

MINISTERIO DE AGRICULTURA
OFICINA DE PLANEAMIENTO DEL SECTOR AGROPECUARIO - OPSA
INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA - IICA

COMERCIALIZACION RURAL

DOCUMENTO DE DISCUSIÓN
PRIMER BORRADOR

HERNANDO MOYA PÁEZ
HUGO LÓPEZ RAMIREZ

BOGOTÁ, MARZO DE 1984



CONF.
HCA
#2.163
1984

MINISTERIO DE AGRICULTURA

DIVISION DE ANALISIS DE POLITICAS

COMERCIALIZACION RURAL

Documento de Discusión
Primer Borrador

Hernando Moya Páez *
Hugo López Ramírez **

Bogotá, marzo de 1984

* Economista División Análisis de Políticas

** Economista M. Sc. Economía Agrícola - Asesor IICA

This One



RKSB-8C9-07DZ

Digitized by Google

INDICE
COMERCIALIZACION RURAL

	Página
INTRODUCCION	i
I. MARCO CONCEPTUAL	1
1.1 Agricultura Tradicional	2
1.2 Agricultura Comercial	4
1.3 Diseño de Solución	5
II. ANTECEDENTES INSTITUCIONALES SOBRE MERCADEO EN EL AREA RURAL	6
2.1 Programa DRI	8
a. Subprograma de organización y capacitación	9
b. Subprograma de asistencia técnica para la comercialización	10
c. Subprograma de crédito	10
d. Sistema de información y precios	13
e. Proyectos especiales de apoyo al mercadeo	14
f. Acciones del DRI en el subprograma de comercialización	14
2.2 Federación Nacional de Cafeteros. Plan de Diversificación Agropecuaria para la Zona Cafetera 1984 - 1988.	
Actividades y Realizaciones	20
a. Centros de Acopio	21
b. Cadenas de Supermercados	23
c. Servicios de información y precios	24
d. Agroindustria y tecnología de alimentos	24
e. Crédito del programa de desarrollo	25

2.3 Programa del IDEMA en el Plan Nacional de Rehabilitación. Proyecto de Centros de Acopio	32
III. RESUMEN GENERAL DE LAS ACCIONES EN COMERCIALIZACION PARA EL SECTOR RURAL	36
IV. ACTIVIDADES DE LA COMERCIALIZACION RURAL QUE PUEDEN SER SUJE- TAS DE CREDITO A TRAVES DEL F.F.M.A.	40
BIBLIOGRAFIA	43

INDICE DE CUADROS

<u>Número</u>		<u>Página</u>
1	Programa DRI-PAN. Subprograma de Comercialización Rural. Ejecución Metas Físicas 1983. Fase I	15
2	Programa DRI-PAN. Subprograma de Comercialización Rural. Ejecución Metas Físicas 1983. Fase II	18
3	Grupos Asociativos Promovidos por el Programa de Desarrollo	22
4	Características de la Línea de Crédito Agroindustrial, Fondo Rotatorio Federacafé - Prodesarrollo y Mercadeo.....	27
5	Proyectos Financiados por la Línea de Crédito de Mercadeo. Modalidad Crédito Rural Planeado	28
6	Resumen del Plan Quinquenal de la Federación Nacional de Cafeteros Relativo a Inversiones para la Comercialización Rural de Alimentos Producidos en Zonas Cafeteras 1984 - 1988	31
7	Resumen de Posibles Inversiones en Comercialización para el Sector Rural	41

INTRODUCCION

El Plan Nacional de Desarrollo 1983-86 contempla la creación del Fondo Financiero para Mercadeo Agropecuario para financiar inversiones y capital de trabajo en comercialización, con prioridad en el sistema alimentario ^{1/}.

Dentro de la estrategia para fijar las bases del Fondo, se ha procedido a adelantar el correspondiente diagnóstico de los principales aspectos de la comercialización agropecuaria. Dado que la comercialización rural es una de las instancias que presenta mayores signos de atraso, el presente documento trata de establecer la naturaleza del proceso de mercadeo a nivel rural, las principales acciones adelantadas por parte del Estado en dicha área lo mismo que las expectativas de inversión para modernización del proceso.

Para lograr este propósito se han seguido los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características predominantes en la comercialización rural.
- Describir las diferentes acciones del Estado relativas al mejoramiento de la distribución rural de alimentos.
- Identificar nuevos campos de inversión necesarios para la modernización del proceso de mercadeo a nivel rural.
- La presente es la primera versión del documento propuesto. Se espera que el mismo proporcione un punto central de controversia que finalmente permita definir las acciones del F.F.M.A en el área rural.

^{1/} Plan Nacional de Desarrollo 1983-86: Camino con Equidad

Metodológicamente el documento se ha elaborado con base en información secundaria, complementada con entrevistas y reuniones con representantes de las instituciones más directamente vinculadas al problema.

El principal limitante observado es la precaria disponibilidad de información actualizada y el deficiente nivel de conceptualización sobre la naturaleza de la comercialización rural. No obstante, a través de las URPAS se logró ampliar la información pero desafortunadamente no todas las secciones político-administrativas del país disponen de dicho mecanismo de planificación.

El informe consta de 3 secciones en la primera se conceptualiza sobre la naturaleza de la comercialización agropecuaria a nivel rural y se concluye acerca de la solución más viable a corto, mediano y largo plazo para mejorar la distribución rural. La segunda sección muestra en forma detallada los principales proyectos adelantados por parte del Estado en área rural y en la última parte del documento presenta una primera aproximación de las inversiones requeridas y financiables a través del F.F.M.A.

COMERCIALIZACION RURAL

I. MARCO CONCEPTUAL

La comercialización agrícola a nivel de los productores ha sido considerada como uno de los principales problemas de la agricultura colombiana. La principal consecuencia del sistema predominante es que el productor recibe un ingreso muy bajo, en comparación con los precios pagados por el consumidor.

Dentro de las condiciones de producción existentes en el país, pueden distinguirse dos grandes grupos de productos: los que se transforman o sirven de materia prima para la industria y aquellos destinados al consumo directo.

Los primeros tienen un sistema de comercialización moderno caracterizado por compradores definidos, canales de comercialización apropiados, márgenes de precios normales. En dicho sistema generalmente no se presentan problemas graves de comercialización. Ejemplo de estos productos son: la cebada, la soya, aceite de palma, sorgo, semilla de algodón, caña de azúcar, café, banano, arroz etc. Los productos destinados al consumo directo son aquellos provenientes en general de pequeños agricultores, tales como tubérculos, hortalizas, frutales, plátano y algunos granos como frijón, ajonjolí, maíz etc. Estos productos presentan un sistema tradicional de comercialización donde predomina la ineficiencia caracterizada por excesivo número de intermediarios, amplios márgenes de precios, baja calidad de los productos etc.

Esta diferenciación por productos es motivo para plantear el dualismo existente entre los sectores tradicional y moderno con las características que los identifican y los problemas inherentes a su desarrollo.

1.1 Agricultura tradicional

Las mayores dificultades que se presentan en la agricultura tradicional radican en la infraestructura, en la forma de mercadear, en los mecanismos de fijación de precios, en problemas sanitarios, falta de organización de los productores y de información, etc. El sector tradicional se caracteriza por una baja productividad como resultado de una incipiente tecnología, poca capacidad de inversión, limitado acceso al crédito y una vinculación con el mercado caracterizada por manejo de bajos volúmenes de producción y una alta atomización de productores.

En lo que hace referencia a los mercados rurales y los problemas inherentes a estos, los productores considerados individualmente se lanzan al mercado local, intermedio o final más cercano con el fin de percibir ingresos monetarios por la venta de sus productos.

El productor al llegar al sitio de venta lo hace sin conocimiento alguno de las condiciones actuales del mercado, incurren en costos de empaque y transporte que no siempre son compensados con los precios pagados.

En razón a estas experiencias poco halagadoras, el productor decide muchas veces vender sus productos en la misma finca, en el camino, o en la vereda para evitar los riesgos implícitos en el manejo y venta de los productos. Surgen así los intermediarios rurales que aprovechan esta primera imperfección del mercado para pagar precios no justos a los productores. Este problema se le puede llamar como "poder de negociación nulo" ya que el agricultor individual enfrenta a los agentes que concurren a estos mercados, sin conocimiento de las condiciones de la demanda final de sus productos.

A este respecto merece destacarse los conceptos emitidos por el programa DRI, en reciente documento ^{1/}.

"La comercialización agropecuaria en Colombia se caracteriza por la existencia e interacción de varios subsistemas desde el productor hasta el consumidor, tales como acopiadores rurales ^{2/}, mayoristas municipales o regionales, mayoristas o comisionistas de los mercados terminales (ya sean intermedios o finales) y detallistas ^{2/} de mercados locales, intermedios o finales.

Cada uno de estos subsistemas y los agentes que en ellos intervienen han surgido y prevalecen como algo propio del nivel de desarrollo del proceso productivo agrario.

En efecto, dicho proceso productivo se caracteriza por la atomización de la producción debido a que las explotaciones agropecuarias se encuentran dispersas geográficamente y fraccionadas en pequeñas y medianas unidades productivas, principalmente en las zonas de agricultura tradicional. En consecuencia los excedentes comercializables provienen de un gran número de fincas, en pequeñas cantidades y en forma estacional.

La venta de dichos excedentes constituye un problema para los agricultores pues si ellos individualmente los llevan hasta el mercado local, intermedio o final más cercano, deben incurrir en costos y riesgos de comercialización que no siempre son recuperados a través de los precios recibidos por la venta de sus productos.

^{/1} DNP. Programa DRI. Términos de referencia para la formulación de un plan de mejoramiento de los mercados rurales. 1983.

