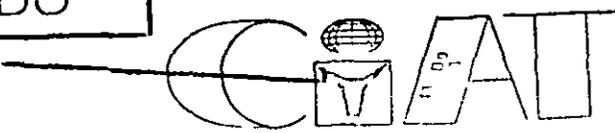


8359

MICROFILMADO



ASPECTOS DEL MERCADEO DE LA YUCA CENTRO DE DOCUMENTACION

4 ABR. 1978

8359

Rafael O ~~Díaz~~ D <sup>1</sup>

Per Pinstrup-Andersen<sup>1</sup>

Uldarico Varón R <sup>2</sup>

El presente estudio no pretende hacer una análisis completo del sistema de mercadeo de yuca en Colombia. Más bien, el estudio se limita a una descripción muy breve de algunos aspectos de mercadeo tales como la utilización de la yuca, el sistema de venta a nivel de la finca, transporte y el destino de la yuca vendida. Los precios obtenidos y su fluctuación se analizan en la sección sobre el análisis económico <sup>3</sup>

Utilización

La tabla 1 muestra los porcentajes de la producción de yuca utilizada para consumo casero, venta para consumo humano y venta para la industria y las tablas 2 y 3 muestran los porcentajes de las fincas de las cuales la mayor parte de la producción de yuca se utilizan para cada uno de los mismos tres propósitos

---

1/ Economistas Agrícolas

2/ Ingeniero Agrónomo

3/ La muestra estudiada se describe en el capítulo de Metodología pag, B-1

TABLA 1 UTILIZACIÓN DE LA YUCA PRODUCIDA  
EN LAS FINCAS DEL ESTUDIO

Zonas	Porcentaje de la Producción Utilizado para			
	Consumo Casero		Venta	
	Humano	Animal	Consumo Humano	Procesa- miento
I	0 4	0 1	44 1	55 4
II	0 1	0	99 9	0
III	5 0	0 9	94 1	0
IV	0 8	0 3	98 9	0
V	1 6	0	80 4	18 0
<u>Tamaño de Finca</u>				
Pequeñas	1 1	0 2	81 4	17 3
Medianas	0 4	0 1	89 3	10 2
Grandes	0 4	0 1	97 7	1 8
Total	0 5	0 1	94 8	4 6

Solamente en Zona I (55 4%) y en Zona V (18%) se produjo yuca para ser procesada en almidones por fábricas con tecnologías tradicionales (Zona I) y tecnologías más avanzadas (Zona V) En el resto de las zonas de estudio, la mayoría de la yuca producida se vendió para consumo humano

De acuerdo a las estimaciones (Tabla 1) de la yuca no vendida una baja proporción se dejó para consumo humano y animal Pero se debe tener en cuenta que a partir del sexto mes, el cultivador

TABLA 2 DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS CULTIVADORES DE YUCA DE ACUERDO AL LUGAR DE VENTA Y DESTINO DEL BENEFICIO DE LA YUCA PRODUCIDA EN CADA UNA DE LAS ZONAS DE ESTUDIO

Descripción	Z o n a				
	I	II	III	IV	V
<u>Lugar de Venta</u>					
Plantación <sup>1</sup>	41 0	76 5	0	27 3	0
Finca <sup>2</sup>	27 9	9 4	52 5	1 8	88 6
Mercado Local	19 6	1 6	39 0	7 3	9 1
Mercado Principal	8 2	12 5	3 4	60 0	0
<u>Destino</u>					
Vendido para					
-Consumo Humano	45 9	100 0	94 9	96 4	75 0
-Consumo Animal	0	0	0	0	0
-Procesamiento	50 8	0	0	0	22 7
No vende	3 3	0	5 1	3 6	2 3

<sup>1/</sup> Antes de cosechar ("venden el corte")

<sup>2/</sup> Cosechado

TABLA 3 DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS CULTIVADORES DE YUCA DE ACUERDO AL LUGAR DE VENTA Y DESTINO DEL BENEFICIO DE LA YUCA PRODUCIDA SEGUN TAMAÑO DE FINCA

