

**LIMITANTES PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE YUCA
EN LA VEREDA LA REPRESA EN EL MUNICIPIO DE SAN ANDRES DE
SOTAVENTO CÓRDOBA**

**ABEL AUGUSTO ROJAS BANDA
ALBA PATRICIA MADERA DÍAZ
LUIS GABRIEL CONSUEGRA SIBAJA**

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CCAV SAHAGUN - CÒRDOBA

2011

**LIMITANTES PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE YUCA
EN LA VEREDA LA REPRESA EN EL MUNICIPIO DE SAN ANDRES DE
SOTAVENTO CÓRDOBA**

**ABEL AUGUSTO ROJAS BANDA
ALBA PATRICIA MADERA DÍAZ
LUIS GABRIEL CONSUEGRA SIBAJA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TITULO DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**NERY ESTELA CAUSIL POLO
ASESOR DE INVESTIGACIÓN**

**REVISION Y AJUSTES FINALES
LUCIA SALGADO GONZALEZ
LIDER ECACEN CCAV SAHAGUN**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
CCAV SAHAGÚN**

**MARZO
2011**

**LIMITANTES PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE YUCA
EN LA VEREDA LA REPRESA EN EL MUNICIPIO DE SAN ANDRES DE
SOTAVENTO CÓRDOBA**

**ABEL AUGUSTO ROJAS BANDA
ALBA PATRICIA MADERA DÍAZ
LUIS GABRIEL CONSUEGRA SIBAJA**

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar el título de
administrador de empresas

**NERY ESTELA CAUSIL POLO
ASESOR DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN**

**REVISION Y AJUSTES FINALES
LUCIA SALGADO GONZALEZ
LIDER ECACEN CCAV SAHAGUN**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y DISTANCIA UNAD
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CCAV SAHAGUN – CORDOBA**

MARZO

2011

HOJA DE DIRECTIVAS

Rector

Jaime Alberto Leal Afanador

Vicerrector académico

Astrid Suarez

Decano de la Escuela De Ciencias Administrativas Contable, Económicas y De Negocios

Rociris Zequeira Muñoz

Decana Nacional de la Escuela De Ciencias Administrativas Contable, Económicas y De Negocios

Andrea Barrera Ortega

Secretaria de la Escuela De Ciencias Administrativas Contable, Económicas y De Negocios

Irina Perdomo Torres

Directora UNAD CCAV Sahagún

Morly Agamez Geney

ADVERTENCIA

El jurado calificador del trabajo no será responsable de las ideas emitidas por los autores.

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Sahagún Córdoba

DEDICATORIA

Dedico este triunfo a Dios que me iluminó el camino para alcanzar esta meta.

A mis padres, hermanos y amigos, porque me impulsaron a superarme.

A mi querida Esposa Elena Banda y a mis hijas Angie Rojas Banda y María José Rojas Banda, por su colaboración en este proceso que hoy con orgullo dedico.

A mis amigos de Clase y Tutores de la „UNAD “ por abrirnos sus puertas y compartir sus conocimientos.

Gracias a la “ UNAD “ por abrirnos sus puertas y habernos formado con una mentalidad empresarial.

ABEL AUGUSTO ROJAS BANDA

DEDICATORIA

Le doy Gracias a Dios por brindarme la sabiduría y el don del conocimiento adquirido en esta etapa importante de mi vida.

Agradezco a mis padres por el apoyo moral e incondicional que me brindaron para cumplir mis metas personales, a mi esposo e hija por su apoyo y comprensión para el desarrollo de mi carrera, a mis compañeros de estudio y profesores que de una u otra forma contribuyeron y me animaron para que me superara y tocara algo muy significativo convertirme en una profesional.

A la empresa “**TURBIMAC LTDA**”, por contribuir a que alcanzara esta meta, los ingenieros LUIS BLANQUICET Y LUIS JIMENEZ ALARCON quienes fueron los que me apoyaron constantemente para que cumpliera uno de mis sueños convertirme en una profesional, de todo corazón gracias.

ALBA MADERA

DEDICATORIA

Le doy gracias a Dios por brindarme la sabiduría y el don del conocimiento adquirido en esta etapa importante de mi existencia.

Agradezco a mis amigos por el apoyo moral e incondicional que me brindaron para cumplir mis metas personales, a mis padres por su comprensión para el desarrollo de mi carrera, a mis compañeros de estudio y profesores que de una u otra forma contribuyeron y me animaron para que tocara algo muy significativo: convertirme en un verdadero profesional.

LUIS GABRIEL CONSUEGRA SIBAJA

AGRADECIMIENTOS

Al esmero por compartir criterios de conocimientos y éxitos en el proceso de formación profesional como administradores de empresas en esta carrera para alcanzar una meta propuesta, gracias al trabajo en forma participativa por parte de los docentes y aprendiz donde verdaderamente se forma el talento humano para el presente y con proyección hacia el futuro.

De igual forma agradecemos de manera muy afectiva a las personas que de una u otra forma colaboraron en el presente proyecto.

A nuestro creador por brindarnos el don de la sabiduría, por guiarnos e iluminarnos el camino a seguir, depositando en él toda nuestra fe y esperanza, lo cual nos fortaleció para superar los obstáculos a lo largo de nuestro proceso de formación como profesionales.

A la Universidad Nacional Abierta y a Distancia **“UNAD”** por darnos la oportunidad de superarnos, adquiriendo una formación más humana para desempeñarnos automáticamente en los problemas que afectan la calidad de vida de las comunidades y contribuyendo con el desarrollo socioeconómico de la región.

CONTENIDO

	INTRODUCCION.....	xvii
	RESUMEN	xx
	ABSTRACT.....	xxi
1	UBICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	1
1.1	Planteamiento del problema.....	1
1.1.1	<i>Descripción del problema</i>	1
1.1.2	<i>Formulación del problema</i>	5
1.1.3	<i>Sistematización del problema</i>	5
1.2	Formulación de objetivos.....	6
1.2.1	<i>Objetivo General</i>	6
1.2.2	<i>Objetivos Específicos</i>	6
1.3	Delimitación del tema.....	7
1.4	Justificación del problema.....	8

1.4.1	<i>Justificación práctica</i>	10
1.4.2	<i>Justificación metodológica</i>	10
1.4.3	<i>Justificación teórica</i>	11
2	MARCOS DE REFERENCIA Y SISTEMA DE HIPOTESIS.....	14
2.1	Marcos de Referencia.....	14
2.1.1	Marco Teórico.....	14
2.1.2	Marco Conceptual.....	20
2.1.3	Marco general.....	25
2.1.4	Marco legal.....	27
2.1.5	Marco institucional.....	29
2.2	Sistema de Hipótesis.....	30
2.2.1	Formulación de Hipótesis.....	30
2.2.1.1	Hipótesis general.....	30
2.2.2	Variables.....	31
2.2.2.1	Definición de variables.....	32
2.2.2.2	Operacionalización de variables.....	34
3	DISEÑO METODOLÓGICO BÁSICO.....	37
3.1	Población y muestra.....	37

3.1.1	Población.....	37
3.1.2	Muestra.....	37
3.2	Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.....	38
3.2.1	Fuentes documentales.....	38
3.2.1.1	Fuentes primarias.....	38
3.2.1.2	Fuentes secundarias.....	38
3.3	Técnicas e instrumentos para el análisis de la información.....	39
3.4	Definición y justificación del tipo de estudio.....	79
3.4.1	Tipo de estudio.....	79
4.4.1.1	Estudio descriptivo.....	79
3.4.2	Método de la investigación.....	79
4	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	81
4.1	Aspectos institucionales.....	81
4.1.1	Institución patrocinadora.....	81
4.1.2	Institución objeto de estudio.....	81
4.1.3	Institución dadora y receptora de información.....	82
5	ASPECTOS FINANCIEROS.....	83
6	MATRIZ DOFA.....	84

	CONCLUSIÓN.....	85
	RECOMENDACIONES.....	91
	BIBLIOGRAFÍA.....	94
	REFERENCIAS.....	96
7	PROPUESTA.....	97
7.1	Presentación.....	98
7.2	Objetivos.....	99
7.2.1	<i>Objetivo general</i>	99
7.2.2	<i>Objetivos específicos</i>	99
	MISIÓN.....	101
	VISIÓN.....	102
	JUSTIFICACIÓN.....	103
7.3	Estrategia de los investigadores.....	105
7.4	Alcance de la empresa.....	111
7.5	Evaluación financiera del proyecto.....	116
	ANEXOS.....	127

LISTA DE TABLAS Y FIGURAS

<i>Tabla 1</i>	36
<i>Tabla 2</i>	39
<i>Figura 1</i>	40
<i>Tabla 3</i>	41
<i>Figura 2</i>	41
<i>Tabla 4</i>	42
<i>Figura 3</i>	42
<i>Tabla 5</i>	44
<i>Figura 4</i>	44
<i>Tabla 6</i>	45
<i>Figura 5</i>	46
<i>Tabla 7</i>	47
<i>Figura 6</i>	47
<i>Tabla 8</i>	48
<i>Figura 7</i>	49
<i>Tabla 9</i>	50
<i>Figura 8</i>	50
<i>Tabla 10</i>	51
<i>Figura 9</i>	52
<i>Tabla 11</i>	53
<i>Figura 10</i>	53
<i>Tabla 12</i>	55
<i>Figura 11</i>	55
<i>Tabla 13</i>	56
<i>Figura 12</i>	57
<i>Tabla 14</i>	58
<i>Figura 13</i>	58
<i>Tabla 15</i>	59

<i>Figura 14</i>	60
<i>Tabla 16</i>	61
<i>Figura 15</i>	61
<i>Tabla 17</i>	63
<i>Figura 16</i>	63
<i>Tabla 18</i>	64
<i>Figura 17</i>	65
<i>Tabla 19</i>	66
<i>Figura 18</i>	66
<i>Tabla 20</i>	83
<i>Figura 19</i>	110
<i>Tabla 21</i>	111
<i>Tabla 22</i>	112
<i>Tabla 23</i>	114
<i>Tabla 24</i>	115
<i>Tabla 25</i>	115
<i>Tabla 26</i>	119
<i>Tabla 27</i>	119
<i>Tabla 28</i>	120
<i>Tabla 29</i>	120
<i>Tabla 30</i>	121
<i>Tabla 31</i>	121
<i>Tabla 32</i>	121
<i>Tabla 33</i>	122
<i>Tabla 34</i>	123
<i>Tabla 35</i>	124
<i>Tabla 36</i>	125

INTRODUCCIÓN

El presente documento representa un trabajo de grado consistente en la *“determinación de las limitantes que intervienen en el proceso de producción y comercialización de yuca en la vereda la represa en el municipio de san Andrés de sotavento Córdoba”*, este se presenta como requisito de grado para optar el título de *Administrador de Empresas* que otorga la Universidad Nacional Abierta y a Distancia “UNAD”.

Se hace indispensable para la mejor comprensión de la presente investigación el conocimiento previo de temas agropecuarios sobre todo los relacionados con la agricultura tropical en el Caribe colombiano. Es menester entender, que los dos factores que rigen el desarrollo empresarial agrícola son la producción y la comercialización. Así mismo que los aspectos como tecnología, capital, oferta y demanda, inciden notablemente en el proceso de producción y comercialización de la yuca como limitantes que impiden el desarrollo de los productores y comercializadores tradicionales.

La vereda “La represa” del Municipio de San Andrés de Sotavento Córdoba, es ampliamente conocida por los investigadores. Es una zona que como

muchas más atraviesa por una problemática rural y para tratar de enfrentarla sus pequeños productores y comercializadores se han dedicado por muchos años al cultivo de la yuca, aunque solo en forma tradicional, condición que se ha convertido en limitante para el progreso y desarrollo de sus habitantes. Esta situación es aprovechada por los investigadores como una oportunidad para sustentar el proyecto de graduación requisito exigido por la UNAD e involucrar conocimientos administrativos en procesos productivos, como la producción y comercialización de la yuca con el fin de generar cambios que impulsen el mejoramiento de técnicas agrícolas.

Para ello es necesario en la primera parte del documento también conocida como *momento lógico*, enmarcar de manera detallada la ubicación del tema y la necesidad encontrada que para tal efecto se ilustrará en el desarrollo del trabajo. Seguidamente se desarrolla la segunda parte o momento *metodológico*, en la que se muestran los hechos bien confrontados y se definen la selección del tema a investigar y otros componentes indispensables en la fundamentación de los marcos de referencia y los sistemas de hipótesis en donde es posible fundamentar la investigación.

Las labores de trabajo de campo acompañadas por varios componentes que enriquecen el trabajo en los aspectos básicos y administrativos de la investigación se confinan en el documento de manera sencilla para una

mejor comprensión del interesado, realizando de esta manera la tercera y última parte: El momento técnico.

Los resultados de este proceso investigativo serán presentados al equipo de asesores de la UNAD CCAD Sahagún y a los pequeños productores y comercializadores de yuca de la comunidad la Represa en el municipio de San Andrés de Sotavento en el departamento de Córdoba. De igual forma se tiene como finalidad con la sustentación de este diseño investigativo, la obtención del título como Administrador de Empresas.

RESUMEN

Este trabajo investigativo se realizó con el fin de determinar las limitantes que intervienen en el proceso de producción y comercialización de la yuca en la vereda la Represa del municipio de San Andrés de Sotavento Córdoba, para lo cual se representaron dichos procesos mediante las variables de tecnología, capital, oferta y demanda y estas a través de los indicadores de asistencia técnica y mercadeo.

Entre las desventajas se encontraron la falta de organización de los productores y comercializadores y de un gremio que los represente, la falta de gestión de sus líderes comunitarios, el no incremento de la unidad productiva y el no acceso a créditos. En las ventajas, el interés de los productores y comercializadores por tener su propia empresa, cuentan con predios propios y vías en buen estado.

El aspecto de asistencia técnica y mercadeo, evidencia el punto de partida para el desarrollo del empoderamiento socio- empresarial, pero no siendo claras estas herramientas se han encontrado imitantes.

El análisis nos lleva a formular la propuesta en la que deben trabajar organizadamente y desarrollar habilidades empresariales.

ABSTRACT

This research work was conducted to determine the limiting process involved in the production and marketing of cassava in the village of the dam in the municipality of San Andrés de Sotavento Córdoba, for which these processes are represented by the variables of technology, capital, supply and demand and these indicators through technical assistance and marketing.

The disadvantages were the lack of organization of producers and marketers and a union that represents them, the lack of management of their community leaders, not increases the production unit and lack of access to credit. The advantages, the interest of producers and traders to have their own business, own land and have roads in good condition.

The issue of technical assistance and marketing shows the starting point for the development of corporate social empowerment, but not being clear about these tools have been found mutants.

This analysis leads us to formulate the proposal which should work in an organized and develop entrepreneurial skills.

