



Corpoica. Ciencia y Tecnología  
Agorpecuaria

ISSN: 0122-8706

revista\_corpoica@corpoica.org.co

Corporación Colombiana de Investigación  
Agropecuaria  
Colombia

Caicedo Díaz del Castillo, Juan Fernando

La intermediación como un impedimento al desarrollo del pequeño productor de Medellín  
Corpoica. Ciencia y Tecnología Agropecuaria, vol. 14, núm. 1, enero-junio, 2013, pp. 27-

32

Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria  
Cundinamarca, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449945181004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## ECONOMÍA Y DESARROLLO RURAL

## ARTÍCULO DE REFLEXIÓN

## La intermediación como un impedimento al desarrollo del pequeño productor de Medellín

### Brokering as an impediment to the development of small producers in Medellín

Juan Fernando Caicedo Díaz del Castillo<sup>1</sup><sup>1</sup>Economista. Asesor, Alcaldía de Medellín. Medellín, Colombia jfcaicedd@unal.edu.co juanfernandocaicedo@gmail.com

Fecha de recepción: 20-04-2013

Fecha de aceptación: 24-05-2013

#### ABSTRACT

The purpose of this article is to identify market constraints in agricultural products between the various actors in the production and marketing chain. It starts with understanding the inequalities of opportunities for vulnerable communities, and events or traditions outside those communities, which generate the conditions that perpetuate poverty from generation to generation. Agents involved in this market are immersed in these economic and sociocultural dynamics, favoring exclusion of social groups with less power, as in the case of small producers in Colombia. By means of a survey to fifty small farmers in the township of San Cristobal (Medellin), we inquire about socioeconomic variables such as buying and selling prices, production costs, family expenses, marketing methods, transformation of production, among others. Once tabulated and analyzed the information, we found that the vast majority of the population perceives that middle man as the main cause for not finding improvements in their quality of life. The relationships between the different actors in the production and marketing chain were established by comparing prices of each of the agents, taking as a basis for comparison, the price of the small producer. We found that profit margins are low for the producer, which discourages the permanence of agricultural activities in the long term.

**Key words:** agricultural commercialization, vulnerable communities, brokering, agricultural production.

#### RESUMEN

El propósito de este artículo es identificar las restricciones de mercado de productos agrícolas entre los distintos agentes de la cadena de producción y comercialización. Se parte de entender las desigualdades de oportunidades de las comunidades vulnerables y las costumbres propias o fenómenos externos a las comunidades que generan condiciones que perpetúan la pobreza de generación en generación. Los agentes que intervienen en este mercado se ven inmersos en estas dinámicas económicas y socioculturales, y propician la exclusión de los grupos sociales que tienen menos poder, como es el caso de los pequeños productores en Colombia. A través de una encuesta aplicada a cincuenta pequeños productores en el corregimiento de San Cristóbal (Medellín), se indagó por variables socioeconómicas como: precios de compra-venta, costos de producción, gastos de la familia, métodos de comercialización y transformación de la producción, entre otras. Al tabular y analizar la información, se encontró que la gran mayoría de la población percibe en la intermediación la principal causa para no encontrar mejoras en su calidad de vida. Las relaciones entre los distintos agentes de la cadena de producción y comercialización se establecieron mediante la comparación de precios de cada uno de los agentes, tomando como base para hacer esta relación, el precio de venta del pequeño productor. Se encontró que los márgenes de los beneficios son bajos para el productor, lo cual desincentiva la permanencia de actividades agropecuarias en el largo plazo.

