

**Diagnóstico Situacional de la Producción de Naranja en el Municipio de Pacho  
Cundinamarca, y su Incidencia como Símbolo de Identidad Cultural.**

Leidy Paola Sánchez Fuentes

Asesor:

Guillermo Noel Gutiérrez Cárdenas

Ph. D. Economical Science

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Maestría en Administración de Organizaciones

2023

## **Dedicatoria**

A mi familia, siempre han sido mi más grande motivación.

A mis grandes amigos, por alentarme siempre a continuar.

## Resumen

En la provincia del Rio Negro, departamento de Cundinamarca, se encuentra ubicado el Municipio de Pacho, reconocido a nivel nacional como la Ciudad naranjera de Colombia, sin embargo para la actualidad la producción de naranja “Pachuna” no es su principal producto, debido a los costos de producción que implica la tecnificación de sus cultivos; esto ha llevado a las administraciones municipales, a destinar los recursos del rubro para agricultura hacia la producción de cultivos considerados con mejor salida en el mercado, como el café, plátano y entre los cítricos la mandarina y el limón.

De manera independiente las acciones que se vienen realizando, orientadas hacia la producción de la naranja y sus productos derivados, son lideradas a cuenta propia por pequeños productores y microempresarios, motivados por el fortalecimiento de la identidad cultural del Municipio de Pacho.

La anterior situación, nos dirige a indagar información entre actores regionales del sector público y privado, para lo cual se implementó la metodología de corte cualitativo y diferencial simple, en el sentido que fue necesario obtener una primera fuente inicial a través de la realización de entrevistas coloquiales (Sampieri & Torres, 2018), que permitieran identificar las posibles causas en la disminución de la producción de naranja “Pachuna” en los últimos años, dando como resultado, los altos costos de producción del cultivo de la naranja y la falta de recursos asignados por parte de las administraciones municipales.

Se pretende de alguna manera para quien consulte este documento, que pueda ser de insumo para el desarrollo de estrategias de producción, comercialización y oferta de la naranja de Pacho y sus productos derivados de la naranja que aporte al fortalecimiento en la identidad cultural de este municipio.

**Palabras clave:** Microempresario, Mercado, Organización, Gobierno, Agricultura, Asociatividad.

## Abstract

In the province of Rio Negro, department of Cundinamarca, is located the Municipality of Pacho, nationally recognized as the orange city of Colombia, however for the present the production of orange "Pachuna" is not its main product, due to the production costs involved in the technification of their crops; this has led the municipal administrations, to allocate resources for agriculture towards the production of crops considered with better output in the market, such as coffee, banana and among citrus mandarin and lemon.

Independently, the actions that are being carried out, oriented towards the production of oranges and their derivative products, are led by small producers and micro-entrepreneurs, motivated by the strengthening of the cultural identity of the Municipality of Pacho.

The above situation, directs us to inquire information among regional actors of the public and private sector, for which the methodology of qualitative and simple differential cut was implemented, in the sense that it was necessary to obtain a first initial source through the realization of colloquial interviews (Sampieri & Torres, 2018), which allowed identifying the possible causes in the decrease of the production of "Pachuna" orange in recent years, resulting in, the high production costs of orange cultivation and the lack of resources allocated by the municipal administrations.

It is intended in some way for those who consult this document, that it can be an input for the development of production strategies, marketing and supply of products derived from oranges that contribute to the strengthening of the cultural identity of this municipality.

**Key words:** Microentrepreneur, Market, Organization, Government, Agriculture, Associativity

## Tabla de Contenido

Lista de Tablas	8
Lista de Figuras	9
Introducción	10
Justificación	11
Formulación del Problema	13
Objetivos de la Investigación	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
Planteamiento del Problema	15
Antecedentes	17
Descripción de la Situación Actual o Contextualización	18
Marco Teórico	21
Marco Legal	22
Las Cooperativas o Asociaciones	24
Innovación Tecnológica	25
Desarrollo de Nuevas Técnicas Promocionales Para el Sector	28
Metodología de investigación	33
Tipo de Estudio	33
Fuentes de Recolección de la Información	35
Fuentes Primarias	35
Fuentes Secundarias	35
Muestra Intencionada	36

	7
Entrevistas Realizadas	38
Interpretación Gráfica de la Cadena Productiva de la Naranja en el Municipio	41
Construcción del Valor Diferencial y Ventaja Competitiva	42
Resultados	43
Conclusiones	45
Recomendaciones	46
Referencias bibliográficas	47

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> Costos de Mantenimiento de 1 Ha/ Año. de Cítricos.....	19
<b>Tabla 2</b> Perfil de las personas entrevistadas, 2021 .....	36

## Lista de Figuras

**Figura 1** Interpretación Gráfica de la Cadena Productiva de la Naranja en el Municipio de Pacho

..... 41

## **Introducción**

Las ciudades y municipios del País, se distinguen por el nombre propio o topónimo, símbolo o eslogan que hace parte del origen o historia de determinada región; estos elementos de identidad cultural, se visibilizan en actividades de producción que se sostienen dependiendo de las dinámicas del mercado.

En el contenido de este documento encontrará, la descripción y desarrollo del objeto de esta investigación, que permite visibilizar la problemática de una región, analizada desde el contexto de los actores principales y que será abordada mediante capítulos. En el primero de ellos en contexto con los antecedentes se toman en cuenta factores normativos nacionales y explora técnicas implementadas en otros países para mejorar la producción; el siguiente capítulo, contiene detalle de la metodología aplicada y fuentes de información, que tendrá relevancia en todo el documento, sobre las entrevistas realizadas a las personas que de manera voluntaria hicieron parte de esta investigación, por tratarse de un tema que hace parte de su contexto de vida; y por último en el capítulo final, se presentan los resultados generados del análisis de la información, conclusiones y recomendaciones.

### **Justificación**

A falta de planes o programas de apalancamiento que estimulen la tecnificación de los cultivos de naranja Pachuna, la comercialización, no es relevante en el mercado, así lo indicaron dos de las personas entrevistadas, que participaron como parte de las entidades gubernamentales locales, Alcaldía Municipal ; en datos suministrados por parte de la Umata de Pacho Cundinamarca, las áreas de siembre por hectárea, de naranja pachuna y limones, a 31 de diciembre de 2018 y 2019, presentó un aumento del 25% debido a los programas de la alcaldía, durante estos años la distribución de nuevas siembras y cosecha, se realizó 40% en el primer periodo y el 60% en el segundo periodo, el precio del fruto en plaza local para el 2019, se mantuvo en mil doscientos pesos m/cte (\$1.200) por unidad. Las cinco veredas con mayor área sembrada durante el 2019, fueron: El Carbón 20%, Las Aguilar 20%, San Jerónimo 20%, Timaná 20% y Marcos Tunja 20%; para el Municipio en el 2020 se proyecta un incremento del 30% de nuevas áreas sembradas, respecto al 2019.

Los datos anteriores no revelan cifras exactas por cultivo, que permitan determinar cifras detalladas en cuanto a la producción de naranja, ya que engloba directamente a un conjunto de frutas. En una de las entrevistas realizadas en el año 2021, fue recibida información de la existencia de tres hectáreas de cultivo de naranja tecnificado, en la vereda Bermejál; por parte de la UMATA, la información que se tiene es que son alrededor de 500 hectáreas, dentro del Municipio de Pacho, que al agruparlas podrían ser de naranja, en asocio con el café, con más de mil hectáreas de siembra, datos específico suministrado.

Así mismo el agroturismo, por su parte podría ser relevante, de cara al reconocimiento en la producción de la naranja más dulce, otorgado a este Municipio, donde se lleva a cabo, en sus festividades, el reinado departamental de la naranja, escenario propicio para la presentación y

oferta de productos derivados de la naranja como los vinos, caramelos, postres, galletas, aceites, mermeladas, conservas y vinagre, lo cual es significativo para la economía del municipio, en términos de ampliación del comercio.

