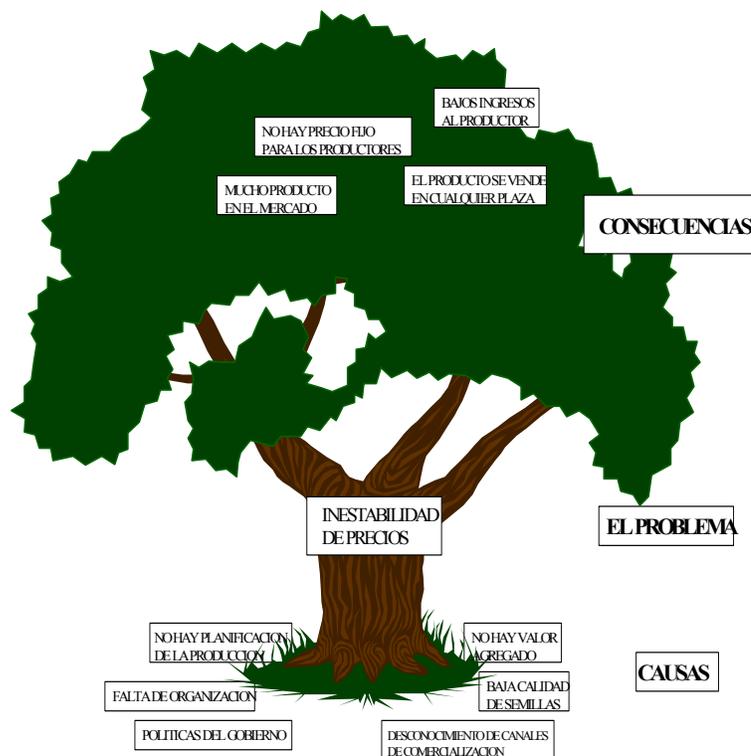
Ningún comentario hizo alusión a resultados negativos del acompañamiento.

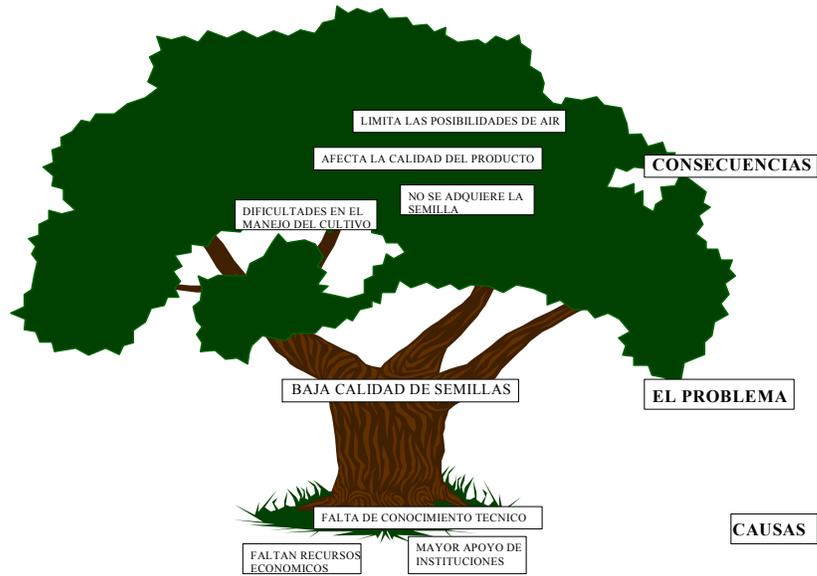
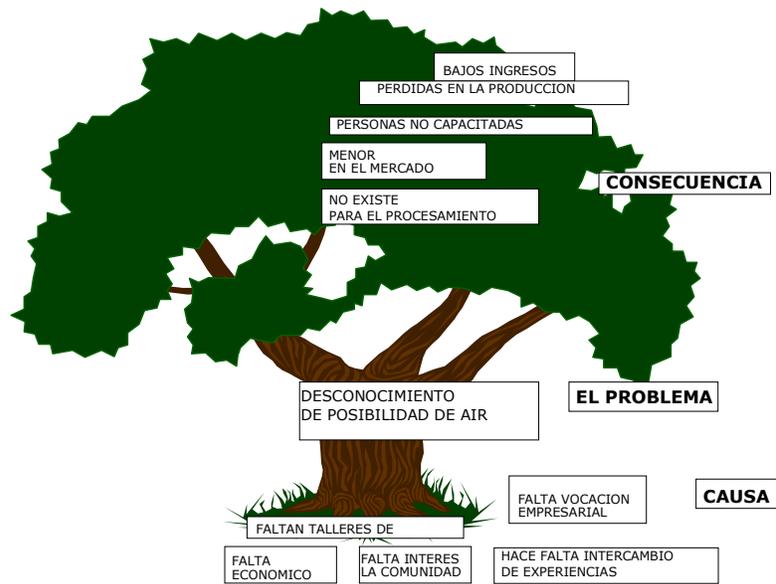
- Consignar los resultados de esas intervenciones en términos de logros y capacidad instalada (capacidad de la gente para hacer cosas sin los técnicos).

