

# Retos y desafíos afrontados en la producción agrícola de ciclo corto

*Challenges and challenges faced in short cycle agricultural production*

Fredys Padilla González<sup>1</sup>

Flor Manuela Ariza Molina<sup>2</sup>

Eli Yojanna Ortega Mass<sup>3</sup>

Mayle Estefani Crespo Carvajalino<sup>4</sup>

Adriana Patricia Vizcaino Hernández<sup>5</sup>

---

1 Doctor en gestión de la Innovación, Magister en Mercadeo, Magister en Finanzas, Especialista en Educación Superior a Distancia, Contador Público y Técnico Profesional en Contabilidad y Finanzas – Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9927-1585>

Correo electrónico: fredys.padilla@unad.edu.co

2 Magister en Administración de Organizaciones, Especialista en Finanzas, Contador Público – Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8046-5040>

Correo electrónico: flor.ariza@unad.edu.co

3 Estudiante del programa de Administración de empresas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Correo electrónico: eyortegam@unadvirtual.edu.co

4 Estudiante del programa de Administración de empresas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Correo electrónico: mecrespoca@unadvirtual.edu.co

5 Estudiante del programa de Administración de empresas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Correo electrónico: Adriana\_vizcaino83@hotmail.com

## Resumen

La presente investigación tiene como objetivo identificar los factores influyentes en los costos incrementales de la comercialización de productos agrícolas de ciclo corto en la ciudad de Valledupar, a través de un estudio de campo que permita consultar a los actores principales, para cumplir con este propósito se plantean los siguientes objetivos específicos: realizar un diagnóstico que permite conocer cuales productos son comercializados en los mercados y almacenes de cadena de Valledupar y su procedencia, además, conocer los diferentes canales de distribución y comercialización usados normalmente por los comerciantes, también se identificará la percepción que tienen los clientes (consumidores) de los productos agrícola al momento de tomar la decisión de compras, es decir, cuáles son los factores que tienen mayor influencia en la toma de decisión y finalmente se estudiará el comportamiento que tiene el comercio en este tipo de productos; el método de investigación es cuantitativo, el tipo de investigación es descriptiva e incluye un diseño no experimental y de campo, el instrumento para la recolección de la información, se aplicará una encuesta mediante un cuestionario escrito aplicado a la muestra objeto de estudio, tales como: almacenes de cadena, mercado público de Valledupar, vendedores informales, entre otros . Para sustentar teóricamente esta investigación, es necesario tener en cuenta autores de la talla de: Montaña (2016), Kotler & Armstrong (2012), Schiffman & Lazar (2010) y Molinari (2006) y finalmente, los resultados obtenidos serán objeto de análisis e interpretación por parte de los actores involucrados.

### *Palabras clave:*

Producción agrícola, costos agrícolas, comercialización agrícola, cultivos de ciclo corto, intermediarios comerciales

## Abstract

The objective of this research is to identify the influencing factors in the incremental costs of the commercialization of short-cycle agricultural products in the city of Valledupar, through a field study that allows consulting the main actors, in order to fulfill this purpose. propose the following specific objectives: to carry out a diagnosis that allows knowing which products are commercialized in the markets and chain stores of Valledupar and their origin, in addition, to know the different distribution and commercialization channels normally used by merchants, the perception will also be identified that the customers (consumers) of agricultural products have when making the purchase decision, that is, which are the factors that have the greatest influence on decision-making and finally the behavior of the trade in this type of purchase will be studied. products; The research method is quantitative, the type of research is descriptive and includes a non-experimental and field design, the instrument for the collection of information, a survey will be applied through a written questionnaire applied to the sample under study, such as: chain stores, Valledupar public market, informal vendors, among others. To theoretically support this research, it is necessary to take into account authors such as: Montaña (2016), Kotler & Armstrong (2012), Schiffman & Lazar (2010) and Molinari (2006) and finally, the results obtained will be analyzed. and interpretation by the actors involved.

