

Bases para una caracterización empresarial de la cadena de distribución de frutas y verduras en la ciudad de Cali

Basics for a business characterization of fruit and vegetable sector in Cali-Colombia

COLCIENCIAS TIPO 2. ARTÍCULO DE REFLEXIÓN

RECIBIDO: AGOSTO 11, 2015; ACEPTADO: SEPTIEMBRE 23, 2015

Jorge Enrique Rebolledo
jrebolledo32@gmail.com

Weiner Alexis Narváez
weiner952008@hotmail.com

Universidad Santiago de Cali, Colombia

Resumen

El artículo es el resultado de la fase de exploración bibliográfica y observación primaria para el reconocimiento del contexto del sector frutas y verduras y su cadena de distribución en el municipio de Santiago de Cali; con él se pretende desarrollar una panorámica de las tipologías empresariales involucradas y surge como un instrumento de investigación para el desarrollo del proyecto Consultorio Empresarial de la Universidad Santiago de Cali. Inicialmente se ilustran los antecedentes, en donde se exploran los contextos del sector a diferentes niveles: nacional, internacional, departamental y municipal, con énfasis en la producción, el consumo y los mercados; luego se procede a ilustrar la representación de la cadena de distribución y cada uno de los agentes empresariales involucrados y sus características.

Palabras Clave

Sector frutas y verduras; cadena de distribución; competitividad; consumo; mercados.

Abstract

The article results of exploratory phase –by bibliographic review and primary observation– for recognition of the context of fruit and vegetables sector and its distribution chain in Santiago de Cali (Colombia); It is intended to develop an overview of the business types involved and emerges as a research tool for the development of the business consultant office at the Universidad Santiago de Cali. The paper presents the background of the sectoral activity, explore sectoral context at national, international, departmental and municipal levels, emphasizing the production, consumption and markets; then it proceeds to illustrate the representation of its timing chain and each one of the business agents involved, and their characteristics.

Keywords

Fruits and vegetables sector; timing chain; competitiveness; consumer markets.

I. INTRODUCCIÓN

Contribuir a la solución de los problemas del entorno se constituye en uno de los propósitos fundamentales de los procesos de investigación en las instituciones de educación superior. Es por ello que, en el desarrollo curricular para la formación de los futuros profesionales en carreras empresariales, es necesario involucrar actividades tendientes a reconocer las potencialidades y limitantes de sus contextos de desempeño.

El municipio de Santiago de Cali se ubica en una región en donde la diversidad de la producción y el consumo de frutas y verduras hacen parte del panorama típico de sus mercados; por tanto, es necesario desarrollar procesos investigativos para reconocer las potencialidades del sector, los actores involucrados y sus dinámicas.

Es así como en el contexto del proyecto de investigación para la consolidación del consultorio empresarial como un ente que ha de permitir el vínculo entre la academia y el sector real, surge el presente documento, con la pretensión de plasmar las bases para una investigación que permita la caracterización empresarial de la cadena de distribución de frutas y verduras [fruiver] en el municipio.

El documento es fruto de una primera revisión bibliográfica y de observaciones directas tendientes a tener claridad en torno a las potencialidades del sector y su cadena de distribución en el municipio de Cali. Para ello, después de explorar diferentes investigaciones y estudios disponibles en la web y las bibliotecas de la región, se sistematizó la información con la técnica de las fichas RAE (Resumen Analítico Escrito) y las observaciones con instrumentos etnográficos, como las guías de campo. Este primer informe se centra en el reconocimiento del sector, su ubicación, potencialidades y limitantes, y los agentes involucrados en la cadena de distribución.

II. ANTECEDENTES

Durante los últimos años se han realizado arduos esfuerzos por describir, analizar y materializar planes para el sector agropecuario en Colombia y sus subsectores, por la necesidad de orientar a gremios y organizaciones en el proceso productivo, la distribución y comercialización de los productos, en aras de gestar crecimiento y desarrollo en este, un sector de gran importancia para el país, que representó, en 2013, el 5,2% del Producto Interno Bruto [PIB] (“La economía...”, 2014).