Descripción	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE	TOTAL
	(0-1 99 Has)	(2-9 99 Has)	(10 o más Has)	
	%	%	%	%
<u>Lugar de Venta</u>				
Plantación	25 9	35 6	32 2	31 5
Finca	45 7	33 3	24 4	33 2
Mercado Local	17 3	18 4	12 1	15 6
Mercado Principal	7 4	11 5	27 8	16 9
<u>Destino</u>				
Vendido para				
-Consumo Humano	80 2	74 7	90 4	82 7
-Consumo Animal	0	0	0	0
-Procesamiento	16 1	24 1	6 1	14 5
No vende	3 7	1 2	3 5	2 8

va arrancando sucesivamente algunas raíces de la planta, para su consumo y esta información es muy difícil de consignar. Por tal motivo, es de esperarse que las proporciones de yuca para el consumo, estén por encima de los datos tabulados en la Tabla 2. El consumo animal se refiere exclusivamente para cerdos.

Los pequeños cultivadores dejan mayor proporción de yuca para consumo casero (uso humano y animal), comparado con los grandes cultivadores.

La mayor parte (83%) de los cultivadores vende su cosecha para consumo humano en estado fresco (Tablas 2 y 3). Consistente con lo expuesto en la Tabla 1 el procesamiento de yuca es importante en la Zona I en donde la mitad de los cultivadores vendieron su cosecha a la industria de almidones. Al momento de escribir el presente informe se tenían planes para aumentar la capacidad de la industria de yuca, más que todo en la Zona II, con el propósito de producir harinas panificables a partir de la yuca. No se encontró ningún uso de yuca vendida para animales.

#### Sistema de Venta

Una tercera parte de los cultivadores vendieron su cosecha de yuca "en corte", es decir, sin cosecharla. Esta práctica es más común en la Zona II, mientras no se encontró en las Zonas - III y V. Cuando se vende "el corte", el cultivador y el comprador llegan a un precio del cultivo sin cosecharlo. El costo de la cosecha normalmente será pagado por el comprador. En algunas ocasiones el comprador suministra el empaque cuando el cultivador cosecha. Las principales razones por las cuales se vende el corte en vez de vender la yuca después de la cosecha, según los cultiva

dores que lo hicieron, son (a) que se cree que deja mayor ganancia (b) que se evita los problemas de mercadeo, (c) que se elimina el riesgo asociado con una menor cosecha que la que se esperaba, y (d) que se necesitaba dinero antes de la cosecha

Otra tercera parte de los cultivadores vende la yuca en la finca después de la cosecha y la última tercera parte vende su cosecha en el mercado, bien sea un mercado local o principal

Se define como mercado local, el lugar de acopio localizado - más cerca del sitio del cultivo, generalmente un pueblo o una ciudad capital. El mercado principal es un centro de acopio localizado en una ciudad con alta densidad de población. Proporciones similares en toda la muestra vendieron en ambos tipos del mercado. La proporción de pequeños cultivadores que llevaron su yuca al mercado principal fué relativamente baja

### Transporte

Aspectos generales de la clase y tipo de transporte usado en cada una de las zonas estudiadas se presenta en la Tabla 4. Los mismos tópicos pero estratificados según tamaño de finca se dan en la Tabla 5. Cerca del 70 por ciento de los cultivadores visitados no tenían ningún tipo de transporte siendo más notoria esta situación en la Zona V. En las dos regiones más montañosas, Zona I y III un poco más de la quinta parte de los cultivadores (con menos de 10 has) usaron transporte animal. En Zonas II y IV, se transportó yuca para ser vendida a distancias superiores a 200 kilómetros, por cultivadores con más de 10 hectáreas

TABLA 4 DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS CULTIVADORES DE YUCA DE ACUERDO A LA CLASE Y TIPO DE TRANSPORTE USADO EN CADA UNA DE LAS ZONAS EN ESTUDIO

