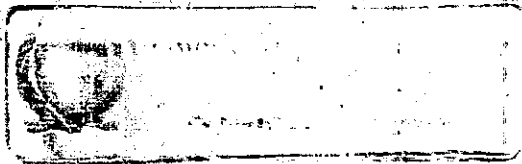


338:1  
P436

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS BASICOS DE LA  
DEPRESION MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION

63359



RAFAEL PEREIRA PEREZ  
IRIS PAYARES SUEVIS

S C I B

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
CARTAGENA

000

1993

2

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS BASICOS DE LA  
DEPRESION MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION

RAFAEL PEREIRA PEREZ  
IRIS PAYARES SUEVIS

Trabajo de grado presentado  
como requisito parcial para  
optar el título de Economis-  
ta.

Asesor Presidente:

Pablo Serpa Alvarez

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
CARTAGENA

1993

3

COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS BASICOS DE LA  
DEPRESION MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION

RECTOR: JAIME TRUCCO LEMAITRE

DECANO: EUSTORGIO GONZALEZ GOMEZ

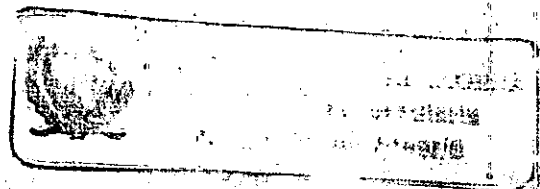
SECRETARIO ACADEMICO: ALVARO BARCO GOMEZ

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

CARTAGENA

1993



Donado por la U.F. de Economía Julio 29 1993

Cartagena, 10 de febrero de 1993

Señores  
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad de Cartagena  
E.S.D

Apreciados señores:

Presentamos a su consideración nuestro anteproyecto de tesis titulado: COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS DE LA DEPRESION MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION, para su estudio y aprobación correspondiente.

Atentamente,

Rafael Pereira Perez  
RAFAEL PEREIRA PEREZ

Iris Payares Suevis  
IRIS PAYARES SUEVIS

Cartagena, 2 de abril de 1993

Señores  
MIEMBROS DEL COMITE DE GRADUACION  
Facultad de Ciencias Económicas  
Programa de Economía  
Universidad de Cartagena  
E. S. D.

De la manera más cordial nos dirigimos a Ustedes con el fin de presentarles nuestra tesis de grado titulada "COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS BASICOS DE LA DEPRESION MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION"; para que sea sometida a estudio y aprobación con el fin de optar el título de ECONOMISTA.

Agradeciendo la atención y colaboración que se sirvan prestar a la presente,

Atentamente,

  
RAFAEL PERERA PEREZ

  
IRIS PAYARES SUEVIS

6

Cartagena, 2 de abril de 1993

Señores  
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION  
Facultad de Ciencias Económicas  
Programa de Economía  
Universidad de Cartagena  
E. S. D.

Apreciados señores:

Por medio de la presente me permito someter a su consideración la tesis de grado titulada "COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS BASICOS DE LA DEPRESION MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION", del cual fui honrosamente designado Asesor por los estudiantes egresados de la Facultad de Ciencias Económicas RAFAEL PEREIRA PEREZ e IRISID PAYARES SUEVIS, quienes lo presentan a ustedes para optar el título de ECONOMISTA.

Cordialmente,

  
DABLO SERPA ALVAREZ  
Asesor Presidente

7

Cartagena, 10 de febrero de 1993

Señores  
MIEMBROS COMITE DE GRADUACION  
Facultad de Ciencias Economicas  
Universidad de Cartagena  
E. S. D.

Apreciados señores:

Me permito comunicarles que he sido escogido por los egresados del programa de Economía:  
Rafael Pereira Pérez e Iris Payares Suevis, como su asesor en su proyecto de tesis titulado:  
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS DE LA DEPRESION MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION.

Atentamente,



PABLO SERPA ALVAREZ  
Economista

**DEDICATORIA**

Dedico este triunfo a mis padres y hermanas, quienes me han ofrecido su apoyo incondicional.

Una dedicatoria muy especial a Dios y a mi Madre ZENITH SUEVIS DE PAYARES, a quienes hago dueños de todos mis logros.

Dedico también este triunfo al Principe de mis Mareas, por quien he profesado un verdadero amor y sentimientos.

IRIS DEL CARMEN PAYARES SUEVIS.



9.

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi padre RAFAEL PEREIRA RAMOS, mi madre DEYANIRA PEREZ DE PEREIRA y muy especialmente a KARINA AMAYA LEAL, ASSENETH MARIA JIMENO Y MARTHA LUCIA BALLESTA I.; que de una u otra forma me apoyaron para el cumplimiento de este trabajo, a quienes deseo dejar plasmadas las siguientes líneas:

Cada uno en esta vida recoge exactamente lo que siembra, debemos vivir con sencillez y pensar con grandeza porque para salir adelante no hay que celebrar éxitos sino superando fracasos, no solo lo que aprendes es lo que hace que tu vida sea ideal, debes poner en práctica lo que aprendes, lo que te dará la verdadera felicidad y éxito en tu vida.

A todos los recordaré HOY Y SIEMPRE.

RAFAEL PEREIRA PEREZ

**AGRADECIMIENTOS**

Los autores expresan sus agradecimientos

A PABLO SERPA ALVAREZ, Asesor Presidente.

A LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA, por su enseñanza

A KARINA AMAYA LEAL, por su colaboración en la transcripción del presente trabajo.

A OMAIRA MIRANDA Y CELIA BUENDIA y a todas las demás personas que directa o indirectamente estuvieron con nosotros en la realización de nuestra investigación.

A DIOS quien se ha posado sobre nosotros para dotarnos de humildad, fuerza, voluntad y sabiduría para seguir adelante.



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA  
FUNDADA EN 1.827

11  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACION  
ECONÓMICA Y SOCIAL  
CIESES  
APARTADO AEREO  
TELÉFONO 845774  
COMUTADOR 354436 E 77  
CARTAGENA - COLOMBIA

PARA: COMITE DE GRADUACION - FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS

DE: RAFAEL PEREIRA PEREZ E IRIS PAYARES SUEVIS

PROGRAMA: ECONOMIA

ASUNTO: INSCRIPCION DE ANTEPROYECTO

FECHA: ENERO, 14 DE 1993

TITULO: COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS DE LA DEPRESION

MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION

Mediante el desarrollo de esta investigación se busca responder el siguiente interrogante: ¿ Están los municipios de la Depresión Momposina en condiciones de aceptar el reto de comercializar sus productos básicos en el mercado regional, nacional y de proyectarse al mercado internacional.

OBJETIVOS GENERALES: Presentar posibles alternativas tendientes a la búsqueda de una mayor eficiencia en los procesos de producción, comercialización de los productos agrícolas propios de la Depresión Momposina hacia el mercado regional, nacional y/o internacional de acuerdo a las características físicas y socio-económicas.

JUSTIFICACION Hemos destinado nuestra investigación hacia la forma como se lleva a cabo el proceso de comercialización de los productos agrícolas básicos en la zona de la Depresión Momposina y a su vez pretendemos presentar una mayor orientación al campesino en las áreas de mercadeo y comercialización debido a que un gran número de éstos carece de conocimientos necesarios para hacer eficaz estos procesos y obtener óptimas utilidades.



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA  
 FUNDADA EN 1827

12

DIRECCION: CENTRO, CRA. 6  
 No. 36-100  
 TELEFONOS: 654486 - 654772  
 654774 - 654776  
 APARTADOS: AEREO 1382  
 POSTAL 195

CARTAGENA, COLOMBIA

Abril 23 de 1993

Señor Profesor  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
 E. S. M.

Estimado doctor:

El Comité de Graduación se rige por un calendario que, una vez acordado se torna de obligatorio acatamiento tanto para los Alumnos como para los Docentes y Administrativos de la Facultad.

Por lo anterior, le agradecemos el cumplimiento estricto del término de devolución del Proyecto que se le ha entregado para su evaluación y calificación.

Se le recomienda no dejar esta tarea para última hora, ya que si el proyecto requiere alguna modificación, es conveniente emitir el concepto oportunamente para que los Autores puedan corregirlo de acuerdo con las observaciones formuladas por los Jurados y así se minimice la probabilidad de que los Egresados queden por fuera del plazo previsto para las sustentaciones.

Ningún Egresado cuyo proyecto esté pendiente de calificación será llamado a sustentación. Salve usted su responsabilidad haciendo entrega a tiempo de su concepto al DIES.

Cordialmente,

*Eustorgio González Vargas*  
**EUSTORGIO GONZALEZ VARGAS**  
 Decano  
 Facultad de Ciencias Económicas  
 Universidad de Cartagena  
 República de Colombia

Vicky de A.

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA  
 Decanato  
 Facultad de Ciencias Económicas  
 Calle 100 No. 36-100  
 Cartagena de Indias

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS DE LA  
DEPRESION MOMPOSINA Y ALTERNATIVAS DE  
SOLUCION

Rafael Pereira Pérez  
Iris Payares Suevis

Anteproyecto de tesis  
presentado al comité  
de graduación.

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
PROGRAMA DE ECONOMIA

Cartagena, febrero 10 de 1993

TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
0. INTRODUCCION	
0.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA	1
0.2 DELIMITACION DEL PROBLEMA	2
0.2.1 DELIMITACION FORMAL	3
0.2.1.1 EN EL TIEMPO	3
0.2.1.2 EN EL ESPACIO	3
0.2.2 DELIMITACION MATERIAL	3
0.2.2.1 VARIABLE DEPENDIENTE	3
0.2.2.2 Variable Independiente	3
0.3 Justificación de la Investigación	4
0.4 Objetivos de la Investigación	5
0.4.1 Objetivo General	5
0.4.2 Objetivos Específicos	5
0.5 Marco Teórico	6
0.6 Formulación de Hipótesis	12
0.6.1 Hipótesis General	12
0.6.2 Hipótesis de Trabajo	12

	Pag.
0.7 Operacionalización de Hipótesis	13
0.7.1 Definiciones conceptuales	13
0.7.2 Definiciones operativas	15
0.8 Metodología	15
0.8.1 Tipo de Investigación	15
0.8.2 Diseño de la Investigación	16
1. Aspectos Generales de la Depresión Momposina	17
1.1 Ubicación	17
1.2 Relieve y suelos	18
1.3 Climatología	19
1.4 Hidrografía	20
1.5 Actividad económica de la región	21
1.5.1 Actividad Agrícola	22
1.5.2 Actividad Pecuaria	25
1.5.3 Actividad Pesquera	27
1.5.4 Actividad Minera	30
1.5.5 Actividad Turística	30
1.6 Problemática que afronta la zona	31
1.6.1 Problemática de tenencia de la tierra	31
1.6.2 Falta de asistencia técnica	33
1.6.3 Ausencia de métodos de riego	34
1.6.4 Ausencia de apoyo financiero	35
1.6.5 Carencia de organizaciones productoras	36
1.6.6 Inseguridad social	36
1.6.7 Ausencia de infraestructura vial adecuada	37
1.7 Tipos de organizaciones existentes	37

	Pag.
2. Comportamiento de la Oferta y la Demanda de los productos tradicionales	40
2.1. Comportamiento de la Oferta	40
2.1.1. Características de la Oferta	40
2.1.2. Producción anual de cosechas por hectárea	41
2.1.3. Producción anual de Pancoger	45
2.1.4. Producción anual de cultivos intensivos	46
2.2. Comportamiento de la demanda	
2.2.1. Consumo local	48
2.2.2. Consumo nacional	50
2.2.3. Consumo externo	53
2.4. Rendimiento de producción anual (ton/has)	54
3. Estructura de precios, ventas, y políticas de comercialización	58
3.1. Estructura de precios	58
3.1.1. Costos de producción	58
3.1.2. Costos de transporte	67
3.2. Ventas	70
3.2.1. Formas de venta	72
3.2.2. Sistema de venta	73
3.2.2.1. Papel del intermediario	78
3.2.2.2. Cooperativas	80
3.2.2.3. Centros de Acopio	83
3.3. Políticas de comercialización	84
3.3.1. Política de precios	84
3.3.2. Políticas de distribución	87
4. Problemática de comercialización y alternativas de solución.	90



	Pag.
4.1 Problemática frente a la comercialización	90
4.1.1 Problemática frente a la acumulación de los productos	92
4.1.2 Problemática frente a la acumulación de la comercialización	94
4.1.3 Problemática frente a los costos de los Insumos	100
4.2 Alternativas de solución	102
4.2.1 Participación de los productores en Asociaciones	102
4.2.2 Integración de los productores	104
4.2.3 Participación del Estado	107
4.2.4 Capacitación Organizativa, Empresarial y Técnica	108
4.2.4.1 Capacitación Organizativa	108
4.2.4.2 Capacitación Empresarial	111
4.2.4.3 Capacitación Técnica	113
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6. ENCUESTA	
7. ANEXOS	
BIBLIOGRAFIA	

INDICE DE CUADROS

	Pag.
CUADRO No. 1 Superficie cultivada (1990).	23
CUADRO No. 2 Características de la Oferta.	41
CUADRO No. 3 Producción agrícola (1990).	42
CUADRO No. 4 Producción anual por hectáreas cultivadas.	44
CUADRO No. 5 Destino de la producción agrícola	47
CUADRO No. 6 Rendimiento Kgs (Ton/Has)	55
CUADRO No. 7 Insumos utilizados en la producción.	59
CUADRO No. 8 Relación Costos de Producción y la extensión de la unidad doméstica en explotación.	64
CUADRO No. 9 Gasto de transporte de los productores.	68
CUADRO No.10 Mercado de los productos.	75

INTRODUCCION

Siempre se ha hablado de la Depresión Momposina como una región poseedora de una riqueza inmensa, por la calidad de sus tierras, con unos resultados insospechados, pero que no han podido ser desarrollados por múltiples causas.

Ante el proceso de descentralización y una cada vez mayor participación de la comunidad en procesos de autogestión, se hace necesario evaluar lo que se tiene para poder planear una eficiente gestión de desarrollo que permita mejorar los niveles de vida de los habitantes de la región. Esto motiva a realizar un estudio donde se planteen posibles alternativas de solución para el problema de comercialización que aqueja a la zona.

El proyecto comprende cuatro (4) capítulos, cada uno con una precisión continua hacia la búsqueda de los objetivos del mismo.

En un primer capítulo de generalidades se presenta la

ubicación; las características de relieve y suelos; climatología; hidrografía; la actividad económica de la región, donde prevalece la actividad agropecuaria; la problemática general que afronta la zona y que de una u otra forma obstaculizan el proceso de comercialización de los productos básicos. En una segunda parte encontramos el comportamiento de la Oferta y la Demanda de los productos tradicionales, siendo los más sobresalientes el arroz, ajonjolí, frijol, yuca, maíz y frutas, especialmente los cítricos, los cuales representan una alta producción en esta zona.

Para el análisis del capítulo tendremos en cuenta entre otros, la producción anual de PANGOGER, la producción de cultivos intensivos, al igual que la demanda de los productos en los niveles local, regional, nacional y la posibilidad de exportación de los mismos.

En el tercer capítulo se enmarca la estructura de precios donde se analizan los costos de producción y de transporte; las clases de ventas o diferentes canales de comercialización utilizados por los productores de la zona y las políticas de comercialización o distribución.

Un último capítulo analiza la problemática que afrontan estos productores en materia de comercialización, y así

asi mismo de plantear alternativas de solución que permitan alcanzar un grado de desarrollo en esta zona del país.

0.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA

Al hablar de la Depresión Momposina obligadamente tenemos que referirnos a su configuración geográfica y climática, y a la forma con ésta incide en la producción agrícola. Por esto se parte de la base que el área propia de este proyecto se encuentra enmarcada dentro de una red fluvial formada por los ríos Magdalena, Cauca, San Jorge y sus diversos afluentes, además de innumerables caños, ciénagas, lagunas y brazos como el brazo de Loba, el brazo de Chicagua y el brazo de Mompós.

Estas características geográficas, climáticas y de suelos de la zona han sido aprovechadas para el desarrollo agrícola, pero, son también características que en determinado momento pueden tomarse como un problema debido a que en épocas invernales el territorio se inunda, adquiriendo así un aspecto lacustre. Se puede decir que como consecuencia de ello la producción agrícola sea estacional y de carácter incierto.

23

De igual manera la Depresión Momposina, en su proceso de comercialización presenta una gama de situaciones que obstaculizan el ágil tránsito de productos de manos del productor al consumidor final. La inexistencia de una infraestructura vial que facilite el transporte de los productos, minimizando el tiempo y los riesgos, al igual que los altos costos de transporte, son factores que van en detrimento del proceso de comercialización aunándose además otros factores como son: la insuficiencia de la cobertura de los centros de Acopio, la falta de iniciativa hacia la creación de unas cooperativas de mercadeo agrícola y otras formas asociativas, que conlleven a los habitantes de la región a participar activamente en el desarrollo de la misma. Junto a lo anterior tenemos también la falta de apoyo técnico y financiero, que son factores desestimulantes para cualquier actividad comercializadora en el ámbito regional, y alejándose también la posibilidad de llevar productos al mercado internacional en estos tiempos de apertura.

