Huila, I semestre de 2003

Informe I semestre de 2003 Autor o Editor Edgar M. Obando, Hernando Buendía, Pablo E. Perea, Juan M. Avellaneda, Gustavo A. Hernández, María Y. Almario Autores y/o editores Edgar M. Obando Hernando Buendía Pablo E. Perea Juan M. Avellaneda Hernández-Díaz, Gustavo Adolfo María Y. Almario
“Las cadenas productivas hoy se coordinan con distintos jugadores y cada eslabón se especializa agregando valor”

La manera más eficaz de conseguir un desarrollo dinámico y sostenible para el campo es con el fomento de las actividades agrícolas orientadas a la exportación. Estas actividades generan crecimiento genuino y sostenible, pues están basadas en ventajas comparativas y no en medidas proteccionistas; consolidan polos de desarrollo tipo cluster; y generan una estructura productiva y comercial permanente, dado que pueden estar vinculadas a los nichos más dinámicos del mercado internacional”.

Varios países ya han obtenido provecho de sus ventajas comparativas. Pero estas ventajas implican no sólo cambios en las empresas y las tendencias mundiales de profunda integración vertical, sino estructuras organizacionales flexibles. Y por otra parte, los productos no provienen de fabricantes que intentan introducirlos a un mercado incierto, sino que antes de producirlos los identifican y diseñan en coordinación con el cliente final.

Colombia proyecta un gigantesco programa agroindustrial, el cual forma parte del Plan Estratégico Exportador, donde se identifican 4 grandes tendencias mundiales del sector de alimentos, en los que el megaproyecto puede competir: productos naturales sin aditivos ni preservantes; productos sanos e inocuos obtenidos con prácticas de agricultura limpia y orgánica; productos de conveniencia (platos ya preparados y listos para servir, ensaladas precortadas y raciones para instituciones); y productos de innovación

(gourmet, nuevos sabores y aromas, y platos étnicos).

En ese escenario, la región tiene dos premisas: una, pensar en grande, y dos, trabajar con base en la demanda de los mercados y no en la oferta. Este cambio de énfasis implica ciclos de vida de los productos más cortos, para garantizar la compra de la producción y una infraestructura que responda a esta realidad.

El reto es integrar esas producciones, romper las cercas y relacionarlas. Si no es así, ellos solos no podrán desarrollar nuevos mercados.

Fuente: https://www.banrep.gov.co/es/huila-i-semestre-2003