En el entorno internacional el sector de las frutas frescas se reconoce por su dinamismo. En el mercado mundial las transacciones sectoriales pasaron de US\$80.000 millones a casi US\$90.000 en año 2012 y se ha evidenciado que la demanda de mundial de frutas registró una tasa de crecimiento anual promedio del 11.2% entre 2008 y 2012.

Colombia, gracias al desarrollo de su sector hortofrutícola se constituye, a nivel mundial, en uno de los países representativos por su diversificación y su dinamismo. Se estima que 400.000 agricultores están involucrados en la actividad y que tienen fincas con una extensión promedio de una hectárea; en 2009 la producción de frutas se realizó en alrededor de 226.083 hectáreas (excluyendo el banano) y la producción de verduras en 105.019. Cabe destacar además que la industria agrícola colombiana genera alrededor del 70% del empleo directo e indirecto del país (Censkowsky & Berger, 2010).

En materia de producción de alimentos el país cuenta con diversidad de climas, topografías y suelos con una amplia gama de posibilidades productivas que se distribuyen indistintamente a lo largo y ancho de su geografía, sin ninguna correlación planificada con los centros de consumo.

En este sector, el Estado colombiano se ha dedicado principalmente a solucionar los problemas de los medios de producción, específicamente lo concerniente a la tenencia de la tierra, los insumos, planes de financiamiento y apalancamiento, pero ha dejado de lado lo correspondiente a la distribución de los productos, la comercialización y la generación de vocación exportadora, especialmente en los pequeños productores.

Los avances tecnológicos apenas empiezan a aplicarse al sector frutícola Colombiano. De acuerdo con el gremio representado en la Asociación Hortofrutícola de Colombia [Asohofrucol], que representa, sobre todo, a los productores colombianos de frutas y verduras, la gran mayoría de agricultores (92.4%) no tiene acceso a tecnologías agrícolas modernas, cerca del 5.33% tiene cierto acceso y solo el 2.3% se beneficia de ellas (Censkowsky & Berger, 2010).

Colombia es uno de los países que cuenta con una amplia diversidad de especies de frutas y verduras producidas en su territorio, este hecho favorece la diversidad de alimentos disponibles para el consumidor al momento de hacer su elección de compra. Sin embargo, la

participación porcentual de frutas y verduras en el gasto de los hogares colombianos es bajo, problema que se debe, principalmente, a la falta de canales de distribución acordes y especializados para el sector. Hoy los principales sistemas de distribución y comercialización son: las plazas de mercado, los sistemas de tenderos, los mercados móviles y los sistemas de supermercados de autoservicio, todos ellos con una segmentación de mercado definida a partir de variables y condiciones socioeconómicas.

El sector frutícola colombiano tiene gran participación en el mercado mundial, según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación [FAO] en 2010 Colombia estuvo entre los productores más grandes del mundo de varias frutas: papaya (puesto 8), frutas tropicales frescas (puesto 9), banano (puesto 10) y piña (puesto 11). En países como Suiza, Colombia se reconoce por la producción de café de calidad, flores frescas, minería de gemas, oro, alimentos procesados, ingredientes naturales para productos farmacéuticos, cosméticos, frutas, verduras y textiles.

En el Valle del Cauca el subsector agrícola contribuye en 4,27% al PIB departamental, es el primer productor de frutas en Colombia, con 28.192 hectáreas en producción en 2004 y 669.184 toneladas de fruta fresca; en el ámbito nacional, esta área representa el 12.7% del área cultivada con frutales en Colombia (Tafur, Toro, Perfetti, Ruiz, & Morales, 2006).

El departamento también es líder en la aplicación de tecnologías en la producción de frutales, apoyado en gran parte por las investigaciones que realiza el Instituto Colombiano Agropecuario [ICA] en su granja de Palmira, y los estudios que proporcionan los programas universitarios de: Ingeniería Agronómica, Agrícola, Agroindustrial y Ambiental; Biología; y Agronomía, que ofrecen la Universidad Nacional de Palmira, la Universidad del Valle, la Universidad de San Buenaventura y la Universidad del Pacífico.