PALABRAS CLAVE

YUCA

LIMITANTES

TRADICIONAL

PRODUCCIÓN

COMERCIALIZACION

1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

Este diseño investigativo de “*limitantes para la producción y comercialización de yuca*” se adelantará en la vereda la Represa en el municipio de San Andrés de Sotavento departamento de Córdoba, donde la gran mayoría de sus habitantes se dedican a actividades del sector agropecuario y su cercanía con la cabecera municipal es de 2 kilómetros aproximadamente.

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Descripción del problema

El Departamento de Córdoba, se caracteriza por el desarrollo de actividades diversificadas entre ellas, las agrícolas, ganaderas y artesanales bien marcadas, encontrándose en estas sus principales actividades de importancia socioeconómica y de subsistencia para el pequeño productor de la zona de sabanas de Córdoba.

En la vereda la represa del municipio de San Andrés de Sotavento, los pequeños productores y comercializadores de yuca por muchos años han venido produciendo esta materia prima en menor escala y su comercialización

queda en manos de intermediarios que son los que se llevan la mejor utilidad de este producto que tiene diversificadas utilidades en los mercados nacionales e internacionales.

Por sus características agronómicas la yuca es un tubérculo que se adapta a los terrenos de menor rendimiento, es tolerante a condiciones como: Poca lluvia y errática, terrenos pendientes, no requiere de suelos fértiles. La producción de yuca hace posible que los agricultores hagan un buen uso del recurso tierra en áreas marginales.

El cultivo de la yuca en forma tradicional, imposibilita el desarrollo sostenible de esta actividad. La producción por hectárea es de 15 toneladas y en total se comercializan 900 toneladas de yuca fresca de las 60 hectáreas cultivadas con variedades tradicionales y de muchas generaciones. Esta cifra dista mucho de las obtenidas en unidades productivas competitivas con igual capacidad geográfica en nuestro país (entre 18 y 22 toneladas por hectárea aprox.). Si existe un bajo rendimiento de la producción mucho menos se dispone de recursos que motiven la implementación o el uso de plantas de procesamiento para darle valor agregado al producto, sumado a esto los productores y comercializadores quedan a expensas de los intermediarios de la zona quienes pagan entre \$150.000 y \$180.000 por tonelada de yuca fresca (fluctúa entre \$9.000 y \$10.000 el bulto de ciento veinte libras aprox.), cifra muy distante del precio promedio nacional de la tonelada de

yuca fresca para el mes de Septiembre del año 2010, el cual fue de \$230.000

La comercialización de la yuca en la zona también ha sido tradicional, su área de mercado actual tiene muchos riesgos porque se satura fácilmente y está limitado por la perecibilidad del producto en fresco. Los estudios de demanda de yuca fresca realizados por el CIAT concluyen que la demanda de yuca depende de los precios, del ingreso, del precio de los sustitutos y del grado de urbanización. Se debe tener en cuenta que los productos procesados o las diferentes presentaciones de las raíces de yuca, surgieron como una forma de capturar el consumo urbano de los estratos medio y alto de la población, porque facilita la preparación de comidas en el hogar. Este tipo de productos compiten no sólo en precio sino también por un valor de diferenciación y de conveniencia percibido por el usuario, ya sea intermediario o consumidor final elitista.

Se analiza que los pequeños productores de yuca de la vereda la Represa vienen presentando ciertas limitantes en cuanto a producción y comercialización; lo que coincide con la poca educación de sus habitantes. De igual forma la falta de orientación de las entidades municipales como la UMATA, secretaria de agricultura, hace que los pequeños productores y comercializadores de yuca vendan sus productos a intermediarios en la zona y estos pierdan las mejores utilidades de su negocio.

De igual forma estos productores no veían la yuca como negocio sino como un pan coger, puesto que hoy en día está tomando un rumbo diferente para la preparación de alimentos balanceados y los biocombustibles a base de yuca y el aprovechamiento de los nuevos mercados con el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos con un valor agregado.

En este proceso investigativo es importante realizar un estudio de las limitantes que tienen los productores en la comercialización y producción de la yuca, que lleve a tomar las medidas correctivas para que puedan seguir mejorando la producción, que conduzca al crecimiento y sostenibilidad en el mercado.

De igual forma buscar un mecanismo que facilite su organización a través de la socialización y capacitación en el manejo socio empresarial que tenga como fin una planeación en cuanto a planes de producción, comercialización, mejoramiento de las infraestructuras, mayor adquisición del capital y la implementación de nuevas tecnologías de punta; y de esta forma representar al sector agropecuario defendiendo los intereses y beneficios de los medianos y pequeños productores y comercializadores de yuca de la región.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cuáles son las limitantes que intervienen en el proceso de producción y comercialización de la yuca en la vereda la represa jurisdicción del municipio de San Andrés de Sotavento córdoba?

1.1.3. Sistematización del problema

- a) ¿Qué aspecto del proceso de producción en lo referente a tecnología, y capital está presente como limitante y que impide el desarrollo de estos productores de yuca?

- b) ¿Qué elemento del proceso de comercialización en lo referente a oferta y demanda presenta deficiencia para los productores de yuca?

- c) ¿Qué fortalezas y debilidades presentan los pequeños productores de yuca que intervienen en la producción y comercialización de yuca?

1.2. Formulación de objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar las limitantes que intervienen en el proceso de producción y comercialización de la yuca en la vereda la represa perteneciente al Municipio de San Andrés de Sotavento Córdoba.

1.2.2. Objetivos específicos

2. IDENTIFICAR qué aspecto del proceso de producción en lo referente a tecnología y capital, es limitante para el desarrollo de los productores de yuca.

2. DESCRIBIR qué elemento del proceso de comercialización en lo referente a oferta y demanda presenta deficiencia para los productores de yuca

3. CONOCER las fortalezas y debilidades que intervienen en la producción y comercialización de yuca.

1.3. Delimitación del tema.

Objetivo

Con el presente trabajo investigativo se determinarán las limitantes para la producción y la comercialización de la yuca en la vereda la represa del municipio de San Andrés de sotavento, enmarcado en el campo administrativo, en el área de la producción y la comercialización, en el aspecto del mejoramiento socio-económico.

Espacio

Este diseño investigativo se adelantará en la vereda la Represa en el municipio de San Andrés de Sotavento en el departamento de Córdoba.

Tiempo

Este diseño investigativo se realizará en un tiempo aproximado de 18 meses.

Teórico

El presente diseño investigativo se desarrolló a través del método deductivo, porque, a través de él se estudia en forma general la gestión eficiente de todas las actividades que representa al ser humano.

De igual forma se ilustra esta investigación de un estudio descriptivo lo cual permite un avance muy importante en la recolección de la información, entre los cuales destacamos las entrevistas, encuestas y la observación directa.

Limitaciones

Como todo proceso investigativo al iniciar este proyecto encontramos poco interés en los productores y comercializadores de la región.

1.4. Justificación del problema

Con la actual investigación se proyecta emplear las nociones básicas, primordiales del proceso sumarial administrativo como son: planeación, organización, dirección y control. Equivalentemente hallar instrucciones a

los desiguales contextos internos como el alejamiento o la ausencia de la productividad del cultivo de la yuca y la no utilización de las pistas de secado que se encuentran en la localidad del municipio de San Andrés de Sotavento en el departamento de Córdoba.

Del mismo modo sensibilizar a los pequeños productores para aumentar el cultivo de la yuca y abrir la cobertura del mercado, y optimizar el contexto de las buenas prácticas agrícolas y administrativas y así poder implementar técnicas de trabajo y dispersar el negocio de la yuca, con el fin de aumentar la producción y comercialización de la yuca en fresco y el chic de la yuca seca para la industria de balanceados.

Por lo tanto, con el soporte logístico la universidad ha exteriorizado al estudiante de *Administración de Empresas* para que de esta forma esté en condiciones y capacidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos y esté facultado para presentar cualquier propuesta o estudio en aras de contribuir en el afianzamiento de una empresa y la creación de una cultura empresarial en el sector primario, secundario, o terciario.

1.4.1. Justificación práctica

Esta investigación va a ser el punto de partida para mejorar el nivel socio-económico de los agricultores de la vereda la represa en el municipio de San Andrés de Sotavento. Con este trabajo investigativo también se busca que más personas como estudiantes, entidades municipales y nacionales del sector, se integren para poner en marcha proyectos afines con la finalidad del mejoramiento continuo de la calidad de este producto en la región como es la yuca, para que de esta manera los pequeños productores y comercializadores puedan darle un valor agregado al mismo.

1.4.2. justificación metodológica

Para la siguiente investigación se utilizará:

Método Deductivo: Porque este método va de lo general a lo particular y parte de verdades previamente establecidas como principio general para luego aplicarlos a los casos individuales y comparar su validez.

Investigación de Campo: se refiere al trabajo metódico que el investigador realiza con el fin de recopilar toda la información directa, en el lugar mismo donde se presentan los hechos, a través de Encuestas, Entrevistas y Observación Directa.

Investigación Bibliográfica: Es destinada a obtener información secundaria que constan en libros, revistas, documentos en general y en la red.

Con el empleo de estas técnicas e instrumentos se busca conocer la verdadera realidad del medio y empezar a trabajar desde el origen mismo de la situación problema y facilitar así la toma de decisiones que caracterizan la necesidad planteada.

1.4.3. Justificación teórica

La investigación propuesta es buena aplicarla, busca mediante la aplicación de la teoría administrativa y los conceptos básicos de manejo técnico de la agricultura; el fomento de la producción y la comercialización de la yuca en la vereda la Represa perteneciente al municipio de San Andrés de Sotavento Córdoba, para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Sucre y Córdoba, lentamente se han convertido en escenario de progreso donde los protagonistas son pequeños agricultores que lograron establecer producciones rentables, trabajar con materiales limpios, formalizar alianzas comerciales y posesionar sus productos con mejores precios en el mercado, todo a través de la iniciativa que encadenan los actores que intervienen en la producción, transformación y comercialización del producto.

La participación de los campesinos se debe reflejar en sus propios cultivos, que los manejen con materiales de buena calidad y empleando las prácticas agrícolas adecuadas. En el proceso de transformación de la yuca agregar valor al producto, es recibir mayor utilidad para su organización. “En su negocio ésta debe ser la forma como ellos deben demostrar que se han apropiado del proceso, demostrar que trabajan un cultivo, aplican un proceso de transformación y entregan una excelente producción”.

El desarrollo y la implementación del proceso de producción y comercialización de la yuca en los núcleos de secado en carpa, es de vital importancia, ya que es un proyecto bastante ambicioso, viable y factible de realizar en la zona puesto que los nichos agroecológicos son favorables y cuentan con un mercado asegurado, así mismo se pretende minimizar los costos de transporte hacia los otros municipios donde se encuentran las pistas de

secado, otro componente importante es la generación de empleos indirectos donde se estiman aproximadamente 1610 jornales en los ciclos productivos del cultivo, 5 operarios en la pista de secado y directamente 3 empleos en la parte administrativa.

2. MARCOS DE REFERENCIA Y SISTEMA DE HIPOTESIS

2.1. Marcos de referencia

2.1.1. Marco teórico

2.1.1.1. Teoría de producción

En primer lugar analizamos los fundamentos de la teoría de producción, mostrando como utilizan las empresas los factores y los convierten en productos atractivos. La teoría de producción también nos ayuda a comprender porque la productividad y el nivel de vida han aumentado con el paso del tiempo y cómo gestionan las empresas sus actividades internas.

La producción adopta muchas formas, Una explotación agrícola emplea fertilizantes, semillas, tierra y trabajo y los transforma en yuca, maíz, ñame, entre otros productos dependiendo de las regiones donde esté ubicado.

“Teoría de producción Economía de mercado.”

De igual forma es necesario tener en cuenta ciertas características en procesos netamente tecnificados del manejo agronómico del cultivo de la yuca, cuyas características hacen parte del anexo de este documento, lo mismo que el listado y descripción de productos derivados de este tubérculo, así como su respectivo proceso de elaboración.

Además de la producción tecnificada mencionada existe la producción de tipo tradicional que como su nombre lo indica corresponde a los mismos procesos realizados por tradición de una generación a otra y también se sabe que su actividad está dirigida solo a la obtención de yuca fresca y en un porcentaje muy amplio para el consumo humano.

2.1.1.2 Teoría de comercialización

La comercialización es la serie de servicios involucrados en el traslado del producto desde el punto de producción hasta el punto de consumo. Por consiguiente la comercialización comprende una serie de actividades interconectadas que van desde la planificación de la producción, cultivo y cosecha, embalaje, transporte, almacenamiento y elaboración, a la distribución y venta de los mismos. Tales actividades no pueden tener lugar sin el intercambio de información y a menudo dependen de la disponibilidad

de finanzas adecuadas. Los sistemas de comercialización son dinámicos, competitivos y suponen un cambio y mejoramiento continuo. Los negocios que progresan son los que tienen un costo menor, son más eficientes, y pueden ofrecer productos de calidad. Aquellos que tienen costos altos, no se adaptan a los cambios de demanda del mercado y ofrecen una calidad pobre, a menudo se ven obligados a retirarse del mercado. La comercialización debe orientarse al consumidor al tiempo que debe proporcionar un beneficio al agricultor, transportista, comerciante, procesador, etc. Ello requiere que los implicados en la cadena de comercialización comprendan las necesidades de los compradores, tanto en términos de producto como de condiciones de negocio.

Si bien la producción es una actividad económica necesaria, algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización. Creen que con solo tener un buen producto, los negocios serán un éxito. El caso es que la producción y la comercialización son partes importantes de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades.

Con relación a la yuca, para que el proceso de comercialización se lleve a cabo correctamente es imprescindible tener en cuenta las condiciones del mismo; ya que la yuca requiere de un almacenamiento óptimo con una buena infraestructura, ya sea si es destinada para vender en fresco o

después de procesado en la planta picadora y/o molino. Todo esto teniendo en cuenta que el mercado es quien impone las reglas para el juego de la oferta y la demanda, es quien dice que, cómo y cuándo vender y lo mismo a la hora de comprar.

La yuca en la zona se comercializa en fresco y seco desde nuestra región de sabanas y dependiendo del sistema utilizado puede ser a través de camiones, en contenedores, por lo que la yuca se utiliza tanto en la alimentación humana y animal, en forma fresca y procesada.

Seguidamente se presenta un listado de las posibles presentaciones en las que se puede transformar la yuca, esta información sirve de base para la diversificación del procesamiento que hasta ahora se ha aplicado a este cultivo en nuestro país.

Según los investigadores del CIAT (Bernardo Ospina P., Rupert Best, Lisímaco Alonso, Julio César Toro y Alonso Cañas), La Yuca en el Tercer Milenio: Sistemas Modernos de Producción, Procesamiento, Utilización y Comercialización de la yuca; esta ha tomado un auge de mucha importancia desde hace muchos años en el desarrollo de la economía mundial, tanto para consumo animal, humano; y una serie de derivados de la yuca hasta pensar hoy día en la base de los biocombustibles a base de yuca bajo la aplicación de buenas tecnologías, pero que conduce con una

buena planificación y acompañamiento desde todos los procesos hasta el fin que es el consumidor final.