^{/2} Los acopiadores rurales y mayoristas municipales toman diferentes formas o denominaciones (acopiadores, transportadores, mayoristas, comisionistas, etc.) y constituyen un eslabón o subsistema. Los detallistas igualmente adquieren varias formas tales como tenderos, puesteros de plaza, yendedores ambulantes, cadenas integradas, supermercados de autoservicio, etc.

Como consecuencia de dichas experiencias deciden vender sus excedentes en la finca, en el camino, en la vereda y aún antes de cosecharlos (en rama). Surgen así los acopiadores rurales como empresarios de la comercialización, que generalmente son campesinos con un pequeño capital representado en medios de transporte, construcciones y dinero. Sobresalen por su habilidad comercial y con gran sentido práctico asumen los riesgos de la comercialización pagando bajos precios a los agricultores.

Los volúmenes manejados por cada acopiador rural no son lo suficientemente grandes como para realizar inversiones cuantiosas en infraestructura, limitándose a la mínima necesaria para permanecer en la actividad acopiadora. Todo ello conlleva a que el proceso sea rudimentario y de tipo artesanal.

La situación descrita se repite a nivel de mayoristas de los mercados locales e intermedios".

1.2 Agricultura comercial

La agricultura comercial se caracteriza por la utilización de una tecnología avanzada, una productividad creciente, altas tasas de acumulación de capital y una tendencia a sustituir el uso intensivo de mano de obra por la mecanización.

En cuanto a los productos que no tienen grandes problemas de comercialización, se encuentran los destinados a la exportación tales como el algodón, el banano y el café y en general los que constituyen materia prima para la agroindustria.

Estos productos cuentan con canales de comercialización apropiados, compradores definidos, intervención de precios que garantizan

una rentabilidad aceptable al productor, infraestructura de almacenamiento, crédito para almacenamiento (bono de prenda) y además existen organizaciones y agremiaciones para la defensa de los intereses de productores.

1.3 Diseño de solución

La presencia de estos dos tipos de agricultura han marcado en el tiempo la pauta de asignación de los servicios agrícolas del Estado (investigación agrícola, asistencia técnica, crédito, etc.) a favor del sector moderno o comercial y en detrimento del sector de agricultura tradicional, no obstante las excepciones que se pueden apreciar en cuanto al crédito por parte de la Caja de Crédito Agrario y de Programas de Desarrollo Rural como el DRI.

Uno de los aspectos más relevantes del dualismo observado es la falta de organización de los pequeños y medianos productores que les permita un mayor poder de negociación. Esto ha impedido al pequeño agricultor independizarse del intermediario.⁷

Con el propósito de mejorar el sistema de comercialización predominante en la agricultura tradicional y para que los productores dispongan de lugares apropiados para el acopio, la adecuación de sus productos, transporte de los mismos, disminución de pérdidas físicas, mejoramiento del poder de negociación y oportunidades de nuevos mercados, se formula la organización de los productores a través de empresas asociativas, con el fin de agruparlos y dotarlos de la infraestructura necesaria para la comercialización representada en servicios, información de precios, asistencia técnica en el mercadeo de productos, crédito, transporte, etc.

Las Empresas asociativas de productores podrán ser cooperativas de productores, cooperativas de comercialización, empresas comunitarias, organizaciones gremiales y en general todas aquellas formas existentes

que se promuevan en el futuro para lograr la concentración de la producción individual y por ende obtener volúmenes representativos dentro del mercado.

Con base en dichas empresas se racionalizarían los canales de comercialización los cuales estarían representados por centros de acopio primarios y regionales, plazas de mercado a nivel municipal, almacenes de distribución de alimentos procesados, almacenes de insumos y de agroindustrias rurales.

II. ANTECEDENTES INSTITUCIONALES SOBRE MERCADEO EN EL AREA RURAL

El atraso observado en la comercialización a nivel rural, además de ser una consecuencia de los aspectos analizados, es también producto del relativo interés que ha puesto el Estado para resolver los problemas inherentes al mismo. Lo más relevante en el pasado posiblemente ha sido la acción del IDEMA a través de sus puestos de compra de granos y su red de plantas para el manejo de los mismos (secamiento y almacenamiento). En cuanto a los perecederos provenientes de la agricultura tradicional, las acciones más importantes se pueden ver en la zona cafetera a través de Prodesarrollo y recientemente a nivel nacional por intermedio del Programa de Desarrollo Rural Integrado - DRI. (Cecora y Financiacoop).

A este respecto es conveniente retomar las principales observaciones del Ministerio de Agricultura ^{1/}, sobre la comercialización a nivel rural de granos, oleaginosas, frutas y hortalizas. En efecto, en 1976 se conceptualizaba: "Los agricultores pequeños cuya capacidad de negociación es reducida, realizan las ventas en Centros de acopio rurales y locales. En zonas de colonización o muy apartadas de los centros

/1 Ministerio de Agricultura - Diagnóstico general del Sistema. Propuestas para su mejoramiento. 1976.

de acopio, venden a los acopiadores rurales a un precio indefinido dentro de un mercado estrecho, con escasas alternativas y sin contar con las normas de clasificación que suelen aplicarse para este grupo de productos a otros niveles del mercado.

Es de anotarse que también el IDEMA en algunas épocas del año instala temporalmente puestos de compra en estas regiones aisladas, con el fin de adquirir los productos a precios de intervención generando un elemento de competencia en las compras en las áreas alejadas de producción.

En cuanto a los servicios de comercialización, en las regiones de mayor especialización de la producción se prestan los de secamiento, limpieza y almacenaje, por parte de entidades particulares o del Instituto de Mercadeo. Su prestación define en gran medida la existencia de centros de Acopio primarios y secundarios en ciudades como Cartago, Espinal, Villavicencio, Valledupar, Palmira, Neiva, entre otras.

Sin embargo, la localización de esta infraestructura en algunos casos no corresponde a las necesidades reales de cada región, por lo cual se presentan problemas de sub-utilización en algunos sitios y congestión en otros. Una parte importante de esta infraestructura corresponde al IDEMA y se encuentra localizada en aquellos lugares en donde el Instituto ha intervenido para productos como el arroz, maíz, sorgo, trigo, cebada y fríjol.

En términos generales, tanto los agricultores tradicionales como los del grupo comercial, carecen de facilidades cercanas a la finca para recibir, clasificar, secar, limpiar y almacenar sus productos temporalmente mientras se presentan mejores alternativas de venta. Además las condiciones naturales de humedad e impureza con que llegan los productos del campo y las limitaciones y compromisos financieros de los agricultores implican una venta rápida con menores ventajas en la estimación del precio".

El anterior diagnóstico y otras de carácter general o específicos por productos aún conservan su vigencia y constituyen la base para las acciones adelantadas actualmente por parte del Estado a través del IDEMA, Prodesarrollo y el Programa DRI entre otros, acciones de las cuales se presenta a continuación una síntesis.

2.1 Programa DRI

El Programa DRI como acción de Desarrollo Rural Integrado contempla en forma prioritaria la solución a la comercialización eficiente de los productos obtenidos por los agricultores usuarios del programa.

El componente de comercialización DRI

El componente de comercialización DRI busca la modernización del actual sistema de comercialización mediante la Organización Cooperativa de los campesinos para el mercadeo. Se espera que a través de la ejecución eficiente de las funciones de comercialización, se logre un incremento de los precios al productor campesino. Para lograr este objetivo se contará con el apoyo de las diferentes instituciones participantes en comercialización derivadas de las formulaciones de los Planes de Desarrollo Distrital.

Se le dará un tratamiento preferencial a la financiación de obras de infraestructura que permitan el acopio local y regional de los productos. En igual forma, se incluye la financiación de procesos agroindustriales en donde se presenten condiciones adecuadas para su implementación y desarrollo.

Al fomentar la organización de los productores para que asuman la comercialización de sus productos, el Programa busca constituir la organización cooperativa, a través de la cual, los pequeños productores

participen activamente de las decisiones políticas y económicas que afectan al sector agropecuario.

La estrategia del DRI para lograr la modernización del sistema de comercialización a nivel de las zonas de economía tradicional cubiertas por el mismo, se fundamentan en acciones específicas en el área de promoción, organización y capacitación de los usuarios del programa en cuanto al mercadeo de sus productos, para las acciones específicas de la comercialización se preve un componente de asistencia técnica y por último la estrategia contempla el mecanismo del crédito como herramienta básica. Un detalle de dichas acciones es el siguiente:

a. Subprograma de organización y capacitación

Consiste este subprograma en el apoyo a la creación y/o consolidación de organizaciones cooperativas o empresas asociativas como ejecutoras de los Proyectos Regionales de Mercadeo en cada región y le corresponde al SENA la responsabilidad del Subprograma. El trabajo que se plantea cubre los siguientes aspectos:

-Procesos de reagrupación de las asociaciones existentes, con cubrimiento regional y con criterio cooperativo y que se especialicen en el manejo de los productos prioritarios en los Distritos.

-Superar el criterio estrecho de que la demanda que generen los mercados debe acomodarse a los problemas de escasez que plantea la estacionalidad de los productos y la limitada base social.

-Conformación de un ente administrativo y técnico al interior de la organización que permita abordar empresarialmente los procesos de comercialización de la producción.

b. Subprograma de asistencia técnica para la comercialización

Los ejecutores de este subprograma son CECORA en la Fase I y FINANCIACOOP en la Fase II.

Con este subprograma se busca lograr el mejoramiento de los sistemas de comercialización rural-urbano, centrando las acciones en los procesos de post-cosecha o de manejo de los productos, en la intervención de determinadas fases de la comercialización, como en el acopio y transformación de los productos mediante pequeñas industrias rurales.

La asistencia técnica orientará a las organizaciones en la consecución y normalización de mercados para los productos prioritarios detectados en los Planes de Desarrollo Distrital.