Descritos algunos factores problemáticos de importancia nos formulamos el siguiente interrogante:

¿Están los municipios de la Depresión Momposina en condiciones de aceptar el reto de comercializar sus productos básicos en el mercado regional, nacional y

de proyectarse al mercado internacional?.

## 0.2 DELIMITACION DEL PROYECTO

### 0.2.1 DELIMITACION FORMAL

#### 0.2.1.1 En el tiempo

La investigación estará enmarcada entre los años 1985 y 1992.

#### 0.2.1.2 En el espacio

El área geográfica que abarcará la investigación es la denominada Depresión Momposina, comprendiendo los municipios de Talagüa Nuevo, Margarita, San Fernando y Mompos.

### 0.2.2 DELIMITACION MATERIAL

#### 0.2.2.1 Variable Dependiente

Mejor posicionamiento de los productos en los mercados regionales, nacionales e internacionales, para el logro de un mejor desarrollo del sector agrícola.

#### 0.2.2.2 Variables Independientes.

- Creación de centros de Acopio.
- Creación y consolidación de cooperativas de producción y mercadeo.
- Disminución en los costos de transporte.
- Adecuación de la infraestructura física vial.
- Capacitación del campesino productor.
- Consolidación de las cooperativas existentes.



25

### 0.3 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Teniendo en cuenta que la base de nuestra economía es la agricultura, hemos destinado nuestra investigación hacia la forma como se lleva a cabo el proceso de comercialización de los productos agrícolas básicos en la zona de la Depresión Momposina.

Se pretende con la misma presentar pautas que sirvan de apoyo para la realización de futuros programas de comercialización y planes de desarrollo de este sector del departamento de Bolívar; facilitando así los procesos emprendidos por los agricultores de la zona.

Se pretende además, presentar una mayor orientación al campesino en las áreas de Mercadeo y Comercialización, debido a que un gran número de éstos carece de los conocimientos básicos necesarios para hacer eficaz estos procesos y obtener óptimas utilidades.



## 0.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

### 0.4.1 OBJETIVO GENERAL.

Presentar posibles alternativas tendientes a la búsqueda de una mayor eficiencia en los procesos de producción, comercialización y distribución de los productos agrícolas propios de la Depresión Momposina hacia los mercados regional, nacional y/o internacional, de acuerdo con sus características físicas y socio-económicas.

### 0.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Presentar en forma general los aspectos más importantes sobre la Depresión Momposina que inciden en la producción y comercialización de sus productos básicos.
- Conocer el comportamiento de la Oferta y la Demanda de los cítricos y granos de la región y determinar la clase de producción por períodos.
- Examinar la estructura de precios implantados, como también las ventas y las políticas de comercialización y distribución.
- Analizar las organizaciones existentes entre los productores para determinar su problemática frente a

la comercialización

- Determinar la estructura de costos de producción y el tipo de transporte y su incidencia en la determinación de los precios.

#### 0.5 MARCO TEORICO

La Apertura Económica es una estrategia de desarrollo cuya prueba de consistencia puede medirse en términos de su contribución a la disminución en la tasa de desempleo, al crecimiento competitivo de la economía, una modernización de su aparato productivo y a la conquista de nuevos espacios en los mercados internacionales. Claro está, determinando posibles riesgos presentados en el proceso, dado que existirán actividades económicas que habrán de desaparecer y que requieren de recursos para enfrentar estos grandes ajustes hechos por nuestra economía de la manera más traumática y algunas veces incierta.

Para el sector industrial y especialmente el manufacturero, se habla de apoyo al desarrollo tecnológico, la inversión y el desarrollo económico, etc. En lo que respecta al sector agropecuario, se debe entonces acudir a apoyos nacionales y extranjeros, que son necesarios para ajustar a este sector al nuevo contexto competitivo.

22

Además, para implantar la apertura en el sector agrícola se requiere de una modernización de nuestra agricultura, de manera que nuestros productos puedan entrar a competir en los mercados internacionales como mayor perspectiva.

Según el presidente de la Sociedad de Agricultores de Colombia -SAC-, "La apertura económica no debe ser motivo de alarma para los agricultores. Por el contrario, su aplicación podrá conducir a la renovación de sobrecostos, a modernizar los sistemas de explotación de la tierra y de acopio, almacenamiento, procesamiento y comercialización de sus productos".

Esta es una teoría que a simple vista puede entusiasmar y conquistar al productor, pero, que si la vemos de una manera más objetiva y real empezarian a surgir una serie de interrogantes que fácilmente pueden dejarla en entredicho. Eso si tomamos como punto de partida lo concerniente a la financiación de tal modernización, además, ¿Está nuestro sector agrícola en condiciones de aceptar este gran reto, dado que en los actuales momentos presenta problemas de distribución?. Tal es el caso de la ausencia de una ordenada infraestructura vial, fundamentalmente en épocas de invierno ocasionando embotellamientos que sufren algunas zonas, especialmente

19  
con los cítricos, en donde se pierde gran cantidad del producto.

Por otra parte, ¿Se ajusta la producción agrícola a las necesidades del mercado en cuanto a la forma, tamaño y peso del producto y sobre todo a cubrir la demanda de estos en el exterior?. Este es otro de los interrogantes al que debemos hacerle frente y presentar alternativas tendientes a cubrir estas necesidades dado que nuestros campos no son lo suficientemente tecnificados y mucho menos el productor campesino tiene pleno conocimiento de lo que significa el verdadero proceso de comercialización de sus productos; proceso en el cual se debe tener en cuenta los beneficios de tiempo y lugar.

Otro aspecto que se debe tener presente en la comercialización es la calidad del producto, de lo cual dependerá en gran medida su precio y la demanda del mismo en los mercados internacionales. Para ello el gobierno colombiano, a través de sus ministerios de Comercio Exterior, Agricultura, y Hacienda, deberá adelantar programas de apoyo financiero y técnico, con el fin de mejorar y adecuar nuestros campos y desarrollar un tipo de agricultura empresarial o a gran escala.

Colombia es un país rico en suelos. Un ejemplo de ello

30

es la región de la Depresión Momposina, ubicada en el centro del departamento de Bolívar, caracterizada por la diversidad de suelos, aptos para sembrar gran diversidad de productos, pero que al igual que la mayoría de nuestros campos, carece de una total asistencia técnica, utilización óptima de suelos, abonos y fertilizantes que permitan aumentar la rentabilidad para el desarrollo del área de producción y los ingresos.

En la comercialización y mercadeo de sus productos como se plantea en el problema, presenta deficiencias en la distribución, al igual que la estacionalidad en la producción por falta de incentivos; la no adecuada organización de los productores y un sistema de información de precios que permita conocer los mercados.

Es por ello que se propone en esta investigación la creación de Centros de Servicio de Comercialización por parte de los productores, y que estos intervengan en forma directa en dicho proceso; al igual que la creación y consolidación de Cooperativas de producción y mercadeo, las cuales ofrecen al productor un mayor control sobre la producción y distribución de sus cosechas, con la esperanza de reducir costos y ejercer influencias favorables sobre la Demanda. Estas cooperativas tienden a colocar a sus miembros más a la par con los manufac-

31

tureros en cuanto al control sobre los canales de mercadeo.

La mayoría de estas cooperativas se establecen para ocuparse de la clasificación y empaque de las cosechas de sus socios y generalmente realizan estas actividades a costos más bajos de los que podrían lograr sus socios individualmente.

Otros beneficios que ofrecen las cooperativas es la concentración del producto en sus bodegas, los anticipos de efectivo en cuanto los productores entregan sus cosechas en los almacenes de las cooperativas, etc.

CICABOL es un claro ejemplo del tipo de cooperativas de mercadeo la cual fué constituida en 1989 por aprobación de un proyecto regional de mercadeo de la Depresión Momposina, cuya finalidad era actuar como ejecutor comercial.

Desde sus inicios hasta 1991 venía ofreciendo los beneficios antes planteados pero a partir de este mismo año se ha observado que la entidad viene atravesando por una crisis debido a problemas internos y a que la creación de FINAGRO dejó sin capital de trabajo a CICABOL, afectándola gravemente en su estructura financiera.

durante casi todo ese año.

Esta situación ha dado origen a que la cooperativa tome otro rumbo y no comercialice directamente sino que preste asistencia técnica a la comercialización, ofreciendo a los productores sistemas de secamiento de granos, clasificación y bodegaje.

Un aspecto muy importante y que poco se ha tocado hasta ahora, es el concerniente a la parte financiera, más concretamente, la consecución de créditos.

Hasta 1988, esta región se benefició del crédito para la producción otorgado por el DRI y el INCORA, siendo la Caja Agraria la entidad financiera que maneja la colocación de créditos y la asistencia técnica. Se distribuyó para la región un promedio de \$300.000.000.00, beneficiando a un total de 336 usuarios, clasificados de la siguiente manera:

<u>MUNICIPIOS</u>	<u>No. DE BENEFICIARIOS</u>
Mompós	130
Talaigua Nuevo	89
Margarita	72
San Fernando	45

Desde 1989 hasta 1992 los créditos han disminuido significativamente a raíz del proceso de creación de



33

FINAGRO, cuya reglamentación y operación ha sido lenta, afectando así a pequeños y medianos productores.

## 0.6 FORMULACION DE HIPOTESIS

### 0.6.1 HIPOTESIS GENERAL

Un adecuado manejo de las políticas y alternativas de comercialización y mercadeo incidirán positivamente en el proceso de distribución de los productos agrícolas de los municipios de la Depresión Momposina hacia los mercados regionales, nacionales e internacionales.

### 0.6.2 HIPOTESIS DE TRABAJO

La creación de centros de acopio y cooperativas agrícolas de producción y mercadeo, la disminución de los costos de transporte, la adecuación de la infraestructura física, el adiestramiento del campesino y la consolidación de las cooperativas existentes, permitirán un mejor posicionamiento de los productos agrícolas procedentes de la Depresión Momposina en los mercados de la Costa Atlántica, el interior del país y una gran franja de los mercados internacionales, lo cual redundará en el logro de un mejor desarrollo del sector agrícola.

## 0.7 OPERACIONALIZACION DE HIPOTESIS

### 0.7.1 DEFINICIONES CONCEPTUALES

**Comercialización:** actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor, con los beneficios de tiempo y lugar. Es el proceso de los negocios mediante el cual los productos son puestos en contacto con los mercados y por el cual efectúan transferencias de posesión de estos productos.

**Cooperativas:** es una asociación libre de personas que afrontan necesidades iguales o semejantes, buscan solucionar dichas necesidades mediante organizaciones económicas para producir bienes o servicios que respondan a las necesidades de la asociación de sus socios y de la comunidad en general.

**Cooperativas Agrícolas:** son asociaciones sin ánimo de lucro que promueven la producción, comercialización y provisión para el desarrollo agropecuario, mediante la explotación colectiva o individual de la tierra, y los

bienes vinculados a ella.

Cooperativas de Mercadeo: asociaciones sin ánimo de lucro que aseguran la venta y distribución de los productos aportados por los socios para su venta y estimulan la producción.

Centros de Acopio: lugar donde se destinan los productos agrícolas, para ser destinados hacia los diferentes mercados nacionales e internacionales.

Costos de Transporte: desembolsos en que incurren el productor en el momento de trasladar sus productos de un sitio a otro; por ejemplo, desde el lugar de producción hasta los centros de Acopio, para su comercialización y distribución, que más tarde le serán desembolsados con la venta del producto.

Mercado: lugar donde convergen oferentes y demandantes de un producto.

Utilidades: ganancias del productor. Lo que le queda a éste después de haber deducido sus costos directos e indirectos de producción.

0.7.2 DEFINICIONES OPERATIVAS

<u>Variables</u>	<u>Indicadores</u>	<u>Fuentes</u>
Utilidades	1. Utilidad marginal de los productos agrícolas. (Aumento o disminución de la utilidad total que acompaña a un aumento o disminución de la Oferta).	
	2. Márgenes de comercialización para detallistas o minoristas.	
Costos de Transporte	1. Tarifa Intermunicipal	
	2. Pagos tributarios	Registros
	3. Costo de la gasolina	
Comercialización	Canales de distribución (productores-consumidores; productores-agentes, mayoristas, minoristas, consumidores).	Observación directa

0.8 METODOLOGIA

0.8.1 TIPO DE INVESTIGACION

Teniendo en cuenta la naturaleza del presente estudio, es conveniente, para su realización, utilizar un tipo de

37

investigación concluyente-descriptiva, esto para establecer algunas características de las situaciones planteadas anteriormente.

Igualmente se puede presentar en algunos casos un tipo de investigación de carácter comparativo, siempre y cuando esta sea necesaria ya que permitiría determinar el comportamiento de algunas variables en períodos determinados.

#### 0.8.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Para realizar el estudio se utilizará en un principio el diseño de investigación de campo, concluyendo con el diseño de investigación bibliográfica documental, la cual nos servirá de aporte teórico.

1. ASPECTOS GENERALES DE LA DEPRESION MOMPOSINA.

1.1 UBICACION:

La región conocida como la Depresión Momposina (D.M) se conformó en 1987, en concordancia con los decretos 729 y 886 del mismo año, y se integró con los municipios de Talagua Nuevo, Mompox, San Fernando y Margarita.

Se encuentra ubicada en el centro del departamento de Bolívar entre los brazos de Mompox y Loba y del río Magdalena; tiene una extensión incluidas sus ciénagas y lagunas de 1718,23 Kms y se encuentra situado a 9° 14" Latitud Norte y 74° 45" Longitud Oeste.

Por el norte y el este limita con el departamento del Magdalena; por el sur con los municipios de Pinillos, San Martín y Barranco de Loba y por el oeste con el municipio de Magangué.

La zona por estar ubicada en el centro del departamento se encuentra relativamente cerca de la capital

departamental (250Kms en promedio), pero la incomunicación ocasionada por la mala situación de las vías y la falta de puentes sobre los ríos, hace que el transporte sea sometido a trasbordos que reducen la capacidad del mismo.

1.2 RELIEVE Y SUELOS:

La región es baja y plana, lo que permite los desbordamientos periódicos de los ríos. Al ocurrir tales desbordamientos de las aguas a través de los sectores más bajos de los diques, origina la formación de ciénagas, al quedar bocines llenos de agua.

Las características morfométricas están determinadas por terrenos planos con ligeras ondulaciones y relieves ondulados o fuertemente ondulados.

\* Así mismo la región presenta una zona alta o de sabanas. Con respecto a la existencia de bosques tenemos 270 hectáreas, ubicadas principalmente en el municipio de San Fernando correspondiendo a bosque natural secundario, con alto grado de explotación como consumo para la ebanistería desarrollada en Mompos.

Los suelos de la D.M son de clase 3.4 y 5; con inundaciones frecuentes, pobremente drenadas y con

\* Este dato fué tomado de URPA BOLIVAR.

permeabilidad lenta. Presentan generalmente deficiencias en fósforo, Nitrogeno y Potasio y elementos menores como Zinc y Boro, y suelen presentar grietas en la superficie. La mayor parte del territorio se inunda (en la época invernal), adquiriendo así un aspecto lacustre. Los suelos que rodean las ciénagas son de textura fina, debido a la sedimentación lenta que tiene lugar durante las épocas de inundaciones.

1.3 CLIMATOLOGIA:

El área de la Depresión Momposina presenta en su totalidad un clima cálido con temperaturas que oscilan entre los 25°C (en los meses de enero y febrero) hasta los 37°C (en los meses de octubre y noviembre), manteniéndose una temperatura promedio de 28°C, lo que determina una zona de calor (superior a 24°C).

La altura promedio de la zona es de 40 metros sobre el nivel del mar.

La humedad relativa, tomada de registros de 5 años en la zona, tiene un valor promedio del 83%.

Con respecto a la pluviosidad tenemos que el norte de la zona (En Talaigua Nuevo principalmente) se



A1

de Guacamayo (Talaigua Nuevo), ciénaga de Ancón y Pajarral (Mompox) y la ciénaga del Palmar (Margarita); una amplia red de arroyos y tierras anegadizas.

El agua para consumo humano proviene del río Magdalena o de pozos subterráneos con profundidades que varían entre los cinco y los doce metros.

Hay suministro de agua para los animales durante todo el año, el que se hace, bien sea por extracción manual del río Magdalena, de pozos subterráneos o por disponibilidad directa en las ciénagas.

Algunos análisis del agua freática han mostrado que ésta es apta para el riego, según se manifiesta en los diagnósticos adelantados previamente en la zona por el INCORA Y PESEÑA.

#### 1.5. ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA REGION:

En la estructura económica de la región, sobresale como eje principal de las actividades económicas el sector primario, ya que el sector secundario presenta incipientes (por no decir que casi ninguno) signos de desarrollo por las mismas condiciones de la zona.