Según Erwin Silva C., Bernardo Ospina P. y Lisímaco Alonso, para estos investigadores la comercialización de la yuca seca es una de las fuentes de mayor ingreso en las cooperativas y asociaciones de pequeños productores y comercializadores en algunas regiones propicias para el desarrollo de este cultivo.

En el departamento de Córdoba uno de los entes integradores de los productores, transformadores y comercializadores de yuca, es la Asociación de productores de yuca de las sabanas de Córdoba y Sucre “APROYSA”, que ha venido desarrollando un proyecto de alianzas productivas a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, con organizaciones acompañantes como la Corporación para el desarrollo participativo y sostenibles de los pequeños agricultores de Colombia (CORPBA), CORPOICA, UNICOR, UNISUCRE, SENA Regional Córdoba, para el establecimiento de 800 hectáreas de yuca en forma escalonada y la comercialización del trozo (chip) de yuca seca a través de sus aliados comerciales como es el caso de CONTEGRAL MEDELLIN, FENAVI, los ganaderos de la región de sabanas, para la producción de alimentos balanceados para animales. Estos Aliados firman contratos de compras con la asociación de productores, ya que esta es de carácter de segundo

nivel como ente integrador y que representa a todas las organizaciones del departamento de Córdoba y Sucre, para garantizar la venta del producto actualmente se están comercializando 16000 toneladas de yuca seca.

Fuente APROYSA.

Actualmente en el municipio de San Andrés de Sotavento de acuerdo a informaciones de los mismos productores se producen 2880 hectáreas y se comercializan aproximadamente 43200 toneladas de yuca fresca anualmente, de las cuales la gran mayoría la comercializa a través de intermediarios que llegan a las diferentes veredas del municipio. Por otro lado son pocos los que entregan el producto a las cooperativas y/o asociaciones para el secado de la misma de igual forma se acostumbra a comercializarse a través de vender en cajas o por bultos a las plazas locales.

A nivel de la vereda la Represa se producen aproximadamente unas 60 hectáreas para comercializar unas 900 toneladas de yuca fresca, hablando de un tope de 15 toneladas por hectárea con variedades tradicionales y de muchas generaciones lo cual merma el rendimiento, y la venta gira en torno a las condiciones perennes del producto, oportunidad que aprovechan los intermediarios de la zona.

2.1.2. Marco conceptual

Yuca

Es un arbusto perenne que pertenece a la familia *Euphorbiaceae* y al género *Manihot*, que cuenta con más de 180 especies, siendo la de importancia económica la *Manihot Esculenta Crantz*. También conocida como mandioca o casava. La yuca es originaria de Suramérica y actualmente difundida en zonas tropicales de cerca de 90 países de América, Asia y África. Las raíces son la principal parte comestible de esta planta, aunque su follaje se aprovecha para alimentación animal en algunas zonas y, en África, se utiliza como verdura fresca para consumo humano.

La yuca es un tubérculo importante en la alimentación y en la supervivencia de amplias capas de la población pobre de las zonas tropicales del mundo, se cultiva y se consume en nuestro país en todas las regiones: en la Caribe, en la Andina y en la Amazónica. Además de lo anterior, es indudable el potencial de la yuca como materia prima en la producción de alimentos balanceados para animales y como insumo en las industrias alimenticia y no alimenticia, en las cuales sus presentaciones requieren transformaciones importantes que generan valor agregado.

El concepto de Yuca es abordado en esta investigación teniendo en cuenta el paquete tecnológico utilizado para la producción de la misma, dicho paquete tecnológico en la zona objeto de estudio corresponde al tradicional, derivando las indiscutibles limitaciones que han desencadenado problemas socioeconómicos para los pequeños productores.

Producción

Todo proceso a través del cual un objeto, ya sea natural o con algún grado de elaboración, se transforma en un producto útil para el consumo o para iniciar otro proceso productivo. La producción se realiza por la actividad humana de trabajo y con la ayuda de determinados instrumentos que tienen una mayor o menor perfección desde el punto de vista técnico. Este concepto tiene vital importancia en la teoría marxista, ya que de acuerdo a ella, "El ser social determina la conciencia social". O, dicho de otro modo, personas que tienen similares condiciones de vida tienen también similares formas de plantearse frente al medio que los rodea.

Las tecnologías de bajos insumos que caracterizan con gran proporción los cultivos tradicionales como el de esta zona, implican un aumento en la variabilidad ambiental, cuyo efecto son las variaciones en la calidad de las

raíces y por ende existen dificultades para acelerar la producción y pasar a grandes escalas, por la baja tasa de multiplicación de los cultivos.

Infraestructura

(Según etimología *Infra* = debajo) se refiere a aquella realización humana diseñada y dirigida por profesionales de Arquitectura, Ingeniería Civil, etc., que sirven de soporte para el desarrollo de otras actividades y su funcionamiento necesario en la organización estructural de la ciudad.

Las raíces de la yuca tienen dos problemas importantes para su conservación extensiva y dinámica, el primero es su volumen y contenido de agua (cerca de 65%), que además ocasiona que los costos de transporte de raíces frescas sean altos en relación con la materia seca que contienen, la producción de yuca por lo tanto debe localizarse cerca de los centros de procesamiento; el segundo problema es la corta vida de las raíces luego de ser cosechadas, las que deben ser consumidas o procesadas no más de 7 días después de la cosecha.

Lo anteriormente dicho permite vislumbrar que el término infraestructura en este estudio está referido al sitio que tendrían que utilizar los pequeños productores después de la cosecha de la yuca, momento en el cual esta necesita mayor cuidado para que pueda conservar todas sus propiedades, con miras a la negociación directa con la gran industria.

Capital

El concepto de capital, tan importante en la ciencia económica, admite diversas definiciones según el enfoque que se adopte. La palabra, en el lenguaje cotidiano y aun en el de los economistas, suele abarcar un conjunto de significados próximos pero no idénticos. Desde el punto de vista empresarial el capital está constituido por un conjunto de valores o fondo unitario que integran todos los bienes invertidos en una empresa que se utilizan para la producción y, por lo tanto, para la obtención de rentas y ganancias.

El capital, en el sentido anteriormente descrito, es un factor de producción que, junto con la tierra y el trabajo, resulta indispensable para el desarrollo de las actividades productivas. se considera capital a todos los activos que

posea una empresa, persona o institución y sobre los cuales se obtenga o pueda obtenerse una renta.

Tecnología

La Tecnología es una característica propia del ser humano consistente en la capacidad de éste para construir, a partir de materias primas, una gran variedad de objetos, máquinas y herramientas, así como el desarrollo y perfección en el modo de fabricarlos y emplearlos con vistas a modificar favorablemente el entorno o conseguir una vida más segura.

El ámbito de la Tecnología está comprendido entre la Ciencia y la Técnica propiamente dichas, Por tanto el término "tecnológico" equivale a "científico-técnico". El proceso tecnológico da respuesta a las necesidades humanas; para ello, recurre a los conocimientos científicos acumulados con el fin de aplicar los procedimientos técnicos necesarios que conduzcan a las soluciones óptimas. La Tecnología abarca, pues, tanto el proceso de creación como los resultados. Dependiendo de los campos de conocimiento, tenemos múltiples ramas o tecnologías: mecánica, materiales, del calor y frío, eléctrica, electrónica, química, bioquímica, nuclear, telecomunicaciones, de la información.

Comercialización (Marketing)

La esencia del marketing es la creación de valor para el consumidor. En un “*MERCADO*”, el valor para el cliente debe ser superior al brindado por otros competidores.

La comercialización en su ámbito más amplio, debe ser entendida por los pequeños productores y comercializadores de yuca de la vereda la represa como el mecanismo que les va a permitir la Planificación y control de su producto favoreciendo el desarrollo adecuado del mismo y asegurar que la yuca fresca o transformada esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requeridos, garantizando así unas ventas rentables para el beneficio de la comunidad.

2.1.3. Marco general

Marco espacial

La vereda la represa se encuentra ubicada en la parte suroriental de la cabecera municipal, cuenta con un número de 52 familias, de las cuales 10 se dedican a la producción y comercialización en menor escala y la otra parte restante al sector pecuario y artesanal.

Marco temporal

El periodo al cual corresponde la información que servirá para su análisis en la construcción de conocimiento está comprendido entre el mes de septiembre del año 2009 y el mes de marzo del año 2011.

Para el grupo sería de gran complacencia que los propósitos de esta indagación se vean precisados en la creación de una Empresa asociativa que la integren pequeños productores de esta zona del municipio.

Además de la enmarcación espacial y la enmarcación temporal realizada al presente trabajo investigativo en el mismo se anexan el marco geográfico y el marco demográfico como un soporte adicional del mismo.

2.1.4. Marco legal

Ley 54/99 Senado - 144/99 Cámara, "por medio de la cual se establece la cuota de fomento para la modernización del subsector agropecuario de la yuca y se dictan otras normas sobre su recaudo y administración.

Según la ley 454 de Agosto 4 de 1998. Objeto. El objeto de la presente ley es el determinar el marco conceptual que regula la economía solidaria, transformar el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Administrativo Nacional de la Economía solidaria, crear la superintendencia de la economía solidaria, crear el fondo de garantías para las cooperativas financieras y de ahorro y crédito, dictar normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y expedir otras disposiciones en correspondencia con lo previsto en los artículos 58, 333 y concordantes de la Constitución Política de Colombia.

Resolución N°.003855 (16 dic. 2005). Por la cual se autoriza al Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT a realizar actividades de investigación con plantas de yuca modificadas genéticamente en pequeña escala en campo.

El gerente general del INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO, ICA en uso de sus facultades legales y en especial por las conferidas por los Decretos 2141 de 1992, 1840 de 1994 y 4525 de 2005, y que el Decreto 2141 de 1992, dictado por el Presidente de la República, por mandato directo del artículo transitorio 20 de la Constitución Pública de Colombia de 1991, asignó al Instituto Colombiano Agropecuario, ICA entre otras funciones, la de prevenir los riesgos biológicos, sanitarios y químicos para las especies animales y vegetales; Que la Ley 101 de 1993 en su artículo 65, modificado por el artículo 112 del Decreto 2150 de 1995, asignó al Ministerio de Agricultura, por medio del ICA, la función de desarrollar políticas y planes de protección a la producción y productividad agropecuaria, y la responsabilidad de ejercer acciones para minimizar los riesgos alimentarios y ambientales que provengan del empleo de los insumos agropecuarios, lo mismo que para promover la producción y productividad agropecuaria.

Ley 811 de 2003 (junio 26). Por medio de la cual se modifica la Ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las Sociedades Agrarias de Transformación, SAT, y se dictan otras disposiciones.

Ley 1133 de 2007 artículo 1o. objeto. La presente Ley tiene como objeto la creación e implementación del programa “Agro, Ingreso Seguro -AIS”, destinado a proteger los ingresos de los productores que resulten afectados, ante las distorsiones derivadas de los mercados externos y a mejorar la competitividad de todo el sector agropecuario nacional, con ocasión de la internacionalización de la economía.

2.1.5. Marco institucional

Las instituciones que acompañarán todo este proceso de formación en beneficio del desarrollo socio empresarial de este proyecto académico serán las siguientes:

1. Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria “UMATA”
2. Asociación de Productores agropecuarios, ambientalistas y agroindustrial AGROINSA
3. Asociación de Productores de Yuca de las Sabanas de Córdoba y sucre “APROYSA”
4. CAMPOAGROS
5. Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”

6. Universidad Nacional Abierta y a Distancia "UNAD"

2.2. Sistema de hipótesis

2.2.1. *Formulación de Hipótesis*

2.2.1.1. *Hipótesis General*

La producción y la comercialización de la yuca en la vereda la represa jurisdicción del municipio de San Andrés de sotavento córdoba, está limitada por aspectos que intervienen en dicho proceso, impidiendo un óptimo desarrollo de esta actividad y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Hipótesis de Trabajo

1. Los aspectos como tecnología y capital inciden notablemente en el proceso de producción de la yuca como limitantes que impiden el desarrollo de estos productores.

2. Existen elementos como la oferta y la demanda, los cuales se convierten en factor clave o en limitante que impide el proceso de comercialización.

3. Al determinar las fortalezas y debilidades que presentan los productores de yuca se hacen evidentes sus limitantes y ventajas en cuanto a la producción y comercialización de yuca.

2.2. 2. Variables

1. Asistencia Técnica

1. Tecnología

2. Capital

3. Oferta

4. Demanda

5. Mercadeo

2.2.2.1. Definiciones de variables

Asistencia técnica.

Es el servicio que consiste en la prescripción, demostración y enseñanza del uso de nuevas tecnologías (cosecha y pos cosecha), que reciben los productores agrarios de los profesionales y técnicos en ciencias agrarias

y de otras especialidades afines, para aumentar la producción, incrementar la productividad y mejorar los ingresos.

Tecnología.

Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear los bienes y servicios que faciliten la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas. La debida aplicación de la tecnología de punta en estos procesos se ha tenido en cuenta sin alterar la armonía de los recursos naturales y conservar la biodiversidad.

Capital.

Son los bienes que son utilizados o empleados para elaborar los otros bienes o riqueza, en otras palabras son recursos materiales o dinero que puede generar un beneficio o renta. En el contexto del crédito es la cantidad o monto que la entidad financiera está prestando. Es la suma de dinero considerada como instrumento de producción y, más propiamente, potencia o poder económico en dinero, crédito, influencia moral, etc., capaz de proporcionar los elementos necesarios para la creación o establecimiento y marcha de la empresa.

Oferta.

Es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a un cierto precio. La cantidad ofrecida por los productores del bien depende de varios factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por el oferente. Estos factores son el precio del producto, el precio de los factores que intervienen en la producción de ese bien, el estado de la tecnología existente para producir ese producto y las expectativas que tengan los empresarios acerca del futuro del producto y del mercado.

Demanda.

Es la cantidad y calidad de los bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por los consumidores (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Mercadeo.

Es la serie de servicios comprometidos en mover el producto desde el punto de producción hasta el punto de consumo, brindando una orientación gerencial e involucrando todas las actividades en la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente, de modo de ayudar a alcanzar los objetivos de largo plazo de los productores.

2.2.2.2. Operacionalización de variables.

En esta fase se desglosan las hipótesis tanto general como de trabajo en variables e indicadores de donde finalmente se desprenderán los ítem o preguntas y respuestas que integran el instrumento piloto o para su efecto el definitivo que ha de aplicarse a lo largo del trabajo de campo.

Este método se inicia por las variables que precisan la hipótesis operacional, ascender la hipótesis semeja a descender el horizonte de abstracción de las variables y de esta forma hacer una reseña práctica de la misma: implica desprender la variable en indicadores por medio de un proceso de suposición lógica, las cuales se refieren a contextos determinados de las variables.

Tabla 1.