Asímismo, la asistencia técnica está ligada al crédito y es el asistente técnico el que orienta y supervisa a las Organizaciones en la elaboración y ejecución de proyectos de inversión.

c. Subprograma de crédito

La entidad ejecutora de este subprograma es FINANCIACOOP y la Caja de Crédito Agrario (en zonas no cubiertas por FINANCIACOOP). El objetivo general que se busca es el de fortalecer económicamente a las cooperativas y demás organizaciones con el otorgamiento de crédito asociativo de carácter integral.

De la naturaleza del presente documento se presenta a continuación con mayor detalle los principales elementos de este subprograma:

Inversiones financiables:

- Capital de trabajo
- Adquisición de vehículos y/o maquinaria agrícola
- Centros de acopio o almacenamiento
- Obras de infraestructura
- Agroindustria
- Manejo de alimentos o pequeña industria rural

Los beneficiarios

-Cooperativas y grupos precooperativos que se encuentran en las áreas de aplicación del Programa DRI que hayan sido seleccionadas por el Programa como objeto del crédito.

-Las asociaciones de Productores y las empresas comunitarias que tengan uno o más acuerdos de mercadeo con una o más cooperativas seleccionadas para ser beneficiarias del Crédito DRI.

-Socios de cooperativas que realicen transformaciones o procesamientos de alimentos que tengan impacto en la producción DRI, y que estén en capacidad de hacer transformaciones tecnológicas o ampliación de su producción.

-Personas naturales o jurídicas no socias de cooperativas que elaboren o procesen un producto que afecte la producción DRI.

Condiciones de crédito:

CONCEPTO	CUANTIA	PLAZOS AÑOS (HASTA)	PERIODO DE GRACIAS AÑOS (HASTA)	INTERESES %
Capital de trabajo	\$ 5.000.000	1	-	20
Agroindustria	10.000.000	5	2	18
Centros de acopio y almacenamiento	5.000.000	5	2	18
Vehículos maquinaria y equipos	5.000.000	4	1	20
Pequeña industria	1.000.000	4	1	20

Recursos del crédito:

Para atender los proyectos FINANCIACOOOP dispondrá de los recursos que aporten al Fondo de Crédito DRI que se creará para tal fin.

Constitución del Fondo de Crédito de Comercialización

Estará constituido por:

-Los recursos que a título de aportes especiales efectúe mediante contratos especiales del DNP.

-Los recursos que a título de aportes efectúe FINANCIACOOOP.

-Los recursos generados de las amortizaciones y/o reintegros de los aportes hechos por el DNP y FINANCIACOOOP.

Administración del fondo

Estará a cargo de FINANCIACOOOP, para la cual constituirá cuentas bancarias y contabilidad de acuerdo con las especificaciones que en el Instituto rigen para estos casos.

Garantías y coberturas

Pueden ser:

- Hipotecaria: 100% sobre el valor del préstamo
- Personal: 140% sobre el valor del préstamo
- Prendaria: 130% sobre el valor del préstamo
- Títulos valores del Instituto: 130% sobre el valor del préstamo
- Endoso de pagaré: Solamente para préstamos hasta un millón de pesos: 100% sobre el valor del préstamo.

Dentro de la estrategia también se contemplan acciones de apoyo a la comercialización tales como el montaje de un servicio de información de precios y mercados y estudios especiales. Estas acciones han sido concluidas así:

d. Sistema de información y precios

Consiste en el montaje de un sistema permanente de información sobre el comportamiento de los precios y mercados terminales para los principales productos generados por la economía campesina. Los ejecutores de este programa son CECORA e IDEMA y se recogerán las diferentes experiencias de información de precios existentes en el país.

1

e. Proyectos especiales de apoyo al mercadeo

Contempla:

-Estudios del comportamiento de la demanda a nivel de los mercados terminales en relación a los principales productos alimenticios generados por la economía campesina.

-Estudios de factibilidad para la construcción de centros de acopio regionales y construcción de centros de distribución urbana.

-Contratos de transferencia de tecnología para el manejo y/o transformación de los alimentos en aquellas regiones donde dicha labor permita una agregación significativa de valor a los productos y donde existan organizaciones en capacidad de adoptar tecnología.

f. Acciones del DRI en el Subprograma de Comercialización

El subprograma de comercialización dentro del Programa DRI contempla acciones tendientes a promover, organizar y asesorar formas asociativas de pequeños y medianos productores y cooperativas para la comercialización de su producción agropecuaria.

CECORA y FINANCIACOOP son las entidades encargadas de ejecutar dicho subprograma. En el campo de promoción y organización CECORA y en la parte de asistencia técnica y crédito FINANCIACOOP. En los cuadros No. 1 y No. 2 se resumen las acciones adelantadas por estas dos entidades en el año de 1983.

Cuadro N° 1

PROGRAMA APE PAN
 SUBPROGRAMA DE COMERCIALIZACION RURAL
 EJECUCION METAS FISICAS 1.983
 FASE I

Departamento	Nombre Organización	Número Socios	Proyectos	Créditos - Año 1983			Acciones Comercialización 1983		
				Tipo	Valor	Fuente	Producto	Volumen (Ton.)	Valor Venta (\$000)
ANTIOQUIA	Asopapa (La Unión)	41	Compra, clasificación, empaque, venta de papa	-	-	-	Papa	2.113.2	39.051
	Asomora (La Ceja)	39	Compra, clasificación, empaque, venta de mora	-	-	-	Mora	131.7	6.027
	Asprolem (Don Matías) 1/	16	Venta leche Compra-venta concentrados	-	-	-	Leche Concentrados	733.6 409.8	20.432 11.336
	Quebrada Arriba (Don Matías) 1/	16	Venta leche Compra-venta concentrados	-	-	-	Leche Concentrados	429.3 692	11.800 22.402
	Proagrarios (Entrerrios)	16	Venta leche Compra-clasificación, empaque, venta tomate de árbol	-	-	-	Leche Tomate árbol	551.7 86.4	12.848 1.913
CAUCA 1/	Unigrusca (Mercaderes)	60	Compra, reempaque, venta de maíz	-	-	-	Maíz	59.8	1.420
	Asousuarios (Patía)	150	Compra, reempaque, venta de maíz	-	-	-	Maíz	47.8	1.072
	Coaprocauca (Rosas, La Sierra, Piendamó, Morales, Santander, Timbío)	18	Producción almidón de yuca	-	-	-	-	-	-
	Coomulca 1/ (Silvia)	18	Venta productos consumo	-	-	-	Productos consumo	-	48
	Aspesan 1/ (Cajibío)	21	Compra-venta panela	-	-	-	Panela	32.7	1.074
	Aproflorida 1/ (Cajibío-Popayán)	35	Compra-venta panela	-	-	-	Panela	32.7	1.074
CUNDINAMARCA	Fopavi (Villeta)	36	Compra-venta panela	-	-	-	Panela	84.9	2.712
	Proagrisan (La Mesa)	43	Compra-venta panela Compra-venta insumos Compra-venta maíz Compra, clasificación, empaque, venta frutas	-	-	-	Panela Insumos Maíz Frutas	352.2 5.2 23.7 84.2	11.205 200 872 561
	Aprocaf (Fómeque)	28	Compra, clasificación, empaque, venta hortalizas. Venta-compra carne a socios	-	-	-	Hortalizas Carne	121 5.7	4.851 1.402
	Coopromerco (Caqueza)	17	Compra, clasificación, empaque, venta hortal.	-	-	-	Hortalizas	37.8	1.578
	Aspropas (Arbeláez)	47	Compra-venta panela	-	-	-	Panela	255	11.151

1/ Organizaciones que se desvinculan del Programa a partir de 1984

PROGRAMA DRI-PAN
SUBPROGRAMA DE COMERCIALIZACION RURAL
EJECUCION METAS FISICAS 1.983
FASE I

Departamento	Nombre Organización	Número Socios	Proyectos	Créditos - Año 1983			Acciones Comercialización 1983		
				Tipo	Valor	Fuente	Producto	Volumen (Ton.)	Valor Ventas (\$000)
RIO	Apro sanfernando (Pasto)	28	Compra-venta papa, zanahoria, remolacha, cebolla	-	-	-	Papa, hortalizas	84	1.250
	Aproguapuscalt (Funes)	53	Compra-selección, venta frijol - trigo Venta Prod. consumo	-	-	-	Frijol, trigo Prod. consumo	9.8	496 165
	Aprosam (Samaniño)	35	Compra, selección, venta panela	-	-	-	Panela	223.8	6.528
	Aprotañudo (Taño)	125	Compra-venta maíz y frijol	-	-	-	Maíz, frijol	17.1	259
	Aprosapuyes (Sapuyes)	42	Compra-venta trigo	-	1.000	C.A.	Trigo	126.1	2.900
	Asoleche (Guachucal)	59	Acopio, venta leche	-	-	-	Leche	318.8	7.050
	Apropapa	23	Compra-venta, selección trigo y papa	-	1.000 1.500	C.A. C.A.	Trigo, papa	207.5	5.328
	Aproguaitarilla (Guaitarilla)	55	Compra-venta, selección trigo	-	-	-	Trigo	51.8	1.362
	Coagroyacuanager (Yacuanager)		Acopio, venta leche	-	-	-			464
	Agrotunes (Funes)		Venta insumos	-	-	-	Insumos		250
BOYACA	Colechera (Belén, Cerinza, Tutasá, Santa Rosa)	302	Procesamiento leche	-	-	-	Leche, derivados	68.1	20.333
	Coagrosogamuri (Firavitoba, Pesca Sogamoso)	114	Acopio, venta leche Venta insumos Venta productos consumo	-	-	-	Leche Insumos Productos consumo	163	3.906 602 827
	Coopanelera (Santana, Chitaraque San José de Pare)	146	Compra-venta panela	-	-	-	Panela	10.8	387
	Coomeiboy (Ventaquemada, Turmequé, Jenesano, Boyacá, Ubita, Nuevo Colón)	157	Acopio, venta leche	-	-	-	Leche	1.982.4	49.063
	Coagriguayata	517	Compra-clasificación, venta, frutas, hortalizas	-	-	-	Frutas, hortalizas	420	12.538
	Coiguaque (Tunja, Iguaque)		Venta productos Compra-clasificación, venta papa	-	-	-	Productos consumo Papa		1.455 871