El Valle del Cauca se constituye en un proveedor de frutas y verduras del suroccidente colombiano. Como se puede observar en la Tabla 1, los frutales de mayor participación en producción en el año 2010 fueron los cítricos, el banano, la piña, la papaya, el chontaduro, la uva, el melón, el maracuyá, la guayaba y el aguacate; a nivel de verduras se destacó la producción de tomate, pimentón, ahuyama, repollo, pepino y cebolla de rama (Combariza, 2013).

Tabla 1. Producción estimada de frutas y verduras en el Valle del Cauca (Combariza, 2013)

Frutas	Toneladas	%	Verduras	Toneladas	%
Cítricos	104.040	19	Tomate	35.186	41
Banano	85.296	16	Pimentón	9.102	11
Piña	80.771	15	Ahuyama	7.605	9
Papaya	66.239	12	Repollo	6.749	8
Chontaduro	48.766	9	Pepino	6.474	8
Uva	33.971	6	Cebolla de rama	5.837	7
Melón	24.043	4	Ají	3.040	4
Maracuyá	19.540	4	Habichuela	3.025	4
Guayaba	17.152	3	Cilantro	2.742	3
Aguacate	12.065	2	Zanahoria	2.434	3
Valle del Cauca	545.709	100	Valle del Cauca	85.367	100

Es significativo el porcentaje de personas que consume frutas y verduras en el departamento (ver Tabla 2). A nivel de frutas se destacan: el limón, el tomate de árbol, el banano, la piña y la guayaba; mientras que en las verduras: el tomate, la zanahoria, las cebollas (de bulbo y larga) y el repollo.

Tabla 2. Consumo estimado de frutas y verduras en el Valle del Cauca (Combariza, 2013)

Frutas	Personas (%)	Verduras	Personas (%)
Limón	27.7	Tomate	63.8
Tomate de Árbol	18.5	Zanahoria	47.6
Banano	15.8	Cebolla bulbo	47.1
Piña	13.8	Cebolla larga	31.6
Guayaba	12.7	Repollo	18.8
Mango	12.0	Habichuela	18.5
Maracuyá	11.9	Arveja verde	13.7
Mora	10.4	Ahuyama	9.6
Lulo	10.4	Lechuga	6.5
Manzana	3.8	Pepino cohombro	5.0
Valle del Cauca	74.9	Valle del Cauca	68.5

La producción de bocadillos de guayaba, al igual que los derivados de la uva sobresale entre las actividades productivas del departamento. La alta producción de guayaba le permite ser el primer productor nacional de bocadillo; sus costos son competitivos porque cuenta con la producción local de azúcar, insumo que representa entre el 45% y el 55% de su costo; con relación a la uva, el Valle tiene un área aproximada de siembra de 1.540 hectáreas, que corresponden al 80% del total sembrado de uva en el territorio nacional. Su producción se encuentra concentrada especialmente en los municipios de La Unión, Toro, Roldanillo y Bolívar, al norte del departamento, y Guacarí y Cerrito, al centro.

El Valle del Cauca actualmente exporta, relativamente, poca fruta (US\$8.000 millones en 2013), vislumbrando entre sus necesidades: la generación de una mayor vocación exportadora y de estudios de mercado sectoriales, que sean la base para la elaboración de una planificación productiva y comercial más efectiva, que permita aprovechar las buenas relaciones comerciales establecidas por el departamento con Estados Unidos, Ecuador, Perú, Venezuela, Chile, Brasil y México (Bromley, 1984).

En el mercado de frutas y verduras de la ciudad de Santiago de Cali la preocupación gira en torno a que el consumo de estos productos se ha ido reemplazando por el consumo de alimentos procesados industrialmente, por la facilidad en su preparación, la eficacia de sus canales de distribución y las actividades publicitarias; por otro lado, los estudios de entidades como Asohofrucol dejan al descubierto que se han efectuado análisis y formulado planes más orientados hacia el sector productivo, dejando con total descuido el procesamiento de los productos y su comercialización.

Los programas y proyectos destacados en el sector frutícola de la ciudad de Cali en los últimos años se refieren al fortalecimiento de las cadenas productivas del lulo, la mora y el tomate de árbol; y a los planes de cosecha de frutas y verduras (mango y habichuela en particular).