Operacionalización de Variables

VARIABLE	INDICADOR
TECNOLOGÍA	ASISTENCIA TÉCNICA
CAPITAL	
OFERTA	MERCADEO
DEMANDA	

3. DISEÑO METODOLÓGICOS BÁSICO

3.1. Población y muestra.

3.1.1. Población

Para la ejecución de la presente investigación, lo primero que se realizó fue la búsqueda de la vereda la Represa, con el fin de conseguir la información pertinente para el buen desarrollo de la investigación. Teniendo claro lo anterior se procedió a establecer como población o universo a los 10 (diez) pequeños productores y comercializadores (Agricultores que cultivan menos de 5 ha) de la vereda la represa en el municipio de San Andrés de Sotavento Córdoba (según se indica en el marco espacial del marco general del presente estudio).

3.1.2. Muestra

Siguiendo los principios generales en los que se basa la técnica del muestreo, existen casos en que es fácil conocer rigurosamente la amplitud del

universo porque se parte de una fuente estadística de absoluta confianza. Además teniendo en cuenta que el número de personas que constituyen el universo o población es corto el método de muestreo utilizado es el determinístico censal, ya que se toma toda la población objetivo para dicho muestreo.

3.2. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

3.2.1. Fuentes documentales

3.2.1.1. Fuentes primarias

La recolección de la información proviene de fuentes primarias, utilizando métodos como las encuestas, entrevistas y observación.

3.2.1.2. Fuentes secundarias

Como fuente secundaria se acudió a diversas publicaciones como: bibliografía, Internet. Libros, revistas especializadas, entre otros los que son de fácil accesibilidad para su consecución por parte de los investigadores.

3.3. Técnicas e instrumentos para el análisis de la información

ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION

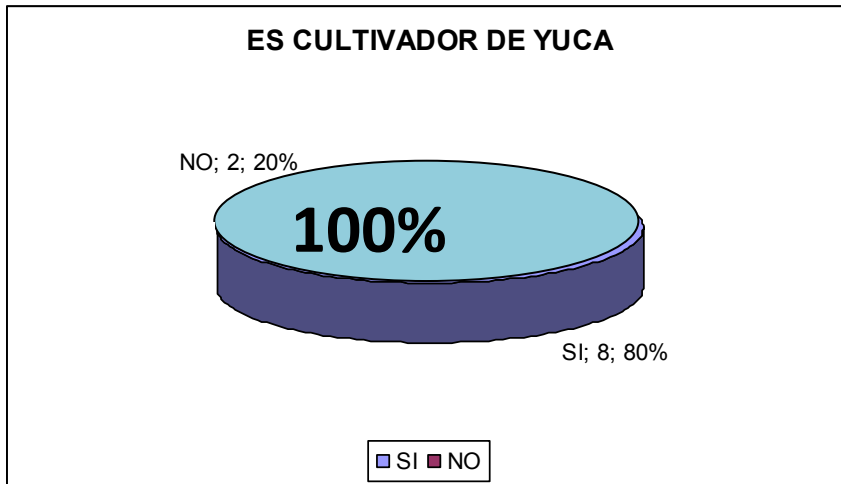
1. *Es cultivador de yuca?*

SI 10 NO 0

Tabla No 2

PREGUNTA	ES CULTIVADOR DE YUCA		
	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
No 1	SI	10	100
	NO	0	0

Figura 1



Análisis gráfica N° 1. De acuerdo a la gráfica se muestra que todos los pequeños productores y comercializadores cultivan yuca. El eje central de esta investigación el autor, ve en la comunidad el interés de los pequeños productores de yuca y un potencial para explotar como negocio y sustento para las familias, y un progreso de sostenibilidad aplicando buenas tecnologías en el municipio de San Andrés de Sotavento.

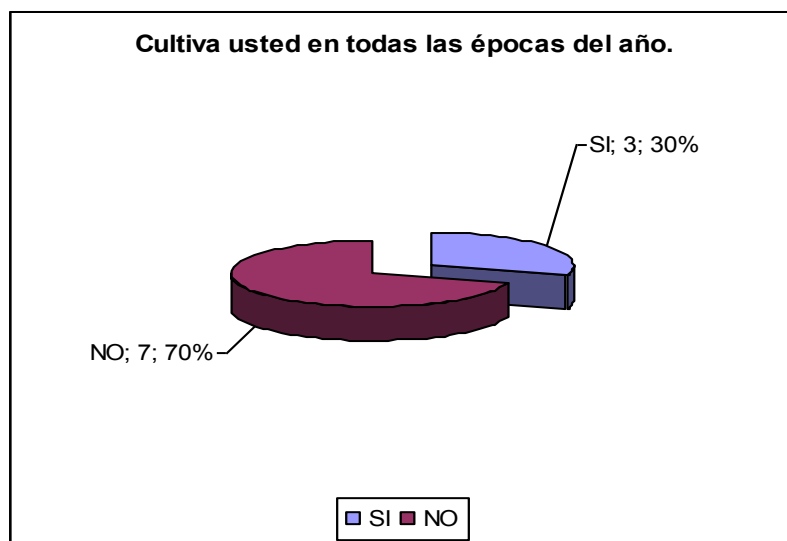
2. *Cultiva usted en todas las épocas del año?*

SI 3 NO 7

Tabla 3

PREGUNTA	Cultiva usted en todas las épocas del año.		
No 1	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	SI	3	30
	NO	7	70

Figura 2



Análisis gráfica Nº 2: del 100% de los productores y comercializadores encuestados el 70% manifestó que no cultiva durante todas las épocas del año y un 30% manifestó que si cultiva en todas las épocas del año.

3. Se siente satisfecho con las variedades que cultiva?

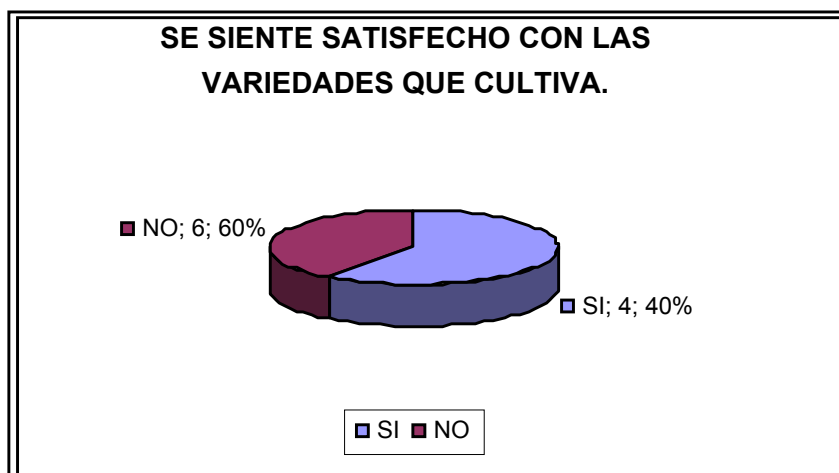
a) si 6

b) no 4

Tabla 4

PREGUNTA	SE SIENTE SATISFECHO CON LAS VARIETADES QUE CULTIVA.		
	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
No 3	SI	4	40
	NO	6	60

Figura 3



Análisis gráfica N° 3. Del 100% de la encuesta un 60% NO se siente satisfecho con las variedades tradicionales que cultivan y un 40% se siente satisfecho con su rendimiento. En este caso se debe optar por mejorar las variedades limpias para incrementar la productividad del tubérculo en la zona y poder tener mayores ingresos y rendimientos por hectáreas establecidas, claro está aplicando las buenas prácticas agrícolas.

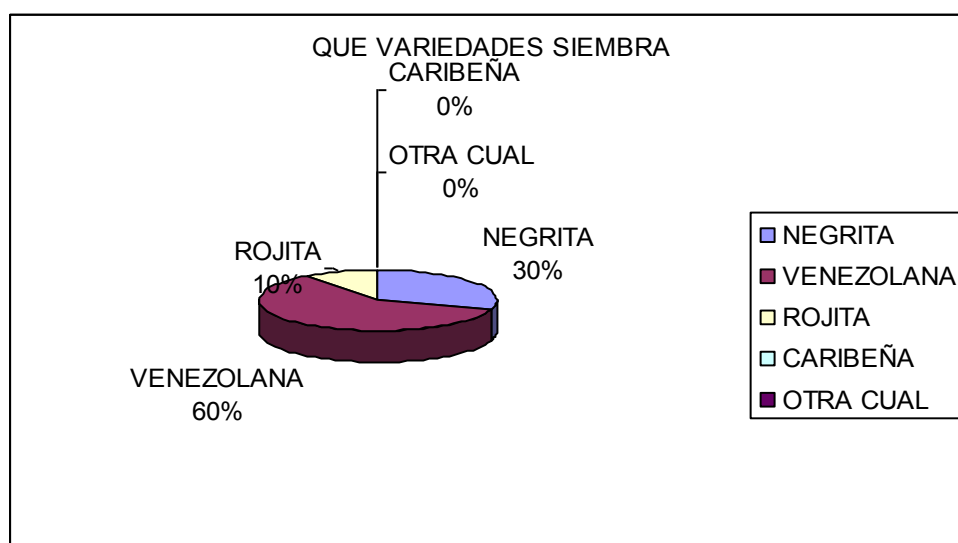
3. *Qué variedades siembra?*

- a) negrita 3
- b) venezolana 6
- c) rojita 1
- d) caribeña 0
- e) otra cuál?

Tabla 5

PREGUNTA	QUE VARIEDADES SIEMBRA.		
No 4	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
NEGRITA	SI	3	30
VENEZOLANA	SI	6	60
ROJITA	SI	1	10
CARIBEÑA		0	
OTRA CUAL		0	

Figura 4



Análisis Figura 4. de las 5 variedades de yuca mencionadas a los pequeños productores de la vereda la Represa la que más siembran es la venezolana con 60%, en su orden le sigue la variedad negrita con 30% y la rojita que se cultiva en un 10% para ocupar el total del 100% de la encuesta. Es de precisar que la variedad que más se siembra en la zona es la venezolana, porque es consumible a temprana edad y favorece su comercialización en el mercado tanto en fresco como para la industria de concentrados para animales.

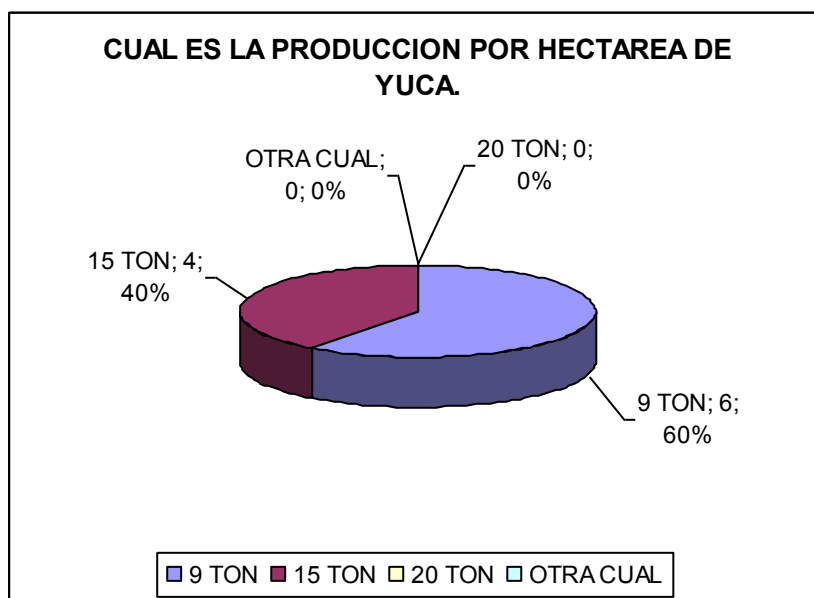
5. *Cuál es la producción por hectárea de yuca?*

9 ton 6 15 ton 4 20 ton 0 Otra cual? _____

Tabla 6

PREGUNTA	CUAL ES LA PRODUCCION POR HECTAREA DE YUCA.		
	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
No 5			
9 TON		6	60
15 TON		4	40
20 TON		0	
OTRA CUAL		0	

Figura 5



Análisis Figura 5. En la gráfica se muestra la producción por hectárea está en un promedio de 9 ton, por su nivel cultural de asociar con otros cultivos equivalente a un 60% y un promedio de 15 ton para quienes no asocian sus cultivos para ocupar un 40% y así poder concretar el 100%. Se expresa que el nivel de producción por hectárea debe aumentar para tener un margen de rentabilidad más elevado y aplicar los paquetes tecnológicos con la utilización de variedades limpias y mejoradas, para poder incrementar la productividad y ser más competitivos en el mercado.

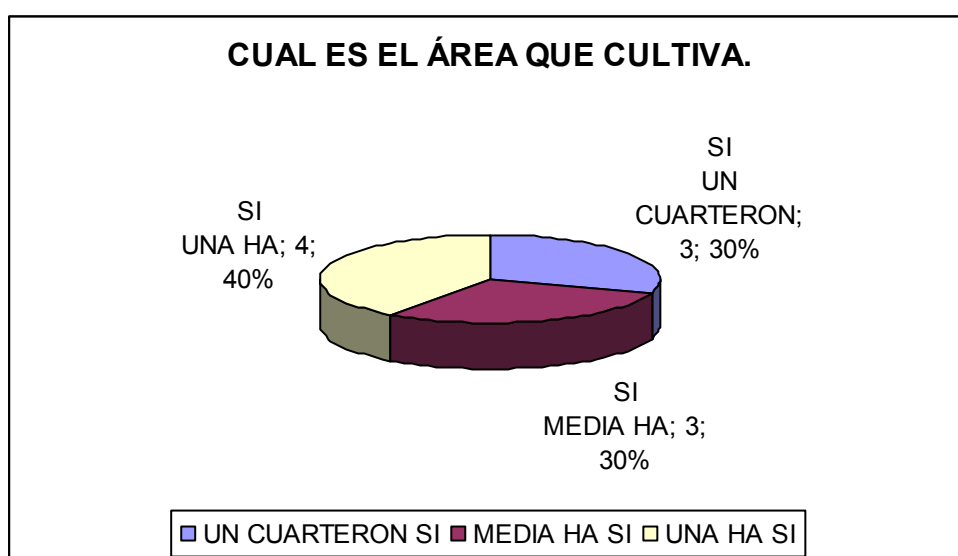
6. *Cuál es el área que cultiva.*

Un cuarterón 3 media ha 3 una ha 4

Tabla 7

PREGUNTA	CUAL ES EL ÁREA QUE CULTIVA.		
No 6	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
UN CUARTERON	SI	3	30
MEDIA HA	SI	3	30
UNA HA	SI	4	40

Figura 6



Análisis Figura 6. Los pequeños productores de la zona respondieron que el 40% cultiva una hectárea, un 30% media hectárea y un 30% un cuarterón, para cubrir el 100% del total encuestado. Cabe destacar que el volumen de producción es bajo por no tener una cultura de producción y comercialización en sus productos con visiones de negocios, por lo cual solo se empieza a dar ese sentido emprendedor aprovechando las políticas y alternativas de las diferentes entidades del estado para que exista sentido de pertenencia hacia la agroindustria.