Se destacan como actividades fundamentales la agricultura y la ganadería, sin desconocer la importancia del subsector minero y pesquero.

suceden precipitaciones entre 1000 y 1500 mm anuales, mientras que al sur aumentan hasta 2000mm anuales principalmente durante el invierno fuerte, en los meses de septiembre, octubre y noviembre. En términos generales se tienen dos periodos de lluvias de aproximadamente cuatro meses cada uno durante el año, los que comienzan generalmente en abril y septiembre respectivamente.

\* La evapotranspiración potencial es de 1360mm al año con un mínimo de 98mm en el mes de mayo y un máximo de 132 en el mes de septiembre. En época de verano los vientos alisios del noroeste bajan la temperatura, al iniciar el periodo invernal el calor y la humedad relativa de la zona (77%) inciden en la elevación de la temperatura (calor) alcanzando los niveles máximos.

**1.4 HIDROGRAFIA:**

El sistema hídrico de la región está conformado por el río Magdalena, principal caudal de aguas de la zona; con los brazos de Loba y Mompox, a los que se les suma el brazo de Chicagua que tiene gran influencia en la zona norte por el caudal de sus aguas; las desembocaduras de los ríos Cauca, Cesar y San Jorge; un complejo de caños como el caño de Violo y de Sandovalito que surca los municipios de la zona sur; ciénagas dentro de las cuales se destacan la ciénaga

\* Este dato fue tomado por el HIMAT.

1.5.1 ACTIVIDAD AGRICOLA:

La producción agrícola se lleva a cabo de dos formas:

- a.) La agricultura comercial, destacándose los cultivos de arroz tecnificado, algodón, arroz mecanizado y sorgo, con inversiones de envergadura en cuanto a maquinaria, insumos y tecnología avanzada, así como acceso a líneas de crédito, asistencia técnica, mercadeo y comercialización.
- b) La agricultura campesina, destacándose los cultivos de maíz tradicional, arroz secano, ajonjolí, yuca, ñame, plátano, hortalizas y cítricos.

Generalmente los productores no tienen acceso al crédito, ni mucho menos a la asistencia técnica, insumos, mercadeo, etc.

\* En 1990 estos cultivos ocuparon el 91% del área en explotación (10.243 has).

\* En 1990 los cultivos comerciales ocuparon el 90% del área explotada de la región.

Dentro de los factores limitantes para el crecimiento y desarrollo de las actividades agrícolas de acuerdo a las potencialidades subregionales se deben mencionar:

\* Datos tomados del DRI BOLIVAR.

CUADRO N. 1  
 SUPERFICIE CULTIVADA 1990  
 HECTAREAS

ECONOMIA DE LA SUBREGION														
MUNICIPIOS	CAMPEESINA					EMPRESARIAL				TOTAL				
	TEMPORALES	PERMANENTES	TOTAL ECON.	CAMPEESINA	TEMPORALES	TOTAL ECON.	EMPRE-SARIAL	HAS	%					
	MAIZ	AJONJ	TABACO	FRIJOL	YUCA	PLATAN	FRUTAS	SORGO	ARROZ MECANZ	ARROZ RIEGO	TOTAL ECON. EMPRE-SARIAL	HAS	%	
MOMPOS	2300	--	0	0	1100	40	55	3495	20	300	0	320	3815	37
TALANGUA NVO	750	30	50	0	600	50	58	1583	0	70	250	320	1859	18
SAN FERNANDO	1000	--	--	200	900	400	140	2640	110	50	0	160	2800	27
MAR GARITA	--	--	--	75	400	300	540	1785	0	50	0	50	1835	18
TOTAL DE LA SUBREGION	4250	30	50	275	3000	790	793	9458	130	470	250	850	10308	100
						1583 = 1.5%		92% = 9.2%		850 = 8%			100%	

FUENTE: U.R.P.A. BOLIVAR

sistencia sin posibilidades de expansión. La carencia de instrumentos de apoyo como: Innovación de tecnología, asistencia técnica permanente, preservación de los recursos naturales y manejo eficiente de los costos de producción.

- Carencia de infraestructura de apoyo como adecuación y drenaje que permitan ampliar y optimizar las áreas de producción (existen 68.463 has en rastrojos)

- La agricultura empresarial no ha tenido mayor relevancia. Se puede observar que los cultivos principales de arroz, sorgo, maíz y algodón, gozan de condiciones propias para su explotación, pero los bajos niveles de productividad impiden su expansión.

- En cuanto a los frutales, reconoce las grandes potencialidades de la subregión específicamente los cítricos en Margarita; pero además de las limitaciones mencionadas, se agregan los problemas de carácter fitosanitarios y de acceso vial a las zonas productoras.

**SUPERFICIE CULTIVADA:**

El cuadro No. 1 nos indica que en el año 1990, se

cultivaron un total de 10.308 has, distribuidas así:

El área de cultivo de economía campesina fué de 9.458 has, el maíz tradicional es el principal producto (48% a nivel subregional), le siguen en orden de importancia la yuca, (32%) y frutas (12%) y otros (8%). El área de economía empresarial fué de 850 has, el arroz es el cultivo predominante abarcando un 85%.

Los municipios de mayor concentración de la explotación agrícola son: Mompox (37%), San Fernando (27%), Talaigua Nuevo y Margarita (18% c/u). Esto obedece a que son los municipios con mayor potencial agrícola en la subregión, tal como se evidencia en la potencialidad del suelo.

La agricultura empresarial tiene como zona básica al municipio de Mompox, mientras que los cultivos de economía campesina se ubican en todos los municipios de la región.

#### 1.5.2 ACTIVIDAD PECUARIA:

Reiteradamente se cita a la región de la Depresión Momposina como una región importante para la ganadería, sin embargo ese potencial sigue sin explotarse en forma adecuada.

43

En promedio, la Depresión Momposina tiene 1.6 cabezas de ganado vacuno por hectárea; siendo la zona sur netamente pecuaria, y cada vez más importante la ganadería de doble propósito, ante la crisis que ha afectado a la ganadería en el país, sobre todo en materia de precios.

Igualmente afecta la ausencia de asistencia técnica, manejo fitosanitario y genético, incidiendo en los niveles de producción.

También ha afectado el crecimiento de la actividad pecuaria; la desaparición del crédito DRI para contar solamente con la línea de crédito ordinario de la Caja Agraria.

En general, para la zona de la Depresión Momposina, en la ganadería se observan prácticas de manejo deficientes y la utilización de la tecnología mejorada es reducida, lo cual contribuye a la ineficiente administración del hato ganadero, determinando que los índices del estado reproductivo se hallen distantes (14 meses entre potros); así como la capacidad de carga (1.5 animales/ has) y los rendimientos en carne por cabeza (40 Kg/cabeza en promedio) no son satisfactorios.

El tradicionalismo y el escaso nivel cultural de los ganaderos y administradores, obstaculizan una

mejor asimilación de los cambios tecnológicos.

La zona de la Depresión Momposina, al igual que el resto del departamento, afronta un proceso que se aleja en forma sistemática del incremento de la producción ganadera. Problemas de orden público hacen que el ganadero abandone sus tierras, así como la escasa infraestructura disponible en la explotación ganadera y la casi nula infraestructura vial que permita acceso a determinadas zonas productivas.

Existe una gran deficiencia en la infraestructura de apoyo tales como corrales, establos, básculas, cercas, baños, refrigeradores, energía eléctrica, que no permiten un buen manejo y administración de hatos.

Estas características negativas, permiten que se presente una baja capacidad de carga por hectárea, ya que el ganadero hace extensiva su explotación con inadecuado manejo de suelos y pastos y deficiente rotación de potreros.

**1.5.3 ACTIVIDAD PESQUERA:**

La pesca, debido a los cuerpos de agua existentes en la zona, se convierte en alternativa de gene-



ración de ingresos para los habitantes (cultura anfibia).

Esta actividad se concibe más como de subsistencia que empresarial, además de otro factor como el de la depredación de los cuerpos de agua (disecamiento de ciénagas, pesca por debajo de la talla mínima) y la falta de equipamiento necesario por parte de los pescadores.

Se dan tres épocas de pesca:

- Temporada Alta: fuga o subienda desde diciembre a marzo es la mayor oferta natural.
- Temporada Media: Veranillo, durante los meses de julio y agosto. Es la oferta natural de corta temporada.
- Temporada Baja: creciente de río en los meses de abril, mayo, junio, septiembre, octubre y noviembre; oferta nula de pescados.

La pesca se hace en ciénagas y en los ríos Magdalena y Cauca.

La producción en los ríos ha venido en declive en los últimos años, debido a los métodos de explotación que son destructivos y sin selectividad, y al uso de insecticidas y herbicidas en los campos adyacentes a los ríos.

20

Las pesquerías artesanales agrupan el mayor contingente de embarcaciones y de pescadores. Operan en pequeña escala, con rendimientos poco eficientes comparados con el esfuerzo físico desplegado de la pesca, pese a la cual maneja altos volúmenes.

La pesca artesanal se caracteriza porque el comienzo y el final de su actividad se realiza dentro de las 24 horas.

Los sistemas, métodos y artes empleados tienen en común su pasividad y con ello se practica la pesca "velada" a excepción de la atarraya.

Las especies comerciales que se capturan en la Depresión Momposina son:

Bocachico

Bagre

Pacora

Dorada

Doncella

Blanquillo

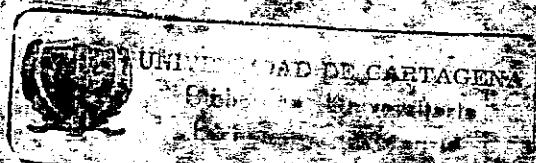
Moncholo

Mojarra Amarilla

Coroncoro

Nicuro

Vizcaina



**1.5.4 ACTIVIDAD MINERA:**

En este sector se destaca la producción de gas licuado en el corregimiento del Limón (Talaigua Nuevo) por parte de Ecopetrol desde 1962.

Recientemente en el corregimiento de San Javier (Talaigua Nuevo) se descubrió otro pozo denominado Momposina II, el cual entrará en operación en poco tiempo. El oro no presenta cifras en los municipios a excepción de Mompox que presenta fundamentalmente alguna comercialización pues la región no figura con vetas ni actividades de masamorreo y se cree que proviene de los municipios del sur de Bolívar.

**1.5.5 ACTIVIDAD TURISTICA:**

En toda la Depresión Momposina, el municipio que presenta potencial turístico es Mompox, por su tradición, fiestas y construcciones.

Hasta ahora esta actividad no ha sido explotada en toda su capacidad, pues no hay una estructura como tal que permita aprovechar los recursos naturales de la zona. Generalmente se presentan de manera esporádica excursiones a Mompox.

Dada la trascendencia e importancia en el área de la cultura regional, las festividades religiosas de Semana Santa en Mompo atrae un considerable flujo de visitantes durante su celebración.

El incremento de esta actividad, a pesar de tener aeropuerto con vuelos semanales desde Barranquilla, se frena ante la inexistencia de una adecuada infraestructura hotelera y servicios complementarios para la actividad turística.

**1.6. PROBLEMATICA QUE AFRONTA LA ZONA:**

Esta zona de nuestro departamento de Bolívar afronta una gama de problemas que inciden notoriamente en los procesos de producción y comercialización de sus productos básicos y la colocan en desventaja ante otras zonas del país.

**1.6.1 PROBLEMATICA DE LA TENENCIA DE LA TIERRA:**

Un factor primordial de la producción está determinado por la tierra, especialmente porque esta región basa su economía en la producción agropecuaria.

En cuanto a la tenencia, predomina la propiedad, aunque algunas de estas carecen de títulos por tratarse de colonos que se desplazaron de otras

regiones y se asentaron allí. Existe además el arrendamiento y la parceria, caracterizándose estos sistemas por el uso de tierras que pertenecen a terratenientes por parte de los pequeños agricultores, quienes cultivan sus cosechas y deben "pagar" al dueño de la tierra con parte de su producción o al término de la cosecha le siembre pasto para su ganado. Esta situación en ocasiones no se respeta ya que si se vence el plazo de la cosecha y el agricultor no la ha recogido, el dueño de la tierra procede a disponer de las mismas para uso de su ganado, no importándole que el pequeño agricultor ha invertido su dinero teniendo pérdidas en un 100%. El campesino con conocimiento de este problema intenta para la próxima cosecha recuperarse y sólo logra alcanzar los márgenes de subsistencia.

Por esta razón, la estrategia de dotar de tierra a las familias campesinas sin tierra sería más que una estrategia de planeación del desarrollo económico y social, una urgencia nacional de carácter político, si se tiene en cuenta que la desestabilidad de las instituciones de muchos países se han originado en la pobreza extrema de su sector rural.

54

1.6.2 FALTA DE ASISTENCIA TECNICA AL PEQUEÑO AGRICULTOR:

Uno de los principales inconvenientes de la producción con destino a la industrialización, es la falta de asistencia técnica, que oriente a los productores a cultivar sus productos en óptimas condiciones para fines agroindustriales, así como los cultivos de mayor resistencia a enfermedades y plagas, lo mismo que realizar las prácticas agronómicas y culturales necesarias para optimizar la productividad y mejorar la calidad general de los cultivos, y contribuir así al mejoramiento de los niveles de ingreso y de la capacidad productiva de la población campesina.

En las cabeceras municipales, como resultado del proceso de descentralización administrativa y fiscal, se crearon las UNIDADES MUNICIPALES DE ASISTENCIA TECNICA AL SECTOR AGROPECUARIO "UMATAS", organismo encargado de prestar asistencia técnica agropecuaria en forma directa, regular y continua, a los pequeños productores; creada por cada municipio o distrito como parte de su estructura administrativa con profesionales y personal de apoyo en la rama agropecuaria.

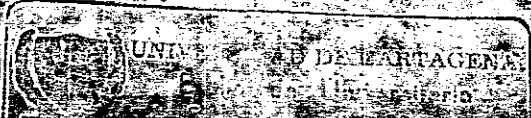
En los municipios de la Depresión Momposina, las

UMATAS no están cumpliendo cabalmente con su función de asistencia técnica al pequeño productor, bien sea porque no cuentan con el apoyo necesario por parte de las alcaldías, apoyo que mínimamente se basa en la facilitación de un medio de transporte (moto ó carro) que le permiten a los técnicos la fácil movilización hacia los diferentes corregimientos ó varedas y alcanzar así mayor cobertura.

**1.6.3 AUSENCIA DE METODOS DE RIEGO:**

Respecto a la satisfacción de los requerimientos hídricos de los cultivos, estos están sujetos a la climatología de la región, pues en toda el área solo se encontraron dos predios con sistema de riego aunque también sin análisis de la calidad del agua ni planificación técnica para su aplicación.

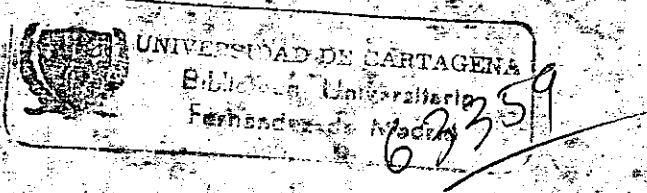
Como fuentes de agua para uso agrícola se cuenta básicamente con el río Magdalena, algunas ciénagas y calos. Para consumo humano gran parte de los productores la extraen de pozos, con profundidades entre los 5 y 12 metros, que perforan cerca de las casas. La falta de riego en épocas de verano, inciden notoriamente en la producción especialmente en la de cítricos, los cuales, en épocas de verano son de inferior calidad, especialmente en cuanto a tamaño y cantidad de jugo.



1.6.4 AUSENCIA DE APOYO FINANCIERO:

En nuestro país está claro que el agricultor tiene acceso a la atención por parte de entidades crediticias solamente si presentara el respaldo que exigen estas entidades. Lo anterior indica que la gran mayoría de nuestros pequeños agricultores no obtienen por sí mismos (individualmente) apoyo para sus cultivos que le permitan cosechar con fines agroindustriales.

Los agricultores de esta zona que hoy día son atendidos por entidades como DRI, CORFAS, CAJA AGRARIA, deben presentar proyectos bajo la forma asociativa de cooperativas, los cuales deben ser tramitados a través de BANCOOP (con sede en Magangué). Estos préstamos, de acuerdo a su cuantía deberán ser respaldados por garantías reales, requisito que no alcanza a cumplir cualquier campesino, lo que le impide el acceso de los mismos.



S C B  
000



**1.6.5 CARENCIA DE ORGANIZACIONES PRODUCTORAS:**

En este medio el campesino cultiva su predio en forma independiente, rudimentaria y tradicionalmente. No existe una verdadera organización, al menos por zona (corregimiento ó vereda) de los pequeños agricultores que les permita desarrollar sus cultivos de acuerdo a una planeación que les permita mejorar sus condiciones de producción, abastecimiento y comercialización. Esta situación se refleja en la forma de explotación de la tierra, donde generalmente los cultivos son utilizados en gran parte para su propio consumo y es poco lo que alcanza a comercializar. Este grupo de productores sobrepasan el 80% del total de agricultores de la zona, siendo la parte restante algunas cooperativas que han alcanzado cierto desarrollo en actividades antes mencionadas.