PROGRAMA DRI-PAN
 SUBPROGRAMA DE COMERCIALIZACION RURAL
 EJECUCION METAS FISICAS 1.983
 FASE I

Departamento	Nombre Organización	Número Socios	Proyectos	Créditos - Año 1983			Acciones Comercialización 1983		
				Tipo	Valor	Fuente	Producto	Volumen (Ton.)	Valor Venta (\$000)
SANTANDER	Coopriegaro (Málaga)	52	Procesamiento leche	Cap. Trab. Cap. Trab.	150 130	C.A. Otros	Leche, derivados	279.1	9.038
	Coagrosangil	38	Compra-venta, clasificación fríjol	Cap. Trab. Cap. Trab.	4.500 2.000	C.A. FNC	Fríjol	56.5	5.421
	Coovillanueva (Villanueva)	1.630	Compra, venta, clasificación, fríjol Venta Insumos	-	-	-	Fríjol Insumos	1.100 470	72.858 13.722
	Asoguadalupe (Guadalupe)	50	-	-	-	-	-	-	-
	Anuc (Simacota)	91	Compra-venta, arreglo carne	-	-	-	Carne	104.7	16.752
CÓRDOBA	Aproca (Chinú)	18	Compra-venta secado yuca	Cap. Trab. Inv.	300 300	DRI-PMA DRI-PMA	Yuca seca	45.3 34.2	609
	Aprochinú (Chinú)	6	Compra-venta ñame Compra-venta maíz	-	-	-	Ñame Maíz	36.2 57.4	1.210 1.551
	La Olgura (Sahagún)	18	Compra-venta ñame y maíz	-	-	-	Ñame Maíz	20 4.3	445 86
	Asoprogreso (Ciénaga de Oro)	20	Compra-venta ñame y maíz	-	-	-	-	-	-
	Asprom (Momil)	10	Compra-venta maíz	Cap. Trab.	150	C.A.	Maíz	0.1	5
	Proplatal (Lorica, Monitos)	12	Compra-venta, clasificación plátano	-	-	-	-	-	-
	El Esfuerzo (San Bernardo)	24	Compra-venta, clasificación plátano	-	-	-	Plátano	28.7	344
	Aprodoc (Lorica)	9	Compra, transpor. arroz	-	-	-	Arroz	69.4	1.650
SUCRE	Asopalmita (Tolúviejo)	31	Compra-venta ñame y maíz	-	-	-	Ñame-maíz	167.3	3.402
	Asovarsovia (Tolúviejo)	20	Compra-venta arroz	Cap. Trab.	600	C.A.	-	-	-
	Asopiedras (Tolúviejo)	23	Compra-venta maíz	-	-	-	Maíz	23.4	497
	Coop. Esmeralda I/ (Colosó)	14	-	-	-	-	-	-	-
	Asogabriel (Ovejas)	20	Compra-venta maíz	-	-	-	Maíz	58	1.183
	Asochocho (Sincetajo)	12	Compra-venta ñame y maíz	-	-	-	Maíz-ñame	54.4	1.138
	Asoprogreso I/ (Sampué)	17	-	-	-	-	-	-	-
	Aprobe (Betulia)	16	Compra-venta, secado yuca	Cap. Trab. Maquin. Producc. Inv. Cap. Trab.	600.0 500.0 1.590.0 500.0 900.0	Purina C.A. DRI-PMA DRI-PMA	Yuca	235.7 94.7	1.659
	Aprozacatecas (Betulia)	16	Compra-venta, secado yuca	Cap. Trab. Inv. Cap. Trab.	100.0 500.0 200.0	Purina DRI-PMA DRI-PMA	Yuca	100-40.2	714

Cuadro N° 2

PROGRAMA DRI-PAN
SUBPROGRAMA DE COMERCIALIZACION RURAL
EJECUCION METAS FISICAS 1983
FASE II

Departamento	Nombre Organización	Número Socios	Proyectos	Créditos Año 1983			Acciones Comercialización 1983		
				Tipo	Valor	Fuente	Producto	Volumen (Ton)	Vr. Ven. (\$000)
TOLIMA	Coagrotécnica (Espinal, San Luis, Saldana)	496	Compra, acopio, venta, transporte de sorgo y ajonjolí	Cap.Trabajo	4.200	FNC	Maíz Ajonjolí	60.5	1.303
	Cencotol (San Luis y Valle Sn. Juan)	150 1/	Compra transporte de sorgo y producción de concentrados	Cap.Trabajo Vehículos Agroind.	10.000 2.140 5.400	FNC FNC FNC	-	-	-
	Cooperadora (Ortega, Coyaima, Saldana)	1.950 1/	Servicio de transporte veredal	Vehículos	5.000	FNC	-	-	-
	Coopaltol 2/ G.P.Cerrogordo 2/ G.P.Papagalá 2/ (Espinal, Guamo, Saldana, Coyaima, Sn.Luis)	135 40 17	Compra, acopio, transporte de sorgo y ajonjolí, a partir de 1984 producción de aceite de ajonjolí.	Cap.Trabajo Cap.Trabajo Agroind.	5.000 10.000 7.692.3	FNC FNC FNC	Ajonjolí Sorgo	102.5 2.517.3	4.666 50.642
HUILA	Coopahuila (Acevedo, Algeciras, Garzón, La Plata, Sn. Agustín, Sn. José de Isnos)	66	Compra, acopio, venta, transporte de panela	Cap.Trabajo	2.400	FNC	Panela	92.7	2.422
	Cte. Prod. La Plata (La Plata)	45	Compra, clasif, tratamiento, empaque, transporte, venta frijol.	-	-	-	Frijol	20.2	1.256
CALDAS	Coipacol (Manzanas)	83	Comercialización de panela con Mercaldas.	-	-	-	-	-	-
	Coop. Prod. Panela (Supía)	105	Comercial. de panela con Mercaldas.	-	-	-	-	-	-
META	Aspameta 3/ (Guamal)	15	Compra, clasif, transporte, venta de plátano	-	-	-	Plátano	71.2	1.465
	Quesos La Granjita	120 1/	Compra de leche a productores y transformación en queso	Maquin	1.200.0	FNC	Leche	115.4	3.105
	Coop. Lechera (Acacias, Guamal)	20	Acopio y venta de leche a partir de 1984	-	-	-	-	-	-
	G.P. Castillo (Castillo)	30	Comercialización de plátano y maíz en 1984	-	-	-	-	-	-
	Coop. Guape (Lejanías)	30	Comercialización de plátano, maíz y cacao en 1984	-	-	-	-	-	-
	Coagrometa (Castillo, Lejanías, Granada, Fuente de Oro)	120 1/	Compra de maíz y sorgo a los Grupos Precooperativos y procesamiento de arroz en 1984	-	-	-	-	-	-

1/ Número de productores y beneficiar.

2/ Proyecto interorganización por las tres organizaciones.

3/ Organizaciones que se vinculan del Programa a partir de 1.984.

SURPROGRAMA DE COMERCIALIZACION RURAL
EJECUCION METAS FISICAS 1983
FASE II

Equación Cuadro N° 2

Municipio	Nombre Organización	Número Socios	Proyectos	Créditos Tipo	Año 1. 983		Producto	Acciones Comercialización R3
					Valor	Volumen (Ton)		
QUILIVAR	Coop San José	36	Acopio, clasificación, transporte, venta de ñame y maíz	Cap. Trabajo Cap. Trabajo Centro Acopio Equipo	675		Ñame	
					1 500			
					231			
					192			
NORTE DE SANTIA- GIR	G.P. Caracoli (Carmen de Bolívar)	40	Compra y venta de ñame. Pro- yecto integral con la Coop. San José.	Cap. Trabajo	1.500	24	Papa	3.050.9
AHIABILEO	Aropaña 1/ (Sabana Larqui)	18	Compra, venta, secado de yu- ca.	Cap. Trabajo Inversión	300.0	86.8-35.7	Yuca	624.8
					500.0			
	Coosantacruz (Luruaco)	25	Acopio, clasific. empaque, trans- porte de maíz.	Equipos	620	5.8	Maíz	142.0
	G.P. Asoqama	80	Acopio, transporte, pasteuriza- ción, procesamiento de leche y producción de derivados lác- teos. Proyecto integral de las 3 organizaciones.	Equipos	620	145.7	Leche	4.131.6
MATEMAYU	Asomedialuna 1/ (Pivijay)	32	Compra, venta, secado de yuca	Cap. Trabajo Inversión	300.0	84.2-35.1	Yuca	614.3
					500.0			
	Asopivijay 1/ (Pivijay)	70	Compra, venta, secado de yu- ca	Cap. Trabajo Inversión	300.0	84.5-35.2	Yuca	616.0
					500.0			
	Coagromag.	98	Compra, transporte, clasific. empaque, venta de maíz. Proyecto integral de las 3 organizaciones	Cap. Trabajo	1.100	2.9	Maíz	57.9
	G.P. Pedraza	20						
	G.P. Cerro San Antonio (Pedraza y Cerro de San Antonio)	20						
G.P. Pescadores de Cién- naga (Palmita)	25	Comercialización pescado a partir de 1.984						
Coop. Tapanza (Tapanza)	48	Comercialización pescado a partir de 1.984						

Elaborado a partir de datos de 1984

2.2 Federación Nacional de Cafeteros

Plan de Diversificación Agropecuaria para la zona cafetera
1984 - 1988

Actividades y realizaciones del programa de desarrollo-comercialización y agroindustria.

