

GRUPO DE DIÁLOGO RURAL-ECUADOR
SITUACION Y PERSPECTIVAS DE LAS HORTALIZAS EN ECUADOR
QUITO, 30 DE OCTUBRE/2014

1. AGENDA

- Introducción, Hortalizas desde la Oferta y la Demanda
- Presentación sobre Situación de las Hortalizas en Ecuador
- Panel sobre las Problemáticas y Perspectivas
- Foro de Diálogo
- Conclusiones y Propuestas

2. DESARROLLO

INTRODUCCION: HORTALIZAS DESDE LA OFERTA Y LA DEMANDA (Ver Anexo 1.)

- Las hortalizas es un subsector del agro, en el que se cultivan y comercializan en el país alrededor de 40 rubros, de los cuales al menos 10 tienen una significación comercial relevante para el mercado doméstico y la exportación; el peso de la agricultura familiar es alto en todos los rubros, sin embargo en aquellas de exportación la tendencia observada es hacia plantaciones propias de las exportadoras en detrimento de la provisión desde pequeños productores, por incumplimientos de volúmenes y/o calidad o por búsqueda de una mayor eficiencia de costos.
- Desde la demanda, mientras la recomendación nutricional es el consumo de al menos 400 gramos de vegetales, en el país según la Encuesta de Salud y Nutrición (ENSANUT/2013) del Ministerio de Salud Pública (MSP), apenas se consumen de media 192 gramos, por lo que el potencial de crecimiento de la demanda interna es alto, pero requiere de cambios culturales en los hábitos de consumo.

PRESENTACION SITUACION DE LAS HORTALIZAS (RUBEN FLORES-OFIAGRO/VECO Andino Ver Anexo 2.)

La exposición de Rubén Flores (OfiAgro), partiendo desde el comportamiento de la demanda a nivel mundial, caracteriza la situación de las hortalizas en Ecuador, en los siguientes términos, con puntualización de que la estadística disponible no es completamente fidedigna ni actualizada:

- Las hortalizas en Ecuador son un sector ganador en exportaciones, con un mercado de demanda con tendencia creciente, con nichos específicos como el orgánico y una valoración de los consumidores del carácter nutraséutico de las mismas.
- América Latina tiene un peso importante en el mercado de hortalizas orgánicas, proveyendo el 17,4% de esa demanda y además las hortalizas presentan la posibilidad de venderse en mercados alternativos de comercio justo.
- En la mayoría de los casos los productores de hortalizas en Ecuador forman parte de la Agricultura Familiar de subsistencia, lo cual provoca que los márgenes de rentabilidad no sean suficientes para generar acumulación en el sector. Las relaciones entre los productores y

comercializadores son conflictivas, la cadena de comercialización permite la apropiación *perversa* de márgenes de ganancia por medio de los precios. El acceso a servicios y a crédito es bajo o nulo.

- Uno de los desafíos es articular esa agricultura familiar con los comercializadores de manera justa, lo que implica la educación de los involucrados en una cultura de colaboración. La asociatividad y la inclusión son herramientas clave para el crecimiento del sector.
- Es de vital importancia identificar los servicios que requiere el sector en relación a la capacidad de pago que tienen los productores, e identificar los roles de los actores en tales servicios, para facilitar el acceso a los mismos, así como entender las dinámicas territoriales que son singulares.
- Se debe comprender que los cambios tanto en la oferta como en el consumo, no son solo tecnológicos sino culturales y por ende requieren de plazos largos para su implementación y consolidación, por lo que futuras intervenciones desde el estado deben ser pensadas con ese tipo de horizontes de tiempo.

PANEL SOBRE PRINCIPALES PROBLEMATICAS

Aprovechando la participación de productores de hortalizas de Costa y Sierra, vinculados a la exportación y al mercado doméstico, así como de un proveedor intermediario de hortalizas para supermercados y autoridades a nivel de Gobiernos Autónomos Provinciales y de Ministerios se realizaron preguntas específicas sobre las problemáticas y las perspectivas de la cadena:

- **José Uchuari (Coordinador de Productores de Cebolla de Manabí):** La cebolla perla se exporta en un 95% a Colombia con destino final a Venezuela, pero a través de intermediarios colombianos; no pueden hasta el momento acceder directamente al mercado venezolano, que presenta mejores precios. Los costos de producción (en especial, mano de obra) han subido y son financiados con patrimonio propio o por los intermediarios, debido a que no hay acceso a crédito. Los precios se comportan de manera inestable lo que aumenta el riesgo para el productor e inhibe el crédito formal.
- **Milton Guamán (Movimiento Indígena de Cotopaxi MIC):** Entre los principales problemas de los horticultores se señalan la falta de financiamiento, la desarticulación de los apoyos del estado con las comunidades indígenas, la acumulación de los recursos tierra y agua en cultivos de grandes plantaciones destinados a la exportación (brócoli). La falta de espacios para comercialización directa a los consumidores.
- **Diego Padilla (Proveedor de Supermercados MCV):** La complejidad del mercado de hortalizas es alta por el alto número de pequeños productores y las altas exigencias de volumen y calidad desde los supermercados. Es un mercado sensible al precio lo que hace difícil la comercialización de productos orgánicos, que cuestan alrededor de 7 veces más. Existen experiencia de negocios inclusivos entre supermercados y pequeños horticultores, pero a través de proveedores intermediarios oficiales.

