CIAT
Centro Internacional de Agricultura Tropical

SEMINARIOS INTERNOS

SE-2-85

Septiembre 6, 1985

"EL IMPACTO DEL MERCADO SOBRE EL DESARROLLO DEL CULTIVO DE LA YUCA EN LA COSTA ATLANTICA DE COLOMBIA"

Willem Janssen

En el proceso de desarrollo económico, la estructura de la sociedad cambia. Dos aspectos importantes en este cambio son la urbanización y el crecimiento del ingreso. Como consecuencia de la urbanización y el crecimiento de ingresos la demanda por productos agrícolas se dirige a productos que anteriormente no tenían mucha importancia (carne de aves, hortalizas) y deja al lado productos de importancia tradicional como las tuberosas.

Ya que estos ultimos productos muy a menudo son cultivados por pequeños agricultores, el mercado de venta para ellos tiene perspectivas bajas. En consecuencia la demanda por nueva tecnología en los productos tradicionales es baja, el sector campesino parece estancado y no contribuye fuerte al desarrollo. Esta es una situación sub-óptima para el desarrollo económico de la sociedad.

La situación del cultivo de la yuca en la Costa Atlántica es igual en mucho detalle a esta descripción. El mercado fresco para consumo humano, que tradicionalmente domina la utilización de yuca parece estar decreciendo y el campesino limita su siembra de yuca por los problemas de venta que encuentra.

El presente estudio ha tratado de estimar las perspectivas del mercado de yuca y la importancia de la yuca para el ingreso del pequeño agricultor si las tendencias presentes son continuas. Estos datos se comparan con el desarrollo del mercado de yuca bajo dos estrategias para mejorar su mercado. La primera estrategia consiste en el establecimiento de la industria de yuca seca para suministrar la industria de alimentos balanceados. La segunda estrategia consiste en el mejoramiento del almacenamiento de la yuca para así aumentar la estabilidad del consumo de yuca fresca.

La metodología para comparar estas estrategias tiene cuatro componentes básicos que se discutiran brevemente enseguida: El primer componente es el estudio de la oferta de yuca. Aunque en la oferta de yuca se distinguen tres aspectos críticos. El primer aspecto es el acceso al mercado. Los datos coleccionados sugieren que el acceso al mercado, como es definido por la distancia a un mercado principal y por la infraestructura de la zona, define en gran parte la oferta.. Agricultores en zonas con mal acceso siembran un área casi igual pero cosechan 35% menos por hectárea que agricultores con buen acceso. Las ventas de los agricultores con mal acceso al mercado fueron más de un 60% menores.

El segundo aspecto es el riesgo de venta que corre el productor y el tercer aspecto el precio promedio que recibe. En el mercado de yuca fresca para consumo humano la variabilidad de los precios es alta. Como resultado del establecimiento de una industria de yuca seca se podría disminuir considerablemente el riesgo del mercado. Al mismo momento el precio promedio para la yuca podría subir algo. En consecuencia la

oferta de yuca podría aumentarse entre 27% para campesinos con poca tierra y 70% para campesinos con mayor tierra. Campesinos con poca tierra reaccionan relativamente más al crecimiento en los precios que a la disminución en el riesgo. Campesinos con una cantidad intermedia o mayor de tierra reaccionan relativamente más a la reducción en el riesgo de venta que al crecimiento del precio de yuca. Además el mejoramiento del mercado de yuca causaría un cambio de sistemas intercalados complejos hacia sistemas intercalados sencillos o monocultivo.

El segundo componente para estudiar es el mercadeo de la yuca. El canal de mercado para yuca fresca consiste de muchos negociantes, que comercializan cantidades muy limitadas. La agilidad del mercado es grande para prevenir problemas de deterioro. Sin embargo la mayoría de los negociantes a menudo encuentran problemas de deterioro. El gran número de negociantes y los altos riesgos en el negocio de la yuca hacen que los margenes de venta sean muy altos. La integración espacial del mercado de yuca en la Costa es limitada, pero los precios a nivel del consumidor tienen menos estacionalidad que para otros cultivos. A su vez el mercadeo de yuca seca para alimentos balanceados es eficiente y barato. Debido a los margenes altos para yuca fresca, parece más plausible en el mercado de yuca fresca que se baje el precio final de la yuca fresca disminuyendo costos de comercialización por medio de técnicas de almacenamiento que los costos de producción. Para que la yuca seca baje en precio los costos de producción son más importantes.

El tercer componente que se ha estudiado es el consumo de yuca. El consumo de yuca fresca se concentra en las áreas rurales, cerca a la producción. El ingreso no parece ser un factor determinante para el consumo de yuca. Consumidores con pocos ingresos consumen igual cantidad que consumidores con ingresos altos. Se nota que el consumo de yuca fresca esta bajando, más que todo en las áreas urbanas. Para entender los factores que influyen en el consumo de yuca se diseñó un procedimiento

que mide los factores de importancia en el consumo del cultivo. Una conclusión sobresaliente de este procedimiento es que un mejor almacenamiento de la yuca podría aumentar el consumo con 8 a 15 kg por persona.

Por otro lado el consumo de yuca seca en este momento es pequeño, pero la demanda para yuca seca es muy grande. La demanda para yuca seca es muy elástica y permite estabilizar los precios de yuca al productor. La yuca seca sería utilizada en su mayor parte en dietas para aves ponedoras y cerdos. El crecimiento fuerte de la industria de alimentos balanceados sugiere que este mercado ofrece mucho potencial futuro para los productores de yuca.

El cuarto componente se relaciona con la producción, el mercadeo y el consumo de yuca bajo las diferentes estrategias propuestas. Esta se realiza en un modelo de simulación. En este modelo de simulación se puede estimar el impacto del establecimiento de la industria de yuca seca o de la introducción de tecnología para almacenamiento bajo distintas suposiciones sobre el desarrollo de, entre otros, el ingreso, la población, los precios de soya y sorgo, la capacidad institucional. En el modelo se estiman los beneficios de las diferentes estrategias para consumidores, productores y la industria de alimentos balanceados. Además se estima el empleo generado y las divisas ahorradas por las diferentes estrategias. El modelo tiene un horizonte de 10 años. Una estrategia exitosa para el establecimiento de la industria de yuca seca en la Costa Atlántica puede tener beneficios anuales a los productores de alrededor de 10 millones de dólares al año. Se crearía unos 7000 años extra de empleo y se ahorraría 19 millones en dólares al año. Sí se combina el establecimiento de la industria de yuca seca con introducción de tecnología para el almacenamiento de la yuca, los beneficios al productor suben a 13 millones de dólares por año. Los beneficios para los consumidores serían alrededor de 9 millones de dólares por año. En este caso el empleo creado subiría a casi 10000 años de trabajos, pero el ahorro de divisas bajaría a 15 millones de dólares. En base al modelo de simula-

ción tanto como los análisis separados de producción, comercio y consumo, se puede concluir que el desarrollo de la industria de yuca seca es una estrategia que cabe muy bien dentro de programas de desarrollo rural integrado. El almacenamiento de yuca trae muchos beneficios al consumidor urbano y es más apropiado para aumentar la disponibilidad de alimentos en las ciudades. La industria de yuca seca tendría más impacto sobre la creación del empleo pero el almacenamiento de yuca parece que tenga mejor capacidad de alcanzar a los pequeños campesinos en el proceso del desarrollo. Sin embargo las dos estrategias no son excluyentes. Desarrollar mercados promisorios para los productores de yuca tendrá beneficios muy considerables para ellos y al mismo momento enfatizara la necesidad de diseñar tecnología mejorada para estos productores.