**Palabras claves:** comercialización agrícola, comunidades vulnerables, intermediación, producción agrícola.

## INTRODUCCIÓN

Las comunidades rurales en Medellín se encuentran ubicadas en los cinco corregimientos que hacen parte de la ciudad: al occidente se encuentran San Sebastián de Palmitas, San Cristóbal, Altavista y San Antonio de Prado; y al oriente, el de Santa Elena. Una de las principales características de la producción agropecuaria en esta zona es que los productores trabajan en predios pequeños. La otra es que existe una alta concentración de la tierra, pues en la ruralidad de Medellín, del total de predios (16.033), 92,9% (14.900) abarca sólo 19,2% del área rural del municipio (26.273 ha). De esta forma, el pequeño productor (que posee entre 0 y 3 hectáreas) en promedio tiene un predio de 3392 metros cuadrados (1/2 cuadra aproximadamente) (Catastro Municipal, 2009).

San Cristóbal es uno de los cinco corregimientos de la ciudad de Medellín y cuenta aproximadamente con 53.354 habitantes (Alcaldía de Medellín, 2009). Los factores mencionados antes también se convierten en limitantes para la producción agrícola y pecuaria, pues se encuentra una concentración de la tierra similar: 95,2% de los predios totales del corregimiento (5963 predios) abarca 29,16% del área total del mismo. El restante 4,82% de predios abarca 70,84% del área, lo cual evidencia una altísima concentración de la tierra.

Aparte de los problemas que limitan la producción -como la poca extensión, densificación predial y alta concentración de la tierra- se encuentran otros como el alto costo en los procesos de producción (insumos, principalmente), el aumento de la expansión urbana hacia suelos con vocación agropecuaria, suelos de baja calidad y la falta de organización campesina. Estos problemas desencadenan en la población condiciones cada vez más complicadas para encontrar soluciones a los bajos niveles de bienestar, exponiendo a la comunidad rural a mayor vulnerabilidad; según la Organización Mundial de la Salud, comunidad vulnerable es aquel grupo social que tiene poca capacidad para prevenir, resistir y sobreponerse de un impacto (OMS, 1998).

Los problemas de bajos niveles de asociación y el marcado carácter de individualidad en la producción y comercialización hacen que el pequeño productor tenga poco poder de negociación en el mercado, haciéndolo un agente tomador del menor precio, lo cual impacta directa y negativamente su nivel de ingresos. Por ello, el tema de intermediación y comercialización en este corregimiento es trascendental.

Aunque las deficiencias en la comercialización y la distribución no son el único problema al que se enfrenta esta comunidad, sí es uno de los más importantes; por lo tanto, al corregirse podría mejorar significativamente la calidad de vida de esta comunidad. Es por eso que este artículo se enfoca en el análisis de la comercialización y el papel de los distintos actores que impactan o son impactados por el mercado agropecuario en el corregimiento.

El poco poder de negociación en el mercado local es una condición que representa un alto nivel de exposición de la comunidad rural frente a procesos de intervención de mercados por parte de agentes externos. Por esta razón, se evidencia un porcentaje alto de intermediación en casi todas las veredas, pues 92% de los productores recurre a un intermediario para vender sus productos; así entonces, la producción pasa por varios agentes (intermediarios) antes de llegar al consumidor final (Catastro Municipal, 2009).

La causa de bajos ingresos en los campesinos de la región radica en la relación de altos costos de producción y bajos precios de venta y, además, al no contar con asociaciones o gremios de productores, el campesino se ve obligado a vender a cualquier precio.

Los bajos ingresos están generando dos problemas a la comunidad: en primer lugar, los campesinos están vendiendo sus tierras para dedicarse a otro tipo de actividades económicas, desmejorando aún más las posibilidades de mejores ingresos. En segundo lugar, la pobreza de la comunidad se está viendo reflejada en otro tipo de problemas, tales como el aumento en los niveles de violencia, presencia de bandas delincuenciales, desplazamiento forzado y voluntario al casco urbano, aumento del trabajo informal y mal remunerado, bajos niveles de escolaridad, entre otros (Penca de Sábila, 2008).