III. FACTORES PARA LA CARACTERIZACIÓN EMPRESARIAL DEL SECTOR EN LA REGIÓN

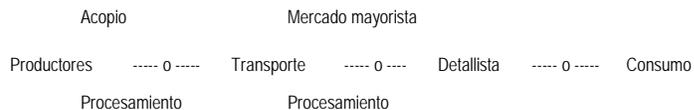
Un estudio para la caracterización del sector involucra el propósito de reconocer su estructura y su dinámica, en este sentido, es notable el poco grado de elaboración de un marco teórico conceptual y metodológico, lo cual abre un campo de posibilidades para generar y arrojar ideas que puedan ser útiles en el análisis de su contexto global y sus componentes, y con esta base generar planes de acción para el fortalecimiento y el desarrollo de una unidad de asesoría y consultoría para las empresas involucradas en la cadena productiva. Los aspectos a examinar, a juicio de los autores, se describen a continuación.

Identidad del esquema operativo

Es fundamental identificar la estructura de la cadena de distribución y, con esta base, observar con claridad el papel de cada agente y su racionalidad operativa. El contar con un esquema definido permite clarificar las acciones en cada campo, evitando la duplicidad de esfuerzos y facilitando además la planificación a mediano y largo plazo.

En la Figura 1 se presenta una primera aproximación a la cadena de distribución vigente para la región.

Figura 1. Cadena de distribución vigente en el Valle del Cauca



Esfuerzos empresariales aislados

Se observa que en las distintas fases de la cadena de distribución emergen esfuerzos empresariales con el fin de obtener beneficios económicos en la comercialización, estos esfuerzos se realizan de manera aislada, es decir, sin tener en cuenta las demás etapas del proceso, sean anteriores o posteriores. Por tales circunstancias se puede pensar que la estructura comercial del sector no es eficiente, al no permitir la posibilidad de dar un tratamiento integral al problema del mercadeo; aun así, emergen en la región contribuciones importantes, como las alianzas estratégicas y las apuestas productivas (ver Tabla 3).

Tabla 3. Apuestas productivas relacionadas con fruver para el Valle del Cauca (DNP, 2007)

Apuesta	Componentes
Hortofrutícola.	Frutas, hortalizas, pulpas, jugos, purés, néctares, conservas, compotas, aceites esenciales.
Frutales.	Maracuyá, mora, naranja salustiana, mandarina clementina, papaya, pitahaya, guayaba, aguacate, lima ácida, limón tahití, guanábana, borjón, chontaduro, tomate de árbol, lulo.
Comercialización en mercados verdes de productos ecológicos.	Alimentos frescos y procesados, frutas y verduras, flores exóticas, follajes tropicales.
Hortalizas.	Aji, pimentón, tomate, zapallo.

El papel del Estado y del sector privado

Para efectos del estudio es importante reconocer dos rasgos característicos en la cadena de distribución regional de frutas y verduras:

- las actividades de índole comercial, en su mayor parte, son realizadas por empresas privadas, que buscan ser eficientes en el manejo de las operaciones involucradas a su cargo; y
- las empresas del Estado se constituyen en entes de apoyo, supervisión y fomento de los sistemas sobre los que operan las actividades las diversas

actividades; centros de acopio, centrales mayoristas, sistemas de transporte y plazas de mercado se constituyen entonces en unidades al servicio de los empresarios particulares, pero a cargo de las instituciones de carácter oficial.

En busca de la eficiente comercialización de los productos derivados, se ha de buscar la especialización de los diferentes entes empresariales involucrados. La organización institucional debe constituirse en uno de los propósitos prioritarios de la cadena productiva, en donde emergen como requerimientos de apoyo las asesorías en eslabonamientos productivos, formas asociativas, dirección empresarial, fuentes de financiamiento, normatividad, manejo de productos y mercadeo.

La integración institucional

El Valle del Cauca es una región de organización jurídica departamental y centralizada, en su territorio no se presentan barreras para el intercambio comercial, por lo que se constituye en un solo mercado dentro de sus fronteras territoriales; Por otro lado, en materia de producción de alimentos el departamento cuenta con diversidad de climas, topografía y suelos que permiten una amplia gama de posibilidades productivas que se distribuyen indistintamente, sin ninguna correlación con la localización de los centros de consumo. Esto implica el requerimiento de una modernización de los sistemas de comercialización, con la incorporación de las herramientas tecnológicas y virtuales que permitan una información inmediata, computarizada, y una coordinación intermunicipal, interdepartamental e internacional, con el fin de mantener la articulación funcional del proceso de distribución y el tratamiento integral desde la producción al consumidor.