Además, para los brotes de gripe o tiempos como la pandemia, el consumo de cítricos, por su aporte de vitamina C, puede ser una terapia efectiva en el tratamiento del SARS-CoV-2 debido a su capacidad antioxidante, sus propiedades antivirales, la mejora del sistema inmunológico y sus propiedades antiinflamatorias. (Hernández et al., 2020, p. 249).

El agricultor es el actor principal a quien principalmente es necesario incentivar a continuar cultivando la naranja, buscando alternativas que puedan implementar, como la poda del árbol de naranja para mejorar la producción y la comercialización a través del uso de herramientas tecnológicas de bajo costo, como las redes sociales, que además facilitan el acceso a nuevos mercados.

### **Formulación del Problema**

¿Por qué la producción de naranja en el Municipio de Pacho Cundinamarca, incide en el reconocimiento de esta región como Ciudad naranjera de Colombia?

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General**

Establecer un diagnóstico situacional de la producción de naranja en el Municipio de Pacho Cundinamarca, y su incidencia como símbolo de identidad cultural.

### **Objetivos Específicos**

Realizar entrevistas a actores principales que intervienen en la producción de naranja del Municipio de Pacho Cundinamarca.

Establecer, mediante el análisis información, las posibles causas en la disminución de la producción de naranja, del municipio de Pacho Cundinamarca.

Identificar sobre la información indagada, propuestas que puedan ser consideradas a futuro para el fortalecimiento de la producción, comercialización de naranja como símbolo de identidad del Municipio de Pacho Cundinamarca.

## **Planteamiento del Problema**

En los pueblos, es muy frecuente que la mano de obra joven migre a las grandes ciudades, una situación recurrente, en la capital de Colombia, donde la interculturalidad se hace evidente, entre habitantes de diferentes regiones del País, que la transitan; en su mayoría, personas en edad productiva, en busca de oportunidades, que no encuentran en el campo.

Se supone oportuno que por su parte el agricultor, bien sea por vocación o sustento, se encuentre capacitado para implementar técnicas de producción para mejorar los cultivos, y a su vez quienes participan en la industrialización de los productos del campo, apuesten a fortalecer el mercado local y hacerlo competitivo a nivel nacional, como sucede con el mercado del café.

En la actualidad el cultivo de naranja Pachuna, no es representativo, como en el caso de otros productos con mejor comercialización en el mercado, en términos de rentabilidad, siendo el principal factor determinante para elegir que producir; una de las principales causas por la cuales, la agricultura Pachuna, disminuye la producción de naranja, así como la calidad del fruto, quedando como un recuerdo histórico establecido, de una generación de Pachunos, que en sus tiempos fueron reconocidos por esta producción.

Además de la parálisis del mercado, generada por tiempos de incertidumbre económica, inciden además otros factores preexistentes y determinantes para alcanzar estándares de competitividad. Entre la falta de tecnificación de cultivos, se encuentra el trabajo colectivo o en asociación no continuo, así como ocurre con frecuencia con el apoyo por parte de las instituciones gubernamentales.

Las condiciones en los lugares de cultivo suelen ser variadas, lo que obliga a hacer un acercamiento con el agricultor, para identificar basado en sus experiencias, los obstáculos y los casos de éxito que lleven a implementar mejores prácticas (Jiménez et al., 2019).

En tiempos de pandemia decretada a nivel mundial, conocida ampliamente como COVID-19, una de las grandes consecuencias fue el desencadenamiento de eslabones, que desestabilizan las cadenas productivas (Lanchimba et al, 2020), afectando sectores comerciales y llevando a explorar el uso de herramientas tecnológicas.

Las restricciones que implicó las medidas implementadas en tiempos de pandemia, desde el Gobierno Nacional y Local para evitar nuevos contagios, disminuyeron notablemente el turismo, una de las principales fuentes de ingreso para los productores del cultivo de naranja, en el municipio de Pacho Cundinamarca, lo que implicaría necesariamente nuevos retos y desafíos, para un mercado ampliamente competitivo y en constante cambio.

El gobierno nacional, estimula la agricultura del País, a través de la implementación de programas de apoyo, con enfoques determinantes, a los cuales acceden quienes cumplan criterios definidos; al igual la participación no es altamente significativa, pues los beneficios que reciben quienes intentan seguir en el campo, no son suficientes y continuos.

### **Antecedentes**

Desde los planes de desarrollo de las administraciones municipales y las asociaciones participativas en la agricultura cítrica del municipio de Pacho, han sido varios los intentos por afianzar y visibilizar el mercado de la naranja Pachuna, sin embargo, considerando los elevados costos de producción, para el agricultor las ganancias no son recíprocas frente a la inversión, lo que necesariamente conduce a la oferta de otros productos.

De acuerdo a la información proporcionada por los entrevistados, en los intentos por lograr que el mercado de la naranja creciera y fuera sostenible, se crearon asociaciones, de las cuales participaban los pequeños productores, pero no tuvieron éxito. Con el mismo propósito anteriormente en el parque principal del municipio de Pacho, fueron ubicadas en sus esquinas, pequeñas tiendas de vendedoras de jugo de naranja fresco y 100% natural, imagen representativa de tradición para los turistas; sin embargo, son acciones que se impulsan y pierden valor al no tener continuidad.

A nivel promocional, el uso de las redes sociales es una herramienta de bajo costo para microempresarios, que ampliaría la interacción publicitaria y acceso a otros mercados.

### **Descripción de la Situación Actual o Contextualización**

En el municipio de Pacho, antes de ingresar al casco urbano, en un recorrido aproximado de dos minutos en vehículo y diez a pie, sobre la carretera principal, se encuentran ubicadas alrededor de la vía, algunas tiendas locales, que ofrecen a la venta, naranja y mandarina, negocio que combinan con otros productos como: papaya, banano, chontaduro y huevos.

La economía de Pacho Cundinamarca está representada por su agricultura y ganadería, el municipio hace parte de la ruta del Rionegro, en la producción de café del departamento (Cundinamarca., s.f.) seguido por los cultivos de cítricos, la papa, el plátano y la sábila. En el cultivo de cítricos, es predominante el limón, seguido por la mandarina y la naranja, la realidad, es que la producción de este tercer producto, no genera beneficios suficientes que sean sostenibles para este mercado; es decir, un grupo familiar no podría vivir únicamente de la producción y comercialización de la naranja, quienes promueven la venta, en sus negocios necesariamente se ven obligados a incorporar otros productos.

El apoyo por parte de entes gubernamentales, en cuanto a la producción y comercialización de cítricos se evidencia principalmente en el cultivo de limón, de acuerdo con los datos estadísticos contenidos en el actual Plan de Desarrollo Municipal, más reciente elegido por la población pachuna, “Pacho somos todos experiencia con visión y liderazgo 2020 – 2024” , en su línea estratégica II “Pacho somos todos competitivos hacia un desarrollo económico sostenible” se evidencia como las acciones de la producción de cítricos en el Municipio de Pacho, están orientadas principalmente hacia el cultivo del limón y mandarinas, no de la naranja.

Basados en los indicadores del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, para 2020, se estiman costos de mantenimiento de cítricos por hectárea al año, que podrían tener variaciones,

como en el caso de los insumos y fertilizantes, dependiendo del precio en el mercado y en cantidad, de acuerdo a la edad de los árboles.