**1.6.6 PROBLEMAS DE ORDEN PUBLICO -INSEGURIDAD- :**

Otro factor que influye negativamente en la agricultura de la zona de la Depresión Momposina es la violencia, la cual genera inseguridad y que cada día se intensifica más en nuestro país. Esta situación trae consigo un proceso de descomposición del campesinado, dando como resultado el abandono de las parcelas por parte del campesino.

SA

**1.6.7 AUSENCIA DE UNA INFRAESTRUCTURA VIAL ADECUADA:**

Los corregimientos y veredas de la Depresión Momposina tienen difícil acceso a las cabeceras municipales, debido a la carencia de vías y medios de transporte adecuados. Podemos observar que la vía Talaigua Nuevo-Mompoix-San Fernando-Margarita está totalmente destapada y que en épocas de invierno especialmente en las inundaciones se vuelve menos transitable.

Por otra parte, las parcelas se encuentran ubicadas fuera del casco urbano, la vía que a ellas conducen son las denominadas Trochas a donde sólo es posible la entrada de animales (burros, caballos), lo que dificulta considerablemente la producción y comercialización de los productos básicos de la zona:

**1.7 TIPOS DE ORGANIZACIONES EXISTENTES:**

El tipo de organización básica de la zona está constituida por las juntas de Acción Comunal, que tienen una notable importancia como representantes de las necesidades de los corregimientos ante las autoridades municipales. Esto explicaría el mayor grado de actividad en la zona sur y la mayor cantidad en la zona norte, por ser la más poblada y con mayor

cantidad de corregimientos.

Le siguen en importancia las juntas de acciones DRI que tienen asiento en las cuatro cabeceras municipales Talaigua Nuevo, Mompox, San Fernando y Margarita y que juegan un papel fundamental para la organización de pequeños campesinos.

Otras organizaciones con relativa importancia son los sindicatos del sector público establecidos en las cabeceras de Mompox y Margarita, donde se destacan el de maestros y el de salud. Así mismo tienen importancia a nivel urbano las asociaciones de ebanistas y de orfebres, establecidos en Mompox y las cooperativas tanto de nivel fluvial como terrestre, las cuales tienen un control sobre los precios y costos relacionados con sus intereses.

En cuanto a organizaciones de productores de la zona se pueden destacar la existencia de cooperativas dedicadas a la actividad agropecuaria, que de una u otra forma han propiciado adelantos significativos para el subsector. Son estas:

1. COOMULGUAT: Cooperativa multiactiva de Guataca  
- Consumo, comercialización, ahorro
2. COOMULPA: Cooperativa multiactiva de Palomino  
- Consumo
3. COOPINALPA: Cooperativa integral de Palenquita  
- Consumo.

4. COOINBAR: Cooperativa integral de Barboza  
- Consumo
5. COOPERATIVA JUANA SANCHEZ: Cooperativa multiactiva de Juana Sanchez  
- Consumo
6. COOMUCTAL: Cooperativa multiactiva de Talaigua Nuevo  
- Producción, procesamiento de yuca
7. AMUSIMBAL: Asociación de mujeres campesinas indígenas de Bolívar. -Talaigua Nuevo-  
- Consumo
8. COOPERATIVA DE PRODUCCION DE ALTOS DEL ROSARIO (Barranco de Loba)  
- Consumo y comercialización
9. COOHATILLO: Cooperativa de Hatillo de Loba -San Martín de Loba-  
- Consumo
10. COOPERATIVA MULTIACTIVA DE LOS BOQUILLAS -Mompós-  
- Consumo y educación
11. COOAGRICAUCA: Cooperativa agropecuaria del Cauca -Sucre-Sucre-  
- Producción y comercialización.

2. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS PRODUCTOS TRADICIONALES

2.1 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA.

2.1.1 CARACTERISTICAS DE LA OFERTA

El siguiente cuadro nos muestra la información de la producción de la Depresión Momposina de los cultivos temporales de ajonjolí, sorgo, arroz, maíz y yuca, los cuales son presentados para su comercialización en bultos de 50 a 80kg y cuya mayor oferta se hace en los meses subsiguientes al período propicio para tal cosecha. De igual manera encontramos en gran cantidad la producción de naranjas, específicamente de la variedad margarita, la cual es presentada al comprador al granel y con períodos de mayor oferta en los meses de octubre a enero.

CUADRO N. 2  
 CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA

PRODUCTO	VARIETADES	PRESENTACION	OFERTA MEN.	OFERTA MAY.	OBSERVAC
AJONJOLI	CHIMORAJO ICA PACANDI	BULTO X 60KG BULTO X 60KG	MAYO-JULIO	DIC-FEBR.	NORMAS IDEMA
ARROZ	FINO	BULTO X 65KG		AGOST-DIC	NORMAS IDEMA
MAIZ	BLANCO AMARILLO	BULTO X 80KG BULTO X 80KG	SEPT-ENERO	MAYO-AGOST.	NORMAS IDEMA
SORGO	----	BULTO X 70KG	AGOST-NOV	MAYO-JULIO	NORMAS IDEMA
YUCA	VENEZOLANA MONABLANCA	BULTO X 50KG BULTO X 50KG	DIC-SEPT.	OCT-NOV.	TRATADA EN FIS CO Y SEGA EN TROZOS
NARANJA	MARGARITA	GRANEL	---	OCT-ENERO	---
AHUYAMA	----	GRANEL	---	MAYO-JULIO	---

FUENTE: PROYECTO REGIONAL DE MERCADEO DEPRESION MOMPOSINA 1990

CUADRO No. 3

PRODUCCION AGRICOLA AÑO 1990

65

MUNICIPIOS	CAMPESINA										EMPRESARIAL						TOTAL		
	TEMPORALES					PERMANENTES					TOTAL	TEMPORALES			ECON-EM- PRE-SAR.	TOTAL			
	MAIZ	AJONJO	TABACO	FRUTOS	YUCA	PLATAN	CITRIC	ECO-NOM.	CAM	PESI.		SORGO	ARROZ MECAN	ARROZ RIEGO				HAS	MUNICIPIO
MOMPOS	2690	8	75	45	8800	240	1040	12770	50	1350	1400	24							
TALATGUA NVO	1068	45	75	45	7500	315	1151	10154	--	315	1375	1690	20						
SAN FERNANDO	1430	--	--	160	8100	2400	2760	14850	330	225	553	26							
MARGARITA	593	--	--	48	3600	1200	11200	16641	--	225	225	30							
TOTAL PROD. AGRICOLA	5781	45	75	208	28000	4155	16151	54415	380	2115	3870	58281	100						

FUENTE: URPA BOLIVAR

El cuadro N. 3 nos muestra la distribución de la producción agrícola en los diferentes municipios de la Depresión Momposina. Así observamos que en el municipio de Mompós 12.770has de tierra son cultivadas, entre productos temporales y permanentes y bajo la forma de economía campesina; mientras que 1.400has son cultivadas con productos temporales en forma empresarial, para presentar un total de 14.170 has de tierra, las cuales participan con el 24% de la producción total en la zona. Por otra parte, observamos que en este municipio los cultivos más representativos son la yuca con 8.800has cultivadas y el maíz con 2.690has. Encontramos en términos medio cultivos de cítricos y arroz con totales de 1.040 y 1.350has cada una respectivamente. Cultivos como el plátano y el sorgo se dan muy ocasionalmente en el municipio de Mompós, lo que no permite gran representatividad ante la producción total del municipio.

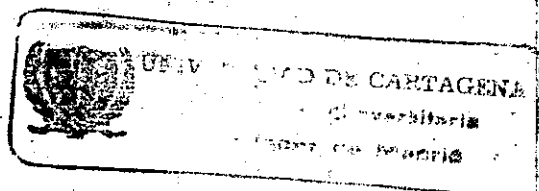
El municipio de Talaigua Nuevo, aporta el 20% del total de la producción de la zona, destacándose principalmente los cultivos de yuca con 7.500has cultivadas; se cultiva además en término medio arroz de riego con 1.375has, cítricos (especialmente naranja) con 1.151has y maíz con 1.068has. Es preciso anotar que la producción en este municipio es



netamente campesina ya que de las 11.840has culti-  
vadas, tan solo 1.690 son de tipo empresarial.  
Por su parte, el municipio de San Fernando, con  
15.405has cultivadas representa el 26% del total de  
la zona, de las cuales 14.850 son de cultivos de  
economía campesina y temporales y tan solo 555has  
son de economía empresarial, destinándose 330has  
para el sorgo y 225has para arroz mecanizado. Entre  
los cultivos de economía campesina predomina el cul-  
tivo de yuca, el cual acapara 8.100has del total  
cochadas, encontrándose además en este municipio  
cultivos de plátano (en su variedad maturo) con  
2.400has y naranja con 2.760has cultivadas.  
El municipio de Margarita, principalmente productor  
de cítricos de la zona, cuenta con un total de  
16.866has cultivadas, las cuales representan el 30%  
de tierras productoras en la Depresión Momposina.  
Observamos que de ese total, aproximadamente el 70%  
de las tierras son destinadas para el cultivo de  
cítricos, donde prima la naranja en todas sus varie-  
dades con 11.200has cultivadas. Igualmente se cul-  
tivaron 3.600has de yuca y 1.200has de plátano ma-  
turo, todos estos denominados cultivos de economía  
campesina. En pequeña escala se encuentran culti-  
vadas 22has de arroz mecanizado.

Si analizamos el total de las has cultivadas con cada uno de estos productos, vemos que la yuca, como cultivo tradicional en estos cuatro municipios ocupa 28.000has del total en la zona; seguidamente encontramos a los citricos ocupando el segundo renglon en la produccion con 16,151has; el maiz, cultivo temporal y de economia campesina, abarca 5.781has; mientras que el plátano en su variedad mafufo ocupa un cuarto lugar con 4.155has cultivadas.

Tenemos además 3.490has cultivadas de arroz entre mecanizado y riego, y en menos escala encontramos en la zona cultivos de ajonjolí (45has), tabaco (75 has en Talaigua Nuevo), frijol (208has en San Fernando y Mompós). Es así como los cultivos de economía campesina ocupan el total de 54.415has, mientras que los de economía empresarial acupan 3.870has para un total de hectáreas cultivadas en la zona de la Depresión Momposina.



6

CUADRO No. 4

PRODUCCION ANUAL X HECTAREAS CULTIVADAS

MUNICIPIOS	ECONOMIA CAMPESINA		ECONOMIA EMPRESARIAL		TOTAL REGION	
	HAS	TON	HAS	TON	HAS	TON
MOMPOS	3495	12770	320	1400	3815	14170
TALAIQUA NUEVO	1538	10154	320	1690	1858	11840
SAN FERNANDO	2640	14850	160	550	2800	15405
MARGARITA	1785	16641	50	225	1835	16866
TOTALES	9458	54415	850	3874	10308	58281

FUENTE: URPA BOLIVAR

### 2.1.3 PRODUCCION ANUAL DE PANCOSER

Se denominan cultivos de Pancoser aquellos que se producen en pequeñas cantidades de tierra, con la principal característica de variedad de los mismos y cuyo destino es generalmente el autoconsumo familiar.

En la zona de la Depresión Mompósina los cultivos de Pancoser comprenden entre otros los siguientes productos: yuca, maíz, plátano, ahuyama y algunas legumbres (estas en su totalidad para el consumo familiar).

En nuestra prueba de campo pudimos observar que estos cultivos representan cerca del 80% de la producción total de la zona, lo que indica que el 20% restante es destinado al mercado.

Es preciso anotar que estos cultivos no se dan de igual forma en todo el año sino que varían de acuerdo a las características propias de cada cultivo.

De esta forma podemos decir que de las 58.281has cultivadas al año (como base el año 1990), 46.624 has aproximadamente corresponden a la producción de Pancoser, para las cuales se destinan 9.458has al año.

2.1.4 PRODUCCION ANUAL DE CULTIVOS INTENSIVOS

Se denominan cultivos intensivos aquellos que utilizan grandes extensiones de tierra y cuya producción de tipo empresarial es destinada a la venta. Son estos los cultivos tecnificados o de producción a gran escala.

En la zona de estudio podemos mencionar como componentes de este grupo los cultivos de sorgo y arroz, los cuales, aunque se producen en pequeñas cantidades en la región, presentan así mismo cierta representatividad en la misma.

Nuestra prueba de campo nos permite determinar que en la zona de la Depresión Momposina se destinan 805has para cultivos intensivos, los cuales producen anualmente 3.874 toneladas; producción que se vende generalmente en los mercados de Barranquilla, Cartagena y el Banco (Magdalena).

DESTINO DE LA PRODUCCION AGRICOLA

(MILES DE TONELADAS)

PRODUCTO	DESTINO DE LA PRODUCCION		CONSUMO NACIONAL	%	CONSUMO EXTERNO	%	TOTAL PRODUCCION	%
	CONSUMO LOCAL							
YUCA	24360	87	3640	13	---	---	28000	100
MAIZ	4120	73	1661	27	---	---	5781	100
PLATANO MAFUFO	3739.50	90	415.40	10	---	---	4155	100
AJONJOLI	---	---	45	100	---	---	45	100
TABACO	7.5	10	67.5	90	---	---	75	100
FRIJOL	10.4	5	197.6	95	---	---	208	100
CITRICOS	6460	40	9690	60	---	---	16150	100
SORGO	---	---	300	100	---	---	300	100
ARROZ MECANIZADO	646.50	30	1468.50	70	---	---	2115	100
ARROZ RIEGO	---	---	1375	100	---	---	1375	100

FUENTE: URPA BOLIVAR

### 2.2.1 CONSUMO LOCAL

Al hablar de consumo local hacemos referencia a la parte de la producción que permite satisfacer las necesidades alimenticias (en cuanto a estos productos respecta) de los habitantes de la zona en estudio, es decir, los consumidores de los municipios de Mompós, Talaigua Nuevo, Margarita y San Fernando, como también los de sus respectivos corregimientos y veredas.

Para el desarrollo de este aparte del estudio analizaremos el cuadro N. 5 teniendo en cuenta el destino de cada uno de los cultivos propios de la zona:

Podemos observar que los primeros productos de la Depresión Momposina como son la yuca, el maíz y el plátano mafufo, se consideran los principales componentes de la dieta diaria alimenticia de los campesinos de la zona, ya que estos productos son destinados en mayores porcentajes al consumo local.

De esta manera vemos que la yuca, cultivo que genera 28.000 toneladas anuales, en un 87% correspondiente a 24.360 toneladas, es consumida por los mismos productores y algunos campesinos de la zona.

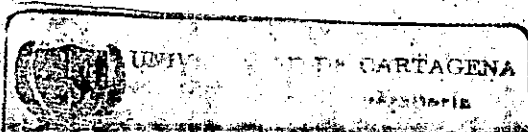
perspectivas para el consumo internacional. múltiples variedades es un producto que presenta muchas variedades locales. Es preciso anotar que la naranja en sus variedades producidas en el año, 6.460 son destinadas al consumo en un 40% en la zona, ya que de los 16.150 toneladas son consumidos en un 40% en la zona, específicamente la naranja.

Por su parte, los cítricos, específicamente la naranja, local en un 10% y 5% respectivamente, porcentajes determinados por 7.5 toneladas de tabaco y 10.4 toneladas de frijoles. Tenemos además en la zona cultivos en pequeñas cantidades de tabaco, y frijol, los cuales son destinados al consumo local en un 10% y 5% respectivamente, porcentajes determinados por 7.5 toneladas de tabaco y 10.4 toneladas de frijoles.

Así podemos observar como estos productos anteriores, pertenecientes a la forma de producción campesina, hacen parte de los cultivos de Pancoyer, por los altos porcentajes destinados al consumo familiar.

La zona, esto es, el 90% de la producción anual. El plátano en su variedad mafú, es otro producto que representa alto consumo local, ya que de 4.155 toneladas anuales, 3739.50 toneladas son destinadas al consumo de la zona, esto es, el 90% de la producción anual.

El maíz, con una producción anual de 5.781 toneladas es consumido localmente en un 73%, cifra que representa 4.120 toneladas.





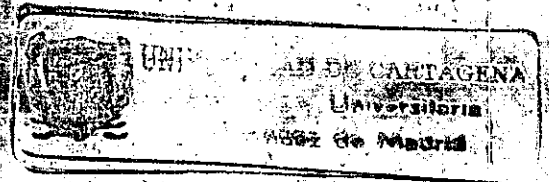
73

El arroz mecanizado es también otro producto de la zona, que aunque pertenece al grupo de productos de economía empresarial, sus productores destinan parte de la producción al consumo propio, siendo esta participación del 30%, representado en las 646,5 toneladas de las 2.115 que se producen anualmente.

### 2.2.2 CONSUMO NACIONAL

Para determinar la parte de la producción destinada al consumo nacional se tendrá en cuenta el porcentaje de la producción vendida en los mercados correspondientes a la zona externa de la Depresión Momposina, siendo los más significativos los mercados de Cartagena, Barranquilla, El Banco (Magdalena), San Sebastián (Magdalena), El Carmen de Bolívar, Magangué y Medellín.

