

PRODUCCIÓN HORTÍCOLA Y ATENCIÓN DEL MERCADO: COMPARTIENDO UNA EXPERIENCIA

Luis Felipe Oviedo Alpízar

foviedo50@gmail.com

Productor

Historia

Luego de algunas experiencias de trabajo en el sector industrial, se buscaron otras alternativas de negocio ante inquietudes de desarrollo personal y económico. Viniendo de una familia de agricultores, fue fácil identificar a la producción hortícola como una actividad potencial. En una propiedad familiar en Santa Gertrudis de Grecia, se iniciaron hace ya ocho años las pruebas para producir mediante la técnica de hidroponía. Se ha probado diversidad de cultivos como albahaca, cebollino, culantro, chile dulce, lechugas, tomate y otros. Pero con el tiempo se ha ido concentrando el esfuerzo en lechugas y culantro.

A fin de fortalecer la actividad, se realizaron esfuerzos y se recolectó y generó documentación de referencia y seguimiento, sobre plagas, el desarrollo de los cultivos, aplicación de productos y sus periodos de carencia, etc. Se cuenta ahora con una estructura multitúnel con arcos metálicos, postes de 3" espaciados 3 m y un área de 1500 m². Se emplea riego por goteo, con emisores cada 25 cm y se siembra a 20 x 25 cm, para 8 -11 líneas de cultivo. El sustrato es piedra quinta y polvo de piedra, aunque se hacen en la actualidad algunas mezclas con carbón y fibra de coco para ir valorando la posibilidad de facilitar el manejo. Se empelan ocasionalmente cobertores para sombreamiento.

Actualmente hay en producción hasta 1600 lechugas, pero por dificultades de mercado solo se venden alrededor de 1000 unidades, de manera que debe eliminar una importante fracción. La capacidad es 3500 unidades por semana con salidas a las 4-5 semanas. El culantro castilla también se produce, aunque básicamente para complementar pedidos; se

siembra para 400 rollos por semana. Ambos productos también se venden por pedido en la comunidad.

Conflictos en la Producción

El aprendizaje es continuo y ha habido muchas experiencias que han ido permitiendo un mejor diseño de la actividad. Por ejemplo, al principio se producían las propias plántulas, en un medio flotante. Pero debido a la presencia de larvas de mosquitos ("fungus gnat") y algunas razones relacionadas con elevados requerimientos en supervisión y control fitosanitario, eso se ha abandonado y se compran las plántulas a empresas especializadas.



Figura 1. Vista general del sistema de producción.

En el caso de lechuga, los principales problemas potenciales son las babosas, porque aún se trabaja en bancal bajo, pero se cuenta con un sistema de monitoreo y control. *Lyriomiza* actúa cuando se elevan las temperaturas (módulo cerrado) similar al mildiú en verano. Ha habido problemas con *Pythium*, pero se han controlado debidamente con tricotermas y solarización.

El culantro casi no presenta problemas en la actuales condiciones, salvo *Pythium* y

Fusarium, que se manejan de manera similar que en la lechuga.

Daños al módulo:

Los fuertes vientos de los meses pasados, ocasionaron el desprendimiento de plásticos. Ello obedece a varios factores que se han identificado, como suciedad en los perfiles o muy fuerte tensado. Al estar los cultivos expuestos, se ha contado con mayores problemas de turgencia y quema de bordes en las hojas; así mismo, han ingresado cortadores (*Spodoptera*), por lo que se han implementado trampas para adultos basadas con base en feromonas

El Mercado.

Como agricultor, se tiene una muy fuerte dependencia del mercado. Este es muy elástico, cambiante, y la caída de contratos es frecuente. Esta situación ha llevado al punto de botar parte de la producción, dependiendo de cambios en las estructuras de calidad de las empresas. Más aún cuando se trata de productos más exclusivos, como las salanovas o la lechuga romana, que se caracterizan por nichos más estrechos.



Figura 2. Parte de las pruebas que se realizan para acceder otros nichos de mercado.

Las primeras experiencias comerciales años atrás, se realizaron mediante la empresa Hortifruti, con lo cual se incrementó rápidamente el área de producción. Se comenzó luego a incursionar en otras firmas, como pequeños supermercados de conveniencia y comedores de empresas con mucho personal.

Sin embargo, se enfrentaron problemas de naturaleza diversa, como aumento en los controles, criterios de compra no bien sustentados, divergencias contractuales, dificultades en la proyección por limitaciones de espacio, falta de experiencia y diversidad de la respuesta de los clientes (contratistas). En alguna oportunidad, se posibilitó un crecimiento del proyecto productivo con otro módulo, separado algunos kilómetros. Pero ello ocasionó la desatención por falta de seguimiento al proyecto original, y se iniciaron problemas de manejo. En ese momento se contaba con una producción de 7000 lechugas por semana entre ambos módulos.

Por otro lado, aunque el producto fresco es siempre vital para estar presente en el mercado, se están haciendo algunas pruebas para la venta de hoja por peso, con empaque amortiguado. Esto por cuanto existen empresas que prefieren un producto que sea más rápido de procesar o utilizar. Las pruebas conllevan acceso a almacenamiento en frío, y ya se ha logrado mantener producto hasta por 15 días en buenas condiciones. Esto podría significar el acceso a mejores mercados, mejores ingresos, y la necesidad de un nuevo sistema de siembra pensando en un potencial aumentado de vida útil.

Comentario final

El agricultor en nuestro país envejece y para al inicio de un proyecto se debe tener claro que hay que trabajar mucho y ganar poco, claro que dependiendo de la escala. Pese a que 33 años de edad podría verse como la de un agricultor joven, ha sido imprescindible buscar otras rutas de trabajo para subsistir en los periodos más difíciles. Ha sido claro que para cualquiera, debe ser importante atender las tendencias del mercado, en busca de mejorar los ingresos mediante acciones como las descritas y abrir la mente hacia nuevas posibilidades en las aplicaciones de la tecnología. A lo anterior debe sumarse que otros productos deben formar parte de la oferta, más allá de la especialidad para facilitar el ingreso al mercado, pero que se debe propiciar una negociación clara y responsable con los clientes.