**Tabla 1**

*Costos de Mantenimiento de 1 Ha/ Año. de Cítricos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
Mano de obra	260	Jornales	\$30.000	\$7.800.000
Fertilizantes (Urea)	500	Gramos/sitio	\$1,85	\$693.750
Fertilizante (Mayores y Menores)	500	Gramos/sitio	\$1,48	\$555.000
Poda	250	Árbol	1.000	\$250.000
Foliales	1,5	Caneca de 200 Lts	\$60.500	\$181.500
Control de Malezas (guadaña)	3	Rondas	\$41.600	\$124.800
Control de Malezas Químico	2	Ronda	\$164.300	\$328.600
Control de Plagas				\$500.000
Asistencia Técnica				\$600.000

Renovación	8	Colinos	\$8.500	\$63.750
Total costo de Mantenimiento				\$11.097.400
1Ha./Año				

*Fuente:* Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Las anteriores son entre otras unas de las causas en la disminución de producción de naranja pachuna, por parte de campesinos y sin desviarse del enfoque de este trabajo, el riesgo que conlleva al debilitamiento de la identidad cultural de los pachunos, como ciudad naranjera del País.

Tal vez valga aclarar que dicha característica se mantiene y genera que su consumo sea local, debido al manejo más riguroso que requiere la fruta, ya que, dada su sensibilidad, durante la recolección y traslado, puede llegar a alterarse el sabor y conservación de la naranja. En otras regiones del País, se observa mayor competencia en producción y calidad, justamente porque la producción del fruto, se enfocó hacia variaciones e injertos preparados para ser más resistentes a los efectos del transporte producto.

### **Marco Teórico**

Aunque sea reiterativo con otras investigaciones, para el desarrollo de este trabajo, fue necesario indagar sobre los orígenes de Pacho, para posteriormente dirigir nuestro documento hacia la agricultura y producción de cítricos desde los diferentes enfoques.

El municipio de Pacho fue fundado el 20 de agosto de 1604, se encuentra ubicado a 88 kilómetros de Bogotá, la capital del País, el topónimo de Pacho en lengua muisca, significa Padre bueno. En la industria, Pacho, fue destacado por poseer la primera siderúrgica de América del Sur, una empresa de polvorería, las fábricas de gaseosas, La Gabiota y La Colosal; así como las pinturas Iris. (Torres, 2019).

De acuerdo a las investigaciones el Municipio de Pacho, aproximadamente desde los años 70 ha sido reconocido como la ciudad naranjera de Colombia, dada la característica dulce y jugosa del fruto silvestre allí cultivado.

## Marco Legal

Es de importancia desde el punto de vista legal, referenciar los fundamentos constitucionales y normativa legislativa trazada en políticas nacionales, departamentales y municipales relacionadas con los objetivos planteados en este estudio, de una manera cronológica.

**Constitución Política de Colombia 1991, Artículo 64:** es deber del Estado promover el acceso progresivo a la propiedad de la tierra de los trabajadores agrarios, en forma individual o asociativa, y a los servicios de educación, salud, vivienda, seguridad social, recreación, crédito, comunicaciones, comercialización de los productos, asistencia técnica y empresarial, con el fin de mejorar el ingreso y calidad de vida de los campesinos.

**Constitución Política de Colombia 1991, Artículo 65:** la producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras. De igual manera, el Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario, con el propósito de incrementar la productividad.

**Constitución Política de Colombia 1991, Artículo 66:** las disposiciones que se dicten en materia crediticia podrán reglamentar las condiciones especiales del crédito agropecuario, teniendo en cuenta los ciclos de las cosechas y de los precios, como también los riesgos inherentes a la actividad y las calamidades ambientales.

**Ley 1876 del 29 de diciembre de 2017,** por la cual se crea el Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria (SNIA), compuesto por subsistemas, planes estratégicos, instrumentos

de planeación y participación, plataformas de gestión, procedimientos para su implementación, así como mecanismos para su financiación, seguimiento y evaluación.

**Ley 607 de 2000:** creación, funcionamiento y operación de las Unidades Municipales de Asistencia Agropecuaria (UMATA).

**El acuerdo Nacional de competitividad de la cadena de los cítricos firmado el 19 de diciembre de 2000:** contiene 6 núcleos regionales: Costa Atlántico (Atlántico, Cesar, Bolívar y Magdalena), Nororiente (Boyacá, Norte de Santander y Santander), Centro (Cundinamarca, Huila y Tolima), Llanos Orientales (Casanare y Meta), Occidente (Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca) y Sur (Cauca y Nariño). Se estructura en un Diagnóstico estratégico, Visión de Futuro, Líneas estratégicas en conjunto con los sectores público – privado.

**Ley 811 de 2003,** creó la organización de cadena en el sector agropecuario, forestal, acuícola y pesquero. Los propósitos principales: representatividad de los integrantes de las organizaciones de cadena, Formalizar acuerdos entre empresarios, gremios, organizaciones y representantes de la producción. Las organizaciones de la cadena entregarán al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, antes del 31 de marzo de cada año informe anual de actividades.

**Planes de desarrollo municipales,** como instrumento de planeación y ejecución de recursos sobre los proyectos de una región.

**Plan Municipal de Desarrollo 2018-2022“Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”** dentro del mismo se resaltan dos importantes pactos para el sector agricultura:

- Pacto por el emprendimiento, la formalización y la productividad, incremento de la inversión en el campo, mejores ingresos, crecimiento para pequeños productores y aprovechamiento para el sector rural.
- Pacto por la sostenibilidad, producir conservando y conservar para producir.

**Plan de Desarrollo Municipal, “Pacho somos todos experiencia con visión y liderazgo 2020 – 2024”** Programa, en Pacho el campo somos todos.

### **Las Cooperativas o Asociaciones**

El trabajo asociativo, particularmente es organizado por un representante o líder de un grupo social, con el propósito de focalizar los esfuerzos y potencializar el desarrollo de un gremio determinado. Las cooperativas de agricultores diversificadas utilizan diferentes modos operativos, como el liderazgo de la élite, las promociones del gobierno, el liderazgo de empresas líderes y la organización espontánea de los agricultores (Wang, Jin, & Mao 2019).

En un análisis realizado para agricultores de São Paulo, Brasil, se identificó que hay menos posibilidades de que los agricultores adopten nuevas formas de riesgo, cuando esto signifique para ellos más costos o sean influenciados por factores como: pocos incentivos y una percepción negativa del riesgo y acceso al intercambio de información, siendo para la mayoría más rentable establecer contratos con empresas de industria de jugo de naranja. (Rossi et al., 2020).

La percepción sobre las alianzas de acuerdo a las entrevistas realizadas, es que, a la larga, los agricultores no están dispuestos a asumir costos adicionales, lo que los hace pensar en que es más rentable continuar con la venta de productos de manera independiente; esto puede ser una alternativa más segura, pero no impulsa el mercado a ser más competitivo y atractivo para la inversión pública y privada.

Vale la pena lograr activar una economía circular donde participe toda la cadena de cítricos de Pacho, para agricultores y microempresarios quienes están explorando en los derivados de la naranja, productos como el vino, vinagre; o finalmente sacar provecho de los residuos del fruto para generación de aceites o fabricación de combustible a base de cáscara de naranja (Kumar et al., 2020).

La cooperación también favorece el intercambio de información, por lo que es importante asociar agricultores, productores y vendedores; constituir alianzas con instituciones educativas, secretaría de cultura y agricultura municipal, departamental, y nacional que facilite el acceso a incentivos, programas o capacitaciones, a través de proyectos que garanticen el desarrollo y la continuidad.

### **Innovación Tecnológica**

Para la agricultura local, la tecnología suele ser una alternativa poco probable, se percibe como algo compleja en relación con la población de campesinos acostumbrados al trabajo de campo y venta de sus productos en plazas de mercado, refiriéndonos a quienes ya están en edad de jubilación y el acceso a recursos tecnológicos es deficiente o nulo. En el contexto de COVID-19, los espacios digitales se vuelven imprescindibles para mantener las actividades de la vida diaria, la educación, el trabajo, los servicios o el entretenimiento, enfatizando la importancia de las desigualdades digitales como uno de los principales determinantes del bienestar (Beaunoyer et al., 2020) De este último tema, será tocado a fondo más adelante.