Descripción	Porcentaje por Zona				
	I	II	III	IV	V
<u>Clase</u> Propio	3	0	7	0	5
Alquilado	25	14	36	67	5
Ninguno	72	86	57	33	90
<u>Tipo</u> Mecánico	5	14	22	65	10
Animal	23	0	20	7	0
<u>Distancias de Venta</u>					
Mercado Local					
0-30 kms	20	2	39	7	0
Mercado Principal					
0-70 (kms)	5	3	0	7	7
71-150	0	0	2	0	3
151-200	3	0	2	18	0
200 o más	9	9	0	35	0

TABLA 5 DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS CULTIVADORES DE YUCA DE ACUERDO A LA CLASE Y TIPO DE TRANSPORTE USADO EN LA MUESTRA. FRECUENCIA POR TAMAÑO DE FINCA

Descripción	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE	TOTAL
	(0-1 99 Has)	(2-9 99 Has)	(10 o más Has)	
	%	%	%	%
<u>Clase</u> Propio	1	1	5	2
Alquilado	24	29	35	30
Ninguno	75	70	60	68
<u>Tipo</u> Mecánico	15	18	32	23
Animal	10	12	8	9
<u>Distancias de Venta</u>				
Mercado Local				
0-30 kms	15	18	10	14
Mercado Principal				
9-70 (kms)	5	0	7	4
71-150	0	1	1	1
151-200	1	3	9	5
200 o más	4	8	13	8