## METODOLOGÍA

En el segundo semestre de 2010 y los dos primeros meses de 2011, se ejecutó el proyecto “San Cristóbal: Despensa Alimentaria de Medellín” (realizado por el autor con el apoyo del Grupo de Estudios Ambientales y Sociopolíticos de la Universidad Nacional de Colombia, y avalado y financiado por la Dirección de Investigaciones de la Universidad Nacional Sede Medellín, en el concurso del año 2010). En dicho proyecto se encuestó a 50 productores que satisfacían las condiciones de pequeño y mediano

productor (predios de menos de 3 y 6 hectáreas, respectivamente). En esta encuesta, se indagó por datos socioeconómicos del pequeño productor y el objetivo principal era determinar las condiciones actuales de la comercialización y distribución de la producción agrícola en varias de las veredas del corregimiento. San Cristóbal está dividido en 17 veredas; las encuestas se realizaron en 10 veredas: Boquerón, El Llano, El Patio, El Uvito, La Ilusión, La Palma, Las Playas, Pajarito, Pedregal Alto y San José de la Montaña.

Los resultados obtenidos al tabular y analizar esta información confirman lo que se percibía en primera instancia y lo que la comunidad ha manifestado en los últimos años en los planes de desarrollo y conversaciones con los líderes veredales: los problemas de asociación que han desencadenado el aumento de intermediación en todas las veredas son la principal causa de bajos ingresos para los pequeños productores y, en consecuencia, bajos niveles de bienestar. Para llegar a esto fue necesario hacer un análisis de las relaciones existentes entre los diferentes agentes del mercado de verduras y hortalizas.

Para el estudio, los agentes del mercado se dividieron en:

1. Pequeños y medianos productores: en esta categoría se encuentran los productores de las veredas que tenían predios de máximo 3 y 6 hectáreas respectivamente.
2. Intermediarios y comisionistas: personas que compran productos dentro del corregimiento y venden directamente a otros agentes, como tiendas, mayoristas o hipermercados.
3. Tiendas de barrio: pequeños puntos de venta de frutas y hortalizas ubicadas estratégicamente en las diferentes comunas de Medellín. Se caracterizan por ventas de poco volumen, según las necesidades de los consumidores, quienes compran este tipo de productos diariamente o varias veces por semana.
4. Hipermercados: se seleccionaron las cuatro mayores cadenas. Se caracterizan por mayor variedad de productos y con exigencias como: lavado, clasificación, empaque y peso.

Las encuestas y la investigación de precios se realizaron en tres momentos distintos: noviembre de 2010, enero de 2011 y marzo de 2011. El procedimiento consistió en recopilar información mediante encuestas realizadas en campo y por teléfono; en ellas se consignaba información sobre los aspectos socioeconómicos de los productores y se hacía énfasis en los procesos de comercialización. En la encuesta, el pequeño y mediano productor

(muestra) debía responder el precio al que había vendido su producción ese día; luego, se consultaba la información para la misma fecha de la central mayorista ofrecida diariamente en la página del sistema de investigación de precios del sector agropecuario (SIPSA); después, se realizó un estudio zonal, donde se veían los precios de dos hipermercados y tres tiendas ubicadas en los barrios San Joaquín, Laureles y Naranjal (comuna 10 de Medellín). En los tres momentos del estudio, se encontraron similitudes en las relaciones entre los agentes, en cuanto a la fluctuación de precios; es decir, hay una dinámica funcional para esta parte de la cadena de comercialización, pero no existe un reflejo positivo o correspondencia hacia el productor cuando existen situaciones de favorabilidad.

Los productos a los que se les hizo seguimiento fueron: cilantro, cebolla junca, acelga, ajo, arveja, brócoli y cebolla de huevo, entre otros. El cilantro y la cebolla alcanzan producciones muy altas en el corregimiento; por lo tanto, se prestó atención prioritaria a estos dos, por ser los más representativos y comercializados entre el corregimiento y el casco urbano municipal. A la central mayorista llegaron aproximadamente 90 toneladas mensuales de cebolla junca y 67 toneladas de cilantro en junio y julio de 2010.