Los extremos cambios de clima que venimos experimentando, nos obliga a buscar las medidas más conscientes e inteligentes para que las actividades de la agricultura generen el menor impacto posible para la conservación de nuestros recursos vitales, como proteger el agua, a través de la implementación de técnicas o tecnologías más sustentables para el planeta. Por ejemplo, en la India, una investigación apunta al uso del Micro-riego como una salida para evitar el socavar agua subterránea como en la conocida Zona Oscura; se trata de agua que va directo a la raíz de las plantas a través de tuberías, subsidiado por parte del Estado. La tecnología de micro-irrigación (MI), señala que mejora la eficiencia del uso del agua en comparación con los sistemas de riego convencionales, es decir, ahorra el uso del agua entre un 48% y un 67% y

reduce los costos de energía en un 44% a 67%. Además, un estudio relativamente reciente de R. Fishman en el 2014, con base en la información recopilada del Estado de Gujarat (India), muestra una tendencia creciente en el consumo de energía a corto plazo (es decir, 1 a 2 años después de la adopción), mientras que se observa una reducción sustancial a largo plazo (es decir, 4 a 5 años). Además, numerosos estudios señalan que la adopción de tecnologías agrícolas, en general, promueve su crecimiento, lo que reduce la pobreza y mejora la seguridad alimentaria y nutricional a largo plazo, particularmente en las naciones en desarrollo (Bahinipati & Viswanathan, 2019).

El éxito de Asia influyó en las políticas africanas, donde la mayoría de las estrategias para impulsar la productividad tienen tres elementos comunes: un enfoque en los pequeños agricultores; un énfasis en los cultivos básicos, principalmente maíz y arroz; y la dependencia de tecnologías mejoradas, la mayoría de las veces basadas en semillas de alto rendimiento, resistentes a las variaciones climatológicas y que responden a los fertilizantes.

Las revoluciones verdes en Asia y América Latina se centraron en las semillas, no en las máquinas, por lo que los beneficios estaban disponibles para las granjas de todos los tamaños (Larson et al., 2020, p. 69). En consecuencia, se necesita una cartera más amplia de tecnologías para lanzar una Revolución Verde, transformadora, y la tarea de identificar qué funciona mejor a nivel local es más difícil. También significa que las tecnologías centradas en semillas y fertilizantes que funcionan bien, aunque son importantes, es poco probable que resuelvan todas las limitaciones clave que enfrentan los agricultores, por ello la necesidad de plantear más de un modelo o técnica de solución.

El acceso a la información también es una alternativa de intercambio de experiencias entre agricultores, lo que incentivaría a la práctica de nuevas técnicas; sobre todo cuando se trata de

combatir amenazas como la Citrus Huanglongbing (HLB), una plaga que de no controlarse a tiempo puede ser letal para las plantaciones; lo cual fue comprobado a través del desarrollo de estrategias de manejo, en una investigación que logró determinar que la combinación de inductores de defensa vegetal, fertilizante nitrogenado y compost, tuvo un efecto positivo y mejoró la producción en las plantas (Li et al., 2019). Existen otras alternativas, pero pueden llegar a generar más costos, como la tala y poda de árboles infectados o el uso de insecticidas en aerosol, no se recomienda el antibiótico, por los efectos que puede llegar a ocasionar en la salud humana, al crear resistencia a bacterias. (Li et al., 2020)

Si bien las técnicas varían, el uso eficiente del suelo y el manejo de riego impacta en cualquier situación, así lo demostró un experimento realizado por 5 años, en un cultivo de toronjo, donde el uso de cubierta vegetales mejoró la conservación de agua y temperatura; aumentando la producción e interrumpiendo el ciclo de malezas (Simpson et al., 2019).

Así mismo, los agricultores podrían buscar mejores oportunidades, como producir cultivos especiales de alto valor, como frutas y verduras frescas a grandes cadenas de supermercados; el riesgo está, en que estos cultivos crean un mayor nivel de complejidad productiva, como una alta perecibilidad y condiciones climáticas específicas para su óptimo crecimiento. Por lo tanto, la producción de estos cultivos a menudo requiere estrategias logísticas especializadas que incluyen instalaciones con temperatura controlada y altos niveles de coordinación y control para evitar el desperdicio de alimentos. Además, muy a menudo, el cultivo de frutas y hortalizas frescas requiere el uso de una agricultura protegida para producir los cultivos que mejor se adaptan a una región, y para poder entregarlos en el momento adecuado y en los mercados más rentables.

El desafío para las empresas agroalimentarias modernas es trabajar con los pequeños agricultores, al igual, organizar el suministro para brindar los beneficios de la logística, las

economías de escala, la trazabilidad y los estándares del sector privado a los pequeños agricultores (Flores et al., 2019). Una iniciativa que no se puede lograr, tan sólo con la voluntad de los productores, debe involucrarse el gobierno local, para que las empresas en un trabajo mancomunado de Responsabilidad Social Empresarial puedan contribuir al desarrollo de estos sectores con menos oportunidades. A la vez, dada su trascendencia, el presente trabajo ha sido compartido para su desarrollo con el alcalde del Municipio de Pacho Cundinamarca Sr. Vicente Ostos, para su cooperación; no obstante, no se obtuvo respuesta.

### **Desarrollo de Nuevas Técnicas Promocionales Para el Sector**

En tiempos de pandemia, dada las condiciones de confinamiento decretadas en el mundo, muchos microempresarios quedaron en jaque y se vieron forzadas a adoptar medidas que les permitieran seguir en el mercado, pese a las restricciones; entre las que se destacan el uso de redes sociales, como Facebook e Instagram y Tik Tok, y la apertura de servicios a través de aplicaciones móviles o app. Las redes sociales a través de Internet permiten a las personas comunicarse sin límites de tiempo y espacio, y se han desarrollado de buena forma, en diferentes plataformas, por ejemplo: Facebook, WhatsApp, LINE, WeChat, Twitter, Skype (Lin, 2020). Así las redes sociales más tradicionales, como Instagram, Facebook, WhatsApp, Twitter y la reciente irrupción de Tik Tok, han sido durante la pandemia del COVID-19, formas de salida y acercamiento a más información, y siendo más que medios de interacción principales entre extraños, amigos y familia, siendo un punto de encuentro e incluso para reírnos de nosotros mismos, aliviando en parte la tensión de la pandemia, y siendo para muchos microempresarios la apertura a nuevos mercados.

El miedo ha sido un factor relevante en esta época, este nos deja en una inacción, sobre todo pensando en el COVID-19 (Schimmenti, Billieux, & Starcevic, 2020) especialmente frente a

procesos de compra, en que los factores externos afectan directamente las decisiones del consumidor, y en el caso de la pandemia, no ha sido distinto, sino ha empeorado el panorama de la economía mundial.

Una naturaleza característica de las enfermedades infecciosas en comparación con otras afecciones es el miedo. El miedo está directamente asociado con su velocidad de transmisión y su medio (rápido e invisible), así como su morbilidad y mortalidad. Desafortunadamente, el miedo puede amplificar el daño de la propia enfermedad. Esto conduce aún más a otros desafíos psicosociales, incluida la estigmatización, la discriminación y la pérdida de apegos. Con los altos niveles de miedo, las personas pueden no pensar y actuar con claridad al reaccionar al COVID-19. Sin embargo, el tratamiento al COVID-19 en todo el mundo se centró principalmente en control de infecciones, vacuna eficaz y tasa de curación del tratamiento. El aspecto psicosocial aún no se ha considerado a fondo, sin embargo, dado que los países de todo el mundo debían sumar sus esfuerzos para reducir la tasa de transmisión de COVID-19, también fuera importante trabajar en los miedos individuales para lograr el objetivo holístico de tener una sociedad realmente libre de COVID-19 (Ahorsu et al., 2020). Otro factor fundamental para el miedo o no en la población y su impacto en la economía, son las políticas públicas adoptadas por los gobiernos. No obstante, a las específicas decretadas por cada país, entre las principales resaltan el confinamiento, el distanciamiento entre las personas, el no acercarse a personas de la tercera edad y como hemos destacado anteriormente, ubicar a los negocios (como sus rubros) o empleos, en esenciales y no esenciales, lo cual aumentó el temor de la población en general. Así, el rubro de los pequeños productores de naranjas ha sido duramente golpeado, al no ser considerado esencial (aun cuando está en el de alimentos), no obstante, pese a ello, algunos se han logrado

mantener, pero se requiere de medidas promocionales y publicitarias, como una manera rápida de afrontar la crisis.