Inicialmente la Federación al vincularse a la comercialización de productos agropecuarios perecederos establecía un plan para la compra directa a los productores por intermedio de rutas de compra en determinadas áreas y la negociación se hacía a bordo de carretera. El proceso incluía además de la compra, la selección, clasificación, empaque y transporte a los centros de consumo (Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla) para su distribución final a través de canales concertados por anticipado.

Como consecuencia de la heterogeneidad de los productos, las diferencias de calidad, la dispersión de productos, etc. se consideró necesaria la agremiación de los productores, con el fin de concentrar volúmenes en determinadas zonas y atender con facilidad la demanda de los detallistas. Con estos sistemas entre 1971 y 1975 se movilizó un total de 35.000 toneladas de productos, por valor de \$49.7 millones.

Se promocionó la creación de asociaciones de productores, a las cuales la FEDERACION atiende en los siguientes aspectos:

- Asistencia técnica en la producción
- Estudio socioeconómico de la zona
- Capacitación de los socios en las área de cooperativismo y asociación.
- Puesta en marcha de la organización y posteriormente, asistencia técnica en cuanto a clasificación y empaque del producto, consecución de canales de distribución y tramitación de crédito asociativo para mercado a través de la Caja Agraria.

Existen 82 grupos asociativos, incluidos 32 en formación, localizados en los departamentos cafeteros, de los cuales se benefician 3.874 agricultores asociativos.

Las asociaciones efectúan las ventas en los mercados mayoristas de las ciudades capitales, tales como CORABASTOS, CAVASA y Central mayorista de Medellín y en las cadenas de supermercados; algunas han establecido sitios de venta directa en las centrales mayoristas. De 1978 a 1982 se comercializaron 54.000 toneladas de productos por \$930 millones.

En el Cuadro No.3 se agrupan las asociaciones existentes, los socios beneficiados y los productos comercializados.

a. Centros de Acopio

Las asociaciones y/o grupos precooperativos cuentan con asesoría por parte del PROGRAMA DE DESARROLLO para el establecimiento de centros de acopio, donde reciben los productos para luego distribuirlos a mercados urbanos a través de otros mayoristas, o a supermercados.

El Programa considera la construcción de dos modelos de centros de acopio:

Centros de acopio primarios

Se consideran estos, como "un sitio o construcción en el área rural que permita acopiar un producto de varios agricultores para alcanzar un volumen comercial de operación, en el cual se realiza la preparación del producto para su transporte y venta en las mejores condiciones posibles"

GRUPOS ASOCIATIVOS PROMOVIDOS POR EL PROGRAMA DE DESARROLLO

DEPARTAMENTO	NUMERO		PRODUCTOS QUE COMERCIALIZAN
	Organizaciones	Socios	
Antioquia	3	320	Miel, papa, frijol, frutas, hortalizas.
Boyacá	1	20	Panela.
Caldas	2	120	Tomate, habichuela, plátano, papaya, cítricos, aguacate.
Cundinamarca	12	540	Panela, cítricos, mora, miel, huevos, hortalizas.
Meta	1	22	Cacao, frutas.
Nariño	12*	324	Huevos, panela, almidón de achira, porcicultura, artesanías.
Risaralda	3	51	Tomate, cebolla junca, plátano.
Santander	20**	1.164	Piña, tomate, cebolla roja, cebolla larga, miel, guayaba, naranja, hortalizas, panela, leche y derivados.
Tolima	16***	813	Panela, leche y derivados, banano, arracacha, frutas, hortalizas, yuca.
Quindío	2	48	Mora, leche.
Valle ****	10	452	Mora, piña, plátano, banano, cítricos, hortalizas.
TOTALES	82	3.874	

FUENTE: Federación de Cafeteros -Prodesarrollo

Notas: * En formación

** 4 establecidos, 16 en formación

*** 4 en formación

**** Grupos de productores sin personería jurídica

Tiene como función básica la compra de productos y facilitar la preparación inicial *de estos*, la introducción de técnicas de mercadeo, como normas de calidad, grados de maduración, sistemas y tipos de empaque, transporte, etc.

Centros de acopio regionales

Están concebidos como organizaciones orientadas hacia el sector rural en los centros de producción, destinados, principalmente hacia la concentración o racionalización de la oferta por o a nombre de los agricultores.

Tienen como función principal la de recibir el producto acopiado en los centros primarios de recolección y áreas de influencia, atender primero la demanda local de productos y los volúmenes restantes distribuirlos posteriormente a otros lugares como mercados mayoristas, supermercados, industrias etc., teniendo en cuenta las condiciones de oferta y demanda.

b. Cadenas de Supermercados

Las cadenas de supermercados son establecidas por las cooperativas de caficultores como una rama adicional a sus operaciones básicas de compra de café y de provisión agrícola. Son de género de auto-servicio con áreas de venta que fluctúan entre 50 m² y 1.500 m²; actualmente se encuentran funcionando 56 supermercados con sección de frutas y verduras, ubicados en los departamentos de Antioquia, Caldas, Quindío, Tolima y Valle del Cauca, que en promedio comercializan 2.800 toneladas de productos al año.

c. Servicios de Información y Precios

Con este propósito se efectúan estudios de ciclos semanales, mensuales y anuales, a nivel de productores y de centros mayoristas y se hacen recomendaciones sobre variedades de productos o cultivos, épocas de siembra, expectativas de precios y condiciones del mercado. Dichos estudios son el fundamento para el establecimiento de los precios de garantía para calidades específicas de los diferentes productos.

d. Agroindustria y Tecnología de Alimentos

En este campo se suministra asistencia técnica en la selección de maquinaria para los proyectos y asesoría en montaje de industrias, tales como procesadoras de leche, frutales y harinas. Se realizan además, estudios para conservación de jugos, pulpas, frutas y verduras y se han publicado manuales de utilización de bajas temperaturas, tiempos de conservación y normas para la producción casera de conservas de frutas y hortalizas.

Dentro de las labores desarrolladas en agroindustria, el procesamiento de los productos alimenticios ocupa el lugar más importante, las prioridades de inversión están orientadas a la transformación, conservación y mercadeo, además del procesamiento de productos agropecuarios útiles como materias primas en diferentes renglones de la industria y el aprovechamiento de subproductos y desechos.

Se han establecido líneas de crédito para proyectos agroindustriales, a través de los cuales se financian trapiches, industrias para transformación de maderas, frigoríficos, industrias lácteas y sus derivados, plantas productoras de concentrados para animales, procesadoras de plátano y yuca.

e. Crédito del Programa de Desarrollo

El Programa de Desarrollo canaliza recursos a través de inversiones en sociedades a través de créditos. Existen tres (3) líneas de crédito a saber: Producción, Mercadeo y Agroindustria.

Crédito Rural Integrado

1. Línea de Producción

Tiene como fin suministrar a los agricultores de la zona cafetera y de influencia, los recursos crediticios y la asistencia técnica, para lograr la explotación integral de sus fincas, y mejorar las condiciones de ingreso y empleo.

El procedimiento a seguir es el siguiente:

-El agricultor y el técnico de diversificación analizan la posibilidad de realizar el plan de explotación de la finca y efectúan una visita para establecer el diagnóstico y definir los renglones a desarrollar y la tecnología a aplicar; esta información queda consignada en la solicitud preliminar.

-El proyecto es presentado ante la entidad bancaria, para estudio de la capacidad de endeudamiento del solicitante y fija los documentos para análisis y las condiciones para el otorgamiento del crédito. Una vez realizado este procedimiento se legaliza el crédito y se efectúa el desembolso.

Los usuarios de crédito llevan el registro de costos e ingresos, labor que permite al técnico hacer los ajustes necesarios, especialmente en las actividades de mediano y largo plazo, que aseguren el

logro de los objetivos económicos buscando con la financiación y asistencia técnica suministrada al agricultor que participa en los programas de diversificación.

2. Línea Agroindustrial

Tiene como objeto financiar proyectos agroindustriales relacionados con el procesamiento, conservación y mercadeo de productos agropecuarios.

El procedimiento para el otorgamiento de crédito es el siguiente: Se presenta un estudio de factibilidad del proyecto objeto de financiación a la Gerencia del Programa de Desarrollo para que evalúe el estudio y emita su concepto para luego ser enviado a la respectiva sucursal del Banco Cafetero para que efectúen el desembolso.

3. Línea de Mercadeo

Su finalidad es financiar programas de comercialización de productos alimenticios de origen agropecuario, producidos en la zona cafetera o su área de influencia.

Tienen acceso al crédito personas naturales o jurídicas, pero se da prelación a las cooperativas o grupos asociativos, y se financia activos fijos, capital de trabajo o proyectos integrales.

Las características de las diferentes líneas de crédito para Mercadeo y Agroindustria manejadas por la Federación Nacional de Cafeteros como los proyectos de mercadeo financiados por la Línea de Crédito para Mercadeo se resumen en los Cuadros N°s 4 y 5.

Cuadro N° 4

CARACTERÍSTICAS DE LAS LINEAS DE CREDITO AGROINDUSTRIAL,
FONDO ROTATORIO FEDERACAFE-PRODESARROLLO-CARE
Y MERCADERO

LINEA	BENEFICIARIOS	CANTIA MAXIMA	INTERESES	PLAZOS	GARANTIAS
Agroindustria	Personas naturales o jurídicas	Proyectos nuevos: Hasta el 80% del valor total del Proyecto Proyectos existentes: Ampliación o reposición equipos hasta 50%, capital de trabajo 30%	Areas rurales o asimilables: 20% anual Municipios de 100.000 a 400.000 habitantes 22% anual Municipios de más de 400.000 habitantes 24% anual.	Proyectos nuevos: Mínimo: 2 años Máximo: 5 años Proyectos existentes: Mínimo: 2 años Máximo: 4 años	Plazos mayores de tres años: Hipoteca, prenda agraria sobre cultivos permanentes o prenda Industrial. Otras garantías serán estudiadas por el Banco.
Fondo Rotatorio Federacafe-Prodesarrollo-Care	Asociaciones de productores, grupos cooperativos y precooperativos.	\$1.200.000,00	Entre 12% y 18% anual, a juicio del Comité Directivo.	Máximo 5 años y hasta 2 años de gracia.	Hipotecaria, prenda sobre equipos financiados, prenda agraria o firma de los socios del grupo a juicio del Comité Directivo.
Mercaderos	Cooperativas de Caficultores, Asociaciones de productores y cualquier agrupación cooperativa, comercial, persona natural o jurídica	De acuerdo al alcance del Proyecto, organización administrativa y solvencia financiera del solicitante.	20% anual	Activos fijos: Hasta 5 años. Período de gracia según el Proyecto. Capital de trabajo hasta 2 años.	Hipotecaria, prenda, bancaria, personal u otras especiales, según cuantía del préstamo y solvencia moral y financiera del beneficiario.