### *Keywords:*

Agricultural production, agricultural costs, agricultural marketing, short-cycle crops, commercial intermediaries

## Introducción

La actividad de la agricultura se considera la base de la economía de muchos países, por toda la contribución en la seguridad alimentaria de los hogares y personas de un país y en la generación interna de empleos en su gran mayoría, independientes generados por las personas que se dedican a este arte; esta actividad productiva es esencial con mucha más fuerza en los países menos industrializados, los cuales están en constante búsqueda de alternativas que le brindan una mejor calidad de vida. Tanto mujeres como hombres participan en el desarrollo de esta actividad de una forma diferente, algunos con un mayor esfuerzo físico y otros en las estrategias comerciales para llevar el producto a los diferentes mercados donde los consumidores finales adquieren el producto de una manera directa o a través de intermediarios. Así las cosas, la liberalización del comercio en los diferentes mercados tanto locales, como regionales y nacionales y en algunos casos, internacionales, influye de forma distinta en las diferentes familias que tienen dedicación a esta actividad, ya que se tiene diferentes respectivas en las funciones que cumple cada mercado respecto a la satisfacción de las diferentes necesidades de las personas en general que viven en sociedad.

En muchos de los países que se encuentran en busca del desarrollo, los productores afrontan una serie de limitaciones y situaciones que impactan negativamente en el desarrollo normal del proceso productivo, como por ejemplo, los altos costos que se enfrentan en la adquisición de insumos, abonos y fertilizantes para poder garantizar una buena producción, la deficiencia que existen en las vías de comunicación entre el sitio donde se cultiva y el lugar donde se comercializan los productos, así como también, la falta de oportunidades que se enfrenta al momento de no contar con recursos para respaldar la producción y muchas veces a un peor, la falta de oportunidades en los créditos del gobierno y la banca privada para desarrollar las actividades agrícolas. La frecuente disminución de la asistencia del gobierno y de entidades que apoyan el desarrollo agrícola, ha contribuido a la generación de las dificultades que enfrentan hoy estos campesinos. La

falta de subsidios agrícolas por parte de las autoridades territoriales y los altos aranceles impuestos por el gobierno de países ya desarrollados como apoyo a su producción interna siguen repercutiendo de una manera negativa en el desarrollo de la agricultura de países en vía de desarrollo.

Los sistemas agrícolas de los países tienen una tendencia de inflexibilidad debido a que la globalización debilita generalmente los aspectos tradicionales ya que a menudo agravan cada problema mencionado. En general, los agricultores son responsables de la producción y comercialización de sus propios cultivos alimentarios dirigidos al consumo doméstico o al mercado interno de cada región, tales como, hortalizas y tubérculos, cada agricultor lleva un control sobre los cultivos con más salida comercial que genera, y sobre todos aquellos que se producen masivamente, ya sea para la exportación o para la elaboración de otros productos, como por ejemplo el algodón y el azúcar.

## Metodología

En la metodología de la investigación se aplican unas series de pasos metodológicos que se requieren para lograr alcanzar los objetivos del presente estudio, por tanto, es necesario abordar los siguientes aspectos como el tipo de la investigación, el nivel y por último el diseño de la investigación. Así mismo, se aplican técnicas, se da a conocer el instrumento requerido para la recolección de la información, además de la validez de los instrumentos, como también la confiabilidad de los resultados obtenidos.

El método de la presente investigación se define como Cuantitativa, ya que según Sampieri (2006), cuando nos referimos a este método de investigación entendemos por aplicado al ámbito estadístico, por tanto, dicho enfoque se fundamenta en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado.

Esta investigación es de tipo descriptiva, según Flores (2009), se especifican las situaciones del espacio a investigar tal cual como se presentan. Esto va en concordancia con el objetivo de la investigación la cual es analizar el comportamiento comercial de los productos agrícolas de ciclo corto y ante todo los retos y desafíos que afrontan los agricultores al momento de desarrollar la actividad de la agricultura.