7. *¿usted utiliza asistencia técnica para el manejo de sus cultivos?*

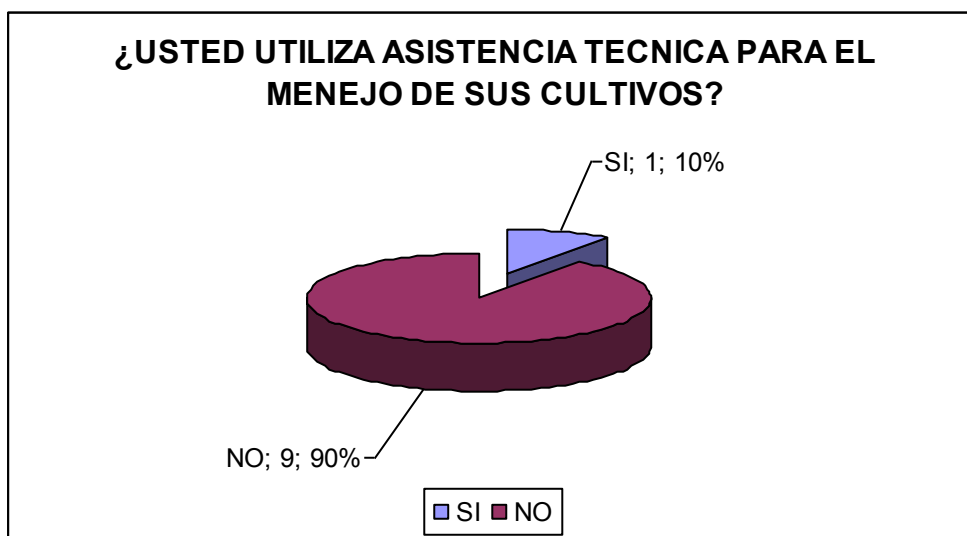
a) si 1

b) no 9

Tabla 8

PREGUNTA	¿USTED UTILIZA ASISTENCIA TECNICA PARA EL MENEJO DE SUS CULTIVOS?		
No 7	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	SI	1	10
	NO	9	90

Figura 7



Análisis de la figura 7. Del 100% de los encuestados acerca a la pregunta ¿usted utiliza asistencia técnica para el manejo de sus cultivos?, el 90% manifestó que NO utiliza este tipo de servicio y un 10% manifestó que SI utiliza este servicio. Lo que quiere decir, que la baja en la producción también tiene que ver con este componente esencial para el desarrollo del cultivo, porque, a través de este sistema se pueden evitar ciertos problemas en los cultivos, de igual forma es una ventaja el acompañamiento técnico en estos procesos ya que se garantiza en un 80% el manejo del cultivo.

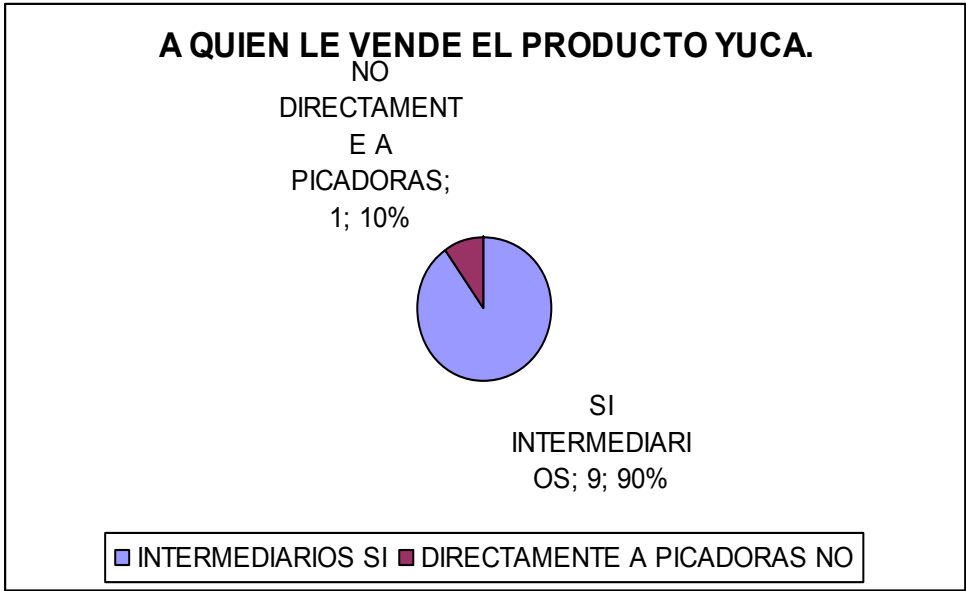
8. a quien le vende el producto yuca?

- a) intermediarios 9
- b) directamente a picadoras 1

Tabla 9

PREGUNTA	A QUIEN LE VENDE EL PRODUCTO YUCA.		
No 8	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
INTERMEDIARIOS	SI	9	90
DIRECTAMENTE A PICADORAS	NO	1	10

Figura 8



Análisis figura 8: el 90% de los productores respondieron que le venden su producto a los intermediarios y un 10% a las picadoras de la zona, para concretar de esta manera el 100%. En este análisis se ve claramente que existe una baja organización desde el sentido empresarial por parte de los productores de yuca de la zona, en este caso por no tener un centro de acopio o asociación los intermediarios aprovechan esta situación. Por lo cual se debe mejorar, orientar y capacitar a los productores y comercializadores de yuca en un manejo más estructurado y ver las oportunidades de negocio.

9. *¿Le pagan bien por la calidad de su producto?*

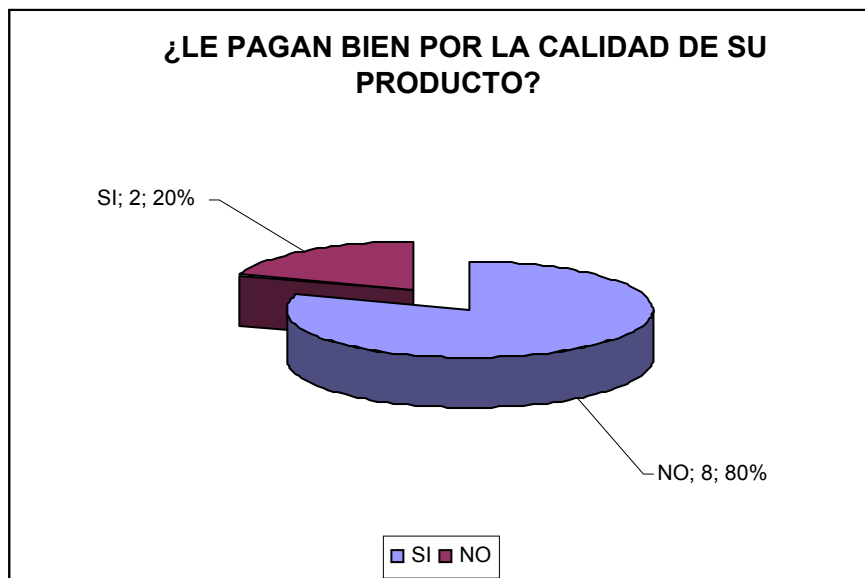
SI 8

NO 2

Tabla 10

PREGUNTA	¿LE PAGAN BIEN POR LA CALIDAD DE SU PRODUCTO?		
No 9	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	SI	8	80
	NO	2	20

Figura 9



Análisis de la figura 9: del 100% de los encuestados acerca a la pregunta ¿Le pagan bien por la calidad de su producto?, el 80% manifestó que NO recibe un buen precio por la calidad en que entrega el producto y un 20% manifestó que SI. Si estos lo reciben sin impurezas. Es importante destacar en estos aspectos que el mercado exige calidad y en base a este esquema de venta se ganan un porcentaje adicional por la entrega del producto libre de impurezas.

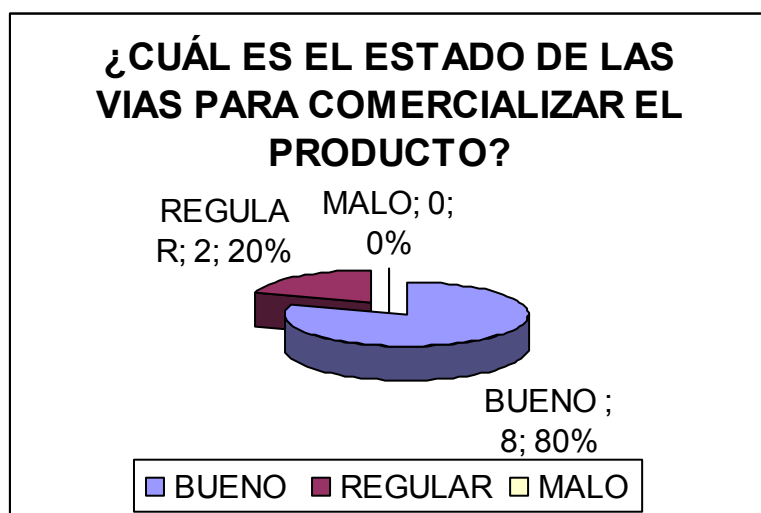
10. ¿cuál es el estado de las vías para comercializar el producto?

- a) bueno 8
- b) regular 2
- c) malo 0

Tabla 11

PREGUNTA	¿CUÁL ES EL ESTADO DE LAS VIAS PARA COMERCIALIZAR EL PRODUCTO?		
No 10	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
BUENO		8	80
REGULAR		2	20
MALO		0	0

Figura 10



Análisis grafica nº 10: del 100% de los productores y comercializadores de yuca encuestados de la vereda la Represa el 80% manifestaron que el estado de la vía es bueno y un 20% de los encuestados manifestó que el estado de la vía es regular. Es importante destacar que para enviar la materia prima, en cuanto al ingreso de los vehículos, el estado de las vías debe ser primordial para no tener contratiempo con las empresas aliadas comerciales en el país.

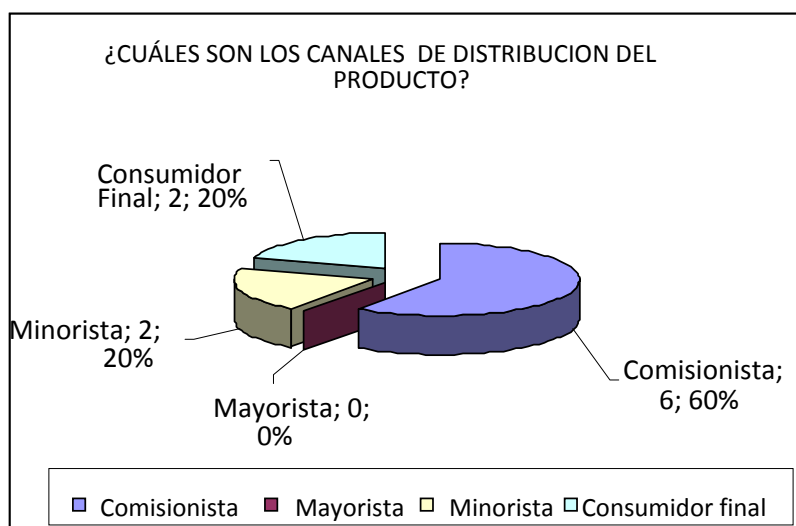
11. ¿cuáles son los canales de distribución del producto?

- a. Comisionista 6
- b. Mayorista 0
- c. Minorista 2
- d. Consumidor final 2

Tabla 12

PREGUNTA	¿CUÁLES SON LOS CANALES DE DISTRIBUCION DEL PRODUCTO?		
No 11	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Comisionista	6		60
Mayorista	0		0
Minorista	2		20
Consumidor final	2		20

Figura 11.



Análisis de la Figura 11: del 100% de los productores encuestados a la pregunta: ¿Cuáles son los canales de distribución del producto?, el 60% manifestaron que lo realizan a través de COMISIONISTA, un 20% manifestó que a través de MINORISTAS y otro 20% manifestó que a través del CONSUMIDOR FINAL. En este sentido se analiza claramente que los canales son distribuidos de acuerdo a la necesidad para el mercado directamente, en fresco, a las picadoras o vendedores ambulantes.

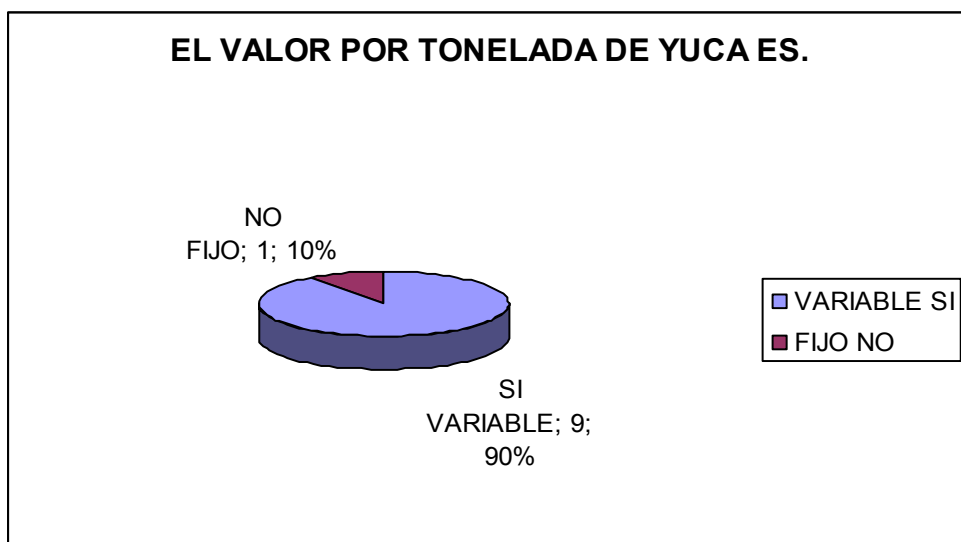
12. *el valor por tonelada de yuca es.*

- a. variable 9
- b. fijo 1

Tabla 13

PREGUNTA	EL VALOR POR TONELADA DE YUCA ES.		
No 12	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
VARIABLE	SI	9	90
FIJO	NO	1	10

Figura12



Análisis figura 12. Los productores de la vereda la represa expresan que el 90% del valor de venta de la yuca es variable y el 10% dice que el valor es fijo.

El precio de este producto yuca al momento de vender es variable por razones de porcentajes de la materia seca y es un precio fijo cuando hay compromiso para las picadoras bajo acuerdo con aliados comerciales y los gremios de productores.

13 *el capital con que cuenta para cultivar es?*

a) propio 10

b) crédito 0

Tabla 14

PREGUNTA	¿EL CAPITAL CON QUE CUENTA PARA CULTIVAR ES?		
No 13	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
PROPIO	SI	10	100
CREDITO	NO	0	0

Figura13



Análisis figura 13. En esta gráfica se muestra que el 100% de los productores y comercializadores de la vereda la Represa, utilizan capital netamente propio. De igual forma se puede analizar que los productores y comercializadores de yuca, no cuentan con créditos para aumentar la producción, por otro lado no quieren comprometerse con instituciones prestamistas por la cantidad de requisitos que exigen estas entidades. Pero es importante aprovechar las alianzas con otras asociaciones de productores que tengan los mismos ideales y proyecciones para el fortalecimiento del sector yuquero en Colombia.