El marketing es un factor crucial para el éxito creciente de la mayoría de las organizaciones. La mezcla de marketing es un marco conceptual para identificar la principal estrategia de toma de decisiones que hacen los productores al configurar sus ofertas para satisfacer las necesidades de los consumidores. Los elementos del marketing mix, son un conjunto de elementos controlables. El concepto de marketing mix, ha sido objeto de amplios estudios relacionados con varios productos. Por ejemplo, en un estudio sobre el impulso de la venta de productos, se concluyó que los cuatro elementos del marketing mix, influyen en la venta de bienes a través de la web. Estudiar la combinación óptima de marketing *mix* sobre la gestión de relaciones con los clientes en la industria, los canales de precios y distribución, las personas y el entorno físico fueron factores de máxima prioridad (Davari et al., 2018).

El desarrollo tecnológico en la era de Internet impulsa cambios en muchos aspectos cotidianos, uno de ellos es el cambio en el comportamiento del consumidor, que prefieren cosas más instantáneas y prácticas, que a su vez escalan el modelo de compra online. Los datos muestran que el uso tecnológico en MIPYME tiene muchas ventajas. Primero, los dueños de negocios pueden obtener comentarios en vivo. Segundo, las redes sociales brindan tendencias y oportunidades del mercado en tiempo real. En tercer lugar, los dueños de negocios pueden monitorear su producto, ya sea que sea adecuado para las preferencias del consumidor o no, y también pueden explorar los productos más deseados por el consumidor (Ratnadianti, Fahmi, & Hannan, 2020).

Los medios digitales, en sus diversas formas, como las redes sociales (comprendiendo su auge como actividad publicitaria), las aplicaciones móviles y los servicios basados en la web,

han creado un contexto para las actividades empresariales de las personas, las nuevas empresas y las ya establecidas, que pueden hoy gracias a la web, ofrecer propuestas de valor a los clientes nuevos y existentes; y también brindaría un espacio para la creación y el desarrollo de pequeñas empresas, como motores para la promoción de la innovación, el espíritu empresarial y el crecimiento económico de un sector (Ebrahimi et al., 2019). Igualmente, en la comunicación al alcalde de Pacho, se fue solicitado que se les pueda dar wifi a los pequeños agricultores de ese sector (antena libre), para su acceso a cursos y socializaciones digitales.

Las estrategias que se implementen, deberán enfocarse en dar cumplimiento a estándares de calidad que identifiquen el producto como altamente competitivo, como lo es el sello con reconocimiento mundial Fairtrade.

Lo anterior da como principal factor económico y social frente a esta problemática, la incertidumbre o el no saber cómo proceder frente a la crisis del sector, pero no basta hablar extensamente de este dilema, ya que los esfuerzos no pueden estar orientados sólo a la incertidumbre desde un punto de vista económico o productivo, sino debe ser con una mirada multidisciplinaria. De esto resulta lo siguiente: es posible crear un modelo óptimo para crecimiento de los productores de naranjas en el sector de Pacho Cundinamarca en Colombia. Se pueden crear nuevos procedimientos productivos que ayuden al sector y a otros similares a nivel nacional y mundial, generando condiciones óptimas de producción. Son realmente eficientes las asociaciones o cooperativas para el desarrollo agrícola en este sector, pensando especialmente en los pequeños agricultores. Se pueden obtener mejores estrategias promocionales que permitan a este y otros rubros mediante capacitación, alcanzar mejores estándares de ventas en los cítricos. Las medidas antes referidas podrán hacer frente a la desaceleración que experimentada producto de la pandemia: COVID-19, aplicando inclusive, medidas de Responsabilidad Social

Empresarial (He & Harris, 2020); medidas que permitan a este sector pueda prosperar y no extinguirse en el intento (Crick & Crick, 2020).

## **Metodología de investigación**

### **Tipo de Estudio**

El presente documento se encuentra enmarcado en la línea de investigación, Dinámica organizacional, Sublínea Administración, gestión y gerencia Pública, en relación a la temática, Tendencias de Gestión Pública, de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN, de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Se realizó un estudio de análisis de información aplicando la investigación de corte descriptiva cualitativa, lo cual nos permite llegar a un diagnóstico situacional de los pequeños productores de naranja Pachuna y la incidencia en la identidad cultural del Municipio de Pacho, para que basados en estos resultados se incentive el desarrollo de estrategias, como del estado del arte en la materia.

Para obtener un panorama, que permitiera identificar estado, determinar causas e incentivar estrategias en el desarrollo de la producción, industrialización y comercialización de la naranja Pachuna y su incidencia en el reconocimiento de la identidad cultural de los Pachunos, como instrumento para la recolección de datos, se realizaron entrevistas aplicadas a actores principales.

Este estudio es también, de corte cualitativo y diferencial simple, en el sentido que fue necesario obtener una primera fuente inicial a través de una entrevista coloquial (Sampieri & Torres, 2018), dirigida a agricultores, comercializadores, así como a entes gubernamentales, con el propósito de conocer sus experiencias, principales obstáculos y sugerencias que podrían a futuro ser enfocadas e implementadas como alternativas de solución a la problemática.

Así mismo resulta vital el uso de nuevas tecnologías y diseño de técnicas promocionales efectivas para un sector determinado, para el caso de pequeños productores de naranjas, se puede promover, acrecentar y mejorar, los tipos de cultivos en beneficio de estos, lo que contribuirá al

desarrollo de las naciones emergentes o en vías de desarrollo. El acceso a los recursos y la capacidad de las comunidades para transformar estos recursos tecnológicamente depende de las matrices de garantías institucionales y la actitud de asumir riesgos para convertir la variabilidad ecológica en oportunidades empresariales de inversión. Estas innovaciones pueden surgir de forma endógena o de origen exógeno o pueden ser una combinación de ambas. Aprovechar el potencial innovador de las personas y las comunidades en entornos de alto riesgo, proporciona un enfoque empresarial para el alivio de la pobreza (Dey, Gupta, & Singh, 2019).

El presente trabajo investigativo se desarrolló, a través del estado del arte, una tarea no menos compleja, dado que el foco central es el desarrollo agrícola y cultural de un sector específico, de manera que puedan generarse aportes de mejora, que contribuyan a nivel nacional e internacional.

El agricultor, como pieza fundamental en la cadena de los cítricos es uno de nuestro principal objeto de estudio, para lo cual fue necesario investigar su papel en la producción de la naranja “Pachuna”, realizar un análisis de mercado, en el que entran a intervenir diferentes actores; todo para establecer los antecedentes y determinar un diagnóstico, importante para definir las mejores estrategias para el desarrollo del sector.

## **Fuentes de Recolección de la Información**

La información de este escrito está basada en fundamentos bibliográficos y documentos de acceso público, así como las entrevistas, fuente principal de análisis de contexto y desarrollo.

### **Fuentes Primarias**

Para la recolección de la información se realizaron entrevistas a representantes de la administración municipal, agricultores y comercializadores de naranja Pachuna.

### **Fuentes Secundarias**

Búsqueda de información a través de internet, publicaciones, revistas y datos estadísticos proporcionados por entidades gubernamentales.