La investigación cuenta con un diseño no experimental, debido a que se observa en ella aquellos fenómenos tales como se presentan en la realidad, para posteriormente analizarlos sin cambiar su estructura o naturaleza, es decir, no se genera ninguna situación de cambio, más bien, se analizan situaciones ya existentes sin ser maniobradas intencionalmente. Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2006) definen a los diseños no experimentales como el análisis que se le hace a la muestra sin manipular las variables intencionalmente.

Para el desarrollo de la investigación, se aplica la técnica de encuesta escrita, la cual es definida según Arias (2004), como “aquella que se realiza mediante un cuestionario” y como complemento se usará el instrumento del cuestionario para la toma de la información el cual consiste en unas series de preguntas sobre una o más variables a medir. La encuesta escrita que se aplicará a las diferentes actores involucrados en el proceso de producción y comercialización de productos agrícolas en la ciudad de Valledupar, pretende medir, el comportamiento que ha tenido este sector en los últimos años, así como también, tomar información de fuentes primarias y secundarias y corroborarla con la información que arroje el instrumento, dicho instrumento será validado por expertos en la materia, para determinar de forma clara los procedimientos aplicados en este proceso tan importante.

A continuación, se da a conocer la población y muestra de la investigación.

**Tabla 1.** Población y muestra encuestada

Actor	Población	Muestra
Agricultores	123	24
Almacenes de cadena y puntos de venta	21	6
Mercados públicos	3	3
Vendedores independientes	64	16
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>49</b>

**Fuente:** Padilla, F. (2021)

## Discusión y resultados

Los resultados obtenidos en el desarrollo de la presente investigación están orientados a las diferentes situaciones y realidades que se están viviendo en la producción agrícola realizada por los campesinos, entre otras se muestran e interpretan de la siguiente manera:

La población está representada por los diferentes actores que intervienen en el proceso de producción y comercialización de los productos agrícolas de ciclo corto, con estos actores fue necesario hacerles una visita y encuestarlos directamente para conocer de primera mano cómo es el proceso desde su inicio hasta que el consumidor final adquiere el producto en los diferentes puntos de ventas. También se da a conocer la muestra que se ha seleccionado para realizarle el proceso de entrevistas a través de encuesta.

A continuación, se da a conocer el resultado que se obtiene en la encuesta aplicada, la cual va dirigida a la solución de cada objetivo formulado.

*Los productos agrícolas de ciclo corto y su procedencia***Tabla 2.** Conocimiento sobre los productos agrícolas y su procedencia

Actores encuestados	Siempre	Casi siempre	Casi nunca	Nunca
Agricultores	24	0	0	0
Almacenes de cadena y puntos de venta	6	0	0	0
Mercados públicos	3	0	0	0
Vendedores independientes	12	3	1	0
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>

**Fuente:** Padilla, F. (2021)

El resultado obtenido sobre si conoce los productos agrícolas de ciclo corto y su procedencia es totalmente asertiva por parte de los actores involucrados, 45 de los 49 actores consultados nos manifiestan que si conocen totalmente la cualidad que tiene un producto agrícola de ciclo corto y sobre todo, la procedencia que tienen dichos productos, esto indica que el 92% del total encuestados conocen la producción agrícola de ciclo corto; solamente 3 actores manifiestan que casi siempre los conocen y solo uno manifiesta que casi nunca los conoce al igual que su procedencia.

Con esto podemos concluir que generalmente todos los actores involucrados en los procesos productivos en el sector agrícola, tienen el pleno conocimiento sobre las características y condiciones que tienen cada uno de los productos que comercializan o producen, esto es muy ventajoso ya que es una de las primeras condiciones que deben darse en un proceso comercial, el cual está dirigido al conocimiento de lo que se produce o se comercializa.

## Intermediarios en la comercialización de productos agrícolas

Se define como el número de personas o comerciantes que intervienen en la comercialización de productos y servicios, para el caso de los productos agrícolas, se identifican como esos distribuidores y comerciantes que negocian los productos con los agricultores y luego los trasladan hasta las grandes ciudades para ser comercializados con otras líneas comerciales en cada espacio o mercado.