14 ¿Usted tiene mercado asegurado?

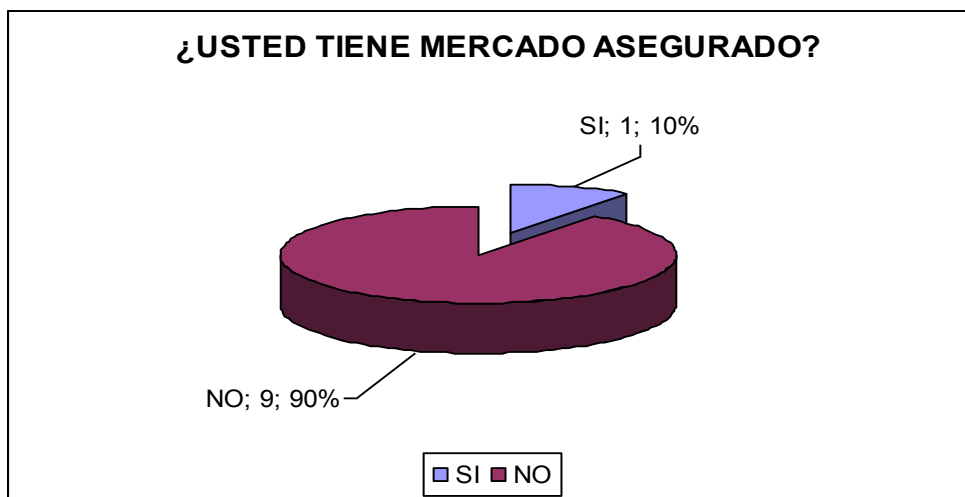
a) SI 1

b) NO 9

Tabla 15

PREGUNTA	USTED TIENE MERCADO ASEGURADO		
	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
No 14			
	SI	1	10
	NO	9	90

Figura 14



Análisis de la figura 14. Del 100% de los pequeños productores y comercializadores de la vereda la Represa acerca de la pregunta ¿usted tiene mercado asegurado?; el 90% de los encuestados respondieron que NO tienen mercado asegurado para un número de encuestados de 9 y un 10% de los productores contestó que SI tiene mercado asegurado equivalente a un productor. Por lo cual se deduce que los pequeños productores y comercializadores se encuentran a disposición del primer comprador que llegue a la zona y le venden el producto por no tener un mercado seguro para la venta de la materia prima.

15. *Como le gustaría comercializar la yuca.*

a) fresco 9

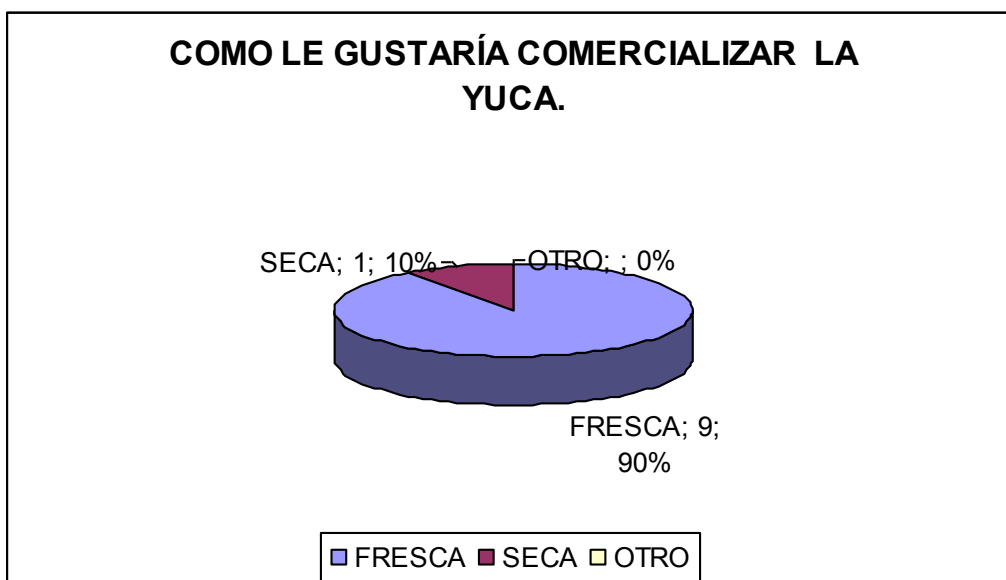
b) seca 1

c) otros _____

Tabla 16

PREGUNTA	COMO LE GUSTARÍA COMERCIALIZAR LA YUCA.		
	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
No 15			
FRESCA		9	90
SECA		1	10
OTRO			

Figura 15



Análisis figura 15. En este cuadro se muestra que el 90% de los productores le gusta comercializar la yuca en fresco y un 10% como materia seca. La mentalidad del productor no exclusivamente debe estar en vender la materia prima en fresco, ya que hay muchos usos para comercializarla como por ejemplo: en almidón, yuca seca, parafinada, tortas para animales con el fin de ingresar en otros mercados donde tenga mayor valor agregado.

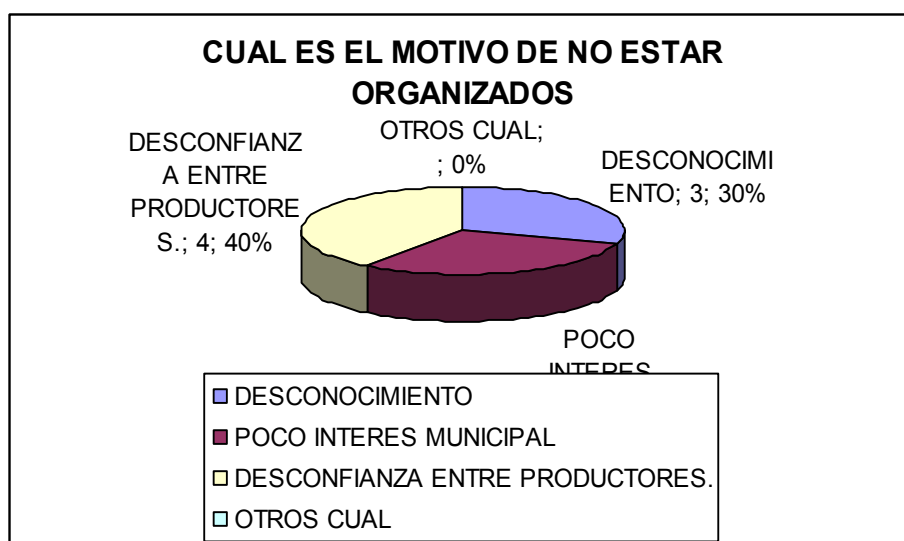
16. *cuál es el motivo de no estar organizados.*

- a) *Desconocimiento* 3
- b) *Poco interés municipal* 3
- c) *Desconfianza entre productores.* 4
- d) *Otros cual* _____

Tabla 17

PREGUNTA	CUAL ES EL MOTIVO DE NO ESTAR ORGANIZADOS		
No 16	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
DESCONOCIMIENTO	X	3	30
POCO INTERES MUNICIPAL	X	3	30
DESCONFIANZA ENTRE PRODUCTORES.	X	4	40
OTROS CUAL			

Figura 16



Análisis figura 16. En este aspecto la gráfica muestra que el motivo de no estar organizado los productores respondieron lo siguiente: un 40% dijo que por la desconfianza entre productores, otro 30% expresó el motivo es por desconocimiento de los procesos y un 30% dijo que hay muy poco interés por parte de la entidad municipal. Desde nuestro aspecto podemos decir que se debe capacitar y orientar al pequeño productor y comercializador de yuca de las ventajas de estar organizados como personas jurídicas y las oportunidades de nuevos proyectos y alianzas productivas.

17. *¿Quiere organizar su propia empresa?*

a) si 9

b) no 1

Tabla 18

PREGUNTA	QUIERE ORGANIZAR SU PROPIA EMPRESA.		
No 17	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	SI	9	90
	NO	1	10

Figura 17



Análisis figura17. A la pregunta quiere organizar su empresa los productores respondieron que el 90% quiere organizarse y formar su propia empresa y un 10% de los encuestados dijo que no. Cabe destacar la importancia que los productores se organicen y fomenten aun más el sentido socio-empresarial y asabiendas que tienen mayores oportunidades con otras entidades en gestionar recursos y proyectos para su comunidad y mejoramiento de la calidad de vida en sus localidades, generando empleos y crecimiento en la economía del municipio.

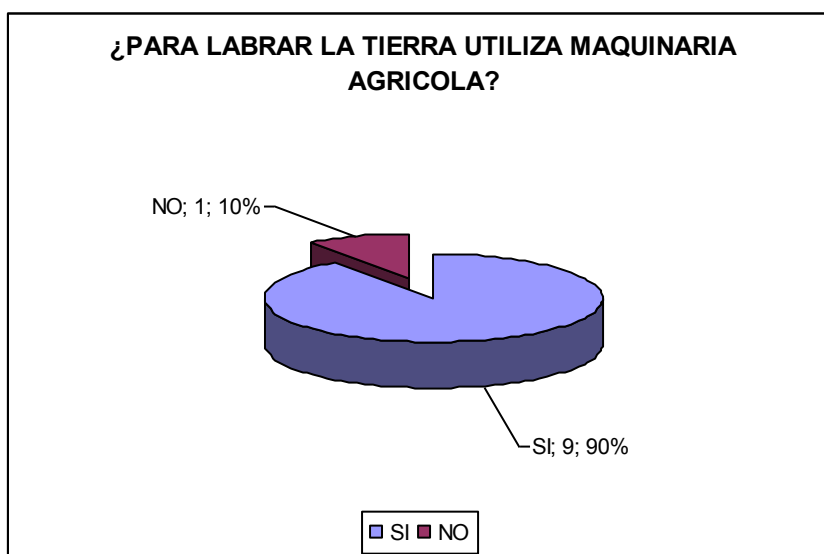
18. *¿Para labrar la tierra utiliza maquinaria agrícola?*

- a. si 9
- b. no 1

Tabla 19

PREGUNTA	¿PARA LABRAR LA TIERRA UTILIZA MAQUINARIA AGRICOLA?		
No 18	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
	SI	9	90
	NO	1	10

Figura 18



Análisis figura 18. Del 100% de los productores encuestados a la pregunta ¿Para labrar la tierra utiliza maquinaria agrícola? los productores respondieron que el 90% SI utiliza maquinaria agrícola (arado, rastra, Rommel) y un 10% de ellos dijo que NO la utiliza puesto que solo la cultivan en labranza mínima. El productor

tiene mentalizado que mecanizando los lotes (voltear las capas arables) obtiene excelentes cosechas, otros deciden no hacerlo para conservar este recurso puesto que están en un proceso de capacitación de conservación de los recursos.

3.4. Definición y justificación del tipo de estudio

3.4.1. Tipo de estudio.

3.4.1.1. Estudio descriptivo

Esta investigación tiene como propósito la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, se identificará en forma de conductas y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación, se establecerán comportamientos concretos y se comprobará la posible asociación de las variables de investigación. Para esto se acudirá a técnicas específicas de recolección de información como la observación, las entrevistas y cuestionarios.

3.4.2. Método de la investigación

El método de estudio de la investigación es el deductivo, ya que se partirá de las situaciones generales de la gestión participativa explicada en el marco teórico general, y aplicarlas a una realidad concreta. Con este

método se estudiara la forma general de la gestión eficiente de todas las actividades que se deben desarrollar para la organización de los pequeños productores de la vereda la Represa para la comercialización de la yuca.

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACION.

4.1. Aspectos institucionales

4.1.1. Institución patrocinadora

La administración municipal a través de la UMATA, partida de los pequeños productores, entidades asociativas de nivel regional (CAMPOAGROS, APROYSA)

4.1.2. Institución objeto de estudio.

Productores de yuca de la vereda la Represa.

4.1.3. Institución dadora y receptora de información.

1. Asociación de productores de yuca de Córdoba y Sucre APROYSA
2. Asociación de productores, procesadores y ambientalistas de San Andrés CAMPOAGROS.
3. Unidad Municipal de asistencia Agropecuaria UMATA.

5. ASPECTOS FINANCIEROS

Los recursos financieros que se prevén para la ejecución del siguiente trabajo serán asumidos por los investigadores del proyecto y los necesarios se desglosan a continuación:

Tabla 20

Concepto	Unidad	Costo unitario	Costo total
Transporte	Viajes	Global	50.000
Resmas de papel	1	11.000	11.000
Internet	15 (horas)	1.000	15.000
Fotocopias	216	60	13.000
Impresión	Global	500	220.000
Total			309.000

6. MATRIZ DOFA

DEBILIDADES

FORTALEZAS

“ESTRATEGIAS DO”

“ESTRATEGIAS FO”

OPORTUNIDADES

La desestabilidad organizacional en la zona se puede contrarrestar con las nuevas políticas del gobierno nacional a través del ministerio de agricultura y desarrollo rural. Además de la realización de alianzas y convenios con otras entidades.

El conocimiento y experiencia del cultivo como factor clave que facilita la labor del asistente técnico y que además estos pequeños productores pueden ser partícipes del trabajo realizado. Esto es posible fortalecerlo con la introducción hacia las cadenas productivas.

“ESTRATEGIAS DA”

“ESTRATEGIAS FA”

AMENAZAS

No se puede permitir que el poco sentido empresarial y la baja gestión de sus líderes ante las entidades competentes continúe; ya que la competencia desleal ha existido y siempre va a existir en cualquier mercado.

Contar con infraestructura propia, tan importante en la conservación de la yuca y siendo esto es lo que va a evitar el afán por negociar, se convierte en la principal arma para estar preparados ante la presencia de intermediarios en la zona,

CONCLUSION

Es importante destacar en este proceso investigativo, que se ha observado el interés de los pequeños productores y comercializadores de yuca de la vereda la Represa en el municipio de San Andrés de Sotavento, a pesar de no tener un conocimiento amplio o haber realizado una carrera cuentan con muchas habilidades y destrezas en el manejo de los negocios.

De igual forma, la tendencia en el crecimiento empresarial comienza a girar en el escalamiento de una base social fortalecida donde pueden tener un gremio representativo con la vocería y la orientación de productores con sentido empresarial y gestores de su propio negocio, para una mejor sostenibilidad de sus familias, comunidad y organizaciones.

Por lo tanto, el acompañamiento de los estudiantes en administración de empresas en este proceso investigativo, ha sido de suma importancia para la orientación hacia un modelo de negocios para los productores y

comercializadores de yuca en esta zona de sabanas. Si bien es cierto se cuenta con experiencia y conocimiento, aún falta la orientación hacia la planificación en el crecimiento de nuevos mercados o aplicación estratégica de planes operativos bien definidos. Motivo por el cual, es de precisar el trabajo participativo entre profesionales, técnicos y la base fundamental que son los productores, para obtener el éxito en el manejo de este tipo de organizaciones.

A lo anteriormente dicho, el análisis de cada una de las graficas ayuda de manera fundamental a comprender todo un proceso de las ventajas y desventajas de los pequeños productores y comercializadores y el enfoque de las limitantes hacia un plan alternativo que permita que el productor y comercializador de yuca en la vereda la Represa busque alternativas de manejo en la conquista del mercado eliminando los intermediarios y generando utilidades de una manera organizada.