Una de las características común en los productos de consumo nacional es la presencia de los intermediarios en la venta de los mismos, pues solo así se hace posible que estos productos alcancen dichos mercados, ya que el productor por sí solo se siente en desventaja (por el alto costo del transporte) en la comercialización de sus productos.



De esta manera observamos que la yuca en un 13% es vendida en otras ciudades, siendo estas principalmente Cartagena y Barranquilla. Esta cifra en toneladas es representada en 3.640 al año.

El maíz, por su parte, es vendido en un 27% en los mercados de El Banco, San Sebastián y Magangué, lo que indica 1.661 toneladas al año. Es preciso anotar que este cultivo no tiene acogida en el mercado de Cartagena ya que en la zona norte del departamento se produce en grandes cantidades y el costo del transporte es más bajo, lo que indica que traerlo desde el sur encarece el producto.

El plátano mafuco en un 10% es vendido fuera de la zona siendo su principal mercado la plaza de Magangué.

Un producto de poco significado en la producción anual de la zona es el ajonjolí, del cual se producen 45 toneladas al año y en su totalidad son vendidas para el consumo nacional, siendo su principal mercado las plazas de El Banco (Magdalena) y Barranquilla.

El tabaco con su producción anual de 75 toneladas, es vendido en el Carmen de Bolívar, principal com-

75

prador de este producto en el departamento.

El frijol por su parte destina 197.6 toneladas de las 208 has cultivadas al año, esto es el 95%, cantidad que se ubica principalmente en la plaza de Medellín.

Los cítricos, donde entendemos como principal componente la naranja, son destinados en un 60%, o sea, 9.690 toneladas, a cubrir los mercados del resto del departamento de Bolívar y en algunos casos hasta Barranquilla, Medellín, Bucaramanga, Bogotá y El Banco. Dependiendo esto de las condiciones pactadas entre intermediario-comprador.

El sorgo en su totalidad (300 toneladas) es vendido para el consumo nacional, siendo su principal comprador el mercado de Medellín.

Con el arroz tenemos una particularidad ya que la variedad mecanizada es destinada en un 70% al consumo nacional, y el arroz de riego en su totalidad a estos mercados. Esto se debe más que todo a las características particulares de cada cultivo ya que si bien los consumidores externos son más exigentes en el producto, el de mejor calidad es el que se destina para satisfacer a los mismos.

76

2.2.3 CONSUMO EXTERNO (INTERNACIONAL)

En nuestro estudio observamos que ninguno de los productos originarios de la Depresión Momposina han penetrado en los mercados internacionales, aunque los productos de mayor proyección hacia el exterior son la yuca y la naranja.

En el municipio de Talaigua Nuevo se está construyendo una planta procesadora de yuca, con la finalidad de que los productores asociados en cooperativa, produzcan harina de yuca, materia prima ésta muy apetecida por los mercados de norte y centro américa. Este proyecto es de gran factibilidad ya que en San Juan Nepomuceno (en el centro del departamento de Bolívar) los productores de yuca experimentaron con estos mercados obteniendo muy buenos resultados y no alcanzan además a cubrir los volúmenes requeridos por los mismos.

Para la naranja, por ejemplo, se tiene proyectado (a corto plazo) la construcción de una planta procesadora de pulpa de naranja, en el municipio de Margarita, cuyo objetivo principal es el aprovechamiento de este producto, que se pierde en gran cantidad por ser un producto perecedero. Se pretende con este proyecto además de satisfacer la demanda interna (en el país) de jugo de naranja, producir

77

conservas y dulces para exportarlos a los mercados de Estados Unidos y Europa. Para lograr incursionar en forma favorable a estos mercados es necesario crear y fortalecer, a medida que las circunstancias lo exijan, el departamento de publicidad y mercadeo, a través del cual deben estudiarse las posibilidades de exportación.

#### 2.4 RENDIMIENTO DE PRODUCCION (TON/HAS) ANUALES

El cuadro N. 6 nos muestra el rendimiento anual de kilogramos por hectárea en la Depresión Momposina, para lo cual se toma como base el año 1990.

De esta manera podemos observar como en los municipios de la zona sobresale la producción de cítricos, lo que los coloca como principales productores en el departamento de Bolívar. El volumen de kilogramos x hectárea para el año 1990 en la zona fue de 138.500Kgs, siendo el municipio de Talaiagua Nuevo el que presentó una mayor participación de 40.500kgs.

Otro producto seguido en importancia en la zona es la yuca, el cual presentó un rendimiento de 39.300kgs x has cultivada, cuyo principal productor es el municipio de Talaiagua Nuevo, presentando un rendimiento de 12.500 kgs x ha, los

78

municipios de San Fernando y Margarita presentan rendimientos de 9.000kgs x ha cultivada cada uno, mientras que Mompós (en menor producción) presentó 8.800kgs x ha.

Seguidamente encontramos el plátano, producto que en rendimiento de kilogramos presentó un promedio de 20.400kgs x ha. Nuevamente tenemos como principal productor al municipio de Talaigua Nuevo con 8.000kgs x ha cultivada. De igual manera tenemos el maíz con un rendimiento anual de 5.284kgs x ha, siendo los municipios participantes productores en una proporción equitativa.

Para completar el grupo de cultivos de producción campesina encontramos además ajonjolí, tabaco y frijol, los cuales, con menores proporciones de producción, presentaron rendimientos anuales de 1.500, 1.500 y 208kgs x ha cultivada respectivamente.

De otra parte encontramos los cultivos de producción empresarial, siendo el arroz mecanizado el cultivo que presentó en el año 1990 un volumen total de 18.000kgs x has cultivadas.

### 3. ESTRUCTURA DE PRECIOS, VENTAS Y POLITICAS DE COMERCIALIZACION

#### 3.1 ESTRUCTURA DE PRECIOS

##### 3.1.1 COSTOS DE PRODUCCION.

Al analizar los costos de producción generales en la unidad doméstica de explotación campesina podemos observar que la estructura de costos no corresponde al conocido y tradicional esquema de costos fijos y costos variables. Para el análisis de costos tomaremos básicamente los gastos que genera el cultivo de dichos productos.

Para la mejor comprensión de esta estructura, se presenta el análisis a través de la conformación de 2 cuadros. Uno de ellos nos indica los diferentes insumos que se utilizan en la producción de la unidad doméstica y su costo; la otra nos muestra los gastos que se dan de acuerdo a la extensión de la parcela para el cultivo de los productos básicos de la unidad doméstica campesina en la zona de la Depresión Momposina.

CUADRO No. 7

INSUMOS UTILIZADOS EN LA PRODUCCION

COSTOS \$	0 a 1000		1001 a 2000		2001 a 3000		3001 a 4000		4001 a 5000		5001 y mas		total	5
	INSUMOS	20	12	10	10	10	7	12	8	44	1.7	6.7		
SEMILLAS														
ABONOS														
FUNGICIDAS														
INS. MAQ														
JORNALER														
TOTALES	25	23	28	11	11	9	23	8	60	100	16.7			

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES



81

El cuadro anterior nos muestra como el 73% de los encuestados incurren en gastos de semilla, de ellos 32 productores tienen gastos hasta de \$2000, mientras que 10 de estos presentan gastos en semillas entre \$2001 y \$3000 y sólo dos productores incurren en gastos entre \$4000 y \$5000 por este concepto.

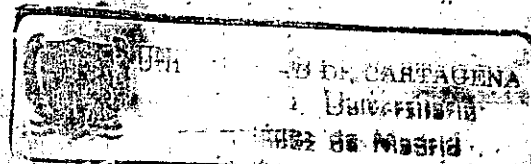
Generalmente estos costos los genera el cultivo del maíz, ya que necesariamente compran semilla para poder cultivarlo.

Tradicionalmente los productores de yuca obtienen la semilla a "Cangre" de la misma planta, lo cual los exime de este gasto. Para el caso de los cítricultores, es preciso anotar que la inversión solo se hace inicialmente, ya que este conlleva una variedad de factores que van a generar una serie de costos que el campesino no estará dispuesto a afrontar, durante el proceso de siembra de su producto. En la prueba de campo se puede constatar como en este tipo predominante de economía campesina que se da en la zona de la Depresión Momposina, los productores no utilizan los diferentes abonos o fungicidas existentes en el mercado, tan solo 1 productor del total de encuestados utiliza abonos en sus cultivos y 4 de estos utiliza fungicidas, representados estos el 1.7% y el 6.7% respectivamente. Estos 5 productores son aquellos que a menor es-

cala cultivan sorgo y arroz.

Lo anterior nos permite precisar dos alternativas: que la tierra de esta zona presenta buenos niveles de fertilidad ó los campesinos no cuentan con suficientes recursos económicos para adquirir dichos insumos. Esto indica que en el transcurso del tiempo la tierra irá desmejorando su calidad, lo cual va en detrimento de la producción agrícola y de los ingresos de los mismos productores de la zona.

En cuanto al uso de instrumentos y maquinarias, observamos que el 100%, es decir, los 60 productores encuestados incurren en este gasto. Cuando nos referimos a instrumentos y maquinarias, hacemos referencia al machete, barretón, azadón, pico, pala y demás enseres utilizados para labores agrícolas. En la prueba de campo encontramos que el 31% del total de productores encuestados tienen gastos por este concepto hasta de \$3000, lo cual se constituye en un costo considerable para ellos, dadas las características de sus cultivos. Además los mismos niveles de producción no guardan la proporción que los campesinos desearían para cubrir ese gasto.



83

Para la forma de producción campesina ~~estos instru-~~mentos se constituyen en herramientas indispensables para los productores, pues es bien conocida la ausencia de técnicas modernas de cultivo que le faciliten al campesino su función. Sólo para los cultivos de sorgo y arroz son utilizados equipos y maquinarias más tecnificadas especialmente en el proceso de recolección de las cosechas.

El resto de los productores encuestados (29) presentan en este rubro sus gastos incrementados entre \$3000 y más de \$5000, lo cual va a incidir notoriamente en los costos generados.

En el estudio de campo podemos observar que este incremento se va a dar más que todo en los cultivos de más de 6 hectáreas, como consecuencia de ser las unidades de mayores recursos y mayores volúmenes de producción.

En cuanto al pago de jornaleros, encontramos que el 16.7% representado en 10 encuestados, tienen costo por este concepto, lo que indica el pago de jornaleros en su unidad doméstica de explotación. Lo anterior indica que la gran mayoría, el 83.3%, no compra fuerza de trabajo sino que se dedican ellos mismos a todo el proceso de producción de sus cul-

8A

tivos. Solo aquellos productores, cuya extensión de la parcela es mayor de 6 hectáreas se ven en la necesidad de contratar mano de obra.

En la actualidad (enero de 1993) a un jornalero de la zona de estudio (Depresión Momposina) se le paga la suma de \$1.500=.

En síntesis, los anteriores son los gastos o costos de producción que a nivel general se generan en los cultivos tradicionales de la zona de la Depresión Momposina.

Seguidamente encontramos ahora el análisis de los costos totales de producción que se dan en los diferentes estratos -o extensión de hectáreas en la unidad doméstica- en la zona de estudio.

05

CUADRO No. 8  
 RELACION COSTOS DE PRODUCCION Y LA EXTENSION DE LA UNIDAD DOMESTICA  
 DE EXPLOTACION

ESTRATOS HA. COSTOS DE PRODUCC.	0-2	2-4	4-6	6-8	8-10	10 Y MAS	TOTALES	%
MENOS DE \$5000	21	4	1	2	---	2	30	50
5001-10000	4	5	3	1	2	1	16	26
10000-15000	3	---	4	1	---	1	9	15
15001-20000	---	1	---	---	---	---	1	2
20001-25000	1	---	---	---	---	---	1	2
25001-30000	---	---	2	---	---	---	2	3
30001-35000	---	---	---	---	---	1	1	2
35001-40000	---	---	---	---	---	---	---	---
40001 Y MAS	---	---	---	---	---	---	---	---
TOTALES	29	10	10	4	2	5	60	100

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES.

86

El cuadro anterior nos indica que el 50% (30 productores) tienen sus costos de producción hasta de \$5000, lo cual los coloca en un margen mínimo. Este porcentaje se reflejaron 21 productores cuya unidad de explotación no exceden las 2 hectáreas de extensión. En este estrato, la gran mayoría de los productores son cultivadores de yuca o maíz en la mayor parte de la unidad; el resto de productos se cultivan para el producto familiar.

En este estrato se encuentran bajos costos como consecuencia del limitado número de hectáreas para el cultivo de productos agrícolas. Generalmente aquí son factores importantes en el proceso productivo la fuerza de trabajo, de los miembros de la unidad y los instrumentos para las labores agrícolas.

El resto de productores de este grupo, están diseminados en el resto de estratos. Podemos destacar el hecho de que 3 se encuentran explotando entre 8 y 10 hectáreas; el tener estos bajos costos es consecuencia directa de dedicar el 70% de la extensión de la parcela al alquiler de pastos.

En el siguiente intervalo de costos de producción

87

(entre \$5.000 y \$10.000) encontramos al 26% de los productores, o sea, 16 campesinos. Aquí destacamos que 8 de los campesinos situados en este rango tienen sus parcelas entre 2 y 6 hectáreas.

Ya se comienza a dar área para los cultivos tanto de yuca y maíz como para los otros productos, lo cual conduce a un incremento en los costos de producción.

Denotamos además 4 productores cuya extensión de sus parcelas comprende entre 6 y 10 hectáreas, corroborando la afirmación en el sentido de que los productores con mayor número de hectáreas en explotación, dedican a las actividades agrícolas hasta un máximo del 40% de sus parcelas.

En el siguiente intervalo de costos de producción (\$10.000 - \$15.000) encontramos al 15% de los productores encuestados, representado en 9 campesinos de la zona.

Cabe destacar en este rango a los productores que pagan jornales, pues observamos como 7 de ellos explotan entre 0 y 6 hectáreas de tierra. De acuerdo a nuestra prueba de campo, estos productores, al tener este tipo de costos piensan en el mercado como manera de compensar los gastos; de ahí que la producción de yuca y maíz en un 80% va al mercado.

88

El cuadro nos muestra que son contados productores -5 que representan el 90%- los que incurren en costos mayores de \$15000; cifras que superen estos niveles se consideran exorbitantes para ellos.

Finalmente es preciso anotar que la estructura de costos de producción en esta zona se origina más que todo a través del uso permanente de instrumentos y maquinarias para labores agrícolas, al igual que la compra de semillas. No sobra decir que en la estructura de costos utilizada en nuestro estudio, no se contemplan los factores de intereses a capital ni de renta de la tierra.

### 3.1.2 COSTOS DE TRANSPORTE

Siguiendo en el estudio de los factores determinantes en la formación del precio de los productos agrícolas en la zona de la Depresión Momposina, analizaremos ahora la incidencia del transporte, para lo cual elaboramos el siguiente cuadro:



89

CUADRO No. 9

COSTO DE TRANSPORTE DE LOS PRODUCTORES

COSTO DE TRANS. MEDIO DE TRANS.	3		4		5		6		7		8	
	2000	2001	4000	6000	8000	10000	12000	14000	MAS DE 14000	TOTAL		%
BESTIA	10	9	13	6	1	---	---	---	2	44	73	
CHALUPA O CANOA	---	---	---	---	1	---	5	---	5	12	20.3	
OTROS	---	---	---	---	---	---	---	---	---	4	6.7	
TOTALES	17	9	13	7	1	---	5	---	7	60	100	

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES.

90

El cuadro anterior nos muestra como el 73% de los productores (o sea 44) tienen costos en el transporte de sus productos, donde el componente general de este gasto es el alquiler de animales de carga para llevar sus productos de la parcela hasta la cabecera de los corregimientos, veredas y municipios donde serán vendidos posteriormente.

Vemos así como 22 productores incurren en gastos hasta de \$6000, el cual debe incluirse en el precio final de los productos, con el fin de conseguir el equilibrio necesario para los productores.

Los otros 22 productores presentan un incremento de este gasto ya que sobrepasa los \$6000 y no exceden los \$14000, esto como consecuencia de ser mayores los volúmenes de producción destinados para la venta.

El cuadro nos muestra además, como el 20.3% representado por los 12 productores utilizan el medio acuático o fluvial para transportar sus productos. Para tal efecto existen los llamados Chalupos o Canoas, utilizadas, según la prueba de campo, por los intermediarios.

Generalmente en este caso se incrementan los costos,

91

debido al alto costo del transporte fluvial de la zona, es así como 10 de estos productores tienen gastos por este concepto entre \$12000 y \$14000. También es preciso anotar que los volúmenes de producción son mayores y las distancias a recorrer también.