FUENTE: Federación Nacional de Cafeteros

PROYECTOS FINANCIADOS POR LA LINEA DE CREDITO DE MERCADEO
MODALIDAD CREDITO RURAL PLANEADO

USUARIO	DEPARTAMENTO	DESTINO CREDITO	VALOR FINANCIACION (\$000)
Cooperativa Cafetera	Antioquia	Sección fruver	13.563
Mercados Cooperativos	Caldas	Sección fruver	13.107
ASOGRIPA	Cundinamarca	Capital de trabajo	20
Asociación productores de Silvania	Cundinamarca	Transporte y capital de trabajo	722
Asociación Agricultores de Venecia	Cundinamarca	Transporte y capital de trabajo	550
Cooperativa Integral Campesina	Cundinamarca	Transporte y capital de trabajo	550
Cooperativa Caficultores de Gualivá	Cundinamarca	Transporte y capital de trabajo	1.230
Asociación de Agricultores del Guavio	Cundinamarca	Capital de trabajo	100
Cooperativa Caficultores Cesar y Guajira	Cundinamarca	Sección fruver	1.000
Cooperativa Caficultores de Montenegro	Quindío	Cesar y fruver	2.426
Cooperativa Caficultores	Quindío	Sección fruver	3.193
Diego Arango	Quindío	Transporte	450
Cooperativa de Caficultores Pereira	Risaralda	Transporte	11.695
Cooperativa Caficultores San Vicente de Chucurí	Santander	Comercialización y acciones	2.500
Comité Departamental de Cafeteros	Santander	Acciones Comercafé	2.000
Cooperativa Cafetera Central	Santander	Acciones	1.500
Cooperativa Cafeteros Sur de Santander	Santander	Acciones	1.500
Cooperativa Agricultores Occidente	Tolima	Transporte y capital de trabajo	635
Asociación Empresarial Agrícola P110	Tolima	Transporte y capital de trabajo	470
Asociación Productores La Luisa	Tolima	Capital de trabajo	65
Asociación de Productores de Frutas	Tolima	Capital de trabajo	65
Cooperativa Caficultores Sta. Rosa	Tolima	Sección fruver	650
Asociación de Productores de Plátano	Tolima	Transporte y capital de trabajo	555
Asociación de Productores de Frutas	Tolima	Capital de trabajo	40
Cooperativa Caficultores del Tolima	Tolima	Sección fruver	15.333
Asociación Productores de Banano	Tolima	Transporte y capital de trabajo	1.145
Cooperativa Caficultores Sur del Tolima	Tolima	Sección fruver	2.385
Asociación Productores de Panela	Tolima	Transporte y capital de trabajo	2.483
Cooperativa Caficultores Libano	Tolima	Sección fruver	4.955
Central Cooperativa Tolima	Tolima	Acciones Comercafé	2.000
Cooperativa Agricultores	Tolima	Capital de trabajo	250
Asociación de Productores	Tolima	Capital de trabajo	150
Asociación de Agricultores	Tolima	Capital de trabajo	300
Grupo Precooperativo y Agrícola	Valle	Capital de trabajo	195
Cooperativa Integral de Morenos	Valle	Capital de trabajo	176
MERCAFE	Valle	Sección fruver	14.780
Cooperativa Caficultores Sur	Valle	Transporte y capital de trabajo	1.200
Cooperativa Caficultores Meta	Meta	Comercialización de cacao	1.500
Asociación Productores Banano Bajo Roble	Tolima	Comercialización banano	150
Asociación Productores Agrícolas del Tolima	Tolima	Comercialización miel abejas	367
ANESCO LTDA.	Caldas	Adquisición activos y capital de trabajo	600

TOTAL: 41
Proyectos Financiados
Valor Financiado \$106.6 millones

Inversiones y Costos para el Montaje de Centros de Acopio,
Secciones Fruver y una Comercializadora Agrícola

La capacidad para este tipo de inversiones se ha determinado con base en la rotación de los productos y las necesidades de espacio físico por tonelada movilizada a través del centro o sección, incluyendo los requerimientos de área para administración, manipuleo, conservación, circulación y depósito para empaques.

El Cuadro N° 6 presenta el resumen de las inversiones que proyecta realizar la FEDERACION para la comercialización de alimentos en la zona cafetera.

Federación Nacional de Cafeteros

Zonas Potenciales para Establecer Centros de Acopio.

Se ha identificado como zonas potenciales para la localización de centros de acopio las siguientes:

Centros Primarios

Departamento

Municipio

Caldas

Chinchiná, Manizales, Aranzazu, Aguadas,
Villamaria, Palestina y Manzanares.

Cundinamarca

Silvania, Anapoima, Pacho, El Peñón,
La Vega, San Bernardo.

Tolima

Playarrica, Villarrica

DepartamentoMunicipio

Risaralda

Marsella, Pereira, Belén de Umbría,
Quinchía, Guática, San Clemente.

Antioquia

Sopetrán, Santafé de Antioquia, Sonsón,
Santuario.

Magdalena

Guamal.

Centros RegionalesDepartamentoMunicipio

Caldas

Chinchiná, Manizales, Neira, Aranzazu,
Pácora, Aguadas, Supía, Manzanares,
Marquetalia.

Cundinamarca

Fusagasuga, Cáqueza.

Tolima

Cajamarca, Ibagué, Melgar, Mariquita.

Risaralda

Pereira.

Valle del Cauca

Cartago, Sevilla, Tuluá, Dagua, Buga,
Palmira.

CUADRO No. 6
RESUMEN DEL PLAN QUINQUENAL DE LA FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS RELATIVO A
INVERSIONES PARA LA COMERCIALIZACION RURAL DE ALIMENTOS PRODUCIDOS EN ZONAS CAFETERAS
1984 - 1988

TIPO DE INVERSION	CIFRAS PARCIALES \$	NUMERO DE PROYECTOS	VALOR TOTAL \$
1. CENTROS DE ACOPIO PRIMARIO			
Area requerida	450 mts ²	22	
COSTOS DE INSTALACION:			
-Estudio de factibilidad	60.500		
-Compra de terreno	9.000		
-Diseño de planos	112.500		
-Obras Civiles	4'000.000		
-Implementos y Equipos	630.000		
Total Costos Instalación	4'812.000		
Capital de Trabajo	2'629.800		
Imprevistos	108.200		
TOTAL	7'550.000	22	166'100.000
2. CENTRO DE ACOPIO REGIONAL		12	
Area requerida	1.200 mts ²		
COSTOS DE INSTALACION:			
-Estudio de factibilidad	150.000		
-Compra de terreno	30.000		
-Diseño de planos	414.000		
-Obras civiles	14'240.000		
-Implementos y equipos	4'130.000		
Total Costos Instalación	18'964.000		
Capital de Trabajo	10'232.000		
Imprevistos	1'104.000		
TOTAL	30'300.000	12	363'000.000
SECCION DE FRUTAS Y VERDURAS EN UN SUPERMERCADO		37	
Area requerida	190 mts ²		
Inversiones en Activos (Maquinaria y equipos)	3'762.000		
Capital de trabajo (1 mes)	2'238.000		
TOTAL	6'000.000	37	222'000.000
4. COMERCIALIZADORA AGRICOLA		1	
Inversión Total	107'300.000		
-Construcciones			
-Compra de un puesto en Corabastos			
-Equipo e instalaciones	11'300.000		
Capital de Trabajo	25'000.000		
TOTAL	107.300.000	1	107'300.000
GRAN TOTAL PLAN QUINQUENAL			859'000.000

FUENTE: FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS

Febrero de 1984
HMP/arb

2.3 Programas del IDEMA en el Plan Nacional de Rehabilitación -Proyecto de Centros de Acopio.

Dentro del Plan Nacional de Rehabilitación, el IDEMA tiene proyectado construir 22 centros de acopio de doble vía con el fin de dotar de servicios básicos de comercialización a través de la compra y venta de productos a los agricultores de la zona.

La creación de estos centros de acopio implican la ampliación de la capacidad de almacenamiento de 69.960 tons. y la de secamiento en 200 tons./hora, en diez de las zonas incluidas dentro del Plan Nacional de Rehabilitación.

Además se proyecta construir un centro de reenvase y reempaque en Florencia para atender el consumo de Caquetá, Putumayo, Alto Magdalena y Cauca Sur.

A través de los centros de acopio se aspira adquirir 75.283 tons. anualmente entre arroz, maíz y sorgo que representan un incremento del 68% con relación a las compras realizadas en estos sitios en 1982.

En los mismos centros se proyecta vender 807 tons. mensuales de alimentos que incluyen arroz, azúcar, aceite, sal, maíz, panela, leche, café, frijol y chocolate.

La filosofía de un centro de acopio de "doble vía" es prestar un servicio, a través del cual no solo se adquieran los productos cosechados por los campesinos de la región, sino simultáneamente se puede suministrar permanentemente alimentos básicos en la dieta familiar de los pobladores de las zonas de influencia.