Específicamente las conclusiones a las que se ha llegado como resultado de este proceso investigativo, aparecen detalladas de la siguiente manera:

Ante la falta de **ASISTENCIA TÉCNICA:**

TECNOLOGÍA:

- Los productores no se sienten satisfechos con las variedades que siembran debido que son semillas de muchas generaciones y están expensas a patógenos y la disminución de la productividad.
- El rendimiento por hectárea es bastante bajo de 15 toneladas por hectárea donde debe estar en un promedio de 18 a 25 toneladas aproximadamente con las variedades mejoradas doble propósito.

En la zona se cuenta con una infraestructura que está inactiva y no tienen acceso a ella por la falta de organización de los mismos productores y

- comercializadores donde puedan realizar las operaciones de acopio, picado, secado y almacenamiento de la yuca.

CAPITAL:

Los productores y comercializadores de yuca de la vereda la Represa manifestaron que el capital de trabajo es propio, motivo por el cual no aumentan el área de siembra por no contar con líneas de créditos fáciles que les permita aumentar áreas de siembra y ampliar su negocio.

Ante la falta de un sistema de **MERCADEO:**

OFERTA:

- El valor por tonelada de la materia prima es variable por razones de materia seca, épocas de cosecha debido que todos sacan el producto para la misma temporada.
- No tienen un escalonamiento de siembra que les permita darle valor al producto.

DEMANDA:

- Los productores y comercializadores de yuca de la zona, no cuentan con mercado asegurado por no tener alianzas o convenios con otras entidades de este mismo proceso en el sector yuquero.
- En la zona se encuentra el dominio del producto en manos de los intermediarios que son los que adquieren la mayor utilidad en la cadena productiva de este cultivo.

Por lo general, una de las desventajas encontradas es la falta de organización de los productores y comercializadores del sector yuquero de la vereda la Represa y de un gremio que los represente en el municipio, la falta de gestión de sus líderes comunitarios, el no incremento de la unidad productiva agropecuaria y el no acceso a créditos por los requisitos y trámites ante la entidad competente.

En las ventajas el interés de los productores y comercializadores de yuca de la vereda la Represa en tener su propia empresa para ser gestores de su propio negocio y disminuir los intermediarios que se encuentran en la región, cuentan con predios propios para implementar el fomento del cultivo, vías en buen estado lo cual les va a permitir comercializar sus productos en cualquier temporada.

El aspecto de asistencia técnica y de mercadeo debe ser el punto de partida para el desarrollo del encadenamiento de los yuqueros y el empoderamiento socio empresarial, pero si no se cuenta con estas herramientas los productores y comercializadores de yuca tendrán limitantes, lo cual impide el incremento de la productividad, mejoramiento de la calidad del producto, suministro constante a las picadoras para su proceso de transformación en las pistas de secado artificial, ya que los aliados comerciales exigen calidad en la entrega de la materia prima y la puntualidad en su entrega durante todo el año y la retribución económica en el mercado.

Este análisis nos lleva directamente a formular la propuesta en la que deben trabajar los pequeños productores y comercializadores de yuca en forma organizada y mancomunadamente, y desarrollar de esta forma habilidades empresariales en la búsqueda de los enlaces de los mercados nacionales y aliados comerciales que le garanticen la compra de su producto.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la creación de una asociación de productores, comercializadores y transformadores de yuca en la vereda la represa; cuyo fin sea el de mejorar la calidad de vida de sus asociados y la de la comunidad misma y que sean representados como personas jurídicas en los diferentes eventos de las cadenas productivas y lograr consolidar una empresa sostenible financiera y organizacionalmente.

Por lo que, los estudiantes en administración de empresa recomendamos para este equipo de emprendedores:

1. Aprovechar las capacitaciones que brinda el SENA y otras entidades para el mejoramiento de estos procesos productivos.
2. Crear su propia organización, a nivel asociativo, para mayor representatividad en la región.

3. Fortalecer la base social con productores y comercializadores de otras zonas de Córdoba.
4. Implementar sus propios núcleos de producción, transformación y comercialización de yuca en la zona, con el objetivo de generar mano de obra en la región y ser sostenible.
5. Gestionar proyectos productivos, convenios y alianzas con otras entidades a nivel local, regional y nacional.
6. Representatividad en la implementación de los mercados verdes o agricultura orgánica, que es la tendencia del mercado actual.
7. Integración con otros gremios de carácter asociativo.
8. Tener en cuenta que los sistemas tradicionales de producir y comercializar han evolucionado con el tiempo y son la asistencia técnica y la técnica del mercadeo las que pueden ayudar actualmente a lograr los objetivos de las unidades productivas.
9. A nuestra universidad (UNAD) que por medio del convenio con el SENA incentive y facilite el desarrollo de núcleos productivos comunitarios en aras

10. del mejoramiento socio-económico de las comunidades pobres de Córdoba y Sucre.

El trabajo desarrollado con esta comunidad de pequeños productores, está configurado como un proceso lento, pero a la espera de muchas satisfacciones; ya que debe convertirse en uno de los eslabones principales para el éxito de los programas en formación participativa en el sector agropecuario.

BIBLIOGRAFIA

1. www.ciat.cgiar.org/yuca/inicio.htm - 33k
2. Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005. © 1993-2004 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
3. www.ciat.cgiar.org/yuca/pdf/pelqable_curso_inter.pdf
4. www.clayuca.org/PDF/almidon_agrio_1.pdf
5. HARRINGTON, James – Administración total del mejoramiento continuo, la nueva generación, EE.UU., MC Grawhill, 1.987
6. FRANCO VALENCIA, Gerardo. Estadística descriptiva, Colombia Universidad de Cartagena, 1.997
7. CONTRERAS BUITRAGO, Marco E; VACA PERILLA, Manuel A; SABOGAL SABOGAL, Narciso. Fenomenología de la empresa. Editorial UNAD. Santa Fe de Bogotá, 1997.
8. CIFUENTES, Álvaro; CIFUENTES, Maria; SABOGAL SABOGAL, Narciso. Investigación de mercados. Editorial UNAD. Santa Fe de Bogotá, 1999.
9. RAMIREZ CARDENO, Carlos. Teorías y enfoques de la administración. Editorial UNAD. Santa Fe de Bogotá, 1998.

10. PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE 2000 A 2010. Momil
Córdoba. 2000.

11. CARNEGIE, Dale. Como ganar amigos e influir sobre las persona. Editora y
distribuidora hispanoamericana S.A. (EDHASA). EE.UU. 1976.
12. GARZON CASTRILLO, MANUEL. Planeación estratégica. Editorial UNAD.
2000.
13. DOMINGUEZ, Pedro Rubio. Introducción a la gestión empresarial –
fundamento teórico y aplicaciones prácticas. Editado Eumed.net
14. POT Municipal, 2005-2007

REFERENCIAS

Franco Valencia Gerardo. (1997). *Estadística descriptiva. Cartagena:*
Universidad de Cartagena.

Harrington James. (1987). *Administración total del mejoramiento continuo.*
EE.UU: Mc Graw Hill.

7. PROPUESTA

Montaje de una empresa tipo asociativo en la vereda la represa a través de la presentación del proyecto investigativo limitantes para la producción y comercialización de yuca en la vereda la represa en el municipio de san Andrés de sotavento

MUNICIPIO DE SAN ANDRES DE SOTAVENTO CÓRDOBA

VEREDA LA REPRESA

MARZO

2011

7.1. Presentación

Una vez analizado el proceso de investigación realizado por los estudiantes en administración de empresas de la UNAD nos permitió realizar los lineamientos y montaje de una empresa tipo asociativo en la localidad, para poder satisfacer las necesidades de la vereda la Represa y demás zonas vecinas del Municipio de San Andrés de Sotavento Córdoba en cuanto a la tendencia y fomento del cultivo de la yuca para la producción, transformación y comercialización del producto.

Esta propuesta se presenta con el fin de satisfacer las necesidades de los pequeños productores de la comunidad la Represa, esta es una organización de integración gremial a nivel regional como órgano de primer grado, de derecho privado sin ánimo de lucro, de naturaleza social y de representación, ajustada a la Constitución Política de Colombia y demás normas legales vigentes sobre organizaciones de tal índole, la duración de la empresa será de veinte (20) años, no obstante podrá prorrogarse, disolverse, y liquidarse mediante la autorización de la Asamblea General y las causales establecidas en la Ley o en sus estatutos.

De igual forma tendra como objetivo social promover, agremiar, y representar al sector agropecuario defendiendo los intereses y beneficios de los productores del país y desarrollar así el bienestar de sus asociados, familia y comunidad para mejorar su calidad de vida.

7.2. Objetivos

7.2.1. Objetivo general

Fomentar el sentido socio-empresarial con la implementación de una empresa tipo asociativa para la producción, transformación y comercialización de yuca y demás actividades del sector agropecuario en la vereda la represa para el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

7.2.2. Objetivos específicos

1. Capacitar y concientizar a los asociados en el manejo socio-empresarial.
2. Agremiar el mayor número de productores del sector agropecuario.

-
-
3. Incentivar y promover proyectos o programas sociales que generen bienestar a sus asociados, familia y comunidad.

MISIÓN

Fomentar al desarrollo del sector agroindustrial, organizacional, capacitando a los pequeños productores agropecuarios con el fin de fortalecer la producción, la agroindustria y la comercialización de sus bienes y servicios dentro de los principios de sostenibilidad económica, ambiental, cultural y social.

VISIÓN

Ser una organización sólida, líder y competitiva a nivel regional y nacional en el proceso de desarrollo productivo agroindustrial en representación a los pequeños productores con sentido de pertenencia cooperación, capacitación y gestión.

JUSTIFICACIÓN

En Colombia durante los últimos años el gobierno a través del ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, conjuntamente con otras entidades, han venido desarrollando en Colombia estrategias y alternativas para fomentar la modernización tecnológica y el desarrollo agroindustrial del cultivo de la yuca.

Por lo cual se presenta la propuesta que va encaminada al fortalecimiento socio y agro empresarial del municipio de San Andrés de Sotavento en el departamento de Córdoba, puesto que la actividad económica de nuestro municipio gira entorno a ciertas actividades las cuales podemos mencionar al sector de la agricultura en la implementación de los cultivos principales y promisorios de la zona tales como yuca, maíz, sorgo, fríjol, entre otros, asociaos de suma importancia en este sector, a la parte pecuaria en la ganadería de doble propósito carne - leche, y al sector de las artesanías a base de caña flecha (sombrero y fino vueltiao y demás accesorios).

Por otro lado, es importante el montaje de esta figura de nivel asociativo porque, va agremiar a todos los pequeños agricultores del sector, ya que en esta zona no se encuentran otras empresas que se dediquen a este tipo de actividades de producción, procesamiento y comercialización de este tubérculo. Nuestro propósito es eliminar de esta manera los intermediarios, dejándole mayores ingresos al pequeño productor, de igual forma se promueve la mano de obra no calificada en la generación de empleos directa e indirecta en estas comunidades netamente indígenas; pretendiendo un impulso social, ambiental, cultural y económicamente sostenible.

Con la puesta en marcha de este proyecto no se atentará contra el medio ambiente, ya que se trabajará con la aplicación del uso de las buenas prácticas agrícolas; en el manejo del proceso de secado se implementará la aplicación de las buenas prácticas de manufactura, para garantizar un producto de excelente calidad y satisfacción para la industria de balanceados y concentrados.

7.3. Estrategia de los investigadores

Se debe crear la empresa de tipo asociativo.

Se fomentará el desarrollo de los lineamientos para la creación y constitución de una asociación en la vereda la Represa perteneciente al Municipio de san Andrés de Sotavento departamento de Córdoba, una empresa asociativa la cual se responsabilizará por la prestación de servicio de producción, comercialización y procesamiento de la yuca, La gremial se denominará **ASOCIACIÓN DE PROCESADORES AGROPECUARIOS DE LA REPRESA “ASOAGROS”**, su duración será de (20) años a partir de la fecha de constitución, así mismo el plazo podrá ser prorrogable mediante autorización de la asamblea general.

La Asociación de Productores Agropecuarios, **“ASOAGROS”**, **tendrá como objeto social** promover, agremiar y representar al sector agropecuario defendiendo los intereses y beneficios de los medianos y pequeños productores de la región, estimulando el desarrollo y bienestar de los asociados, familia y comunidad, para mejorar su calidad de vida.

En el desarrollo del anterior objeto social la asociación podrá realizar las siguientes actividades:

1. Investigación, apropiación y aplicación de tecnologías de punta que conlleven al mejoramiento de la producción, transformación, comercialización de los productos agropecuarios de la región.
2. Obtener productos agropecuarios de buena calidad y presentación, educando al productor a reducir el uso de químicos en las labores de los cultivos.
3. Educar, capacitar y actualizar a los productores agropecuarios en actividades de producción, transformación comercialización, manejo y conservación de los recursos del medio ambiente.
4. Impulsar y fortalecer la comercialización de productos agropecuarios en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
5. Celebrar convenios, contratos, alianzas y acuerdos con entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, de beneficio social, tecnológico y económico que contribuyan al desarrollo de la asociación y sus asociados.
6. Incentivar y promover programas o proyectos sociales que generen bienestar a sus asociados, familia y comunidad.
7. Promover el suministro al asociado de herramientas, equipos e insumos agropecuarios necesarios y adecuados para la producción, transformación y comercialización de los productos.

8. Fomentar la aplicación sostenible de la agricultura orgánica a través de la elaboración y utilización de productos biotecnológicos.
9. Representar a los productores asociados ante instituciones gubernamentales y no gubernamentales, nacionales e internacionales de beneficio para los afiliados.
10. Participar y fomentar la integración y constitución de otras formas asociativas de orden nacional.
11. Todas las demás actividades que le sean confiadas por la junta directiva y la asamblea general de afiliados.

El patrimonio de la asociación estará integrado por:

1. Cuotas de afiliación que determine la asamblea de afiliados o la junta directiva.
2. Cuotas de sostenimiento que determine la junta directiva.
3. Aportes o donaciones que les hagan personas naturales o jurídicas, entidades de derecho público, derecho privado o mixtas, nacionales e internacionales.
4. Comisiones o beneficios que se obtengan de los servicios que presten a sus afiliados y comunidad.
5. Bienes muebles e inmuebles que adquieran para la prestación de sus servicios.

6. Bienes y rendimientos derivados de cualquier otra actividad que desarrollen dentro del marco de su objeto social.

División de la Empresa

La empresa tendrá cuatro áreas para el manejo interno y funcionamiento las cuales se clasificarán de la siguiente manera:

- a) Área producción
- b) Área comercialización.
- c) Área administrativa
- d) Área de acompañamiento técnico.