Los sistemas de distribución

La noción de sistema está estrechamente relacionada con la organización de un conjunto de partes para lograr resultados de beneficio común. Este principio organizacional puede ser aplicado a los problemas del mercadeo de frutas y verduras en el Valle del Cauca. Es en este sentido como en la distribución del producto se destacan dos tipos de sistemas: los mayoristas y los detallistas.

Los sistemas de distribución mayorista emergen como un componente de la cadena de distribución en donde las empresas o empresarios no colocan el producto de forma directa al consumidor final, sino que entregan esta tarea a

empresarios especializados en el procesamiento o la distribución. Los mayoristas realizan las labores de intermediación entre los productores y los distribuidores minoristas o los fabricantes. Los mayoristas pueden comprarle a un productor –independiente o asociado–, a un fabricante, a otro mayorista o a un intermediario de grandes volúmenes; y venderle a un fabricante, a otro mayorista o a un distribuidor minorista.

Los mayoristas de frutas y verduras realizan operaciones de: compra del producto a los agricultores, clasificación, empaque y almacenamiento (Stanton, Etzel, & Walker, 2007). En el Valle del Cauca se distinguen los siguientes tipos de canales mayoristas:

- La Central de Abastecimientos del Valle del Cauca (CAVASA), ubicada a 11 kilómetros en la vía Cali-Candelaria. Es una institución de carácter mixto que acopia el mayor volumen de los productos de procedencia departamental e interdepartamental. En la central realizan operaciones de comercialización más de 300 propietarios y arrendatarios de bodegas o espacios físicos. Los días en los que se realizan los mayores volúmenes de transacción son los lunes amanecer martes y los jueves amanecer viernes.
- Distribuidores mayoristas de carácter privado, empresas particulares que por lo general se establecen en las zonas aledañas a las plazas de mercado con el fin primordial de realizar la intermediación con comerciantes, tiendas, graneros, hoteles, restaurantes y empresas procesadoras. La mayor parte de estas empresas son *mypimes*. A nivel municipal es en la plaza de mercado de Santa Helena donde se agrupa el mayor número de ellas. Los días de mayor transacción son los martes, jueves, viernes y sábado.
- Empresas de carácter asociativo, empresas de perfil social, integradas por grupos de productores que tienen como fin primordial establecer prácticas de compras o comercialización colectiva. En ellas los agricultores adquieren poder de mercado y adoptan mejores prácticas y logran obtener mayores ganancias. En las empresas asociativas los productores pueden establecer alianzas estratégicas para la provisión directa con distribuidores mayoristas o minoristas y la agroindustria (FAO, 2012). En el Valle del Cauca son visibles este tipo de prácticas a través de alianzas estratégicas que se establecen con cadenas productivas (*clusters*),

cooperativas y acuerdos entre productores y supermercados de cadena. Este tipo de prácticas son fomentadas por instituciones como la Secretaría de Agricultura Departamental, el Comité Departamental de Cafeteros y la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca [CVC].

- Centros de Acopio, puntos de compra que se establecen en sitios estratégicos y que cumplen la función de concentrar o reunir la producción de frutas y verduras de diversos productores, para que puedan competir en cantidad y calidad. Por lo general están dotados con infraestructura para el lavado sanitario, el secado, la selección, el procesamiento y el empaque de productos, para ser enviados a los mercados mayoristas urbanos, los supermercados y las agroindustrias, entre otros. Cadenas de supermercados como Colsubsidio, agroindustrias como el grupo Grajales y empresas procesadoras de jugos de frutas como Postobón patrocinan centros de acopio en diferentes municipios de la región.
- Empresas Procesadoras, empresas de carácter privado que se establecen en diferentes puntos de la ciudad y se dedican a la elaboración de alimentos compuestos principalmente de frutas, legumbres y hortalizas, entre los que se destacan: productos pulposos, jugos, néctares, purés, trozos y cubos de frutas. Al 2014 se encontraban inscritas ante la Cámara de Comercio de Cali 63 empresas, 90% de ellas microempresas, 10% pequeñas unidades productivas (CCC, 2014).