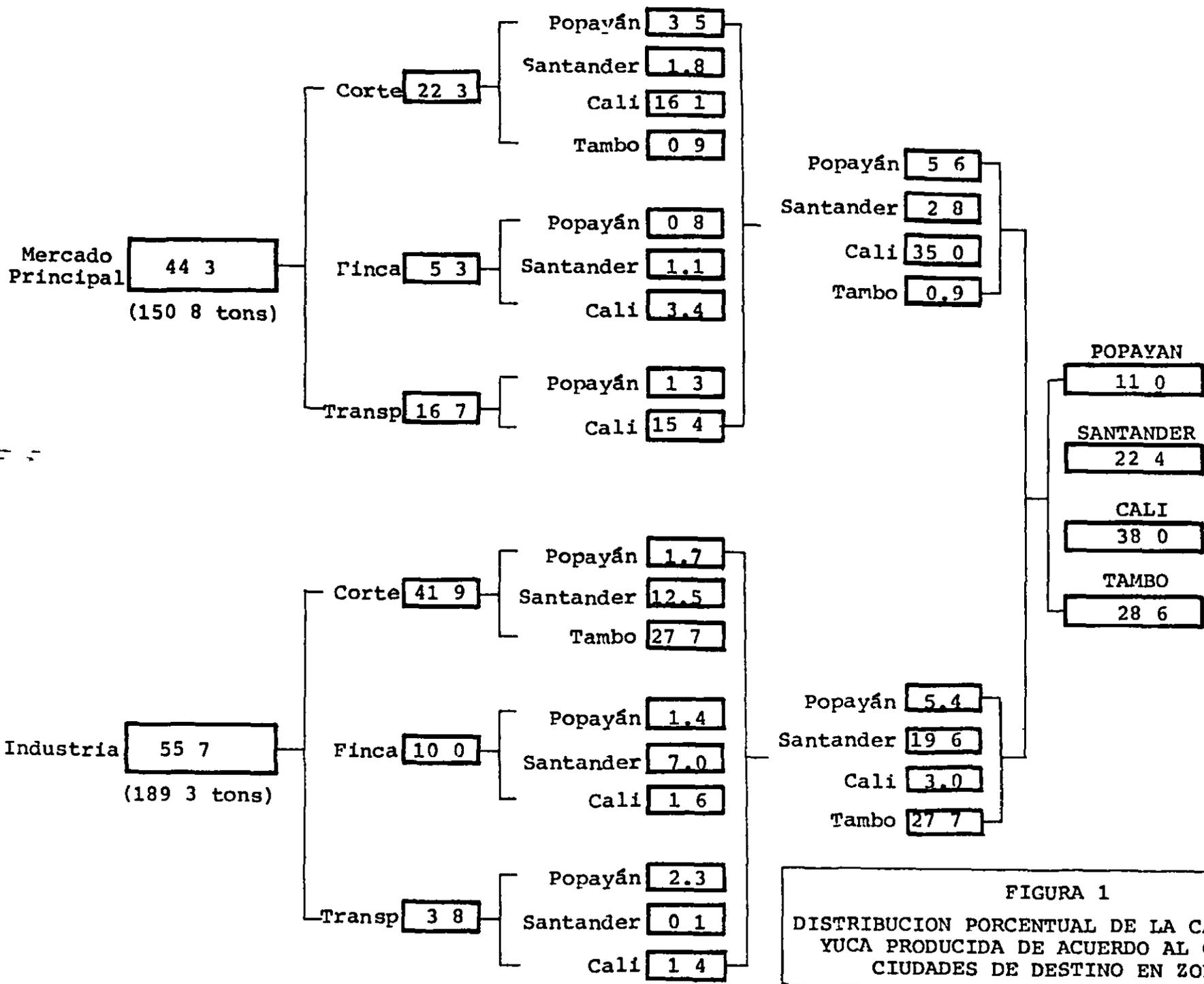


FIGURA 1  
DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA CANTIDAD DE YUCA PRODUCIDA DE ACUERDO AL ORIGEN Y CIUDADES DE DESTINO EN ZONA I