## Muestra Intencionada

**Tabla 2**

*Perfil de las personas entrevistadas, 2021*

Ítem	Perfil	Actividad desarrollada con la naranja
<b>Entrevistado 1</b>	Agricultor	Cultivo y venta de naranja en la entrada principal del municipio
<b>Entrevistado 2</b>	Microempresario	Producción y venta de jugo natural de en botella de marca comercial.
<b>Entrevistado 3</b>	Microempresaria	Producción y venta de mermeladas, galletas, vinagre y vino
<b>Entrevistado 4</b>	Microempresario	Producción y comercialización de vino y vinagre de marca comercial.
<b>Entrevistado 5</b>	Líder Social	Liderazgo y participación en asociación para productores
<b>Entrevistado 6</b>	Alcaldía Umata	Acompañamiento y desarrollo de proyectos agropecuarios
<b>Entrevistado 7</b>	Alcaldía Secretaría de Agricultura	Acompañamiento y desarrollo de proyectos agropecuarios

Nota: Esta tabla contiene el perfil de las personas entrevistadas, 2021. *Fuente:* Autor

La muestra intencionada representativa fue tomada en el Municipio de Pacho Cundinamarca, para lo cual se realizaron siete (7) entrevistas entre ellos de la administración municipal, representante de una asociación inactiva, agricultores y microempresarios de naranja y sus derivados en Pacho Cundinamarca, con la finalidad de establecer un diagnóstico situacional

y así analizar las limitaciones y oportunidades del mercado de la naranja pachuna, principalmente en su industrialización.

Para la comprensión de la problemática y retos actuales del municipio ya referido, se debe primero entender el contexto social y cultural de la región, así como revisar casos destacados a nivel mundial, que puedan servir de referente para el desarrollo prospectivo de la agricultura. El campo requiere un proceso de transición, de una agricultura tradicional a una agricultura moderna; en ambos casos los cultivos deben adaptarse a las condiciones climatológicas, geográficas y de mercado existentes.

La agricultura multifuncional, parece ser una gran alternativa de expansión del mercado de producción a uno de comercialización y desarrollo económico, el cual necesariamente exige el cumplimiento de ciertos estándares para su masificación, así como la integración y participación de nuevos actores. Posibles asociaciones público – privadas podrían contribuir a cerrar la brecha y ayudar a impulsar más investigación agrícola. (Gaffney et al., 2019).

El sector cultural hace parte de esta multifuncionalidad, aunado a las tradiciones como referentes de un territorio, el folclor, la gastronomía y las festividades, son el capital simbólico de una región; a su vez el comercio y la cultura trabajan en conjunto cuando se vinculan al turismo.

Dada la relación existente entre producción, comercialización y mercado, en el desarrollo de la economía local, el gobierno impulsó la vinculación de asociaciones de productores campesinos con empresas de distintos tamaños con el objetivo de ampliar la competitividad y participación en el mercado para los pequeños productores. (Agricultura, campesinos y alimentos (1980-2010) Universidad Externado de Colombia (2018)., s. f.), Este tipo de asociación podría

significar para el agricultor apalancamiento económico en el sentido que dentro de los acuerdos se garantice la venta de lo producido, para lograr equilibrio entre oferta y demanda.

## **Entrevistas Realizadas**

### **1 Primera Entrevista:**

En esta entrevista se pudo conocer la perspectiva de un agricultor y vendedor de naranja, que por herencia desde los 5 años inicio recolectando la naranja que su padre cultivaba y con el tiempo instaló una tienda en la entrada del municipio de Pacho, de la cual además se sostiene gracias a la venta de otros productos. Para este productor, las principales causas de la disminución del cultivo de naranja, están relacionada con la falta de apoyo del gobierno, y a las no garantías de acceso a proyectos a los pequeños productores, dice estar dispuesto como productor a tecnificar la naranja siempre y cuando el apoyo de los entes gubernamentales sea continuó, e insiste en que, en asociación, los empresarios deben acercarse a comprar la naranja al campesino.

### **2 Segunda Entrevista:**

En la experiencia de este joven microempresario de jugo de naranja, logró un producto que en refrigerado, podía durar hasta diez días, y buscando maneras de llegar la gente y vender lo producido, intentó con vendedoras puerta a puerta para no perder la producción, sin embargo, las restricciones de la pandemia, hicieron más difícil que la venta se mantuviera, al igual los costos de producción y de transporte, no hicieron sostenible su labor en la producción de naranja Pachuna, y terminó por buscar otro negocio diferente a la naranja. Manifiesta el deseo de recibir apoyo en temas de capacitación para generar productos de mejor calidad, y en la parte logística transporte que garantice la salida para la venta de lo que se produce.

### **3 Tercera Entrevista:**

A lo largo de esta entrevista, se pudo notar de manera permanente, la preocupación y el arraigo de esta mujer microempresaria emprendedora, por rescatar la identidad de Pacho Cundinamarca, como ciudad naranjera de Colombia; han sido varios los intentos y los acercamientos por buscar apoyo, pero termina realizando la fabricación de productos derivados de naranja, como galletas, vino y vinagre, siempre por su cuenta. Dentro de su experiencia concluye, que desde el gobierno local, la naranja es asociada directamente al cultivo y al no generar rentabilidad, los proyectos sobre cítricos se enfocan hacia la producción del limón, coincide entre los participantes en que las ayudas también deben ser educativas en cuanto a capacitación, pero que tampoco está sucediendo.

### **4 Cuarta Entrevista:**

La microempresa Guru, desde el año 2016, dio sus inicios en la producción de vino de naranja, tipo dulce, creada con recursos propios, para el tiempo de esta entrevista, su fundador manifestó no haber recibido antes apoyo por parte de la Alcaldía, y que se encontraba justamente participando de una convocatoria de la cual estaban a la espera de resultados. Durante los planes de reactivación por la pandemia, recibió beneficios por parte de la Gobernación del departamento.

Como parte de su emprendimiento, planea sacar el mercado como subproducto de la naranja, la mermelada, para aprovechar la pulpa del extraída del fruto, por otra implementar un semillero, para incentivar a los campesinos a sembrar nuevos árboles.

### **5 Quinta Entrevista:**

Hacia el año 2009, se conformó una asociación de campesinos productores de naranja de Pacho, liderada por una mujer que no era Pachuna, que reunía aproximadamente a unos 20

campesinos, productores de naranja, intentando brindar apoyo en la venta del producto, en especial el transporte, para dar inicio a la venta por encargo; inicialmente se vendía por bultos, sin embargo, debido a que la naranja, no resiste tanto tiempo en fruto, su consumo debe ser casi que inmediato, una de las causas en la disminución de la venta, ya que el consumidor prefiere comprar en menor cantidad.

Para el tiempo de la entrevista, su líder comenta que intentó sostener la asociación, por lo que era necesario pedir aportes a sus asociados y finalmente se fueron retirando, motivo de que la asociación se encuentre inactiva; la única participación que tuvieron en pandemia, fue a través de otra asociación para promover la venta de naranja, en los mercados campesinos, organizados por parte del gobierno como apoyo.

La entrevistada, aún tiene el interés de convocar y reactivar la asociación, sin embargo, resalta que es necesario que el gobierno local los apoye, se dé continuidad a los proyectos, y no sean perdida como lo fue el centro de acopio, también hace reiterativo la necesidad de capacitaciones y fortalecimiento del mercado y aporta como solución, la practica de la tecnificación de cultivos a través de la poda de mantenimiento, para renovar la producción, resaltando que los árboles que producen son viejos.

### **6 y 7 Sexta y Séptima Entrevista:**

Por parte de representantes de la Alcaldía del municipio de Pacho, se encontró que no se adelantan programas enfocados hacia la producción de naranja, debido a que se está impulsando la producción de limón Tahití, por considerarse con mejor salida en el mercado.