Los sistemas de distribución detallista, por su parte, están integrados por empresas comerciales de carácter privado o público o por personas naturales que venden sus productos al consumidor final; son entes también conocidos como distribuidores minoristas, minoristas o detallistas y constituyen el último eslabón de la cadena de distribución entre los productores y los consumidores (FAO, 2013).

En la cadena de abastecimiento de frutas y verduras de Santiago de Cali, se reconocen cinco sistemas de distribución detallista con los cuales es posible cubrir espacial y socioeconómicamente las necesidades de abastecimiento de alimentos para la población en los centros de consumo (Cerón, 1984): las plazas de mercado, los sistemas de tenderos, los mercados móviles, los sistemas de autoservicio y los establecimientos

especializados en comercializar frutas y verduras. Cada uno de ellos se describe a continuación.

Las plazas de mercado se constituyen en un sistema tradicional y presentan excelentes posibilidades para brindar un buen servicio de abastecimiento a la ciudadanía (ver Tabla 4). Están a cargo de las administraciones municipales que no son organismos especializados en mercadeo. Por lo general no cuentan con reglamentos que sirvan como instrumentos para adoptar mecanismos operativos adecuados y controlar la anarquía comercial de los protagonistas. El municipio cuenta con seis plazas de mercado: Alameda, Alfonso López, El Porvenir, La Floresta, Santa Helena y Siloé, con un estimado de 1.750 concesionarios y unas 8.000 personas ligadas a ellos (“Las plazas de...”, 2014).

El sistema de tenderos es el que presenta mayor cobertura de abastecimiento en el centro urbano, sus características le imponen la capacidad de ofrecer el mejor servicio a la comunidad en razón a su cercanía con los consumidores, sus amplios horarios, las unidades de venta que utilizan, el crédito a los vecinos, el tratamiento interpersonal, etc. Las tiendas pueden ser microempresas de un solo propietario, cooperativas de consumo, empresas comunitarias, sociedades limitadas o cualquier forma empresarial. De acuerdo con su tamaño (medido por el volumen de producto que comercializa), diversidad de productos y tipo de instalaciones, pueden clasificarse como: micro mercados de autoservicio, graneros, tiendas misceláneas, tiendas de primera y tiendas de segunda.

Los mercados móviles se constituyen en un sistema reglamentado y controlado por las autoridades gubernamentales. Consiste en ubicar, periódicamente, puntos de venta en lugares cercanos a los consumidores, en los que se concentra un grupo de productores y comerciantes mayoristas que, entre todos, llevan la totalidad de los productos alimenticios de la canasta familiar a precios módicos.

El sistema de supermercados de autoservicio presenta también dificultades para su control, pero el tipo y sus formas de organización empresarial, su capital de trabajo y los volúmenes de mercancías que mueven, permite adoptar mecanismos de concertación por medio de los cuales este sistema se acomoda a las exigencias de la estructura de mercado.

Los establecimientos especializados en comercialización de frutas y verduras por lo general se

encuentran ubicados en zonas aledañas a las vías principales, los almacenes de cadena y las plazas de mercado. Entre ellos se distinguen aquellos que distribuyen el producto a granel y los que realizan la comercialización a manera de alimentos procesados o de fruterías.