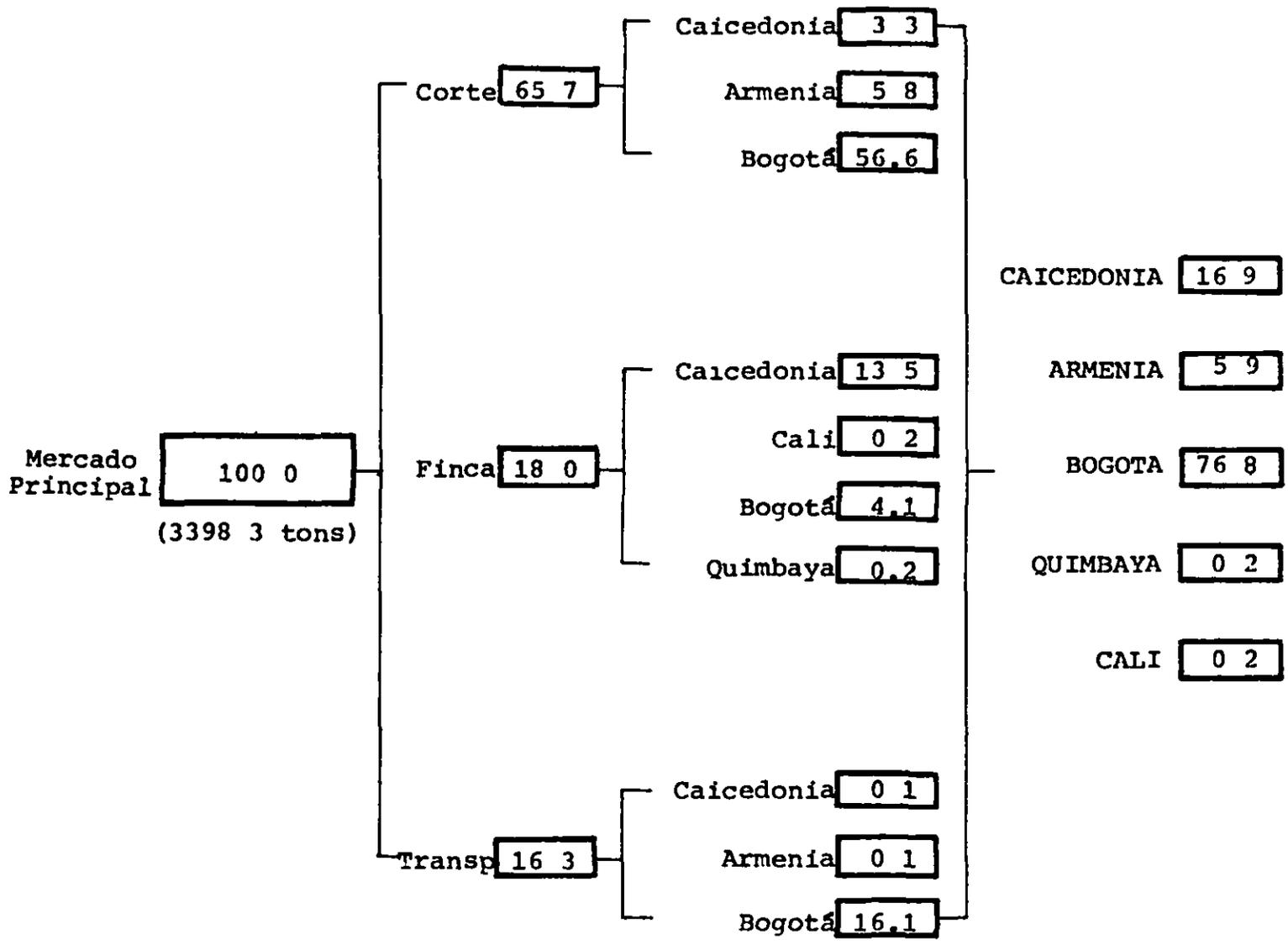


FIGURA 2  
 DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA CANTIDAD DE YUCA PRODUCIDA DE ACUERDO AL ORIGEN Y CIUDADES DE DESTINO EN ZONA II