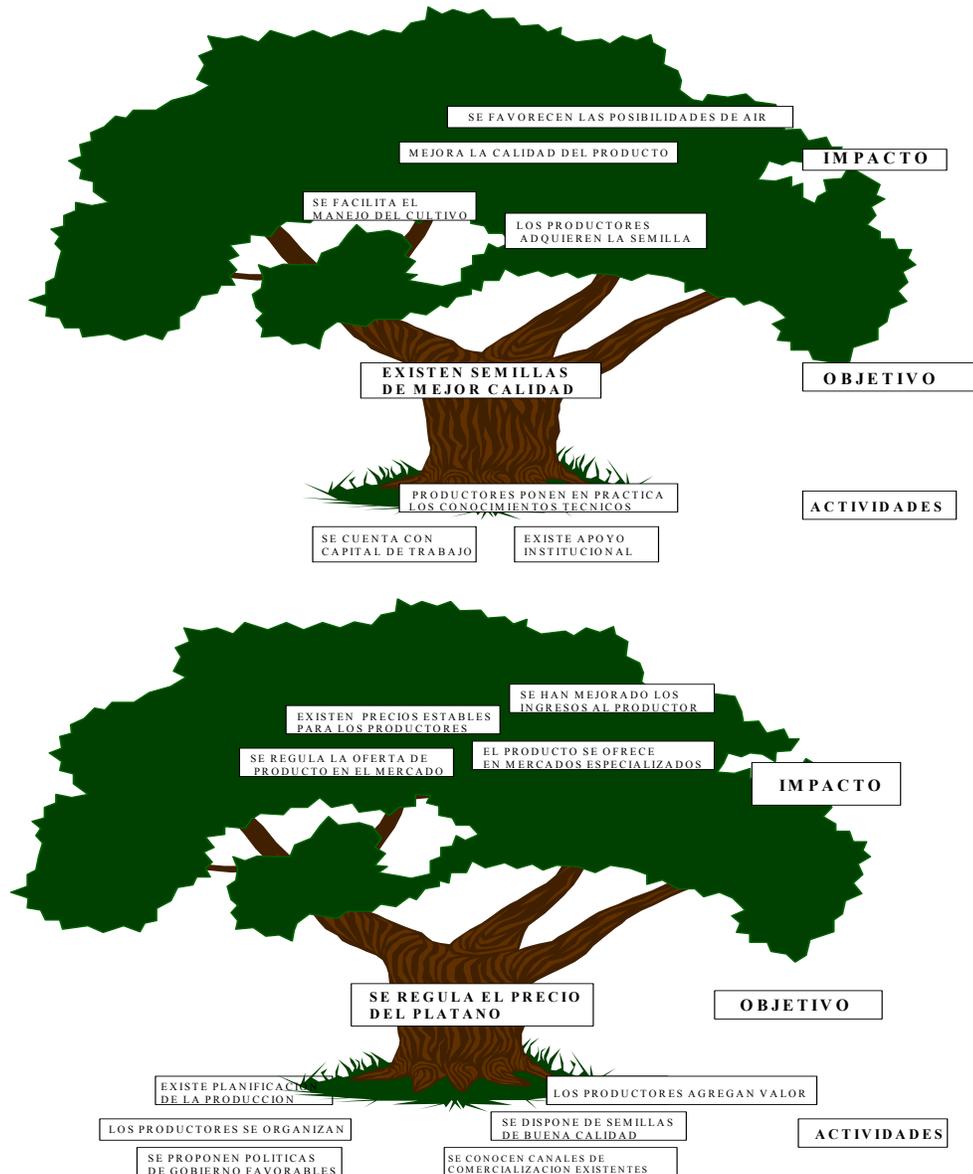
Los productores han hecho conciencia de la necesidad de producir plátano de buena calidad, para ello utilizan las técnicas aprendidas como el embolsado, las fumigaciones, la selección de semilla y hacen énfasis en la consecución de semilla

ANÁLISIS DE PUNTOS CRÍTICOS

- Transcribir los árboles de problemas construidos en los talleres.