Es preciso anotar que en esta zona el productor no se atreve el mismo a comercializar su producción, por los costos que estos acarrearán, además deberá dedicarle mucho tiempo a esta actividad. De tal manera que podemos afirmar que son los intermediarios quienes incurren en este gasto. De igual manera, no podemos desconocer la gran influencia del transporte en la zona en cuanto a la fijación del precio de los productos agrícolas sobretodo por lo costoso del transporte fluvial, el cual va a incidir en el encarecimiento del producto. El transporte fluvial representa el 60% del alza del producto debido a los altos costos de movilización de estos y el 40% lo van a representar los gastos de producción que estarán representados en insumos, semillas, fertilizantes y sistemas de riego. Por ende el producto va a sufrir una variación cuando este llegue al consumidor final.

### 3.2 VENTAS

Existen diagnósticos sobre la producción agrícola y la oferta de alimentos en el país, como componente

del sector agrario en general, los cuales coinciden en identificar un deficiente sistema de mercadeo y comercialización de los mismos, siendo este uno de los principales Cuellos de Botella que obstaculizan su desarrollo.

En lo que hace referencia a la economía agraria en pequeña escala, el mercado tradicional no ha presentado suficiente evolución, especialmente cuando se trata de servir a grandes volúmenes de campesinos y consumidores de bajos ingresos, lo cual se representa en altos costos y márgenes, elevados riesgos, incertidumbre y una desigual competencia en los mercados.

Los aspectos de mercadeo y comercialización de los productos agrícolas provenientes de la Depresión Momposina no son ajenos a las condiciones anteriormente anotadas. Todos conocemos la importancia del mercadeo y comercialización de los productos agrícolas y su interrelación en la fijación de sus precios, que cumplen un papel importante en la planeación de la economía y en la asignación de recursos. Por eso consideramos de suma importancia conocer los sistemas de mercadeo y comercialización de los productores de la zona de estudio (obviamente aquella parte de la producción dedicada a la venta), como también la incidencia en el precio final. Al finalizar comprobamos que el 80% de la producción es de consumo familiar.

aquella parte de la producción dedicada a la venta), como también la incidencia en el precio final. Es preciso anotar que a lo largo de nuestra investigación se pudo comprobar que el 80% de la producción se dedica al consumo familiar.

3.2.1 FORMAS DE VENTA

Al intentar un análisis sobre la comercialización de los productos agrícolas provenientes de las parcelas de la zona en estudio, nos enfrentamos a las particularidades y características propias de los canales de distribución en la zona como tal.

De tal manera, que se pueden destacar dos principales formas o canales de comercialización de los productos: al detal y al mayor.

Los productos más representativos de la zona como son el maíz y la yuca presentan características muy particulares en su comercialización. Hemos observado como una parte de sus cosechas es destinado al consumo familiar y el resto (un 20% aproximadamente) se vende a mayoristas de las cabeceras municipales (intermediarios), quienes van a ofrecerlos a mercados más grandes tales como El Banco (Magdalena).



SCIB  
00027265

Por su parte, existen productores que dan otra presentación a sus cosechas, esto es, la transforma en masa, ya sea como materia prima para otros productos o con el fin de venderla detalladamente.

En el caso de la yuca, por ejemplo, por ser un producto voluminoso, sin comercialización se dá en forma particular, ya que se distribuye en los mismos corregimientos o municipios, es decir, detallando el producto dentro de la misma población.

Otros productos como el arroz, sorgo, ajonjolí y la naranja son vendidos al mayoreo a través de los intermediarios, quienes lo llevan a los mercados o bien sea directamente a las plazas de mercado de los corregimientos, municipios, veredas.

Como síntesis general para nuestro estudio podemos afirmar la ausencia de los llamados canales Institucionales de Comercialización para los productos de la zona de la Depresión Momposina.

**3.3.2 SISTEMAS DE VENTAS**

En nuestro estudio, al tratar de describir los sistemas de mercadeo utilizados por los productores encuestados podemos determinar las siguientes

afirmaciones:

La situación geográfica de la zona impide a la gran mayoría de los productores tener acceso a los llamados "MERCADOS DE GRAN ESCALA", en donde podrían tener ingresos superiores por la venta de sus productos.

La forma de producción de los campesinos de esta zona, por las características propias de ésta, hace que se destine sólo una pequeña parte de la producción al mercado. Como anotamos anteriormente, el mayor porcentaje de su producción va dirigido al consumo familiar.

De esta manera hemos elaborado el siguiente cuadro que nos permite hacer referencia al mercado de sus productos.

MERCADEO DE PRODUCTOS

DESTINO DEL PRODUCTO	PRODUCTOS								TOTAL	%
	YUCA	MAIZ	AJONJ.	PLATAN.	CITRIC	SORGO	ARROZ			
PLAZA DE MERCADO AL DETAL	30	17	---	4	10	---	---	---	61	48.8
INTERMEDIA	17	20	---	6	5	3	2	---	53	42.4
COOPERATIVAS AGRICOLAS	---	---	---	---	---	3	8	---	11	8.8
IDEMA	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
TOTALES	47	37	---	10	15	06	10	---	125	100

FUENTE: ENCUESTA A PRODUCTORES

63359



97

El cuadro anterior nos muestra en términos generales como la yuca y el maíz, al presentar mayores márgenes de producción, y ser productos básicos de la dieta alimenticia, son los productos de mayor acogida en dicho mercado.

En cuanto al sistema de mercadeo, observamos que el 48.8% de los productores llevan sus productos a la plaza de mercado (lo que indica la venta al detal) de los respectivos corregimientos o veredas. Tradicionalmente, esta es la forma de mercadeo utilizada por los productores de la Depresión Momposina; una de las razones por la cual sucede este fenómeno es el afán del campesino por vender rápidamente su producción, lo que trae como consecuencia la venta a bajos precios de sus productos, ya que la estructura y capacidad de compra de este sistema de mercadeo es de ingresos muy bajos.

Un 42.4% de los productores utilizan intermediarios, quienes generalmente compran los productos que se les ofrece. Este fenómeno de los intermediarios no es ajeno a la forma de producción propia de la zona, como es conocido por todos, los intermediarios son clasificados como los agentes económicos de mayores ingresos por la función

98

propia de ellos.

Así mismo un 8.8% de los productores canalizan la venta de sus productos a través de cooperativas, estas son las cooperativas agrícolas existentes en la zona mencionada en el capítulo N. 1. En este grupo encontramos a los productores con cierto grado de organización, ya que la razón social de su asociación es ante todo la producción y comercialización colectiva de sus productos, disminuyendo así uno de los problemas que afrontan los mismos en la zona.

En la prueba de campo se pudo constatar la ausencia de entidades estatales como el IDEMA, cuya función básica es la de facilitar el mercadeo de los productos agrícolas.

Sabemos bien la importancia que tiene para el resto de la economía el comportamiento de los precios de los productos agrícolas, y una de las funciones del IDEMA es tratar de comprarle directamente al campesino, con el fin de retribuirle buenos ingresos al productor y a la vez proporcionarle a la Economía buenos precios de dichos productos, función ésta que no se cumple en la zona objeto de estudio.

### 3.2.2.1 PAPEL DEL INTERMEDIARIO

En nuestra investigación consideramos importante analizar el papel del intermediario en el proceso de comercialización y venta de los productos.

En Colombia, específicamente en la parte agropecuaria se considera al intermediario como un agente económico determinante en la fijación de los precios de los productos agrícolas.

Algunos estudios afirman que el intermediario suple los vacíos institucionales en el mercadeo de los productos, tratando de sacar el mayor beneficio de tal situación, de ahí el hecho de ser identificados como los causantes de los altos precios de los productos agrícolas al llegar al llegar al consumidor final.

Otras investigaciones justifican tal situación, debido a que su labor conlleva a generar altos costos en el transporte (por la falta de vías de penetración en muchas zonas campesinas), pérdidas económicas (por el rápido deterioro de los productos), y de otros factores, que según ellos hacen encarecer los productos.

En nuestro estudio podemos constatar la utiliza-

ción de los intermediarios por parte de los productores de la zona como una estrategia para conseguir el acceso de sus productos a los diferentes mercados.

De tal forma podemos destacar los siguientes aspectos:

- Generalmente el intermediario tiene asiento en las cabeceras municipales, por ser estos municipios de mayor infraestructura comercial y administrativa.
- El papel del intermediario en la zona de la Depresión Momposina, al comprar el porcentaje de la cosecha destinada al mercado, se constituye en la única salida que tiene el campesino para salir de su producción, ya que no lo puede hacer por sí solo por los altos costos de transporte.
- En algunos casos se puede observar el estrecho vínculo comercial existente entre el productor y el intermediario, quien avanza dinero a los campesinos para llevar a cabo cultivos determinados.
- Por las mismas características de la producción en la zona de la Depresión Momposina, el intermediario no juega un papel a gran escala, o sea de comercializar grandes volúmenes de producción debido a las condiciones descritas anteriormente.

### 3.3.2.2 COOPERATIVAS

101

Como empresa piloto y ejecutora de los proyectos de producción y secamiento de granos de la Depresión Momposina en cuanto hace referencia a la intervención comercial de los mismos, encontramos a la Corporación Integral Campesina de Bolívar -CICABOL-, la cual es el resultado de la integración de 10 cooperativas de hecho, de corte veredal diseminadas en el sur de Bolívar.

Esta organización, desde tiempo atrás ha venido liderando la implementación de acciones encaminadas a resolver no sólo el problema de mercado sino de la problemática que afecta a la comunidad. CICABOL está vinculada al programa DRI desde 1986 y ha adelantado acciones de comercialización de carácter específico (maíz, arroz y ajonjolí).

Además de lograr consolidar su liderazgo y presencia regional, amplió su base social de 130 a 542 socios (en diciembre de 1988).

Se hace fundamentalmente para la evolución de los procesos de comercialización, la participación de las organizaciones de base, debido a la cobertura geográfica que se abarca. De esta manera, se ha vinculado a esta organización un total de 16 cooperativas de base, ubicadas en el área de la Depresión Momposina y en toda el área de la zona sur

del departamento; las cuales detallamos a continuación

<u>ORGANIZACION DE BASE</u>	<u>MUNICIPIO</u>	<u>DEPTO</u>	<u>NUM. DE SOCIOS</u>
1. Cicabol	Magangué	Bolívar	610
2. Coop. Tocasaluma	Magangué	Bolívar	35
3. Coop. Multiactiva de Palomino "Coomulpa"	Pinillos	Bolívar	65
4. Coop. Integral de Palenquito "Coopinalpa"	Pinillos	Bolívar	106
5. Coop. Barboza	Magangué	Bolívar	76
6. Coop. Hatillo de Loba	San Martín de Loba	Bolívar	32
7. Coop. Juana de Sanchez	San Martín de Loba	Bolívar	33
8. Coop. La Victoria	San Martín de Loba	Bolívar	18
9. Coop. De producción y trabajo del azul	Barranco de Loba	Bolívar	31
10. Coop. Multiactiva de Talaigua Nvo.	Talaigua Nuevo	Bolívar	40
11. Coop. Guataca	Mompós	Bolívar	77
12. Coop. Especializada de la Boquilla "Coopebo"	Mompós	Bolívar	52
13. Coop. Multiactiva de Santa Cruz Ltda "coomsantacruz"	Mompós	Bolívar	42

<u>ORGANIZACION DE BASE</u>	<u>MUNICIPIO</u>	<u>DEPTO</u>	<u>NUM. DE SOCIOS</u>
14. Coop. Tacamocho	Córdoba	Bolíbar	47
15. Coop. de Agricultores del Bajo Cauca "Coagricauca"	Guaranda	Sucre	28
16. Coop. Agropecuaria de San Pedro	San Pedro	Sucre	33
TOTAL ASOCIADOS			1.325

### 3.2.2.3 CENTROS DE ACOPIO

La zona de la Depresión Momposina, gracias a convenios efectuados entre el Fondo DRI, el departamento y los municipios cuenta con un centro de Acopio, cuyo propósito fundamental se refiere a prestar los servicios a los campesinos de la zona, y también captar, recoger y almacenar los productos agrícolas generados en la región por los campesinos y sean ellos mismos quienes vendan los cargamentos a los mercados terminales de Barranquilla, Cartagena, Medellín, entre otros. Esto les permite a los productores acopiar sin intermediarios y obtener así mayores ingresos.

Existe en la zona un centro de Acopio receptor, además se tiene proyectado por acuerdo de entes estatales (DRI, FONDO, PNR, Departamentos y Municipios) la cofinanciación para la construcción y dotación de minicentros de Acopio en áreas específicas en la zona para llevar a cabo proyectos de comercialización y alcanzar metas planteadas. De esta manera los municipios de Mompós, Pinillos, San Fernando y Guaranda, con fondos de la Secretaría de Planeación y del PNR, serán líderes en la construcción de estos centros de Acopio.



### 3.3 POLITICAS DE COMERCIALIZACION

#### 3.3.1 POLITICAS DE PRECIOS

Tradicionalmente en economía se considera que la fijación del precio de los productos agrícolas, está determinado por la interacción entre la Oferta y la Demanda, situación en la cual los intermediarios juegan un papel definitivo.

En este caso no se tienen en cuenta las condiciones de producción agropecuarias, es decir, las situaciones sociales y económicas en medio de las cuales se producen los artículos y mercancías (en nuestro estudio: producción campesina).

En la economía campesina podemos apreciar cómo en la medida en que se incorporan costos no monetarios en la gestión económica, y dado que tales costos tienen un peso bastante grande, el productor está en capacidad de trabajar con precios por debajo del valor, es decir, con precios que remuneran, en condiciones normales, los factores de producción empleados.

Por ello destacamos como en la forma de producción de la zona, el precio del producto tiene la capacidad de alcanzar los límites por debajo del valor sin que los productores tiendan a desaparecer por

este motivo. De ahí que muchos investigadores sobre el tema afirmen que las condiciones importantes en la economía campesina son factores determinantes en el precio.

Los últimos estudios en nuestro país sobre la formación de los precios de los productos agrícolas denominan a algunas zonas, sobre todo del interior del país, como economía campesina monetarizada, en la cual los productores están totalmente integrados al mercado, los niveles de producción se destinan al mercado, siendo insignificante la parte destinada al autoconsumo familiar.

En esta economía siguen los precios del mercado nacional de productos, así mismo los del mercado de la fuerza de trabajo nacional (pago a jornaleros). Para esta economía campesina monetarizada el precio final del producto agrícola tiene los siguientes componentes:

$$PF = I + T + SP + M$$

Lo cual indica que el precio final es igual a:

- Los Insumos (I) incorporados en la producción, en los cuales hay un componente monetario (que se compra en el mercado) y un componente doméstico (semilla obtenida en la producción anterior

- El trabajo requerido (T), trabajo vivo, el cual tiene un componente doméstico y un asalariado (pago a jornaleros).
- Un Sobreprecio (SP) del cual se puede apropiar el productor campesino en determinadas coyunturas, pero realmente no es una existencia sistemática, que pueda constituirse en condición necesaria para la producción campesina. En este rubro se incluye el costo de capital, la renta y la ganancia.
- Un margen de comercialización (M) que se reparte entre los diferentes agentes que llevan a cabo la distribución del producto.

Como podemos observar, la forma de producción en nuestra zona de estudio no presenta las características descritas anteriormente. De ahí que en este caso se considera la siguiente ecuación para determinar el precio de producción de economía campesina no integradas al mercado.

$$PP = I + T + SP$$

donde el precio de producción estará conformado por:

- Los Insumos (I) incorporados a la producción. Mas que todo son insumos domésticos. Algunos de estos son agrícolas, por ejemplo, el maíz, arroz, sorgo.

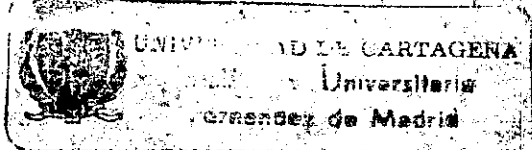
- Trabajo requerido (T), el cual es aportado por los miembros de la misma unidad de explotación.
- Sobreprecio (SP), en este caso incluye el margen de comercialización y gasto de transporte, si lo hay.

3.3.2 POLITICAS DE DISTRIBUCION CANALES

El canal de distribución (algunas veces llamados Canal Comercial) de un producto es la ruta que sigue el mismo al pasar del productor (en nuestro caso el agricultor) hasta llegar al consumidor o usuario. Un canal incluye siempre al productor y al usuario final del producto, así como a todos los intermediarios que intervienen en el traslado del producto. Aún cuando los agentes intermediarios no adquieren en realidad la propiedad de los productos, se incluyen como parte de un canal de distribución. Una vez más ésta se hace porque desempeña un papel activo en el traslado de la propiedad.

De esta manera podemos destacar los siguientes canales de distribución:

- Productor-Detallista-Consumidor
- Productor-Mayorista-Consumidor
- Productor-Almacén-Consumidor
- Productor-Consumidor.



Para nuestro estudio, de acuerdo a la muestra de campo podemos destacar las siguientes canales de distribución que hacen posible la venta de los productos agrícolas producidos en la zona:

1. PRODUCTOR-PLAZA DE MERCADO-CONSUMIDOR: La utilización de este canal por parte del productor se hace en un 48.8%, como podemos observar, es el más significativo en la zona, lo que indica que el mismo productor lleva sus cosechas al mercado (del corregimiento a la vereda) para ser comprados por los consumidores, los cuales obtendrán los productos básicos de la canasta familiar a precios bajos.