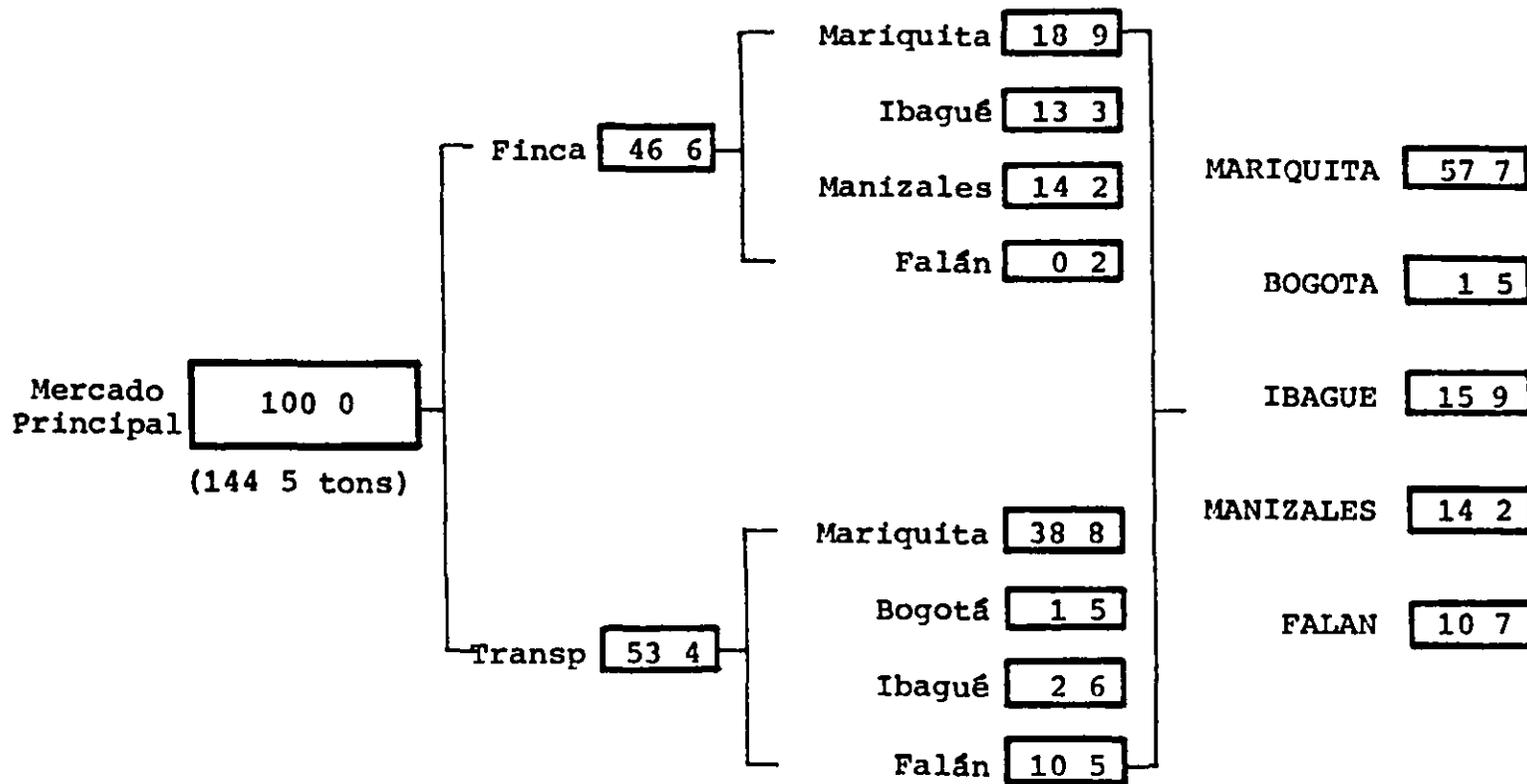


FIGURA 3  
 DISTRIBUCION PORCFNTUAL DE LA CANTIDAD DE YUCA PRODUCIDA DE ACUERDO AL ORIGEN Y CIUDADES DE DESTINO EN ZONA III