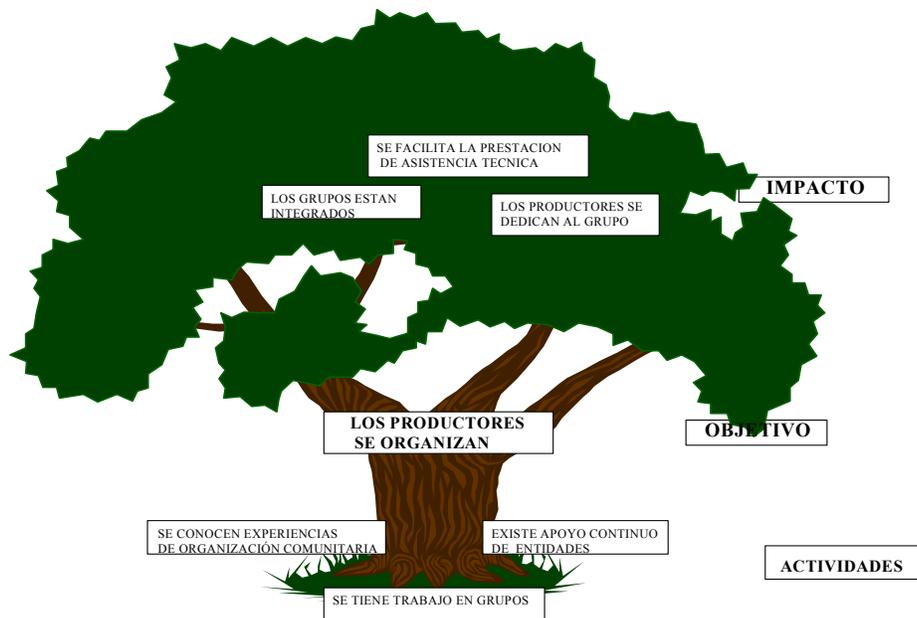
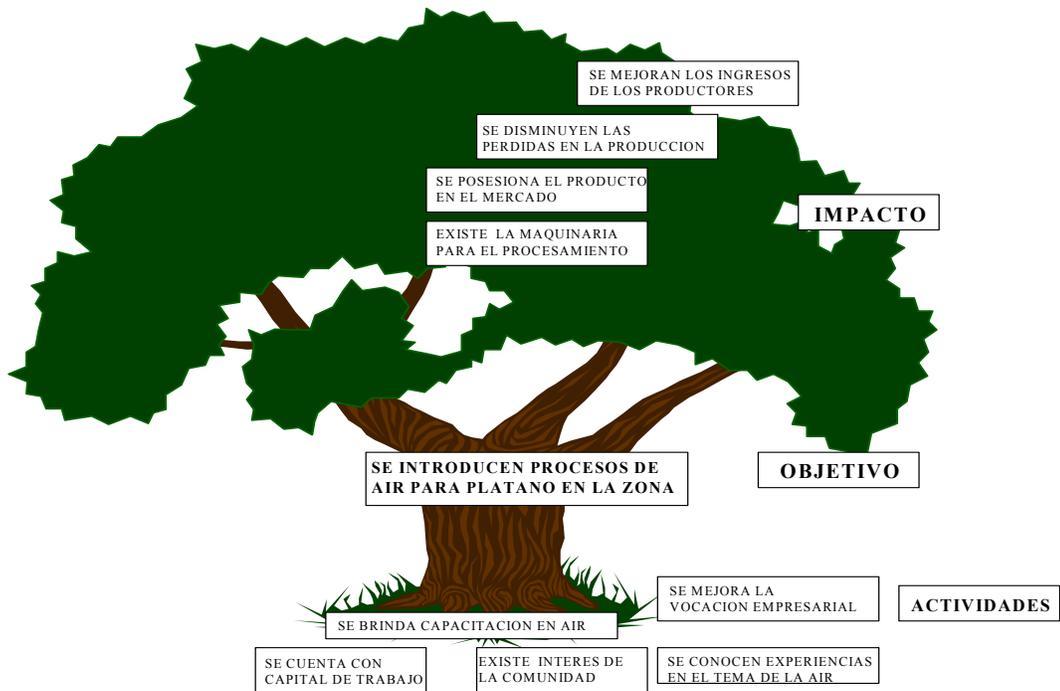


- Unificar los árboles en uno solo, para ellos se determina la relación que existe entre los problemas (p.e. si uno es causa o consecuencia de otro (s), cual es el problema central que puede ser la baja competitividad o productividad de la cadena u otro con base en los problemas identificados).