Tamaño de los Centros de Acopio

Cada centro de acopio dispone de una área total de 15.000 m² sin embargo esta área varía de acuerdo a las necesidades de almacenamiento de cada región, por lo que se establecen cuatro tipos de centros de acopio así:

<u>Tipo</u>	<u>Area para bodega (M²)</u>
A	891
B	1.265
C	1.639
D	2.013

Además de esta bodega los centros de acopio dispondrán de las siguientes instalaciones:

- Enramada de secamiento de 520 m²
- Dispensa de 80 m² con góndolas para la exhibición de productos y áreas para almacenamiento.
- Oficinas de 84 m²
- Area de servicios sanitarios
- Caseta para planta eléctrica
- Caseta de portería y secamiento mixto

Además dispondrá de un equipo de secamiento con máquinas ventacrop modelo 60 con capacidad de secamiento de 187.5 tons. cada 72 horas.

Costos de los Centros de Acopio

a) Inversión Directa

<u>Tipo de Centro</u>	<u>Número</u>	<u>Valor Unitario (Millones \$)</u>	<u>Valor Total (Millones \$)</u>
A	9	24.1	216.9
B	2	27.4	54.8
C	2	30.8	61.6
D	10	34.2	342.0
Centro de reempaque y reenvase (Florencia)			<u>6.5</u>
Sub-total			681.8

b) Costo de Preinversión e Interventoría

Plan de ingeniería del proyecto

Estudios de localización y elaboración de
diseños 7% de la inversión 47.7

Interventoría 4% de la inversión 27.3

Total Inversión 756.8

c) Costo de Funcionamiento

El costo de funcionamiento promedio anual por centro de acopio es de \$8.0 millones, discriminados así:

<u>Concepto</u>	<u>Millones</u>
Servicios personales	5.0
Gastos generales	1.3
Depreciación	<u>1.7</u>
Total	8.0

El costo de funcionamiento para los 22 centros llegaría a \$176 millones por año.

LOCALIZACION DE LOS CENTROS DE ACOPIO DEL IDEMA

No.	DEPARTAMENTO	ZONA	LOCALIDAD
3	Antioquia	Bajo Cauca	Caucasia
		Urabá	Necoclí
		Urabá	Barranquilla
3	Arauca	Arauca	Tame
		Arauca	Saravena
		Arauca	Arauca
1	Boyacá	Magdalena Medio	Puerto Boyacá
2	Caquetá	Caquetá	Curillo
		Caquetá	Valparaiso
1	Casanare	Casanare	Yopal
1	Cauca	Cauca Sur	El Tambo
2	Córdoba	Córdoba	Tierra Linda
		Alto Sinú	Valencia
		Urabá	Acandía
1	Guaviare	Guaviare	San José del Guaviare
1	Huila	Alto Magdalena	Garzón
3	Meta	Meta	Granada
		Meta	Granada
		Meta	Medellín de Ariari
1	Putumayo	Putumayo	La Hormiga
2	Santander	Magdalena Medio	Kilómetro 80
		Magdalena Medio	Cimitarra
22			

d) Costo de Operación

Los costos de operación del proyecto ascienden a \$21.4 millones al año, discriminados así:

	<u>Millones \$</u>
- Combustible y carburantes	12.1
- Energía eléctrica	1.0
- Manipuleo de los productos	7.5
- Tratamiento de los productos	0.8
Total	<u>21.4</u>

III. RESUMEN GENERAL DE LAS ACCIONES EN COMERCIALIZACION PARA EL SECTOR RURAL

✓ La comercialización en el sector rural, pese a su evidente importancia en el sistema de distribución de alimentos, no ha tenido el debido desarrollo y se aprecia un notable estancamiento.

La cobertura de las acciones del Estado hasta ahora adelantadas ha sido de carácter parcial frente a las necesidades nacionales. En este sentido la Federación Nacional de Cafeteros a través del Programa de Desarrollo y Diversificación de las zonas Cafeteras "PRODESARROLLO" es la entidad líder en el desarrollo de formas empresariales modernas para el mercadeo en las zonas rurales. Sus acciones han podido llevarse a cabo merced a que cuenta con una estructura orgánica en mercadeo con secciones claramente identificadas como acopio y distribución, tecnología de alimentos, agroindustria, investigación de mercados y precios, etc., y apoyado con recursos financieros provenientes del Fondo Nacional del Café manejado por la Federación mediante convenios de crédito con el Banco Cafetero.

En la actualidad el Gobierno colombiano ha aprobado a la Federación una solicitud de crédito al BIRF con el fin de adelantar un vasto programa en comercialización para las zonas cafeteras que implica realizar entre otras inversiones en centros de acopio primarios (22) y regionales (12), secciones de frutas y verduras en supermercados (37), creación de una comercializadora agrícola, etc.; la ejecución de estos proyectos alcanza un valor aproximado a los \$859 millones. Se han identificado como zonas potenciales para la localización de centros de acopio las zonas cafeteras de los departamentos de Caldas, Cundinamarca, Tolima, Risaralda, Antioquia, Magdalena y Valle del Cauca.

Para las zonas de economía tradicional, el programa DRI-PAN a través del subprograma de comercialización rural ha impulsado la promoción de asociaciones de productores y cooperativas agrícolas, mediante créditos otorgados preferencialmente para capital de trabajo en la compra y venta de productos agrícolas, como para inversiones en maquinaria, vehículos, equipos y en algunos casos para agroindustria.

Hasta el año de 1983 el programa cubría a 55 asociaciones en la fase I y 31 asociaciones en la fase II para un total de 96. Se otorgaron créditos para el mismo año a 50 asociaciones y cooperativas por un valor de \$113'252.000

Conviene indicar que el Programa DRI-PAN ha servido para agrupar a los pequeños productores rurales mediante la organización y asesoría de formas asociativas complementada a través del crédito que mejora el poder de negociación y los ingresos de los mismos, sin embargo, no se ha logrado desarrollar un programa de comercialización que vaya más allá de la simple negociación de compra-venta de los productos agrícolas como se aprecia en el cuadro de ejecución de metas físicas 1983.

Sería importante que alrededor de estas agrupaciones se piense en mejorar el sistema mediante la capacitación de los productores en el mercadeo de los productos y se contemple la posibilidad de construir centros de acopio como solución a los problemas que aquejan a este sector de agricultura tradicional.

Estas dos experiencias institucionales están diseñadas a lograr una mayor eficiencia en la comercialización de productos perecederos.

En igual sentido el IDEMA tradicionalmente ha desarrollado la infraestructura rural para el manejo de granos provenientes de la agricultura comercial. Recientemente el Plan Nacional de Rehabilitación ha considerado básico la dotación de servicios de comercialización y el suministro de alimentos a los sectores que se encuentran marginados por diversos factores sociales y económicos y además mantener en cada región una infraestructura de almacenamiento y secamiento de granos, indispensable para el adecuado tratamiento de productos y la reducción de pérdidas originadas en el manejo deficiente de las cosechas. Para tal efecto, se tiene diseñado un proyecto de construcción de 22 centros de acopio de doble vía con una inversión aproximada de \$756.8 millones. Las anteriores inversiones para el mejoramiento de la comercialización en el sector rural obedecen a programas institucionales que cuentan con financiación propia, ya sea con partidas del presupuesto nacional o mediante préstamos internacionales.

Ante la necesidad de contar con una visión lo más amplia posible sobre la naturaleza y dimensión de las inversiones para la comercialización en el sector rural a nivel nacional se procedió a través de las Unidades Regionales de Planificación Agropecuaria -URPAS- a realizar un inventario de necesidades y posibles acciones para el mejoramiento de la comercialización rural.

Los resultados que se obtuvieron indican requerimientos para

infraestructura en centros de acopio y plazas de mercado rurales y el mejoramiento de algunos mataderos públicos, con su correspondiente valor y localización geográfica.

En colaboración con el INCORA y el HIMAT se logró identificar algunos proyectos de inversión para los distritos atendidos por estas entidades que se resumen en la construcción de centros de acopio, agroindustrias de procesamiento y transformación de leche, harinas de plátano y yuca, procesadoras de cacao, molinos, etc.

Un inventario de las necesidades de inversión en las demás áreas agropecuarias del país no fué posible pues no se cuenta con diagnósticos regionales y las acciones de planificación en Intendencias y Comisarias y en algunos Departamentos aún no contemplan estos aspectos. De ahí que la visión sea parcial, debiéndose manejar las alternativas correspondientes con la reserva del caso.

Para áreas como las del Programa DRI la identificación de inversión también es preliminar ya que para fines del presente trabajo se asume que a nivel de cada distrito del DRI se requiere fomentar la construcción de centros de acopio regionales de acuerdo con las recomendaciones de la misión FAO-Banco Mundial^{1/}. Específicamente se plantea el establecimiento de 33 centros de acopio regionales cuya inversión representa un monto de \$946.0 millones.

El anterior marco de acción planteado, permite tener flexibilidad para incluir una gama más amplia de posibles inversiones en comercialización rural, ya que como se mencionó no se llegó a detallar en forma total los

^{1/} Banco Mundial. Proyecto de Desarrollo del Mercadeo de Productos Perecederos. Conclusiones preliminares de la misión FAO-Banco Mundial. Junio de 1983.

requerimientos del país para el mejoramiento del mercado rural. Se trata sin embargo, de una primera aproximación a nivel de idea, que permite tener un conocimiento global de la problemática del mercadeo a nivel de los productores, identificar las necesidades regionales y programar posibles acciones, con una estimación de los recursos indispensables para la ejecución de este programa. Evidentemente que esta programación tendrá su justificación en la medida que se realice el correspondiente diagnóstico a nivel nacional, se determine las entidades oficiales y privadas ejecutoras de los proyectos y se proceda a efectuar los estudios de factibilidad.