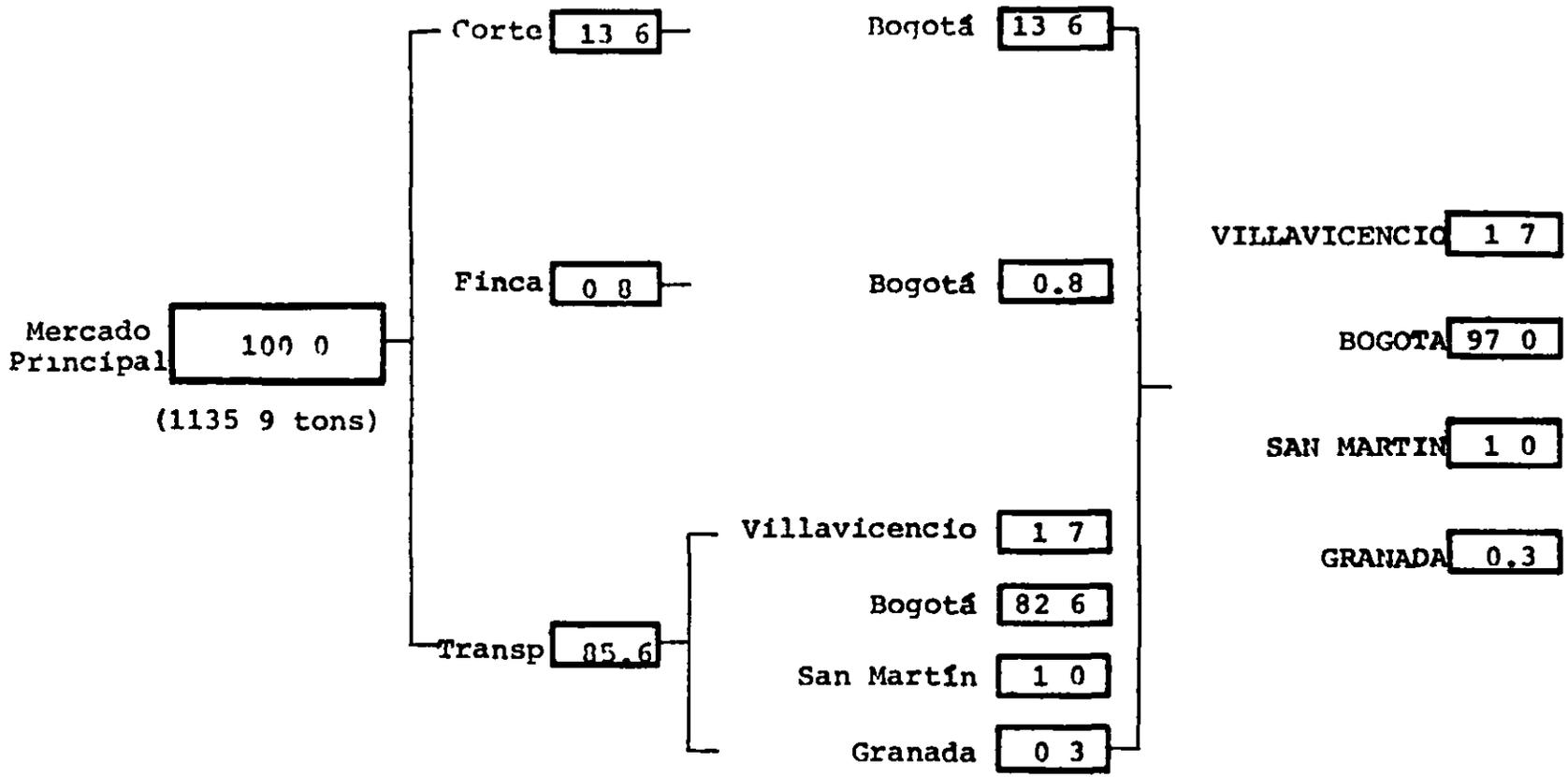


FIGURA 4  
 DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA CANTIDAD DE YUCA PRODUCIDA DE ACUERDO AL ORIGEN Y CIUDADES DE DESTINO EN ZONA IV