Los productores acuerdan que el encadenamiento entre los problemas identificados puede ser de la siguiente manera:

La falta de organización de los productores, no ha permitido que accedan a capacitación y se presenta baja calidad de las semillas que utilizan en sus cultivos, a causa de esto se desconocen posibilidades de agroindustria, ya que el plátano no es de buena calidad y esto conlleva a la inestabilidad de precios en el mercado.

- Transcribir los árboles de objetivos construidos en los talleres.



- Unificar los árboles en uno solo, para ellos se determina la relación que existe entre los objetivos (p.e. si uno es causa o consecuencia de otro (s), cual objetivo se debe conseguir primero para poder seguir con los otros, cual es el problema central que puede ser mejorar la competitividad o productividad de la cadena u otro con base en los objetivos identificados).

Los asistentes al taller visualizaron la unificación de objetivos de la siguiente manera:

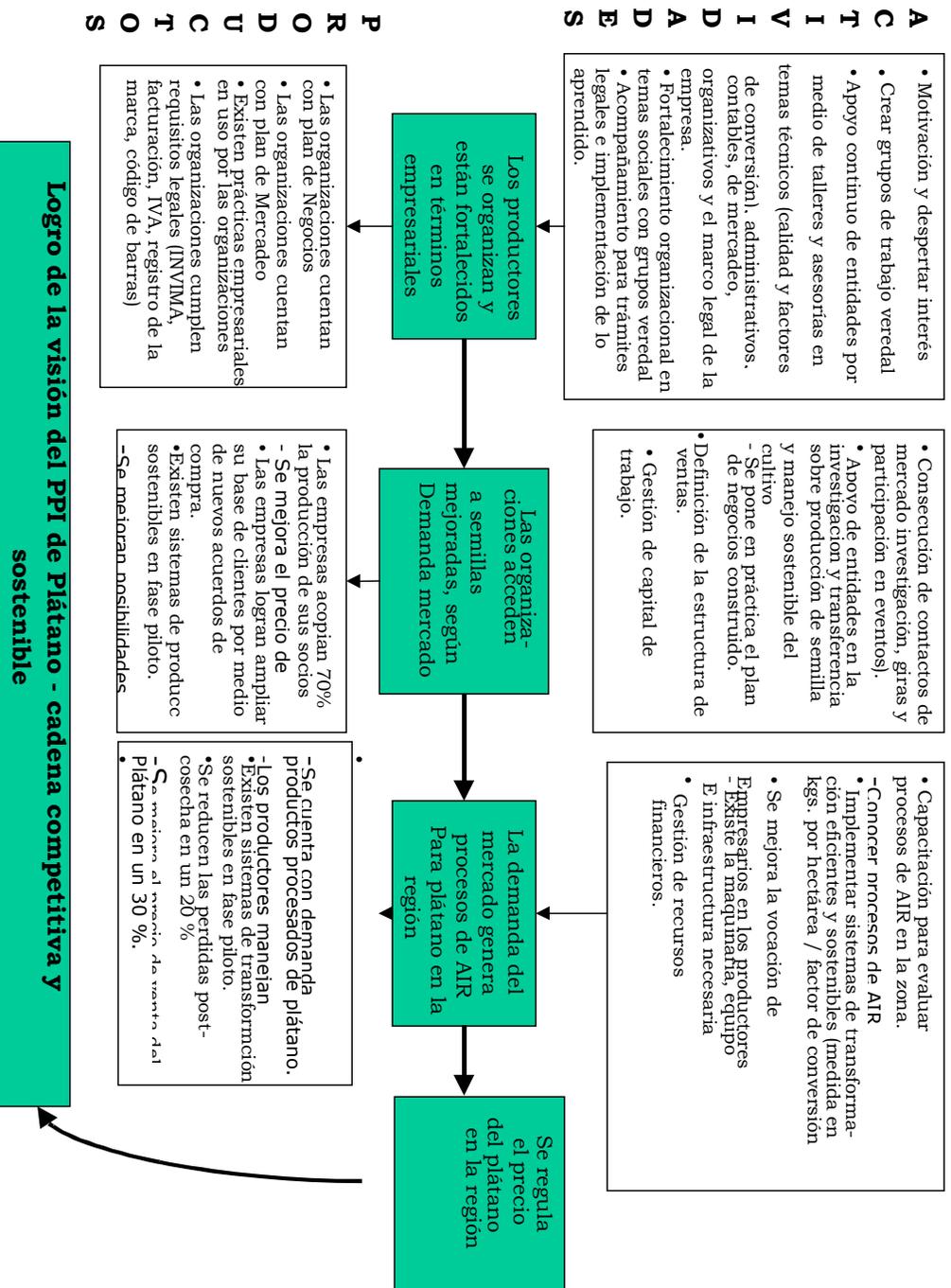
Si Los productores se organizan y al mismo tiempo se trabaja en la producción de semillas de mejor calidad, se logrará tener cultivos y producción suficiente y a buen precio para comenzar a introducir procesos de agroindustria en la región, con lo cual se espera que se regule el precio del plátano en el mercado.