Planta de Personal Administrativa

Inicialmente la empresa funcionara con el siguiente personal administrativo:

- a) Un gerente
- b) Un contador
- c) Un auxiliar administrativo
- d) Una secretaria

La empresa funcionará con el siguiente personal técnico operativo

- a) Una máquina trozadora.
- b) Carpas plásticas
- c) 5 operarios.
- d) Un jefe de planta

La dirección y administración de la empresa.

La dirección, administración y vigilancia de la asociación serán ejercidas por los siguientes organismos:

- a) Asamblea general
- b) Junta directiva
- c) Revisor Fiscal

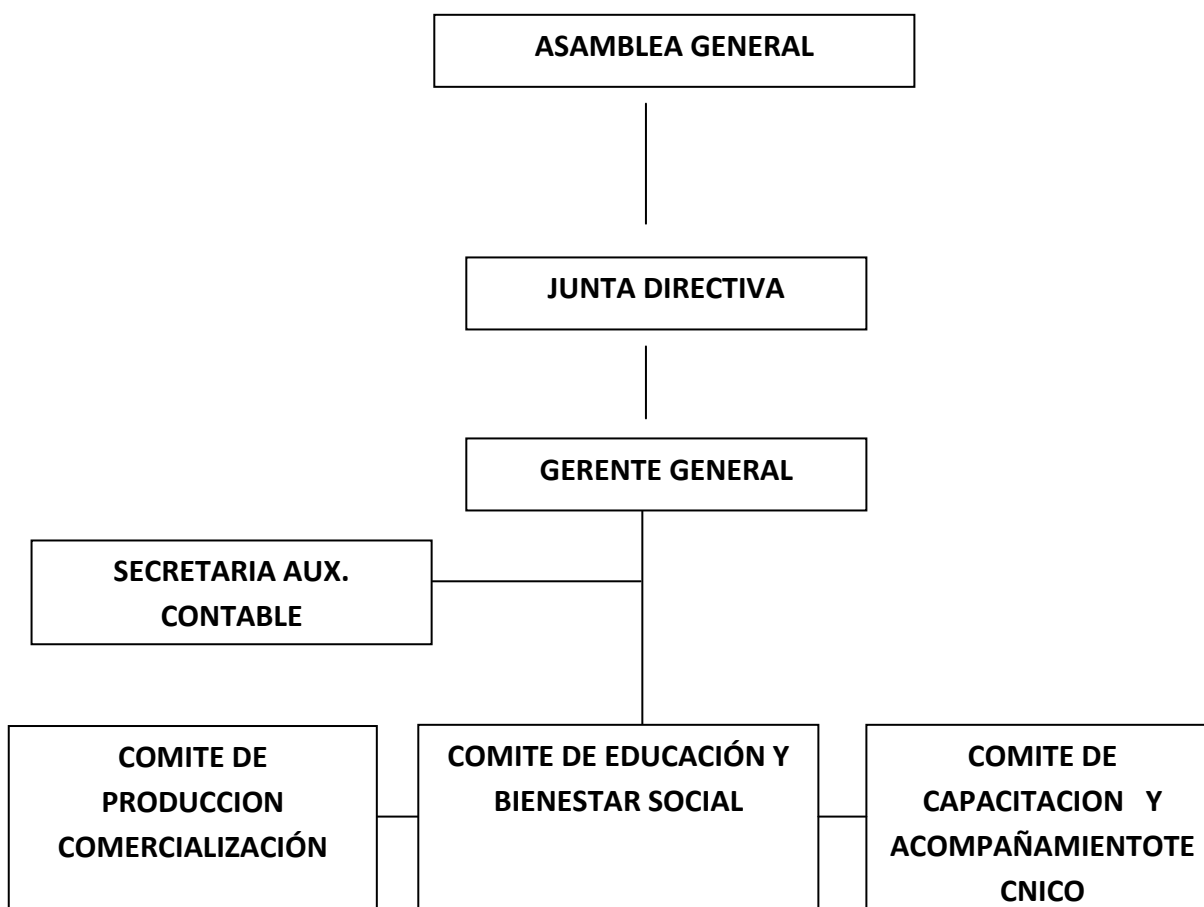
Serán organismos asesores de la asociación los siguientes comités, los cuales podrán crearse por disposición de la asamblea general:

- a) Comité de capacitación y acompañamiento técnico
- b) Comité de vigilancia.
- c) Comité de producción y comercialización.

ORGANIGRAMA DE LA ASOCIACIÓN DE PROCESADORES
AGROPECUARIOS DE LA REPRESA

“ASOAGROS”

Figura 19



CUADRO COMPARATIVO.

Tabla 21

COMPONENTE	DESCRIPCION
PRESENTACIÓN	PROCESAMIENTO YUCA SECA
RECOLECCIÓN Y TRANSPORTE	CAMIÓN-TRACTOR
ESPARCIDO	MANUAL
APROVECHAMIENTO	HORAS LUZ
DISPOSICIÓN FINAL	PLANTA DE SECADO
INSTITUCIONAL	EMPRESA REGIONAL

7.4. Alcance de la empresa.

Participación comunitaria, prestación del servicio de comercialización y procesamiento con un radio de acción de 30 kilómetros de la población de San Andrés; para la recolección y transporte se considera un camión de 12 TON, con una frecuencia de recolección de 2 veces diariamente y con recolección en los meses de noviembre-marzo, aprovechando la época seca y el ciclo productivo del cultivo de yuca.

Tabla 22

PRESUPUESTO DE UNA HA DE YUCA					
ITEM	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT	V. TOTAL
1	Arriendo	Ha	1	100000	100000
2	Mecanización	Ha	1	120000	120000
3	INSUMOS				
3.1	Semilla	Canales	10000	26	260000
3.2	PREEMERGENTE				
3.3	Profiuron	Ltrs	2	11000	22000
3.4	Karmex	Kg	1	8000	8000
3.5	POSTEMERGENTE				
3.6	Glifosato	Ltrs	2	13000	26000
3.7	Triple 15	Bulto	2	56000	112000
3.8	Costales	Bolsas	200	500	100000
3.9	Pitas	Rollo	1	8000	8000
4	MANO DE OBRA				
4.1	Siembra	Jornales	6	13600	81600

4.2	Aplicación preemergente	Jornales	4	13600	54400
4.3	Aplicación		4	13600	54400
4.3	Aplicación postemergente		4	13600	54400
4.5	Aplicación fertilizante		2	13600	26000
4.6	Limpias (1-2)		18	13600	244800
4.7	Cosecha		40	13600	544000
4.8	Transporte	Viaje	1	75000	75000
4.9	Asistencia técnica	Global	Global	30000	30000
	TOTAL				1866200

Tabla 23

PRESUPUESTO PARA UN NÚCLEO DE SECADO EN CARPA				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
ARRIENDO LOTE	MTS	2.5	200000	500000
PLACA DE CEMENTO 4 X 4 MTS.	MTS	1	3000000	3000000
MALLA ESLABONADA	MTS	100	17000	1700000
TUBOS GALVANIZADOS	TUBOS	17	45000	765000
MANO DE OBRA INSTALACIÓN MALLA	MTS	100	13600	1360000
PUERTA	GLOBAL	1	250000	250000
MÁQUINA PICADORA	GLOBAL	1	3000000	3000000
MOTOR TRIFASICO (7.5 HP)	GLOBAL	1	1000000	1000000
CARPA CALIBRE 5	MTS	2000	1470	2940000
CARPA CALIBRE 7	MTS	2000	1650	3300000
CARRETILLAS METALICAS		2	150000	300000
PALAS METALICAS		2	20000	40000
RASTRILLOS DE CAUCHO		2	9000	18000
CANECAS PLASTICAS		2	1500	3000
BASCULAS		1	900000	900000
TOTAL				19076000

Tabla 24

TABLA DE GASTOS ADMINISTRATIVOS				
GERENTE	UNIDAD	CANTIDAD	V/UNITARIO	14,688,000
SECRETARIA	MESES	12	1224000	4,896,000
CONTADOR	MESES	12	408000	3,600,000
ASEADORA	MESES	12	300000	2,448,000
CELADOR	MESES	12	204000	2,448,000
PAPELERÍA	MESES	12	204000	240,000
ASISTENTE TÉCNICO	MESES	12	20000	3,000,000
SERVICIOS PÚBLICOS	MESES	3	60000	180,000
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN				31,500,000

Tabla 25

CUADRO DE VENTAS					
ITEM	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
1	EMPAQUES	BOLSAS	200	500	100000
2	ACARREOS	GLOBAL	BLOBAL	60000	60000
3	PUBLICIDAD	GLOBAL	BLOBAL	200000	200000
	TOTAL				360,000

7.5. Evaluación financiera del proyecto

Valor presente neto (vpn)

$$V_{pn} (t_{mar}) = [fne_1/(1+t_{mar})^1] + [fne_2/(1+t_{mar})^2] + [fne_n/(1+t_{mar})^n] - p$$

El VPN es la cifra monetaria que se tiene en el momento después de haber recuperado la inversión inicial.

Si VPN > 0, la alternativa se acepta (el proyecto es rentable)

Si VPN < 0, la alternativa se rechaza (el proyecto no es rentable)

Si VPN = 0, la alternativa es indiferente (se puede rechazar o aceptar la alternativa)

En el proyecto en cuestión el VPN fue de **\$ 132, 618,053** (mirar tabla flujo de caja del proyecto), lo que significa que éste es el valor que se tiene en el presente (en el momento) después de haber recuperado la inversión inicial que en este proyecto fue de **\$ 4, 900,000**.

Tasa interna de retorno (tir)

Es la tasa que hace el VPN = 0, o también la tasa de interés que iguala el valor presente de los flujos descontados con la inversión.

$$VPN_{(TMAR)=0} = [FNE_1/(1+TIR)^1] + [FNE_2/(1+TIR)^2] + [FNE_n/(1+TIR)^n] - P$$

$$P = [FNE_1/(1+TIR)^1] + [FNE_2/(1+TIR)^2] + [FNE_n/(1+TIR)^n]$$

SI $TIR > TMAR$, el proyecto se debe aceptar ya que, el inversionista obtiene un rendimiento mayor que el exigido.

SI $TIR = TMAR$, el proyecto se debe aceptar ya que, el inversionista gana lo que exactamente quería ganar.

SI $TIR = 0$, el proyecto se debe rechazar ya que, el inversionista gana menos de lo que quería ganar.

Podemos concluir que 873% (resultados obtenidos en Excel) > 20% (nuestra TMAR o Tasa de Oportunidad), el proyecto se debe aceptar, estamos obteniendo en este proyecto un súper rendimiento, debido, ya que 873% es muchísimo mayor que 20%.

Relación beneficio costo (b/c)

Relaciona el Valor Presente De Los Ingresos y el Valor Presente De Los Egresos; si el resultado de esta relación es $>$ que 1, el proyecto es viable, en caso contrario no.

$$b/c = (vpn) (i) / (vpn) (e)$$

El Valor Presente De Los Ingresos **(VPN) (I)** también fue hallado en la hoja de cálculo Excel, fue de **\$ 247,357,950.35**, lo mismo se hizo con el Valor Presente De Los Egresos **(VPN) (E)** fue de **\$ 109,920,945.43**

$$B/C = (VPN) (I) / (VPN) (E) = \$ 247, 357,950.35 / \$ 109, 920,945.43 = \$ 2.25$$

El resultado fue de **\$ 2.25**, lo que quiere decir que por cada (1) peso invertido, el inversionista le genera un valor presente de \$ 1.25 de riqueza adicional. En otras palabras, por cada \$ 1 invertido, se obtiene una ganancia de \$ 1.25.

Tabla 26

INVERSIÓN INICIAL	
MÁQUINA PICADORA	3,000,000
MOTOR TRIFÁSICO (7.5 HP)	1,000,000
BASCULAS	900,000
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	4,900,000

Tabla 27

INGRESOS (Primer Año)	
INGRESOS X VENTA	CONCEPTO
70,000,000	YUCA FRESCA
6,300,000	YUCA SECA
76,300,000	TOTAL INGRESOS

Tabla 28

COSTOS OPERACIONALES (Primer Año)		
GASTOS DE PRODUCCIÓN	M.O	1,110,200
	MATERIALES	536,000
	MANTENIMIENTO	300,000
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	GASTOS ACTIVOS (SUELDOS)	31,500,000
GASTOS DE VENTAS	GASTOS DE VENTAS	360,000
ARRIENDO		100,000
TOTAL COSTOS OPERACIONALES		33,906,200

Tabla 29

DEPRECIACIÓN MAQUINARIA	
TOTAL MAQUINARIA	4,900,000
DEPRECIACIÓN	490,000

Tabla 30

IMPUESTOS CAUSADO (Cámara de comercio)
150,000

Tabla 31

AMORTIZACIONES	
INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES	
ITEM DE INVERSIÓN	COSTOS
GOOD WILL	300,000
FORMULACIÓN DEL PROYECTO	300,000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	150,000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	750,000

Tabla 32

AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS		
ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO DE AMORTIZACIÓN	COSTO DEL ACTIVO
Gastos preoperativos	5 años	750,000
VALOR AMORTIZACIÓN ANUAL	150,000 = (750,000 / 5)	

Tabla 33

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO SIN FINANCIACIÓN

Términos Corrientes

(Recursos Propios del Inversionista \$)

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Inversión Inicial	4,900,000						
Ingresos		76,300,000	80,038,700	83,960,596	88,074,666	92,390,324	
(-) Costos Operacionales		33,906,200	35,567,604	37,310,416	39,138,627	41,056,420	
(-) Depreciación		490,000	490,000	490,000	490,000	490,000	
(=) U. A. I.		41,903,800	43,981,096	46,160,180	48,446,039	50,843,905	
Impuestos Causados		150,000	157,350	165,060	173,148	181,632	
(-) Impuestos Pagados			150,000	157,350	165,060	173,148	181,632
(+) Depreciación		490,000	490,000	490,000	490,000	490,000	
(+) Amortización de Diferidos		150,000	157,350	165,060	173,148	181,632	
(=) FLUJO NETO DE EFECTIVO	-4,900,000	42,543,800	44,478,446	46,657,890	48,944,127	51,342,389	-181,632

Tabla34

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	=	873%
VALOR PRESENTE NETO (VPN) (20%)	=	\$ 132,618,053
VALOR PRESENTE NETO DE LOS INGRESOS (VPN) (I)	=	\$ 247,357,950.35
VALOR PRESENTE NETO DE LOS EGRESOS (VPN) (E)	=	\$ 109,920,945.43
RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)	=	\$ 2.25

Tabla 35

Inflación 2004	5.50%
Inflación 2005	4.86%
Inflación 2006	4.48%
SUMATORIA	14.84%
PROMEDIO	4.9%



ANEXOS

DEBIDO AL PESO DE LAS IMÁGENES Y PARA MAYOR FACILIDAD Y COMODIDAD TODOS LOS ANEXOS DE ESTE TRABAJO INVESTIGATIVO SE ENCUENTRAN ADJUNTOS EN UN ARCHIVO LLAMADO "ANEXOS" CON CÓDIGO DE ACCESO No 230225. PAGINADAS DESDE LA "-1-" HASTA LA "-37-".