Una de las causas, por las cuales no se incentiva a aumentar la producción de naranja, de acuerdo con los entrevistados de la administración pública municipal, se debe a que el clima y humedad del municipio varía, lo que genera que se altere la acidez del fruto, a su vez las fincas

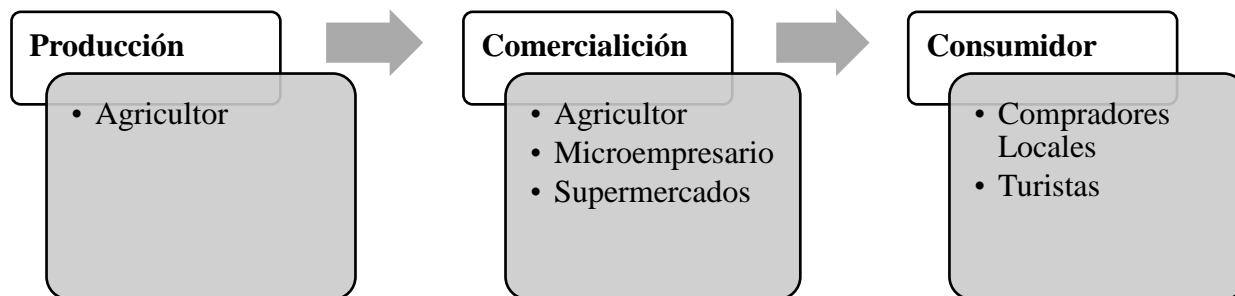
que producen naranja tienen cultivos silvestres, y los campesinos ven más oportunidades en otras actividades que les representan mejor rentabilidad: como la ganadería o la siembra de papa, yuca o limón.

### **Interpretación Gráfica de la Cadena Productiva de la Naranja en el Municipio**

Las actividades de la cadena productiva de la naranja, tiene un comportamiento común de participación en el mercado, que va de la producción al consumidor, y su estructura deberá desarrollarse de manera estratégica, para ser competitiva.

#### **Figura 1**

*Interpretación Gráfica de la Cadena Productiva de la Naranja en el Municipio de Pacho*



*Fuente:* Autoría Propia

### **Construcción del Valor Diferencial y Ventaja Competitiva**

La creación de valor compartido, supone una ventaja competitiva para el fortalecimiento de la cadena productiva de la naranja, con funcionamiento de manera transversal, al contar con un valor diferencial principal, en nuestro caso es la identificación al municipio de Pacho, como la capital naranjera de Colombia, que permanece en el tiempo; ahora, para potenciar nuestro valor diferencial, es importante que cada uno de los eslabones de la cadena, acoja esta identidad que tiene el municipio como su propia marca, a su vez vincularse a través de alianzas o convenios con organizaciones como: SIOC Consejo Nacional de Citrícola, ICA - Manejo, Fitosanitario del Cultivo de Cítricos, Finagro, Agrosavia, Agronet, Secretarías de Agricultura departamental y Municipal, en conexión con los programas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

## Resultados

Todo lo mencionado anteriormente, nos da una comprensión real de un sector específico de agricultores de Colombia, pero que a la vez sus alcances y resultados pueden aludir a otros sectores del País o del mundo.

La importancia de las cooperativas para los pequeños productores agrícolas, su unión permitirá a este sector, ser realmente tenidos en cuenta por las empresas y los respectivos gobiernos, integrándose participativamente en nuevas políticas que los apoyen.

Los Gobiernos locales, pueden ser actores fundamentales en el progreso de estos sectores, con poco interés y sin grandes inversiones.

La Responsabilidad Social Empresarial, aplicable en estos casos, permite capacitar y conseguir mejores alternativas de progreso para los pequeños productores agrícolas, en nuevos procesos (cadena de distribución y logística) y su progresivo desarrollo.

La innovación tecnológica puede cambiar la realidad y procesos de los pequeños agricultores, teniendo mejores productos, orgánicos y más sustentables, creando además viabilidad a sus derivados.

El desarrollo de los puntos anteriores puede convertir a estos pequeños productores, en negocios más sustentables, sostenibles y rentables en el tiempo.

Las Universidades juegan un rol trascendental en el desarrollo de sectores más desfavorecidos, sólo cooperando con ellos, cambiando su realidad, ayudándolos a crecer y también sacándolos de la pobreza, en países en vías de desarrollo.

La adopción de medios digitales para el desarrollo y promoción de los productos permitirá una mejor llegada a sus clientes y superar, rápida y de mejor forma, problemas como los generados por el COVID-19.

Aunque la naranja pachuna, culturalmente otorga identidad al municipio, no es su principal producto agroindustrial, esto se pudo evidenciar en las entrevistas realizadas a los agricultores y productores y entes gubernamentales.

Para los agricultores, los altos costos de producción que genera el cuidado y mantenimiento del árbol de origen silvestre y a su vez la falta de apoyo gubernamental, hace que sea más conveniente seguir con los frutos de plantaciones ancestrales, que no pueden ser transportados en grandes cantidades debido a que durante su traslado el sabor de la naranja cambia, pasando de dulce a amargo, ocasionado por las pepas dentro del fruto; esto los obliga a incluir en el mercado otros productos, no siendo la naranja el principal.

En el caso de los microempresarios, han realizado esfuerzos por generar derivados de la naranja, que han tenido buena acogida en el mercado, sin embargo, la producción es pequeña debido a que los limita a la venta local, falta apoyo por parte de la Alcaldía, en la promoción de cada uno de sus productos.

Al igual para los microempresarios que le apuestan a los subproductos derivados de la naranja, su labor es independiente, no reciben apoyo de los entes gubernamentales, ellos con el apoyo de algunas tiendas de mercado, consiguen una manera de ofrecer sus productos.

En definitiva, lograr una resolución satisfactoria del problema alimentario de una nación, depende en gran medida del desarrollo de la cooperación. El papel de la cooperación en el impulso del desarrollo sostenible en las zonas rurales defiende la eficiencia de las cooperativas de producción frente a otras formas de negocio y reitera la necesidad de un mayor desarrollo de la cooperación de diversos entes en un país (Sultana et al., 2020).

## Conclusiones

En el estudio para la presente investigación, se identificaron realidades muy similares en Asia, África como en América Latina, inclusive en partes de Europa. Parece que las vivencias internacionales, no se alejan en demasía al caso particular motivo de la presente investigación y a la vez nos permite asegurar que las medidas adoptadas podrían adecuarse para el uso y desarrollo de pequeños sectores agrícolas a nivel internacional.

La disminución en la producción de la naranja pachuna, se debe a que el mercado no es altamente sostenible, la tecnificación del producto implica para los agricultores mayor inversión en mano de obra, mantenimiento de árboles y uso de fertilizantes.

Si bien la cantidad de hectáreas en siembra de naranja no aumenta, es importante que los cultivos existentes cumplan con unos criterios de calidad, lo que hace necesario que los agricultores implementen medidas como la poda de árboles, que además de facilitar la recolección del fruto, ayuda a renovar la producción.

Debido a que el transporte de la fruta, puede acelerar el tiempo de descomposición, una buena asociación entre agricultores y microempresarios, podría mantener en equilibrio la venta del fruto para procesar y comercialización de sus derivados.

Se requiere iniciativa, capacitación y cooperación de entre entidades gubernamentales y asociaciones, para el desarrollo de sectores productores menos favorecidos, los subproductos de la naranja, vino, mermeladas, galletas, dulces, vinagre ofrecen una alternativa de mercado más sostenible, contribuyendo al desarrollo y fortalecimiento económico y cultural de los Pachunos.

Las mencionadas estrategias y técnicas descritas a lo largo del presente trabajo, por su alcance, pueden ser en beneficio de otros sectores agrícolas, incluso de otros pequeños

## **Recomendaciones**

Por parte de la Alcaldía Municipal, se requiere apoyo a través de programas que brinden alternativas de apoyo financiero y capacitación para agricultores, en cuanto a la tecnificación del cultivo de la naranja o alternativas de producción; y para el caso de los microempresarios, en la comercialización de sus productos.