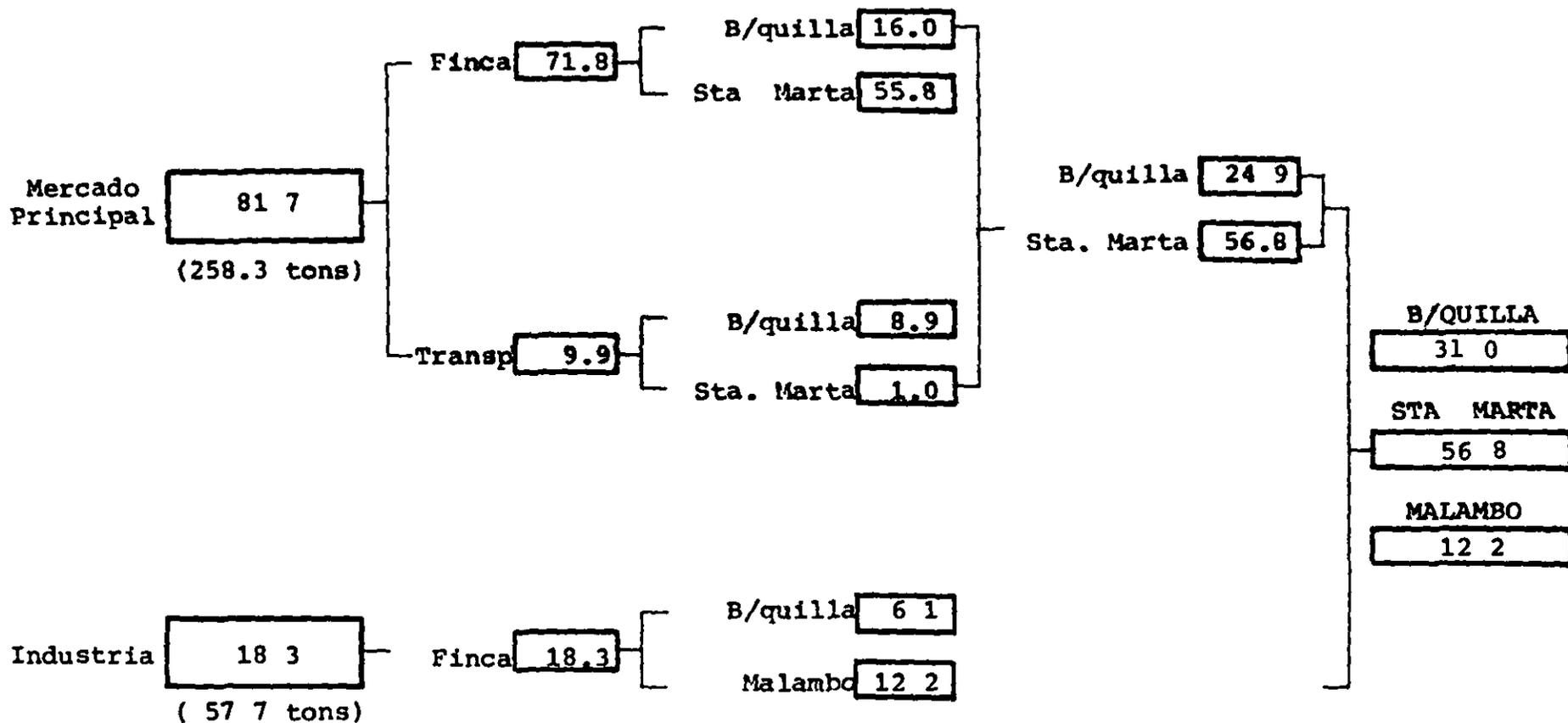


FIGURA 5  
 DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA CANTIDAD DE YUCA PRODUCIDA DE ACUERDO AL ORIGEN Y CIUDADES DE DESTINO EN ZONA V

Destino de la yuca

Desde la figura 1 hasta la figura 5 se describen principalmente canales de distribución de la yuca a partir de los lugares de producción hasta las ciudades de consumo

La Ciudad de Cali es la principal consumidora de yuca para el consumo en fresco de la Zona I, donde más de la mitad de la yuca producida es procesada por fábricas productoras de almidón con tecnología tradicional<sup>1</sup> La comunidad del Tambo es el principal — centro de acopio para la que va a ser procesada

La mayoría de la yuca producida en las Zonas II y IV, vá a la ciudad de Bogotá La yuca de Zona III tiene muy poca salida a ciudades distantes de los centros de producción Las ciudades de Santa Marta y Barranquilla consumen la mayoría de la yuca para el mercado en fresco y producida en Zona V en donde la localidad de Malambo, cerca a Barranquilla, es el principal centro de acopio para la yuca de uso industrial, por tener una fábrica productora de almidones altamente tecnificada

## CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

Los aspectos de distribución, venta y consumo de la yuca no han sido estudiados suficientemente Se conoce algo sobre la estructura de la producción Sin embargo, ciertos aspectos del mercado pueden presentar serias implicaciones sobre la producción

---

<sup>1/</sup> Una descripción más completa sobre el proceso de producir almidones, sus costos y canales de comercialización se consiguen en Strobosch, P A Socio-Economic Study of Cassava and Cassava Starch Production in an Andean Village in Colombia Rural Sociology Report (unpublished), CIAT, 1976

La producción de yuca se encuentra en sitios generalmente aislados a los centros de consumo. Este aislamiento se presenta entre los mismos cultivadores lo que dificulta la comercialización de la producción. El transporte es un factor limitante en el mercado del producto, obligando a veces al cultivador a vender en la finca. Los que utilizan transporte y llevan la yuca al mercado están forzados a vender al precio dispuesto por el intermediario que en ocasiones tiene un margen de utilidad muy amplio.

Este informe presenta de una manera muy general los aspectos de venta, transporte, beneficio y lugares de consumo de la yuca producida en una muestra de cultivadores. Comparando las diferentes zonas estudiadas se podrían detectar las ventajas comparativas entre sí, analizando además los aspectos de producción. Es indudable la necesidad de estudiar la factibilidad de industrialización y consumo en regiones en donde se puede aumentar la producción, lo cual implica estudios de precios, oferta y demanda del producto además de estudios sobre aspectos físicos del proceso de mercadeo.