- Cadena lógica de los objetivos: está muy relacionada con la anterior, indica el orden, de manera secuencial, en que se deben conseguir los objetivos, para conseguir el objetivo general que es resolver el problema central.

Ahora como cada objetivo tiene las actividades necesarias para resolverlo (se hizo en el taller con cada árbol de objetivos), estas se colocan como insumos o actividades a realizar y se determinan los resultados que esperamos conseguir como fruto del desarrollo de esas actividades.

Como ejemplo podemos seguir la cadena lógica construida por los asistentes al análisis de la cadena de lácteos.

Cadena Lógica PPI de Plátano



P R O D U C T O S

A continuación se describen los objetivos identificados y las respectivas acciones a realizar:

OBJETIVO 1: LOS PRODUCTORES SE ORGANIZAN

Actividad	Responsable	Tiempo
Motivación de productores	ASOBESURCA	Julio, agosto, septiembre
Despertar interés en organizarse	CIPASLA, ASOBESURCA	Julio, agosto, septiembre
Conocer otros grupos, experiencias	Proyecto PRONATTA, SENA, grupos existentes	Agosto, septiembre, octubre
Actividades para integrar la organización	CIPASLA, ASOBESURCA	Octubre 2001-2002
Capacitación en organización comunitaria	Proyecto PRONATTA, CIPASLA	Octubre 2001-2002
- Talleres		
- Videos		
- Cursos		
- Giras		

OBJETIVO 2: EXISTEN SEMILLAS DE MEJOR CALIDAD

Actividad	Responsable	Tiempo
Consecución de capital de trabajo		
Recursos propios	Productores	Septiembre 01 – Junio 02
- Créditos	Bancos- Proyecto CIPABESURCA	Septiembre 01 – Junio 02
- Apoyo de las entidades	Proyecto CIPABESURCA	
Existe apoyo institucional en el tema	Productores	
- Gestión ante entidades	Productores	Septiembre 01 – Octubre 02
- Presentar propuestas y proyectos	Productores - CIPABESURCA	Septiembre 01 – Octubre 02
- Giras Educativas	Proyecto CIPABESURCA	
Los productores ponen en práctica conocimientos adquiridos		
- Capacitación	Productores - CIPABESURCA	Septiembre 01 – Octubre 02
- Asesorías	Productores - CIPABESURCA	Septiembre 01 – Octubre 02
- Cursos	Productores - CIPABESURCA	Septiembre 01 – Octubre 02

OBJETIVO 3: SE INTRODUCEN PROCESOS DE AGROINDUSTRIA EN LA ZONA

Actividad	Responsable	Tiempo
Conocer otras experiencias de AIR en plátano	Proyecto CIPABESURCA	Enero – marzo 2002
Evaluación de oportunidades identificadas	Productores - Proyecto	Enero – marzo 2002
Capacitación AIR en plátano	Proyecto CIPABESURCA-SENA	Febrero-octubre 2002
- Talleres		
- Cursos		
- Videos		
Consecución de maquinaria, equipo e infraestructura apropiada	Proyecto CIPABESURCA, CIPASLA.	Febrero-octubre 2002
Mejorar la vocación empresarial de los productores	Proyecto CIPABESURCA, CIPASLA, productores	Febrero-octubre 2002