Tabla 4. Municipio de Santiago de Cali. Características plazas de mercado

Plaza	Zona de influencia	Generalidades
Alameda	Ubicada en la comuna 9 hacia el centro-sur del municipio, con influencia inmediata sobre los barrios: Alameda, Junín, Bretaña, Aranjuez, Belalcazar, Guayaquil y Manuel María Buenaventura.	Situada en la calle 9 entre carreras 24 y 26, es administrada por una organización asociativa –Asoalameda–. Cuenta con algo más de 500 comerciantes adscritos y la comercialización de frutas y verduras representan más del 60 % del comercio del establecimiento: en sus instalaciones se puede conseguir desde la fruta más exótica, como el mangostino, hasta la verdura más popular, como la cebolla.
Alfonso López	Se ubica en la comuna 7 en el sector oriental de Cali, donde se encuentra Puerto Mallarino, uno de los sectores más antiguos y representativos del municipio. Tiene influencia inmediata sobre los barrios: Fepicol, San Marino, las Ceibas, Los Pinos, Siete de Agosto, Andrés Sanín, Ángel del Hogar, Alfonso López (I, II, III), Puerto Nuevo y Puerto Mallarino.	Situada en la carrera 8 con calle 74; entre los consumidores es reconocida por la comercialización del pescado. La comercialización detallista de frutas y verduras no es de mucha significancia y buena parte es realizada por vendedores informales (ambulantes).
El Porvenir	Se ubica en la comuna 4 al nororiente de la ciudad de Cali, contigua al centro principal y a la zona industrial especial de San Nicolás. Tiene influencia sobre los barrios: Jorge Isaacs, Santander, Porvenir, Las Delicias, Manzanares, Salomía, Fátima, Sultana-Berlín, San Francisco, Ignacio Rengifo, Guillermo Valencia, La Isla, Marco Fidel Suárez, Evaristo García, La Esmeralda, Olaya Herrera y Bolívariano.	Situada en la carrera 5 con calle 31, es una de las plazas tradicionales del municipio. Dentro de sus instalaciones operan comerciantes detallistas de frutas y verduras, y en sus zonas aledañas se ubican comerciantes informales.
La Floresta	Ubicada en la comuna 8 en el oriente de la ciudad, en una zona plana, delimitada y atravesada por la red vial principal de la ciudad. Tiene influencia sobre los barrios: Primitivo Crespo, Simón Bolívar, Saavedra Galindo, Rafael Uribe Uribe, Santa Mónica Popular, La Floresta, Benjamín Herrera, Municipal, Industrial, El Troncal, Las Américas, Atanasio Girardot, Santafé, Chapinero, Villa Colombia, El Trébol, La Base y la Urbanización La Base-Taller del Municipio.	Situada en la calle 34 entre carreras 17 y 18, en esta área se permite la ubicación de usos comerciales y de pequeña y mediana industria artesanal manufacturera, cuya actividad económica está relacionada directa o indirectamente con la función abastecedora de la galería. La comercialización al detal de frutas y verduras es realizada por pequeños comerciantes que se ubican dentro de la plaza y en las zonas aledañas a ella.
Santa Helena	Se ubica en la comuna 10, en sector intermedio del sur oriente de Cali. Su área de influencia inmediata está delimitada por los barrios: Santa Helena, Cristóbal Colón, El Dorado, La Libertad, Boyacá, Jardín, Fortaleza, León XIII y Ciudad Modelo.	Situada en la calle 23 entre carreras 29 y 32, por sus volúmenes de transacción se constituye en la principal plaza de mercado del municipio; en sus zonas aledañas se destaca la presencia del mercado mayorista de frutas y verduras, al igual que un número significativo de comerciantes independientes de granos, abarrotes, pescados, frutas y verduras.
Siloé	Localizada en la comuna 20 al occidente de la ciudad, en el piedemonte de la cordillera Occidental, parte baja del cerro los Cristales, en la zona de ladera conocida como Piedemonte de Siloé. Tiene su zona de influencia sobre barrios de ingresos bajos al oeste y noroeste de la galería: Siloé, Lleras Camargo, Belén, El Cortijo, Belisario Caicedo y Cañaveralejo (Bormley, 1984).	Situada en la calle 1 entre carreras 50 y 52 posee un significativo número de comerciantes independientes, de nivel detallista, de granos, abarrotes, pescado, frutas y verduras.

Los cinco sistemas de distribución detallista no son sustitutos ni competidores unos con otros. Las condiciones socioeconómicas de los consumidores con las especificaciones comerciales y físicas de cada uno de los sistemas, permiten enfocar cada uno hacia determinados estratos, potenciando la segmentación del mercado, de modo que cada sistema tenga tendencias hacia uno en particular.