2. PRODUCTOR-INTERMEDIARIO-CONSUMIDOR: Es este otro canal utilizado por los productores de la zona en un 42.4%, observamos una alta participación debido a que el campesino no cuenta con los recursos necesarios para comercializar por sí mismo sus productos por los costos (más que todo de transporte) que esto acarrea. Aquí los consumidores obtendrán sus productos a precios relativamente altos ya que al actuar los intermediarios se anexan al producto una serie de costos que a la postre llevarían a una especulación.

3. PRODUCTOR-COOPERATIVAS AGRICOLAS-CONSUMIDOR: Veamos como algunos productores organizados canalizan su producción a través de las cooperativas de las

110

cuales son asociados. Nuestro estudio nos permite demostrar que en un 83.8% los agricultores de la zona utilizan este canal para comercializar sus productos. Aquí los precios varían de tal forma que no perjudique al campesino no mucho menos al consumidor. Pero los campesinos pueden comercializar sin muchos problemas.

#### 4. PROBLEMÁTICA DE COMERCIALIZACION Y ALTERNATIVAS DE SOLUCION

##### 4.1. PROBLEMÁTICA FRENTE A LA COMERCIALIZACION

La intención de comprender las formas de actuación de las organizaciones rurales y del pequeño productor como tal, trae mucha confusión si se toman las diversas situaciones en las cuales se enmarca dicho desenvolvimiento de manera seria y responsable.

No basta solo con creer que el campesino está allí porque ese es su lugar, el que le deparó el destino, y que por lo tanto es necesario seguir alimentando dicho concepto calificándolo de ser marginado socialmente sin ninguna posibilidad de introducción dentro del sistema cultural, económico, social y político, porque algunas fuerzas económicas y políticas que dicen manejar la situación determinan que el productor rural es un hombre económico en miniatura que actúa dentro de una pobre racionalidad económica y que trata de esta forma mejorar su posición económica.

La modernización por parte del sector agropecuario

112

(en este caso los más privilegiados) hace que los pequeños productores cada vez tengan menos acceso a los canales convencionales de participación que el Estado y las empresas privadas o mixtas amplían o disminuyen según su conveniencia política o económica.

Esta incertidumbre, en la cual están sumergidos cada día más los campesinos productores rurales, demandan para ellos mismos la creación de formas asociativas también acordadas con el proceso moderno del desarrollo y que indudablemente conlleva a perder ese concepto de relegado social y económico en que siempre ha creído que está.

No es desconocido para nadie que el productor rural desde siempre ha estado funcionando dentro del complejo económico, rural, el cual maneja con una racionalidad empírica que le ha permitido sobrevivir sin ordenamiento lógico en cuanto a su administración se refiere, dado que participa en un mercado donde él nunca tiene capacidad de decisión y por lo tanto se mueve dentro de él con todas las aberraciones existentes.

La situación es necesario afrontarla, no desde afuera y para ellos sino desde adentro y con ellos, ya



113

que son los generadores de bienes de consumo agro-  
alimentario como principio de consumo y también son  
los que resisten todos los efectos de los vaivenes  
económicos y políticos ya que sobre ellos recaen to-  
das las consecuencias de las malas políticas de de-  
sarrollo trazadas dentro del sector.

La planificación participativa lleva pues, elementos  
que les permite ampliar o modernizar procesos de auto-  
gestión organizativa y empresarial para los cuales  
crean conciencia de su verdadera situación en el com-  
plejo económico social.

#### 4.1.1 PROBLEMÁTICA FRENTE A LA ACUMULACION DE PRODUCTOS

Si analizamos con detenimiento el diseño sistemático  
del complejo económico rural, entramos a reflexionar  
la situación del producto rural frente a la acumula-  
ción de la producción. De esta manera podemos afir-  
mar que:

- El campesino de la Depresión Momposina no cuenta  
con mucho capital para destinarlo a la producción  
y es por eso que la actual producción es pobre co-  
mo el productor.
- El productor no tiene muchas alternativas para pro-  
ducir; dado que no posee información básica sobre  
el qué producir.
- El campesino de esta región tradicionalmente actúa

más por impulso e intuición que por la razón por eso es víctima de la misma producción, el crea los picos de producción siendo ésta una de las causas por la cual un producto vale menos en el mercado.

- El campesino de esta región produce para los intermediarios que se van a encargan del producto y llevarlo al mercado a competir con los que allí se encuentran.
- La asistencia técnica que se presta en los corregimientos que conforman la Depresión Momposina, si la recibe es parcial, solo para lo que produce hoy.
- No es una asistencia técnica capacitadora y educativa y por ende no se dará un desarrollo en esta región.
- Su producción la destina en gran volumen al autoconsumo, si existe algún sobrante, este es comercializado y se convierte en mercantilista simple.
- La producción en San Fernando es subordinada a un modo de producción tradicional, ello explica en cierta forma la incapacidad de retener excedentes económicos y por lo tanto no tiene capitalización para solventar los costos que estos productos acarrearán.
- La fuerza de trabajo fundamentalmente es la familiar. Accidentalmente usa mano de obra salariada, y cuando la producción es escasa, vende temporalmente su mano de obra para poder sobrevivir o desalojar su tierra e ir a otras ciudades a buscar futuro.
- La tecnología empleada se sustenta en la repetición

115

por el conocimiento empírico acumulado. Escaso uso de insumos, baja densidad en la relación: calidad/trabajo, esto es consecuencia de la falta de capacitación y concretiza la importancia que tienen sus tierras para destinarlas a la producción y así poder comercializar con otras regiones para un buen desarrollo.

- El campesino actualmente no posee identidad con el ingreso, confunde fácilmente los conceptos de trabajo-producción-consumo.
- Como en esta región es casi nula la intervención del gobierno no maneja elementos tecnológicos, siempre estará supeditado a la estacionalidad y por consiguiente su producción será acumulada y mal vendida en los mercados.

#### 4.1.2 PROBLEMATICA FRENTE A LA ACUMULACION DE LA COMERCIALIZACION.

El mercado por un lado crea y activa nuevas demandas mejorando y transformando los productos agrícolas, buscando y estimulando nuevos clientes y nuevas necesidades.

116

Por otro lado, guía a los productores hacia nuevas oportunidades de producción y favorecen la innovación y mejora en respuesta a la demanda y los precios. Sus funciones dinámicas son, por consiguiente, de importancia primordial en el fomento de la actividad económica y por esta razón se ha denominado al mercado el multiplicador más importante del desarrollo económico.

No todas las organizaciones, cuya actividad principal es constituida por la comercialización de productos agropecuarios, se forma bajo el concepto anteriormente dicho. Su formación obedece más a que afrontan la comercialización de la Depresión Momposina y que pretenden darle solución acumulando la producción de los productores asociados y de algunos no asociados con el fin de salir de sus productos en caso de que el intermediario les falle.

117

Estas organizaciones casi siempre se convierten en un intermediario más que participa en un mercado amplio y desordenado con unos canales de comercialización muy estrechos o por el contrario, con un solo canal ampliado que lo encogen o agrandan según su participación en ese mismo mercado.

Dicho mercado es tan desorganizado y poco consistente que resiste cualquier número de organizaciones, unas salen por ineficientes, otras entran a ansayar y el mismo mercado no se sensibiliza ante esta circunstancia. En términos generales, el 65% de las empresas asociativas dedicadas a la comercialización prácticamente no tienen ningún impacto positivo dado que el producto o productos que intermedia, sale al mercado con o sin ellas. Lo mismo ocurre con el 35% restante, que vienen siendo los campesinos que recogen sus productos y los colocan en el mercado por su cuenta para comercializarlos o por el contrario cuando se venden a los intermediarios para que estos los dirijan a las diferentes regiones del país. Esta situación obedece a los siguientes criterios:

- El productor no dirige la producción hacia productos agrícolas sino, a otras ramas que le den mejores ganancias.

118

En la Depresión Momposina no se manejan conceptos tecnológicos modernos en cuanto a la segmentación del mercado actuando bajo parámetros de normalización específicos.

- No tienen continuidad en el mercado y es por ello que constantemente están perdiendo clientes y atendiendo nuevos.

- La gran mayoría de los campesinos de la región no poseen información acerca de la capacidad de respuesta del productor en determinadas circunstancias de compromisos de nuevos volúmenes.

- Sus ingresos generados por la actividad apenas le permiten sobrevivir pero no le permiten capitalizar. Claro está, en este punto no mencionamos a las cooperativas de producción y comercialización que han tenido apoyo estatal privilegiado.

La comercialización de la producción de la zona se hace principalmente con Barranquilla, Cartagena, El Banco, Magangué y Bucaramanga, a través de intermediarios, quienes compran la cosecha y luego la hacen llegar a los centros de consumo ocasionando así disminución del ingreso real del productor. Esto se debe a la lejanía de los mercados terminales, vías en mal estado, pérdidas en postcosecha debido a la falta de centros de almacenamiento

119

problemas en la consecución a tiempo de cosechadoras, los embotellamientos que sufren algunas zonas, especialmente los productores de cítricos, en donde se pierden grandes cantidades de productos.

Uno de los problemas más grandes de la economía campesina en la región, es la ausencia de una adecuada infraestructura de almacenamiento, conservación y transporte. No existe una red vial que facilite el acceso a las zonas productoras, tampoco la interrelación cabecera-corregimiento que permite una adecuada movilización de los productos.

Los centros de acopio y las organizaciones productoras (cooperativas) no intervienen eficazmente en la producción y no existe un sistema de información de precios, así mismo, la acentuada estacionalidad de cítricos que impiden la comercialización ideal.

A todos los factores anteriormente mencionados, debemos agregar los relacionados con la situación de orden público que está entorpeciendo en forma preocupante el desarrollo del sector agrícola de la región.

Los factores y comportamiento que se mencionan inciden sustancialmente en la estructura de costos,

126

que de por sí, con las variaciones climatológicas no permiten márgenes de utilidad atractivos para el campesino.

Paralelo a toda esta problemática encontramos que ante la ausencia del estado para financiar y apoyar la actividad agrícola, se hallan los intermediarios en todas las formas, que se aprovechan de esta situación, bien sea suministrando semillas e insumos a precios más elevados y comprometiendo al agricultor a que le venda la cosecha a precios fijados por el mismo intermediario, o bien, financiando al agricultor no solo en la cosecha sino para otras necesidades obligándolo a vender su producción a bajos precios y pagar intereses altos.

Como si lo anterior fuera poco, encontramos casos como en el arroz y el sorgo, en el que los molineros no sólo pagan los precios por debajo de los del Idema, sino que recurren a prácticas poco claras como la de castigar el volumen de la producción con porcentajes de humedad e impurezas lo cual afecta notablemente al agricultor.

Por estas razones, y por la escasez de maquinaria la mala distribución de las semillas, la poca asis-



121

tencia técnica y todos los factores señalados anteriormente, es que los costos de producción se presentan altos.

Cabe anotar además que las tierras de la zona no tienen métodos de riego apropiados para enfrentar largos períodos de verano, al igual que intensos inviernos, lo que ha obligado a los campesinos a cambiar el uso del suelo, destinando las mejores tierras a la ganadería de doble propósito.

#### 4.1.3 PROBLEMATICA FRENTE A LOS COSTOS DE LOS INSUMOS.

El costo de los insumos, por regla general, es mayor mientras que la tecnología que se emplea sea más avanzada, es decir, su costo y utilización es directamente proporcional al nivel tecnológico.

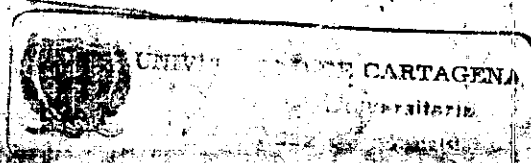
La utilización de los insumos agropecuarios, en caso de la producción, responde a estrategias introducidas al país como fue la revolución verde con las mal llamadas Variedades Milagrosas de los cereales, que exigen para su desarrollo el empleo de insumos como fertilizantes, sustancias químicas para controlar plagas, enfermedades, malas hierbas, equipos y maquinaria, lo que prácticamente se constituyó en un fracaso para los pequeños agricultores ya que carecen de dos elementos esenciales para la

producción como son la tierra y el capital, aunque muchos de ellos si poseen pequeñas parcelas pero sus cosechas son de mala calidad y estos no responden a los fertilizantes si previamente no se hace una adecuación.

Los costos actuales de los insumos son excesivamente altos y su utilización, para el caso de los pequeños productores, no responden generalmente a mayores volúmenes de producción, o por el contrario su aumento es nominal ya que la base de producción es relativamente baja.

El empleo de dichos insumos coloca al productor ante una disyuntiva bien seria, ya que no tiene conocimiento sobre cual va a ser el precio que se pagará por su producto en el mercado.

Si a todo lo anterior le agregamos, que para la utilización de tales insumos es necesario tener una capacitación previa, que a través de ella se dé uso racional y ordenado, vemos que existe mucha inconsistencia cultural ya que la asistencia técnica se presta parcialmente y por lo tanto el productor no tiene racionalidad para su aplicación y en la mayoría de los casos obra presionado por los agentes vendedores de estos insumos, induciendo aplicaciones no necesarias y por consiguiente elevando costos de producción que dificilmente la pequeña producción retorna.



## 4.2 ALTERNATIVAS DE SOLUCION

### 4.2.1 PARTICIPACION DE LOS PRODUCTORES EN ASOCIACIONES

Se hace necesario que los productores participen en la creación de formas asociativas en búsqueda de su propio desarrollo, y como alternativa viable a la solución de la problemática coyuntural que afronta el sector. Esta participación está condicionada a muchos factores de orden social, económico y político.

A. DE ORDEN SOCIAL: Está demostrado que el productor por sí solo no puede participar. Sólo se podrá dar esta participación mediante la creación de organizaciones empresariales que gradualmente vayan obteniendo más y mejores niveles de desarrollo y que a su interior se gesten condiciones administrativas y de gestión empresarial, que les permitan obtener una participación que propenda por el cambio mediante propuestas aterrizadas, conducentes a enfrentar con criterios definidos toda una situación de cambio conceptual y tecnológico.

Para ello se debe contar con una base social consciente del problema con pleno conocimiento de su función como generadores de ideas y estrategias, que aunque sean simples, sean concordantes con su situación actual y que sus objetivos sean ajustados a sus posibilidades sociales y económicas, pero lo suficientemente elásticas que posibiliten la introducción de

nuevas formas de actuación sin crear traumatismos al interior de la misma organización.

B. DE ORDEN POLITICO: La participación política dentro del ámbito agropecuario sólo será posible mediante la integración de acciones que se encaminen hacia la consecución de soluciones para sus problemas comunes de producción. Para ello no solo basta la buena voluntad, es necesario fundamentar el porqué de la integración, cuál es el objetivo común, que tipo de identidad se tendrá con relación a la propuesta y qué beneficios se obtendrán.

El desarrollo moderno se da para aquellos que actúan integrados, que bajo una misma situación problemática hacen gestiones conjuntas, presentan acciones concretas y reciben beneficios colectivos pero en el fondo todos conservan la misma identidad y por lo tanto no se pierde el objetivo común.

C. DE ORDEN ECONOMICO: Es la resultante que beneficia por igual a todos, al productor como tal, por tener más capacidad de participación; a su organización como centro canalizador y ordenador de inquietudes, los cuales los convierte en realizaciones concretas, capaz de manejar situaciones económicas conducentes a formar bienes de capital mediante mayores volúmenes de intervención.

#### 4.2.2 INTEGRACION DE LOS PRODUCTORES.

Dentro del marco metodológico para la búsqueda de soluciones a la problemática rural, se hace posible la integración de los productores identificados con dicha problemática.

Para que esta integración arroje los resultados esperados, es necesario tener presente varias consideraciones que permitan reflexionar al productor sobre qué producir y en qué momento se debe llevar a cabo.

La integración no debe obedecer a caprichos impuestos por terceros con el ánimo de sacarle partida política a la situación, debe obedecer ante todo a más circunstancias específicas, cuyas características obedezcan a la real necesidad de los productores que pretendan hacerla.

Es conveniente para ello, haber alcanzado un grado de madurez en los diferentes factores que permitan a esa misma integración ser cada vez más fuerte; dichos factores podrían describirse de la siguiente manera:

A. DESARROLLO EMPRESARIAL: Los productores que se integren deben haber alcanzado un grado de madurez empresarial, que guarde relación con la misma integración.

Podemos hablar de productores que se integren alrededor de la comercialización. Esta integración debe obedecer a parámetros estructurales y organizati-

vos de los productores, que les permita responder a las exigencias de un mercado también exigente. En este caso, el productor tendría un conocimiento pleno de su mercado, lo que le permite la satisfacción adecuada del mismo.