Vale la pena señalar que la producción de flores es también importante para el productor del corregimiento; en predios, desde pequeños y medianos, hasta grandes, se pueden encontrar varios tipos de flores. No se le hizo seguimiento ni se incluyó esta información por tener un mercado (exportación) e intermediarios distintos.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

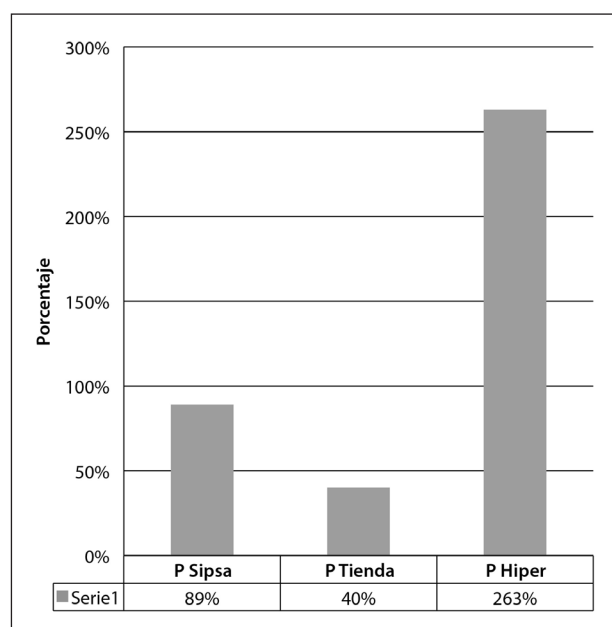
La fluctuación de los precios en los mercados de bienes de primera necesidad, como lo son las verduras y hortalizas, es muy alta. El precio puede variar enormemente de una semana a otra, incluso de un día para otro.

Es usual que en los procesos de producción, comercialización y distribución, el precio aumente a medida que los productos alcancen otros lugares y públicos objetivos distintos y distantes. Ahora bien, el comportamiento de las relaciones entre los distintos mediadores de estos mercados está debilitando al pequeño y mediano productor, pues al no contar con asociaciones o agremiaciones fuertes, salvo algunas excepciones, son tomadores del precio más bajo (tomador de precio

o *price taker*: concepto de microeconomía en el que bajo el modelo de competencia perfecta, los agentes no pueden influir en el nivel de precios; en este caso, los productores son quienes tienen menor poder de negociación). Por otra parte, en momentos donde hay sobreoferta, son ellos quienes realmente pierden, pues los intermediarios y revendedores están trabajando con un margen y, en consecuencia, tienen utilidades en la mayoría de los casos. El productor, por otro lado, debe comprar insumos agropecuarios, pagar mano de obra (jornales), gastos de la familia, etc.

En el corregimiento hay algunos casos exitosos de comercialización, sin embargo dista mucho de ser la mayoría de la población. Tal es el caso de la asociación ACAB, conformada por algunos de los productores de la vereda Boquerón (inicialmente comenzó con productores de esta vereda, aunque se ha extendido a otras más), quienes se han especializado en producir de forma agroecológica, tienen canales de comercialización adecuados, y llegan a clientes especializados y con mejores precios de venta.

La relación entre los agentes del mercado puede analizarse según los precios promedio de cada uno de los productos, de acuerdo con el aumento porcentual, comparando precio final de los agentes con el precio de venta del pequeño productor (figura 1).



**Figura 1.** Agentes del mercado. Relación dada por precios de compra y venta  
 Fuente: Elaboración propia a partir del proyecto San Cristóbal: Despensa Alimentaria de Medellín 2010-2011.