Las empresas del sector frutas y verduras de Cali se encuentran inmersas en un entorno competitivo que requiere definir canales de distribución propios y específicos para hacer más efectiva la comercialización de

sus productos; encontramos también que hay unos mercados y dispensas poco reconocidas en el mundo empresarial, pero que afectan bastante el mercado: los mercados móviles y las plazas de mercado, entre otros, con su propio nicho de mercado.

IV. CONCLUSIONES

La exploración sobre el sector frutas y verduras ha permitido identificar sus potencialidades de mercado y los actores empresariales involucrados en su cadena de distribución, con sus alcances y limitaciones. El sector tiene una presencia significativa en el panorama

económico, con una representatividad estimada del 5% del PIB mundial, demanda creciente y diversificada de sus productos; en Colombia la diversidad de climas, terrenos y suelos hace visible al sector; involucra a un poco más de 400.000 agricultores y 128.000 hectáreas de siembras, de las cuales un 18% corresponde a frutas y el 80% a verduras.

A pesar de que el Valle del Cauca se posiciona como el primer productor nacional de frutas, es de resaltar su propia vocación exportadora y la necesidad de una planificación sectorial más efectiva. Se estima que su producción ocupa el 13% del área total cultivada, las cuales representan 28.192 hectáreas y 669.184 toneladas de frutas frescas; la producción de guayaba y uva permiten fortalecer actividades de procesamiento y manufactura de productos derivados.

En la cadena de distribución del sector se observa la coexistencia de dos grandes sistemas: el mayorista y el detallista; una planificación eficiente genera la necesidad de integrar los canales de distribución de una manera acorde, especializada y con vocación a la calidad y el mejor aprovechamiento de los mercados nacionales e internacionales.

Los avances tecnológicos interfieren con la dinámica del mercado sectorial; existe la tendencia a reemplazar el consumo de frutas y verduras frescas por productos procesados, lo que además incide en la generación de oportunidades productivas y el aprovechamiento de nuevos mercados.

V. REFERENCIAS

- Bromley, R. (1984). Mercados municipales versus mercados espontáneos un estudio de caso de la planificación urbana en Cali. *Boletín Socioeconómico*, (11-12), 52-89.
- Cámara de Comercio de Cali [CCC]. (2014). *Registro de micros y pequeñas empresas dedicadas al procesamiento, conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos* [inédito].
- Censkowsky, U., & Berger, J. (2010). *Generación de capacidad comercial hacia EFTA: inteligencia de mercado para Colombia - frutas y verduras orgánicas*. Bogotá, Colombia: OSEC/Proexport
- Cerón, M. (1989). *Principios sobre comercialización de alimentos*. Bogotá, Colombia: Acoabastos.
- Combariza, J. (2013). *Perfil nacional de consumo de frutas y verduras*. Bogotá, Colombia: FAO.
- Dirección Nacional de Planeación [DNP]. (2007). *Agenda interna para la productividad y la competitividad: documento regional Valle del Cauca*. Bogotá, Colombia: DNP
- La economía colombiana creció 4,3% en el 2013. (2014, marzo 20).

Portafolio. Recuperado de:

<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/economia-colombiana-crecio-2013-66130>

Las plazas de mercado de Cali no se cerrarán. (2014, septiembre 1).

El País. Recuperado de:

<http://historico.elpais.com.co/paisonline/calionline/notas/Enero272006/B227N2.html>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la agricultura [FAO]. (2012). *Las cooperativas agrícolas alimentan al mundo*. Roma, Italia: FAO.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing* [10ª ed.]. México, DF: McGraw-Hill.

Tafur, R., Toro, J., Perfetti, J., Ruiz, D., & Morales, J. (2006). *Plan Frutícola Nacional*. Cali, Colombia: FNFH/Asohofrucol/SAG.

CURRÍCULOS

Jorge Enrique Rebolledo Noriega. Economista, Magister en Educación: Desarrollo Humano. Docente investigador en temas relacionados con la pequeña y la mediana empresa; adscrito al área económica del Departamento de Economía, Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Santiago de Cali.

Weiner Alexis Narváez. Estudiante de Contaduría Pública y miembro del grupo de investigación GYAPYME de la Universidad Santiago de Cali. Es además estudiante del Programa de Administración Pública Territorial de la Escuela Superior de Administración Pública [ESAP].