Desde la Alcaldía Municipal, mediante ordenanza, se propone dar prioridad al consumo de los productos derivados de la naranja Pachuna, promoviendo que, supermercados, hoteles y restaurantes, mantengan en sus estanterías, un espacio para la venta de productos del Municipio.

Como parte de la promoción, se propone generar alianzas entre microempresarios de productos derivados de la naranja, restaurantes y hoteles, que puedan ofrecer a clientes o turistas un aperitivo de bienvenida, de esa manera se darán a conocer los productos a turistas que podrán hacer parte de sus souvenirs.

Por último, en la página principal de la alcaldía, como apoyo a la promoción, se propone crear un espacio de información sobre los emprendimientos de los microempresarios, donde se promocióne cada producto.

## Referencias bibliográficas

- Ahorsu, D., Lin, C., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M., & Pakpour, A. (2020). The Fear of COVID-19 Scale: Development and Initial Validation. *International Journal of Mental Health and Addiction, 18*, 1-7. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00270-8>
- Agricultura, campesinos y alimentos (1980-2010) Universidad Externado de Colombia (2018). (s. f.).
- Beunoyer, E., Dupéré, S., & Guitton, M. J. (2020). COVID-19 and digital inequalities: Reciprocal impacts and mitigation strategies. *Computers in Human Behavior, 111*, 106424. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106424>
- Bahinipati, C. S., & Viswanathan, P. K. (2019). Incentivizing resource efficient technologies in India: Evidence from diffusion of micro-irrigation in the dark zone regions of Gujarat. *Land Use Policy, 86*, 253-260. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.04.017>
- Crick, J. M., & Crick, D. (2020). Coopetition and COVID-19: Collaborative business-to-business marketing strategies in a pandemic crisis. *Industrial Marketing Management, 88*, 206-213. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.016>
- Davari, R., Azizi, J., Allahyari, M. S., Damalas, C. A., & Sadeghpour, H. (2018). Marketing mix for the promotion of biological control among small-scale paddy farmers. *International Journal of Pest Management, 65*(1), 59-65. <https://doi.org/10.1080/09670874.2018.1459927>
- Dey, A., Gupta, A. K., & Singh, G. (2019). Innovation, investment and enterprise: Climate resilient entrepreneurial pathways for overcoming poverty. *Agricultural Systems, 172*(1), 83-90. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2018.07.013>

- Ebrahimi, P., Ahmadi, M., Gholampour, A., & Alipour, H. (2019). CRM performance and development of media entrepreneurship in digital, social media and mobile commerce. *International Journal of Emerging Markets*, 16(1), 25-50. <https://doi.org/10.1108/ijoem-11-2018-0588>
- Flores, H., Villalobos, J., Ahumada, O., Uchanski, M., Meneses, C., & Sanchez, O. (2019). Use of supply chain planning tools for efficiently placing small farmers into high-value, vegetable markets. *Computers and Electronics in Agriculture*, 157(1), 205-217. <https://doi.org/10.1016/j.compag.2018.12.050>
- Gaffney, J., Challender, M., Califf, K., & Harden, K. (2019). Building bridges between agribusiness innovation and smallholder farmers: A review. *Global Food Security*, 20, 60-65. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2018.12.008>
- He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176-182. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>
- Hernández, A., Papadakos, P. J., Torres, A., González, D. A., Vives, M., Ferrando, C., & Baeza, J. (2020). Dos terapias conocidas podrían ser efectivas como adyuvantes en el paciente crítico infectado por COVID-19. *Revista Española de Anestesiología y Reanimación*, 67(5), 245–252. <https://doi.org/10.1016/j.redar.2020.03.004>
- Jiménez, D., Delerce, S., Dorado, H., Cock, J., Muñoz, L. A., Agamez, A., & Jarvis, A. (2019). A scalable scheme to implement data-driven agriculture for small-scale farmers. *Global Food Security*, 23, 256-266. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2019.08.004>

- Kumar, A. R. M., Kannan, M., & Nataraj, G. (2020). A study on performance, emission and combustion characteristics of diesel engine powered by nano-emulsion of waste orange peel oil biodiesel. *Renewable Energy*, 146, 1781-1795. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2019.06.168>
- Lanchimba, C., Bonilla-Bolaños, A., & Diaz-Sanchez, J. (2020). The COVID-19 pandemic: theoretical scenarios of its socioeconomic impacts in Latin America and the Caribbean. *Brazilian Journal of Political Economy*, 40(4), 622-646. <https://doi.org/10.1590/0101-31572020-3199>
- Larson, D. F., Muraoka, R., & Otsuka, K. (2020). Rural Development Strategies and Africa's Small Farms. *The Role of Smallholder Farms in Food and Nutrition Security*, 45-77. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-42148-9\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-42148-9_4)
- Li, J., Li, L., Pang, Z., Kolbasov, V. G., Ehsani, R., Carter, E. W., & Wang, N. (2019). Developing Citrus Huanglongbing (HLB) Management Strategies Based on the Severity of Symptoms in HLB-Endemic Citrus-Producing Regions. *Phytopathology*®, 109(4), 582-592. <https://doi.org/10.1094/phyto-08-18-0287-r>
- Li, S., Wu, F., Duan, Y., Singerman, A., & Guan, Z. (2020). Citrus Greening: Management Strategies and Their Economic Impact. *HortScience*, 55(5), 604-612. <https://doi.org/10.21273/hortsci14696-19>
- Lin, C. (2020). Social reaction toward the 2019 novel coronavirus (COVID-19). *Social Health and Behavior*, 3, 1-2. [https://doi.org/10.4103/SHB.SHB\\_11\\_20](https://doi.org/10.4103/SHB.SHB_11_20)
- Minagricultura: Cadena del Cítricos e Indicadores e instrumentos Primer semestre 2020
- Rossi, F. R., Filho, H. M. S., Miranda, B. V., & Carrer, M. J. (2020). The role of contracts in the adoption of irrigation by Brazilian orange growers.

- Ratnadianti, A., Fahmi, I., & Hannan, S. (2020). Digital Marketing Strategy of Small and Medium Enterprises for Snack in Bogor City. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 17(1), 74-85. <https://doi.org/10.17358/jma.17.1.74>
- Agricultural Water Management, 233, 106078. <https://doi.org/10.1016/j.agwat.2020.106078>
- Sampieri, H., & Torres, C. P. M. (2018). *Metodología De La Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1a ed.). McGraw-Hill.
- Schimmenti, A., Billieux, J., & Starcevic, V. (2020). The four horsemen of fear: An integrated model of understanding fear experiences during the COVID-19 pandemic. *Clinical Neuropsychiatry*, 17 (2), 41-45. <https://doi.org/10.36131/CN20200202>
- Simpson, C. R., Melgar, J. C., Nelson, S. D., & Sétamou, M. (2019). Growth and yield responses under different grove floor management strategies for water conservation in young grapefruit trees. *Scientia Horticulturae*, 256, 108567. <https://doi.org/10.1016/j.scienta.2019.108567>
- Sultana, M., Ahmed, J. U., & Shiratake, Y. (2020). Sustainable conditions of agriculture cooperative with a case study of dairy cooperative of Sirajgonj District in Bangladesh. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 8(1), 100105. <https://doi.org/10.1016/j.jcom.2019.100105>
- Wang, Y.-, Jin, L., & Mao, H (.2019a). Farmer Cooperatives' Intention to Adopt Agricultural Information Technology—Mediating Effects of Attitude. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 565-580. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09909-x>
- Torres, G. E. N. (2019, 24 febrero). Pacho, ¡qué historia!: De la edad de piedra a la edad del hierro. *Diario la Economía*. <https://diariolaeconomia.com/erase-una-vez/item/4238-pacho-que-historia-de-la-edad-de-piedra-a-la-edad-del->

hierro.html#:~:text=Pacho%20es%20un%20municipio%20plet%C3%B3rico,ec  
on%C3%B3micamente%20todo%20tipo%20de%20%C3%A9xito.