La relación porcentual del aumento de precios promedio para cada producto puede verse en la figura 1. Se hizo el análisis de relaciones, teniendo como base los precios de venta promedio de los productores y haciendo la comparación con los demás actores de la cadena de comercialización. Se analizó el precio promedio de los cincuenta productores y se comparó con los precios fijados en tiendas de barrio, SIPSA e hipermercados en las mismas fechas. Los incrementos muestran las relaciones entre los agentes, revelando en las dos últimas barras (tiendas e hipermercados), el incremento en los precios (%) que tiene el consumidor final.

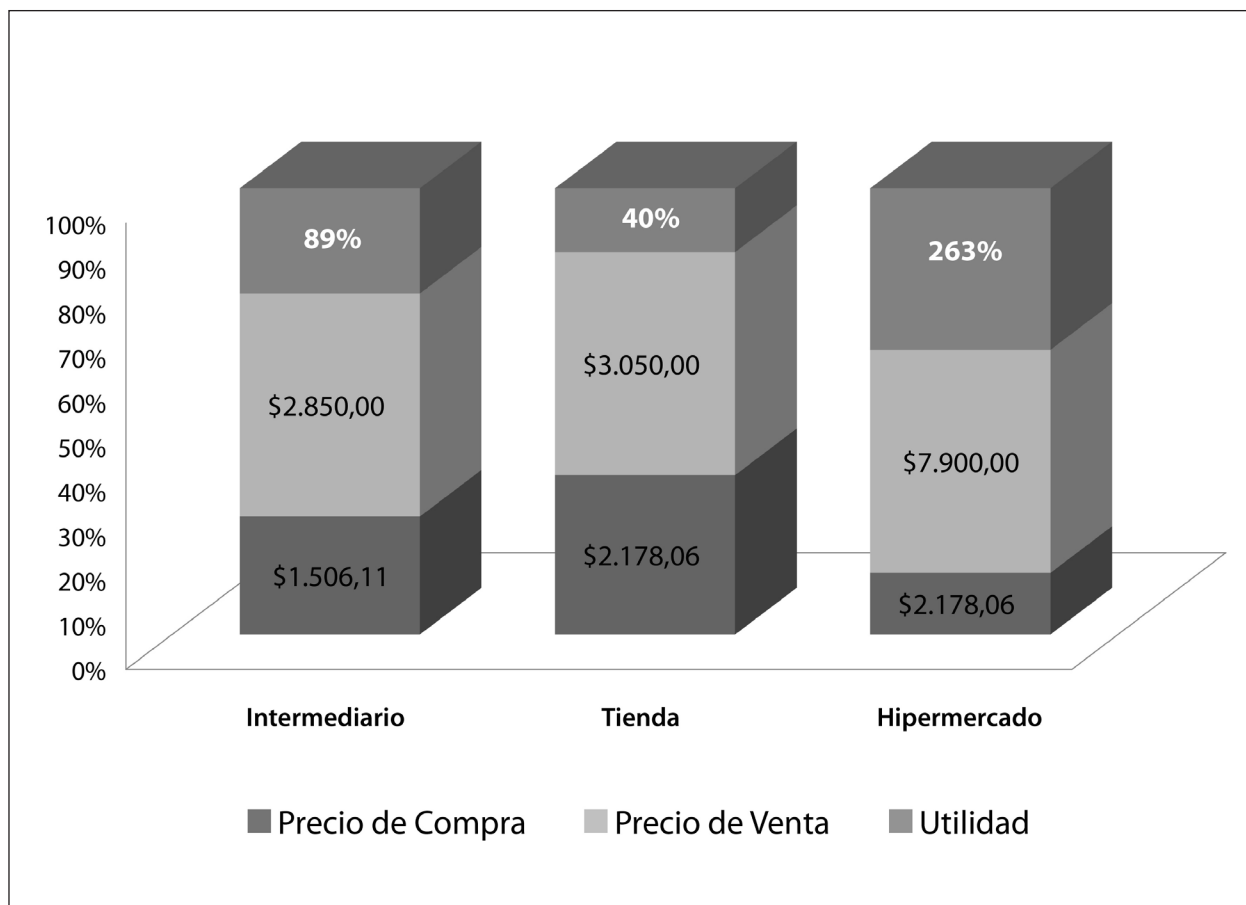
La relación de los agentes del mercado con el pequeño productor agropecuario se presenta en la figura 1:

- Precio de compra de SIPSA (P SIPSA,  $\Delta 89\%$ ): precio de compra al por mayor que se obtiene diariamente según la oferta que llega a la central mayorista ubicada en las cercanías de Medellín. El precio se establece dos veces al día (mañana y tarde) de acuerdo con el volumen ofrecido en el transcurso del día.
- Precio promedio de tres tiendas de barrio (P tienda,  $\Delta 40\%$ ): precio fijado en las tiendas de barrio.
- Precio promedio de venta en dos hipermercados (P híper,  $\Delta 263\%$ ): promedio del precio fijado en dos supermercados.

Este incremento final no debe verse como las utilidades que tienen los intermediarios, sino como el precio final que pagan los consumidores. Los intermediarios, quienes transportan y revenden la producción (vereda - mayorista), tienen una alta participación de los beneficios del mercado. El margen de utilidades más bajo lo tienen las tiendas barriales, lo que explica la dinámica actual del mercado donde las pequeñas tiendas proliferan, vendiendo al “menudeo” y satisfaciendo las necesidades específicas de la demanda local.

Los precios de compraventa (promedio) y la utilidad para cada agente de mercado (promedio) se aprecian en la figura 2.

Se corrobora lo analizado en discusiones con líderes veredales y productores. El pequeño productor tiene una baja participación en los beneficios del mercado agropecuario en el corregimiento. Para determinar qué problema identificaba el pequeño productor en su quehacer como agricultor, se hizo en la encuesta una pregunta abierta sobre la principal causa para no alcanzar mejores ingresos y la mayor restricción para alcanzar



**Figura 2.** Agentes del mercado. Participación y utilidad

Fuente: Elaboración propia a partir del proyecto San Cristóbal: Despensa Alimentaria de Medellín 2010-2011.

mayores niveles de bienestar. A partir de las respuestas se encontró que 72% de los productores de la muestra reconocen que la principal causa es la intermediación de agentes externos (intermediarios y revendedores de productos agropecuarios); 18% identifica que el principal problema es el alto costo de los insumos; y 10% lo atribuye a otras causas (tabla 1). Los pequeños productores utilizan frases como: “el comisionista es el que se queda con todo” o, “si no le vendo al precio que pide, no me compra y pierdo toda mi producción”.

Los procesos de articulación pueden ser beneficiosos en cadenas productivas del mercado agropecuario en el corregimiento. El aislamiento y la poca organización generan poco poder de negociación y potencializan el riesgo de pérdida. En un ejercicio similar se evidenció que “en la medida que se articulan los actores, se minimizan los impactos negativos y la concentración de los beneficios; tal es el caso entre el [sector] productivo y los proveedores de insumos” (Ospina, 2008). A esto mismo deberían propender las autoridades públicas y privadas competentes en el corregimiento de San Cristóbal.

**Tabla 1.** Problemas identificados por el pequeño productor

Problema	Canales inadecuados de comercialización	Costos altos de insumos	Otros	Total
#	36	9	5	50
Total	72%	18%	10%	100%



## CONCLUSIONES

Los problemas del pequeño productor no son de tipo técnico y más bien obedecen a aspectos económicos de asignación de recursos, reflejados en altos precios de los insumos que elevan los costos de producción; así como la alta intermediación y la baja participación en los beneficios del mercado agropecuario en el corregimiento (situación que se evidencia en que 72% de los productores señalan que la intermediación de agentes externos es la causa para obtener bajos ingresos).