**Tabla 3.** Intermediarios que participan en la comercialización

Pregunta	Siempre	Casi siempre	Casi nunca	Nunca
Agricultores	6	5	7	6
Almacenes de cadena y puntos de venta	0	1	3	2
Mercados públicos	0	0	2	1
Vendedores independientes	8	2	3	3
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>12</b>

**Fuente:** Padilla, F. (2021)

La encuesta nos muestra que la situación que se está presentando en el comercio de productos agrícolas en Valledupar es muy preocupante, ya que la gran mayoría de los actores encuestados desconocen el número de intermediarios que participan en el comercio de dichos productos, de los 49 encuestados, solo 14 nos manifiestan que conocen los intermediarios y entre ellos la gran mayoría son los vendedores independientes ya que cuando el producto llega a sus manos, ha pasado por muchos intermediarios, esto representa el 28,5% del total actores encuestados; tan solo 8 actores nos indican que casi siempre conocen los intermediarios y su número de transacciones que se realizan en el comercio de productos agrícolas; también observamos que un total de 15 manifiestan que casi nunca conocen a estos intermediarios y mucho menos el número de transacciones que se han realizado para que el producto llegue a sus manos y finalmente y con gran preocupación, 12 actores manifiestan que NUNCA conocen el número de intermediarios y mucho menos su identidad con quienes comercializan el producto.

La preocupación más grande no es el desconocimiento sino las consecuencias que esto trae al comercio de productos agrícolas, ya que cada vez que estos productos se intercambian de posesión, los costos se incrementan y quien asume toda esta carga es el consumidor final; los productos generalmente pasan por varios intermediarios y cada vez que esto ocurre se le agrega unos costos lo que hace que se encarezca dicho producto.

Padilla, F. (2020) en su publicación en la editorial Lasirc *Niveles de comercialización de productos agrícolas de ciclo corto en Valledupar*, nos ilustra sobre los canales de comercialización que tienen los productos agrícolas de ciclo corto en Valledupar, nos da a conocer que existen mínimo cuatro canales que se identifican de la siguiente manera: 1. Canal directo entre el productor y el consumidor final; 2. Canal con un intermediario entre el productor y el consumidor final; 3. Canal con dos intermediarios entre el productor y consumidor final y 4. Canal con tres o más intermediarios entre el productor y el consumidor final. Esta publicación coincide con los resultados arrojados en esta investigación en donde se concreta que hay muchos intermediarios entre el productor y el consumidor final, y esto trae como consecuencia el crecimiento de los costos en la comercialización de productos agrícolas.

Por otro lado, Ariza F. (2021) en su artículo publicado en la revista *Conocimiento Global Estructura de costos para la producción de pimentón agronómico en la ciudad de Valledupar*, nos da a conocer cuáles son los diferentes conceptos que se deben tener en un proceso productivo para el sistema de costeo de la producción agrícola del pimentón y como es sabido, el producto pimentón hace parte de la familia de productos agrícolas de ciclo corto. Esto referencia claramente la ponencia de los costos incrementales que tienen los productos agrícolas, ya que Ariza (2021) nos conceptualiza sobre los conceptos que influyen directamente en este proceso productivo.

## *Centros de acopio para la producción agrícola*

Los centros de acopio, según la RAE se define como “*La acumulación se debe dar en gran cantidad para que podamos hablar de acopio*” el cual es implementado por las grandes empresas para conservar y preservar su producción.

El estudio nos muestra que los pequeños y medianos agricultores no cuenta con un centro de acopio que les permita almacenar de una manera organizada y planificada toda su producción, de tal manera que les permita conservarla por un tiempo determinado y no tener que comercializarlo para evitar su deterioro; estos espacios generalmente son muy importante en las integraciones o asociaciones de empresas o sectores como estrategia de un mayor aprovechamiento de su producción agrícola.