B. DESARROLLO SOCIAL: La base social de las organizaciones de productores, debe estar lo más consolidada posible, éstos deben tener un amplio concepto de la participación, porque son ellos quienes a la postre, alimentarán esa integración y lo harán mayor o menor de acuerdo con los beneficios económicos y sociales que de ella se deriven.

C. DESARROLLO TECNOLÓGICO: De alguna manera, cualquier tipo de integración, que se haga, traerá avances tecnológicos para los productores.

No basta hacer integración por la integración, ésta debe pretender alcanzar grados de desarrollo más avanzados, los productores se integrarán para manejar mejores formas de producir, los manejadores de insumos se integrarán para obtener mejores escalas económicas por compras en volúmenes, y así sucesivamente.

Pueden además integrarse organizaciones de productores con organizaciones comercializadoras, o con organizaciones que poseen bancos de maquinarias. Estas combinaciones son la parte mecánica de la integración y buscan solucionar las necesidades de cada uno.



127

Se debe partir de la base de las integraciones locales entre los productores u organizaciones de un mismo sector que puedan prestarse innumerables servicios entre ellas mismas, para luego llegar a grados más altos de integración como son los niveles regionales nacionales o internacionales según el caso.

4.2.3 PARTICIPACION DEL ESTADO:

El estado debe promover los elementos que requiere el desarrollo de la comercialización, cuando sistemas eficientes, reglamentos y leyes, diversas formas de infraestructura, capacitación técnica y administrativa, crédito y otros.

Debe además promover la construcción de centros de servicios al productor rural, para que allí reciba algunos servicios de apoyo a la comercialización, como acopio, almacenamiento por pequeños espacios de tiempo, algunos insumos agrícolas y otros, y al mismo tiempo ir organizando el mercado terminal, ya que sin estos, dichos centros quedarían cerrados en muy poco tiempo. El estado debe promover, a través de las alcaldías municipales, la asistencia técnica para pequeños productores, se debe impulsar las acciones de las UMATAS y proveerlas de los mecanismos necesarios para el cabal cumplimiento de sus funciones, por ejemplo, dotar al personal técnico de la infraestructura mínima necesaria para atender a los diferentes corregimientos de cada municipio.

Es necesario comprender, a través de la capacitación técnica, campañas para el uso racional de los insumos, en cuanto a qué y cuándo deben aplicarse, crear formas de utilización de insumos menos costosos produ-



129

cidos en casa o al menos enseñar al productor a buscar sustituciones o complementaciones que conduzcan a disminuir los agroquímicos y por lo tanto a tratar de disminuir los costos de producción.

El gobierno deberá fomentar la actividad agrícola a nivel del pequeño productor, creando líneas de crédito de fomento para esta actividad, permitiendo así mejorar los niveles de ingresos de los campesinos productores y por ende su nivel de vida.

#### **4.2.4 CAPACITACION ORGANIZATIVA, EMPRESARIAL Y TECNICA.**

Es la capacitación un elemento fundamental ya que a través de ella se pueden lograr cambios de conducta, actitud y aptitudes que repercuten de manera positiva en los aspectos técnicos-productivo, empresarial, y organizativo; de ahí la necesidad de diseñar planes y/o proyectos de capacitación que entren a formar a los beneficiarios del proyecto en las áreas donde a partir del análisis y diagnóstico, se requieran para su adecuado desarrollo.

##### **4.2.4.1 CAPACITACION ORGANIZATIVA.**

La consolidación de las organizaciones de productores participantes es un objetivo de primer orden en el proyecto, ya que esta consolidación es la que va a garantizar, en alguna medida, la participación

130

exitosa de dichas organizaciones. Para este logro la capacitación en organización es una herramienta útil ya que genera procesos de superación de niveles de conciencia hasta llegar a la organizativa donde se da un cambio de actitud hacia la participación de la información, en la toma de decisiones en el trabajo.

La capacitación en organización estará encaminada a la integración y consolidación tanto a nivel interno como con las otras organizaciones participantes buscando siempre la autogestión como elemento clave que garantice el aprendizaje y desarrollo autónomo de las organizaciones reforzando y promoviendo sus fuerzas multiplicadoras a partir de los espacios locales donde las personas buscan la satisfacción de las necesidades fundamentales.

Se busca la estructuración de sujetos sociales con capacidad de sostener un desarrollo autónomo, autosostenido y armónico en sus diversos ámbitos conciliando con políticas globales que aseguren la asignación de recursos que puedan patenciar estos procesos, estimulando así el protagonismo de los sujetos que les lleva a causar un verdadero impacto social capaz de elevar la calidad de vida.

131.

Esta capacitación debe generar procesos sinérgicos donde se descubra y se comprendan las potencialidades y capacidades de las organizaciones que en muchas ocasiones resulta disminuida como consecuencia de la importante situación:

El desarrollo de la consolidación de las organizaciones y su capacidad de autogestión, permite la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida en forma colectiva incentivando la participación y la creatividad, estimulando y reforzando la identidad cultural a través de un aumento de autoconfianza. Las organizaciones y comunidades logran un mejor entendimiento de las tecnologías, de los procesos productivos y de comercialización, cuando son capaces de autoadministrarse.

La capacitación en esta área comprenderá los siguientes contenidos:

- Cooperativismo básico
- Nueva ley cooperativa
- Aspectos gremiales
- Participación y organización comunitaria
- Nuevo régimen municipal
- Relaciones interpersonales

\*\* Este dato fué tomado del Sena Comunitario-Cartagena.

132

#### 4.2.4.2 CAPACITACION EMPRESARIAL

La satisfacción de las necesidades y en general el mejoramiento de la calidad de vida es lógico, que depende fundamentalmente de la producción y comercialización de bienes y servicios, de ahí que estos productos deben ser eficientes y eficaces y genera suficientes excedentes para el logro de la satisfacción de las necesidades.

Por lo anterior, la capacitación empresarial o de gestión es de fundamental importancia y está dirigida a crear un actitud empresarial y entregar las herramientas de gestión necesarias para el logro de empresas con organización productiva, administrativa y de comercialización capaces de ser rentables y generar los excedentes esperados.

La capacitación empresarial partirá del concepto y aplicación de la racionalidad y eficiencia administrativa en las diferentes áreas de la organización, teniendo en cuenta la realidad socio-económica de las unidades productivas. En esta perspectiva no se considera la acumulación como un fin en sí misma como la panacea que soluciona todos los males de la organización, pero no por ello debe minimizarse la importancia de la generación de excedentes

sino que la subordina a la consolidación de empresas capaces de forjar su autodependencia y mejoramiento de la calidad de vida.

De ahí la importancia de la expansión, integración y consolidación de las organizaciones, para asegurar que los excedentes repercutan en la satisfacción progresiva de las necesidades de la comunidad donde los grupos adquieren la capacidad de decidir sobre sus recursos y futuro, garantizando que los excedentes no sean discriminatorios ni excluyentes.

El crédito adecuado y oportuno no se constituye en una variable muy importante para obtener los resultados planteados ya que la sola capacitación y asesoría no es suficiente para que se pueda dar la expansión y los excedentes.

Los contenidos del área empresarial serán:

- Diagnóstico y planificación
- Administración
- Gestión financiera
- Comercialización
- Elaboración y administración de proyectos
- Contabilidad
- Administración cooperativa

134

#### 4.2.4.3 CAPACITACION TECNICA.

El incremento de la producción y productividad va acompañado fundamentalmente de introducción, mejoramiento y apropiación de tecnologías por tanto la capacitación técnica en las áreas que tengan que ver con los productos que comercializan y comercializarán, será indispensable para aumentar su volumen y por ende su comercialización.

La capacitación y asistencia técnica relativa a los productos que se comercializarán, deberá partir de la realidad socio-económica de los productores y sus necesidades y no únicamente del interés de la producción.

La capacitación técnica comprenderá entre otros los siguientes temas:

- Almacenamiento y bodegaje
- Técnicas de ventas
- Mecanismos de control operativo
- Uso de insumos y fertilizantes.

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

La zona de estudio, con 1.718,23kms, presenta una ubicación estratégica en el sur del departamento de Bolívar, contando además con una gran variedad de suelos, buen clima y un sistema hídrico aptos para la producción agrícola, aunque gran parte del territorio es subutilizado para esta actividad.

La actividad económica sobresaliente de la zona es la agricultura, siendo ésta en gran parte se subsistencia y bajo la forma de producción tradicional, con sus principales cultivos: la yuca, maíz, plátano, cítricos, arroz, sorgo, etc.

Se destaca la diversificación de cultivos, en el sentido de que los campesinos no se especializan en un solo producto. Estos cultivan dos productos básicos con el criterio de venderlos en el mercado, generalmente son yuca y maíz, además cultivan otros como plátano y hortalizas con el fin de proveer a la unidad familiar ya que la fuerza de trabajo predomina el área de no existe su venta.

En cuanto a su relación Ingresos-Gastos-Excedentes, se pueden afirmar que existe un excedente bruto de explotación el cual va a ser utilizado por los productores en la medida en que exista un mercado donde ofrecerlo. Se presenta luego una contradicción, pues los ingresos no generan excedentes monetarios, esto como consecuencia de la racionalidad propia de la economía de la zona.

La producción obtenida en gran porcentaje es destinada al autoconsumo familiar, quedando en menor porcentaje margen para la venta.

Para su producción los campesinos utilizan insumos básicos como semillas, fungicidas y abonos, en pequeña escala hacen uso de maquinaria al igual que paga la fuerza de trabajo. Por esta razón podemos afirmar que la estructura de costos es conformada por dichos insumos, lo que la hace aparecer simplista dentro del contexto general.

De igual manera observamos la incidencia del costo de transporte en la conformación del precio final del producto. Estos costos, bastante elevados determinan la firme presencia del intermediario en el proceso de comercialización de los productos, ya que el campesino se ve imposibilitado para esto por los altos costos que se acarrearán.



La zona de la Depresión Momposina, presenta una problemática general, con base en la cual hemos enmarcado nuestro trabajo en el área de la comercialización, por lo cual nos permitimos presentar las siguientes recomendaciones:

A través de diferentes maneras de capacitación a emplear, se debe crear conciencia al interior de los productores en el sentido de formar organizaciones de productores que a través de objetivos comunes les permitan afrontar situaciones de producción, comercialización y manejo de insumos y en algunos casos, formas más o menos avanzadas de agro-industrialización. La importancia de las organizaciones radica en que el productor generalmente carece de los elementos culturales y técnicos que le impiden alcanzar niveles más altos de comprensión del sistema dentro del cual se mueven.

Es necesario avanzar hacia formas organizativas más complejas. Formas que, mediante la utilización de tecnologías modernas coloquen al productor rural en un contexto que le permita participar en un mercado nacional o internacional de participación avanzada y que sea capaz de responder a los retos que esta participación implica. Es decir, que debe colocarse al productor rural en un nivel de competitividad tal, que tenga la suficiente solvencia cultural y económica que le proporcione la capacidad de percibir el cambio y su fácil acomodamiento a tales situaciones.

Es preciso mantener al productor rural informado acerca de todo el desarrollo económico, social y político-queacontece hoy, como la Apertura Económica, la reconversión del sector agropecuario, la adecuación de las actividades de apoyo, etc, que de una u otra forma les afecta y para lo cual no están preparados, dado que se encuentran en un ámbito de producción agropecuario y por lo tanto son la mayoría golpeados.

Debe darse un aumento en la comercialización y mercadeo de los productos, de entidades estatales, como el IDEMA, a fin de evitar los numerosos intermediarios. Así mismo promover la asociación de los productores con fines de comercialización, lo cual redundará en una posición más favorable a la hora de venderse.

Debe crearse una infraestructura de almacenamiento, y el transporte de los productos, ya que así, en conjunto con los demás municipios del sur de Bolívar, se convertirá esta zona en la despensa del departamento, lo cual va a redundar en una gran oferta de alimentos baratos para el conjunto de la economía.

## BIBLIOGRAFIA

BANCO COOPERATIVO DE COLOMBIA, Asistencia técnica y proyectos de comercialización. Bogotá, julio 1992.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD para el montaje de una planta procesadora de jugo de naranja en el sur de Bolívar Mompós, 1991.

FONDO DRI, Proyecto de comercialización en la Depresión Momposina. Cartagena, 1992.

MACHADO ABSALON, Problemas agrarios colombianos. Editorial Cega siglo XXI. Santa Fé de Bogotá, mayo 1991.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, Síntesis de los planes operativos departamentales 1991-1992. Santa Fé de Bogotá, mayo 1991.

MUÑOZ GIRALDO OSCAR, Seguimiento sistemático del complejo económico rural. Proyecto col /87/003. Santa Fé de Bogotá, septiembre 1991.

140  
PERRY SANTIAGO, La crisis agraria de Colombia. Editorial  
El Ancora. Santa Fé de Bogotá, 1989.

REVISTA ECONOMICA COLOMBIANA, Aspectos generales del Agro  
Colombiano. Revista No: 110. Santa Fé de Bogotá,  
1985.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE -SENA- Plan de acompa-  
ñamiento, organización y capacitación para el sur  
del departamento de Bolívar. Cartagena, enero 1992

STANTON WILLIAM J., Fundamentos de mercadotecnia.. Octa-  
va edición. Editorial McGrawHill. México, 1989.

1191

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
Y SENA

Encuesta No. \_\_\_\_\_

OBJETIVO: Comercialización de bienes básicos de la  
Depresión Momposina.

1. INFORMACIÓN GENERAL:

1.1 Municipio \_\_\_\_\_ Vereda \_\_\_\_\_

1.2 Delimitación zonal:

Area PNR \_\_\_\_\_ Area D.R.I \_\_\_\_\_ Area Sena \_\_\_\_\_

1.3 Condiciones físicas de la zona:

Topografía: Sabana \_\_\_\_\_ Valle \_\_\_\_\_ Cerro \_\_\_\_\_

1.4 La parcela es:

Propia \_\_\_\_\_ Arrendada \_\_\_\_\_ Otras \_\_\_\_\_

1.5 Si la parcela no es propia, cuánto paga en alquiler

\_\_\_\_\_

1.6 ¿Cuál es el área de la parcela? \_\_\_\_\_

2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PRODUCCIÓN:

2.1 ¿Cuál es el número de hectáreas de su parcela dedi-  
cada al cultivo de productos agrícolas y qué tipo?

No. de Hectáreas	Tipo de cultivo
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

2.2 ¿Cuántas cosechas genera la parcela en cada producto agrícola que cultiva?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2.3 ¿Cuánto es su rendimiento por hectárea en la explotación de su parcela (anual) ?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2.4 ¿Qué porcentaje estima para su consumo familiar?

\_\_\_\_\_

2.5 ¿Cuáles son sus ingresos por hectárea cultivada y vendida?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. INFRAESTRUCTURA DE LA ZONA:

3.1 Infraestructura física:

Carretera \_\_\_\_\_ Caminos \_\_\_\_\_ Trochas \_\_\_\_\_ Fluvial \_\_\_\_\_

3.2 Infraestructura de apoyo en el área:

Centros de Acopio \_\_\_\_\_ Servicios de empaque \_\_\_\_\_  
Almacenamiento \_\_\_\_\_ Secado \_\_\_\_\_ Clasificación \_\_\_\_\_  
Transporte \_\_\_\_\_

3.3 Infraestructura Institucional con la que cuenta:

U.M.A.T.A.S \_\_\_\_\_ INCORA \_\_\_\_\_ ICA \_\_\_\_\_ DRI \_\_\_\_\_  
PNR \_\_\_\_\_ SENA \_\_\_\_\_ OTRAS \_\_\_\_\_ ¿CUALES? \_\_\_\_\_

4. ASPECTOS DE MERCADEO:

4.1 La distribución de los productos se realiza en:

Centros de Acopio \_\_\_\_\_ Idema \_\_\_\_\_  
Cooperativas agrícolas (menciónelas) \_\_\_\_\_  
Intermediarios \_\_\_\_\_

4.2 Cuáles son los costos de transporte utilizados para la venta de sus productos en promedio:

Carro \_\_\_\_\_ Bestia \_\_\_\_\_ Chalupas \_\_\_\_\_

4.3 ¿Incurriría usted en gastos de almacenamiento y bodegaje?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Valor \_\_\_\_\_ Tiempo (en meses) \_\_\_\_\_

4.4 ¿Cuál es el principal problema para la comercialización (venta de sus productos) . Explique

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4.5 Costos de producción:

Semillas \_\_\_\_\_ Abonos \_\_\_\_\_ Fungicidas \_\_\_\_\_  
Equipos y Maquinaria \_\_\_\_\_

5. ASPECTOS FINANCIEROS:

5.1 ¿Recibe algún tipo de apoyo financiero?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Sector Privado \_\_\_\_\_ Sector  
Público \_\_\_\_\_

5.2 ¿De qué entidad (es)? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.3 Plazos \_\_\_\_\_ Intereses \_\_\_\_\_ Plazos de gracias \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.4 Garantías ofrecidas \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

FECHA \_\_\_\_\_ ENCUESTADOR \_\_\_\_\_