OBJETIVO 4: SE REGULA EL PRECIO DEL PLATANO EN EL MERCADO

Actividad	Responsable	Tiempo
Conocer canales de comercialización actual	CIPASLA (Comité AIR) Productores	
- Estudio de mercado		Mayo – julio 2002
- Gira de productores		Mayo – julio 2002
Existe planificación de la producción	Productores, CIPABESURCA CIPASLA, FEDECAFE	
- Organización de productores		Septiembre 01 – Octubre 02
- Programar siembras y áreas		Septiembre 01 – Octubre 02
- Programar cosechas		Septiembre 01 – Octubre 02
Agregar valor a la producción	Proyecto CIPABESURCA - SENA	
-Implementar procesos de AIR		Febrero – Octubre 2002

Eslabón	Actividades	Metodología	Responsables	Costos	Tiempo
Producción	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de apoyo ante entidades - Giras educativas - Consecución de recursos propios y de crédito - Capacitación y asesoría técnica para producción de semillas - Capacitación y asesoría técnica en manejo tecnificada de plátano 	<ul style="list-style-type: none"> - Contactos y entrevistas - Giras - Presentación de paquetes de crédito - Cursos, talleres, videos, demostraciones - Cursos, talleres, videos, demostraciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores, CIPASLA, - CIPABESURCA - CIPASLA, Bancos, Productores. - CIPABESURCA, SENA, Otras entidad - CIPABESURCA, SENA, Otras entidad 		<p>Sept 01 a Ene02 Sept 01 a Nov01 Sept 01 a Oct 02 Sept 01 a Oct 02 Sept 01 a Oct 02</p>
Poscosecha	<ul style="list-style-type: none"> - Giras de intercambio - Gestión de apoyo ante entidades - Capacitación y asesoría técnica - Consecución de maquinaria, equipo e infraestructura para AIR - Consecución de recursos propios y de crédito. 	<ul style="list-style-type: none"> - Giras. - Contactos y entrevistas - Cursos, talleres, videos, demostraciones - Presentación de proyectos - Presentación de paquetes de crédito. 	<ul style="list-style-type: none"> - CIPABESURCA - Productores, Cipasla - CIPABESURCA, SENA - CIPABESURCA - CIPASLA, Bancos, productores. 		<p>Ene 02 Ene- Jun 02 Ene – Oct 02 Ene – Oct 02 Ene – Oct 02</p>
Organización	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de apoyo de entidades - Motivación a los productores y grupos de productores. - Conocer otros grupos y experiencias. - Diagnóstico social rápido - Elaboración conjunta del plan de fortalecimiento organizacional - Capacitación en organización comunitaria. - Capacitación en gestión empresarial - Acompañamiento área social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contactos y entrevistas - Charlas, contactos y reuniones. - Giras - Entrevistas, encuestas, talleres, visitas. - Talleres grupales, grupo focal. - Talleres, cursos, videos, demostraciones - Talleres, cursos, videos, demostraciones - Visitas domiciliarias 	<ul style="list-style-type: none"> - Productores, Cipasla. - CIPABESURCA, Productores. - CIPABESURCA - CIPABESURCA y productores - CIPABESURCA - CIPABESURCA - CIPABESURCA 		<p>Sept 01-En 02 Sept 01-Jun 02 Nov 01 Nov – Dic 01 Nov 01 a Mzo02 Mzo – Oct 02 Mzo – Oct 02 Sept 01 a Oct 02</p>
Mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar oportunidades de mercado para fresco y procesado - Conocer canales de comercialización actual - Giras de reconocimiento de mercado - Elaboración del plan de mercadeo (plan de negocios) - Trámite de registros legales - Ejecución del plan de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de oportunidades de mercado. - Entrevistas, encuestas, grupo focal - Giras - Talleres grupales. - Cumplir requisitos exigidos - Talleres, cursos, videos, demostraciones 	<ul style="list-style-type: none"> - CIPASLA - CIPASLA - CIPABESURCA - CIPABESURCA - CIPASLA - CIPABESURCA 		<p>Jul – Ago 01 Ago – Sept 01 Jul – Ago 01 Ago – Sept 01 Sept – Oct 01 Sept – Oct 01</p>