Se reconoce que la presencia de una intermediación sana puede ser importante; sin embargo, los costos no disminuyen con la tercerización, no hay niveles adecuados de asociación y la redistribución del ingreso es muy desigual. El pequeño productor tiene estas desventajas tan fuertemente marcadas que lo exponen a la degradación y vulnerabilidad por las condiciones de pobreza.

Es común encontrar que los canales de comercialización en todos los bienes y servicios cuentan con intermediación. No es prudente que una persona (entidad, organización) realice todos los pasos necesarios para llegar al consumidor final. La tercerización de las actividades, conocida como *outsourcing* o subcontratación, es deseada en una empresa o proyecto, pues mediante ella se pueden disminuir los costos o mejorar la eficiencia en algún proceso.

Es vital replantear las condiciones de la comercialización, mediante la búsqueda de canales propios y apropiados,

para los productores en la ruralidad de Medellín, dado que no es viable continuar con actividades que generan bajos niveles de rentabilidad, causada no por el proceso de producción en sí, sino por la falta de alicientes en los procesos de comercialización y distribución.

Mejorar los niveles de asociatividad, mediante el fortalecimiento de organizaciones que enmarquen esfuerzos y sean eficientes en el corregimiento, tiene carácter de urgente. Estas mejoras pueden estar asociadas a las iniciativas de la población rural. La población campesina del corregimiento reconoce en la intermediación la principal restricción para el desarrollo económico y para alcanzar mayores niveles de bienestar, por lo que la implementación de proyectos y políticas que se enfoquen a la solución específica de estos problemas tendrían acogida en la comunidad y un impacto significativo para el bienestar.

## AGRADECIMIENTOS

A la Dirección de Investigaciones de la Universidad Nacional sede Medellín, que avaló y financió el proyecto San Cristóbal: Despensa Alimentaria de Medellín.

Al Grupo de Estudios Ambientales y Sociopolíticos de la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín, que orientó el proyecto San Cristóbal: Despensa Alimentaria de Medellín, en cabeza del docente Carlos Adrián Saldarriaga.

## REFERENCIAS

- Alcaldía de Medellín. 2009. Encuesta de calidad de vida. 2009 – Comunas 50, 60, 70, 80 y 90. En: Portal Alcaldía de Medellín, <http://www.medellin.gov.co/irj/portal/ciudadanos?Navigation-Target=navurl://6040d52005a1249b4093faed62e47682;-consulta: noviembre 2012>.
- Caicedo JF. 2010. San Cristóbal: Despensa Alimentaria de Medellín. Conversatorio con líderes y productores en campo. Universidad Nacional de Colombia sede Medellín – Proyecto 2010-2011.
- Catastro Municipal de Medellín. 2009. Información Corregimientos 2009.
- Corporación Penca de Sábila y Alcaldía de Medellín. 2008. San Cristóbal: Plan de Desarrollo Participativo Corregimental.
- Organización Mundial de la Salud. Mitigación de desastres naturales en sistemas de agua potable y alcantarillado sanitario - Guías para el análisis de vulnerabilidad. En: Portal online OMS / OPS: <http://helid.digicollection.org/en/d/Jh0203s/4.2.html#-Jh0203s.4.2> Consulta: 15 de Junio de 2013.
- Ospina C *et al.* 2008. La cadena de la mora en Caldas: Distribución de beneficios e impactos sociales y ambientales. En: Portal online IDEA: [http://www.idea.unal.edu.co/eventos/CisdaIV/ponencias/E7\\_macroproyectos/E7\\_c\\_eduardo\\_ospina.pdf](http://www.idea.unal.edu.co/eventos/CisdaIV/ponencias/E7_macroproyectos/E7_c_eduardo_ospina.pdf); Consulta: abril 2013.
- Sepúlveda S. 2008. Gestión del desarrollo sostenible en territorios rurales: métodos para la planificación. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Universidad Nacional de Colombia sede Medellín y Alcaldía de Medellín. 2010. Caracterización veredal de los corregimientos de Medellín. Análisis multidimensional.