En el Cuadro N° 7 se resumen las acciones que se podrían adelantar para el mejoramiento de la comercialización en el sector rural. En esta síntesis no se incluyen los programas del IDEMA ya que estos quedaron incluidos en la sección de este documento relativo a granos.

IV ACTIVIDADES DE LA COMERCIALIZACION RURAL QUE PUEDEN SER SUJETAS DE CREDITO A TRAVES DEL FFMA

Una vez conocidas las acciones que en materia de mercadeo rural adelantan algunas instituciones y después de haber acopiado información sobre otras necesidades, es posible precisar qué tipo de actividades se van a financiar, cuáles serían los beneficiarios y qué rubros contemplaría la financiación.

Beneficiarios:

Serán sujetos de crédito con recursos del FFMA las cooperativas con actividades de producción y/o comercialización, las formas asociativas para la comercialización, las asociaciones de productores y las demás

Cuadro N° 7
RESUMEN DE POSIBLES INVERSIONES EN COMERCIALIZACION PARA EL SECTOR RURAL

C E N T R O S D E A C O P I O				P R O C E S A M I E N T O Y T R A N S F O R M A C I O N			
R E G I O N A L E S		P R I M A R I O S		P L A Z A S D E M E R C A D O R U R A L E S			
Z O N A S C A F E T E R A S		Z O N A S C A F E T E R A S		P L A Z A S D E M E R C A D O R U R A L E S			
N°	Inversión \$	N°	Inversión \$	N°	Inversión \$	Tipo de Inversión	Valor
3	90.0	2	6.0	3	22.6	Proces. y transf. de leche	17.5
2	60.0	1	6.0	-	-	Procesamiento cacao	16.0
-	-	-	-	-	-	Proces. y transf. de leche	6.5
1	30.0	1	3.0	-	-	Trilladora de café	17.0
4	121.0	-	-	-	-	Molino de arroz	60.0
2	60.0	3	90.0	6	30.0	Proces. y transf. de leche	70.0
-	-	-	-	5	37.7	Trilladora de café	17.0
2	60.0	-	-	-	-	Proces. y transf. de cacao	17.0
-	-	4	30.0	15	200.0	Proces. y transf. de leche	17.5
1	30.0	-	-	-	-	Trilladora de maíz	15.5
2	60.0	1	30.3	5	37.7	Proces. y transf. de leche	90.0
1	30.0	-	-	1	3.0	Molino de arroz	36.0
1	30.0	-	-	1	7.0	Procesamiento de cacao	15.0
2	60.0	-	-	2	6.0	Procesamiento cacao	14.0
2	60.0	-	-	3	30.0	Procesamiento cacao	14.0
2	60.0	-	-	3	11.0	Procesamiento cacao	14.0
1	15.0	-	-	-	-	Procesamiento cacao	14.0
1	30.0	1	30.3	6	45.3	Procesamiento cacao	14.0
3	90.0	-	-	7	44.0	Procesamiento cacao	18.0
1	30.0	-	-	-	-	Proces. y transf. de leche	6.5
1	30.0	2	60.6	5	35.0	Proces. y transf. de leche	17.0
-	-	5	151.5	-	-	Proces. y transf. de leche	17.0
33	946.0	12	363.6	37	220.0		207.0
URSOS	946.0		363.6		220.0		207.0
							3.092.7

Investigación.
En base en información de las URPAS y el INCORA



LOCALIZACION DE POSIBLES CENTROS DE ACOPIO PRIMARIOS ^{1/}

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	NUMERO
Antioquia	Sur Occidente	2
Atlántico	Repelón, Manatí	2
Bolívar	Alvarado	1
Cauca	Patía, Bolívar, Belalcazar, Santander de Quilichao	4
Córdoba	Cerrito y Lónica	2
Huila	Neiva	1
Magdalena	Mamatoco, Sitionuevo	2
Meta	San Martín y Granada	2
Nariño	Buesaco, Taminango, Tumaco	3
Norte de Santander	Puerto Wilches, El Playón, Matanza, Zapatoca, Mogotes, B/mermeja, Puerto Parra	7
Tolima	Armero, Honda, Roncesvalles, Purificación, Natagaima	5
TOTAL		34

^{1/} Con base en la información de las URPAS y el INCORA.

LOCALIZACION DE POSIBLES CENTROS DE ACOPIO REGIONALES EN
LOS DISTRITOS DRI

DEPARTAMENTO	MUNICIPIOS	NUMERO
Antioquia	Nordeste, Rionegro, Yarumal	3
Atlántico	Sabanalarga, Sur Atlántico	2
Bolívar	Carmen de Bolívar	1
Boyacá	Tunja, Duitama, Soatá, Valle de Tenza	4
Caldas	Occidente, Nor Oriente	2
Cauca	Bordo, Popayán	2
Córdoba	Lorica	1
Cundinamarca	Cáqueza, Fusagasugá, Villeta	3
Huila	Sur del Huila	1
Magdalena	Fundación	1
Meta	Ariari, Pié de Monte	2
Nariño	Pasto, Ipiales	2
Norte de Santander	Ocaña, Pamplona	2
Putumayo	Sibundoy	1
Risaralda	Occidente	1
Santander	Barbosa, Málaga y Socorro	3
Sucre	Sincelejo	1
Tolima	Guamo	1
TOTAL		<hr/> 33

PLAZAS DE MERCADOS RURALES

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	NUMERO
Boyacá	Otanche, San Pablo, Pauna Coper, Maripí, Ráquira	6
Cauca	la Vega, Argelia, Patía, Piendamón, El Tambo, Jambaló, Morales, Mercaderes, Padilla, Santander, Balboa, Miranda, Corinto, Cajibío	14
Magdalena	Plato	1
Norte de Santander	Chinácota, Salazar, Tibú, Con- vención, Lourdes	5
Santander	Tona, Cerrito, Puerto Parra, Corregimiento de Barrancas	4
Sucre	Toluviejo, San Marcos, Sanpués, Morroa y Sincelejo.	5
Tolima	Ambalema, Lérida, Alvarado, Piedras, Coello, Suarez, Carmen de Apicalá, Roncesvalles, Puri- ficación, Prado y Natagaima	11
TOTAL		46

formas empresariales (personas naturales o jurídicas) que se constituyan con el objetivo de desarrollar la actividad comercial o de procesamiento y transformación de productos agrícolas.

Clase de Inversión y Rubros Financiables:

Dependiendo de la clase de inversión se financiarán los siguientes rubros:

Tipo de Inversión

Rubros Financiables

-Centros de Acopio

ACTIVOS FIJOS:
 -Obras civiles
 -Estudios y diseños
 -Instalaciones y montaje
 -Maquinaria y equipos para manejo de percederos y granos
 -Instalación de equipos y medios de conservación de percederos y granos
 -Equipo de oficina
 -Transporte especializado

CAPITAL DE TRABAJO:
 -Manejo de inventarios
 -Suministros
 -Cartera
 -Gastos generales

-Comercializadoras Agrícolas

ACTIVOS FIJOS:
 -Obras civiles
 -Equipos e instalaciones
 -Bandas de selección, básculas
 -Medios de conservación de percederos y granos

CAPITAL DE TRABAJO:
 -Compra cosecha
 -Gastos operacionales
 -Transporte
 -Empaque

-Plazas de Mercado Rurales

Los recursos se orientarán a financiar la inversión fija necesaria para el funcionamiento o remodelación de las plazas de mercado buscando mejorar el diseño tradicional, principalmente para el manejo de productos perecederos.

-Nuevas plantas agroindustriales o la modernización de las ya existentes, con integración vertical u horizontal al sector agropecuario.

ACTIVOS FIJOS:

- Obras civiles
- Estudios y diseños
- Instalaciones y montaje
- Maquinaria y equipos para manejo de perecederos y granos
- Instalación de equipos y medios de conservación de perecederos y granos
- Equipos de oficina
- Transporte especializado

CAPITAL DE TRABAJO:

- Manejo de inventarios
- Suministros
- Cartera
- Gastos generales

Como las anteriores inversiones en comercialización que se plantean, pertenecen al sector tradicional de distribución Rural, las necesidades de recursos del F.F.M.A. para financiar capital de trabajo y activos fijos, son las siguientes:

CLASE DE INVERSION	VALOR ESTIMADO DE LAS INVERSIONES	RUBROS A FINANCIAR		MONTOS FINANCIABLES POR EL FFMA (MILL.\$)	
		Activos Fijos	Capital de Trabajo	Activos Fijos 90%	Capital de Trabajo 80%
Centros de Acopio	1.695.6	1'102.1	593.5	991.9	475.0
Plazas de Mercado	595.0	595.0	-	536.0	-
Agroindustrias	802.0	564.4	240.6	505.3	192.0
TOTAL	<u>3.092.6</u> =====	<u>2.258.5</u> =====	<u>834.1</u> =====	<u>2.033.2</u> =====	<u>667.0</u> =====

Total necesidades de recursos para inversiones de comercialización en el sector rural que pueden ser atendidos con recursos del F.F.M.A.

Activos Fijos	\$2.033.2
Capital de Trabajo	667.0
Total	<u>\$2.700.2 millones</u>

BIBLIOGRAFIA

- CECORA. Situación y Perspectivas del Subprograma de Comercialización DRI. Bogotá, marzo de 1983.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Términos de Referencia para la Formulación de un Plan de Mejoramiento de los Mercados Rurales, Bogotá, agosto de 1983.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Acciones y Estrategias del Programa DRI - PAN en el Proceso de la Comercialización de Alimentos en las áreas Urbana y Rural. Bogotá, julio de 1983.
- FEDERACAFE - PRODESARROLLO. Plan de Diversificación Agropecuaria para la Zona Cafetera 1984 - 1988, Bogotá, agosto de 1983.
- IDEMA. Participación del IDEMA en el Plan Nacional de Rehabilitación. Proyecto de Centros de Acopio de Doble Vía (Versión preliminar) Bogotá, marzo de 1983.

9

1

