

3.2.2.2 Programa 2: Comercialización y mercados, estrategia para el fortalecimiento competitivo agropecuario

Este programa busca el mayor acercamiento de la producción primaria en manos de los productores, con centros mayoristas y de consumo, que evite la intermediación dentro de los eslabones de la cadena y permita a nuestros pequeños y medianos productores, acceder a nuevos y mejores mercados, dentro de un esquema organizativo que potencia la asociatividad y la distribución equitativa de las rentabilidades del negocio productivo, sin hacer uso indiscriminado de la oferta ambiental disponible.

Tabla 222. Programa 2: Comercialización y mercados, estrategia para el fortalecimiento competitivo agropecuario

PROGRAMA 2: COMERCIALIZACIÓN Y MERCADOS, ESTRATEGIA PARA EL FORTALECIMIENTO COMPETITIVO AGROPECUARIO			
Objetivo general	BRINDAR LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS A PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES, PARA EL MEJOR Y MAYOR ACCESO A MERCADOS, DETERMINANDO CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EFECTIVOS Y JUSTOS, QUE PERMITA MEJORAR LA RENTABILIDAD DEL CAMPO.		
Objetivos específicos	1.Fomentar y mejorar la capacidad de los productores agropecuarios, para competir en el mercado mediante la mejora de la cohesión, organización, colaboración y articulación institucional. 2.Brindar soporte técnico y administrativo para el fortalecimiento de las organizaciones de productores, en la búsqueda de la consolidación asociativa, con miras al posicionamiento de productos agropecuarios, en mercados mayoristas, diferenciados y especializados. 3.Facilitar y mejorar el acceso a mecanismos de gestión de la información, que permita a pequeños y medianos productores, la toma de decisiones oportuna para articular mercados, minimizando la intermediación, para alcanzar mayores ganancias en el negocio productivo agropecuario. 4.Implementar mecanismos de formación y esquemas de atención para la conservación y manejo adecuado de post cosecha en productos agropecuarios, como elemento de trazabilidad en la inocuidad de alimentos, hacia mercados identificados. 5.Generar escenarios de participación comunitaria, donde las organizaciones tengan espacios para proponer, debatir y tomar decisiones, frente a factores de comercialización y mercados seguros y equitativos.		
Población objetivo	Pequeños y medianos productores agropecuarios, mujeres y jóvenes rurales	Territorios priorizados	Subregiones Norte, Noroccidente, Nororiente, Occidente, Centro y Sur en el Departamento del Huila

Número de usuarios	5,160	Líneas/sistemas productivos priorizados	Aguacate Hass, Aguacate lorena, Apicultura, Arroz riego, Banano, Cacao, Café, Caña para Panela, Cholupa, Cítricos, Frijol, Ganadería bovina leche y con énfasis en crías, Granadilla, Guadua, Guayaba, Huevos Avícola, Limón Taití, Lulo, Maíz tecnificado amarillo, Maracuyá, Mora, Pitahaya, Plátano dominico hartón, Pollo de engorde, Porcicultura, Tilapia en estanques en tierra, Trucha y Uva Isabela	
Líneas de acción	METAS		Indicadores	Frecuencia de medición
	Cantidad	Unidad de medida		
Caracterizar a los usuarios sujetos del SPEA, Identificando grupos de población	5.160	Usuarios	Número de usuarios caracterizados	Anual
Formar a pequeños y medianos productores en buenas Prácticas de Higiene Agrícolas y de Manufactura para la producción primaria (acondicionamiento, empaque, almacenamiento y transporte) de productos perecederos	5.160	Usuarios	Número de usuarios formados en buenas prácticas de higiene y manufactura	Anual
Acompañar, formar y consolidar asociaciones o cooperativas locales para la comercialización conjunta y la adquisición de insumos	220	Grupos	Número de grupos asociativos consolidados	Anual
Construir planes de negocio que garanticen mercados justos	250	Planes de negocio	Número de planes de negocio construidos	Anual
Capacitar a pequeños y medianos productores agropecuarios en inteligencia de mercados, para lograr negocios frecuentes y justos	1.660	Usuarios	Número de usuarios capacitados en inteligencia de mercados	Semestral
Impulsar la asociatividad comunitaria para la protección, conservación y gestión sostenible de los recursos naturales	100	Grupos	Número de grupos comunitarios	Anual
Participar en ruedas de negocio, como instrumento para la promover contactos entre empresarios, instituciones, organizaciones y/o productores, que desean realizar negocios, desarrollar relaciones asociativas o alianzas estratégicas	300	Usuarios	Número de usuarios participando en ruedas de negocios	Anual
Participar en ferias regionales y nacional que fortalezca los escenarios comerciales diferenciados	600	Usuarios	Número de usuarios participando en ferias	Anual
Implementar herramientas digitales o redes de comunicación que permita comercializar del “campo al consumidor, mercados diferenciados”	37	Herramientas digitales	Número de herramientas digitales o red de comunicación implementada	Anual

Líneas de acción	METAS		Indicadores	Frecuencia de medición
	Cantidad	Unidad de medida		
Participar en la estrategia de comercialización “circuitos cortos”	4.500	Usuarios	Número de usuarios participando en mercados campesinos “circuitos cortos”	Semestral
Organizar y diseñar nodos de producción, que permita garantizar volúmenes a comercializar	2.500	Usuarios	Número de usuarios articulados a un nodo de producción	Semestral

Fuente: (Departamento del Huila - Secretaría de Agricultura y Minería, 2023)