- **Hernán Ulloa (GAD Cotopaxi):** El GAD Cotopaxi visualiza a las hortalizas desde la perspectiva de la seguridad alimentaria y del fortalecimiento de la asociatividad a nivel de los pequeños productores; en ese sentido se planifica apoyos a la producción de hortalizas para el autoconsumo y la comercialización a través de ferias locales.
- **Carol Chehab (Subsecretaria de Comercialización MAGAP):** Se ha dado un tratamiento a las hortalizas similar al del maíz o el arroz, y no aún existe una política específica. Se tiene dificultades de ejecución de una política de perspectiva nacional en rubros que obedecen a dinámicas territoriales particulares y en dependencia de si el mercado de destino es el nacional o la exportación; se insta a la colaboración entre los actores privados y públicos para trabajar políticas públicas adaptadas al tipo de rubro y a las necesidades de los territorios.
- **Paola Ramón (Asesora Ministerial MCE):** El mercado de hortalizas está creciendo en el mundo, no necesariamente en orgánicos pero sí dentro de una concepción más amplia de productos sostenibles. La rentabilidad de los cultivos de hortalizas de exportación es baja y eso incluso desmotiva a productores/exportadores grandes. Sin embargo, existen oportunidades en nichos específicos que vendan identidad e inclusividad (a la gente le interesa saber de dónde viene su comida), ubicando la producción en mercados de mayor capacidad de pago a precios más altos. Es importante priorizar los productos para así facilitar la promoción en el mercado.

FORO DE DIALOGO

La sesión sobre hortalizas, situación y perspectivas, contó con la participación de 27 personas (Ver anexo 3.); a continuación se presenta una síntesis de las intervenciones:

Francisco Rhon (CAAP) vía correo electrónico: Es necesario reflexionar sobre si aquellos campesinos/propietarios en la Sierra de menos de una hectárea, en terrenos erosionados y de pendiente, carentes de riego y menos de dos hectáreas en la Costa deben ser considerados como habitantes rurales o agricultores-productores; esta consideración es clave en las hortalizas, sobre todo para definir el tipo de apoyo y prioridades desde la política pública.

Johanna Renckens (VECO Andino): Es indispensable la articulación entre entidades, particularmente el trabajo del MAGAP con los GADs y actores privados, al igual que la definición clara de roles para el apoyo a la cadenas productivas. Una opción podría ser implementar un piloto en una cadena de hortalizas vinculada a algún territorio y GAD en específico.

Lourdes Luque (CORPEI): Se resalta la necesidad de crear una cultura de emprendimiento en el campesino horticultor, por medio de educación y capacitación, lo que permitiría no solamente elevar la productividad, sino trabajar con una visión empresarial de agronegocio. Se sugiere invitar al grupo a alguien del IEPS para desarrollar estrategias y definir roles.

Roberto Garcés (Banco Nacional de Fomento BNF): Se concuerda en la necesidad de formar líderes en el agro, como pequeños empresarios; este cambio cultural, así como una articulación estable con exportadores o supermercados, facilitaría la entrega de crédito formal. De igual manera es importante priorizar las cadenas de hortalizas a apoyar y los territorios. El BNF participaría en estas iniciativas.

Esteban Vega (Plan Semillas y PMC Maíz Amarillo MAGAP): Se tiene planificado la realización de una encuesta de superficie y producción por parte del MAGAP; sería conveniente que se socializara en el GDR la boleta de encuesta para contribuir a mejorar la información estadística en general y en particular en las hortalizas.

3. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

- Propiciar una reunión del SINAGAP con representantes del GDR para una presentación de la boleta de encuesta, con la finalidad de retroalimentar con sugerencias a la misma.
- Circular entre los miembros del GDR la estrategia de comercio inclusivo desarrollada por el MCE, con apoyo de VECO Andino y presentada a SENPLADES, así como la propuesta de Programa de Fortalecimiento de la Inclusividad en Cadenas de Agroexportación.
- Diseñar un programa piloto para una hortaliza de exportación priorizada por el MCE y una de consumo interno priorizada por el MAGAP, en ambos casos vinculadas a determinado territorio; el financiamiento de estas iniciativas se lo gestionaría a nivel de los ministerios y de la cooperación internacional:
 - Realizar un diagnóstico a profundidad de cada producto (análisis de cadena)
 - Levantar la demanda y oferta de servicios financieros y no financieros
 - Realizar una propuesta estratégica de cada cadena/territorio
 - Diseñar una estrategia de intervención del sector público coordinada.
 - Acordar un compromiso de implementación co-responsable entre Ministerios, GADs, productores y empresas.
 - La propuesta se plantearía en el marco del GDR a las autoridades para su aprobación e implementación.

4. ANEXOS

Anexo 1.

Introducción Hortalizas desde la Oferta y el Consumo (ver archivo adjunto)

Anexo 2.

Presentación Situación de las Hortalizas en Ecuador (Rubén Flores-OfiAgro/Veco Andino) (ver archivo adjunto)

Anexo 3.

Listado de Participantes (ver archivo adjunto)

Anexo 4.

Fotos del GDR (ver archivo adjunto)