Esta situación hace que los productores se vean en la obligación de malvender sus productos al carecer de estos espacios, evitando que haya daños en estos productos perecederos. Este fenómeno se ve mas que todo en los pequeños y medianos productores, ya que los grandes productores cuentan con una fuerza económica que le permite tener con estos espacios muy bien acondicionados y así aprovechar al máximo y con unos precios muy favorable, el comercio de sus productos.

## *Fatores influyentes en el incremento de los costos en la comercialización de productos agrícolas*

Producto del desarrollo de la investigación, se dan a conocer los factores más importantes y que influyen de manera directa con el incremento de los costos de comercialización de los productos agrícolas en la ciudad de Valledupar, son los siguientes:

- 1). Número de transacciones que se realiza con el mismo producto entre los clientes intermediarios comerciales una vez entregado por el agricultor
- 2). Estado de dificultad de las vías de acceso a las granjas donde se desarrollan los cultivos

- 3). Altos costos en los insumos adquiridos para la producción agrícola
- 4). Poco apoyo del gobierno nacional que apalanque los cultivos de producción agrícola
- 5). Falta de espacios y equipos para el acopio y preservación de los productos alimenticios en los lugares de su recolecta
- 6). Intereses personales de la mayoría de los intermediarios en desarrollar el comercio de productos agrícolas a su criterio personal
- 7). Alta demanda de parte de los consumidores por ser productos alimenticios para satisfacer sus necesidades

## Conclusiones

Esta investigación nos da a conocer la ruta sobre las diferentes metodologías que se observan para desarrollar una investigación científica en un área de interés, por tanto es importante conocer que cuando se participa de un proyecto de investigación se gestiona de manera responsable un volumen alto de información la cual se debe administrar de acuerdo a la ética exigido en estos caso, pero también se adquiere una gran experiencia en el campo de aplicación que luego más tarde debe ser aplicado en futuras investigaciones, así las cosas, tanto aspectos positivos como negativos se convierten en el aprendizaje que debemos recibir para enfrentar futuros retos que vayan orientado a la generación de conocimiento.

La investigación nos arroja unos resultados que muestran la situación compleja que viven los agricultores de la región del Cesar y específicamente de Valledupar, quienes son los actores principales en la producción permanente de alimentos para abastecer las necesidades de los habitantes del municipio de Valledupar, estos alimentos producidos directamente en el campo son trasladados a la parte urbana para ser comercializados en los mercados públicos de la ciudad y almacenes de cadenas, tiendas, abastos y otros negocios independientes, como una alternativa que busca una mejor oportunidad para sus familias. Este grupo de productores del sector agrícola bajo su misma responsabilidad, preparan el suelo, cosechan, recogen y trasladan sus productos a otros

sitios donde serán comercializados, algunas veces, intermediarios negocian directamente en el sitio de producción y esto hace que los precios de ventas sean muy bajos y poco competitivos.

Las cadenas de almacenes que operan en la ciudad de Valledupar, tales como Éxito, Olímpica, Jumbo, Metro, Supermercados Mi Futuro, entre otros, generalmente cuenta con un autoabastecimiento, es decir, estos grupos empresariales ya tienen su propia producción, registrado como Marcas Propias, las cuales, tienen una alta influencia en el mercado al que están dirigidos; lo atractivo de este proceso de comercialización es que, por ser unos grupos empresariales con un poder económico muy alto, sus costos son muy bajos lo que les permite comercializar a unos precios muy bajos casi que sin una competencia directa, en estos casos ellos mismos son la competencia entre ellos y el gran perdedor de este proceso se llaman los Agricultores.

También se pudo apreciar que los productores y comerciantes de estos productos agrícolas, han tenido que vivir algunas situaciones como el desplazamiento forzoso por culpa de la violencia ocasionada por los grupos ilegales alzados en armas, abandonando involuntariamente sus tierras y su única fuente generadora de ingresos para sus familias, solo las grandes familias con gran poder económico pudieron permanecer y resistir esta situación violenta y seguir con sus cultivos en la región. Todos estos factores han hecho que el comercio de los productos agrícolas de ciclo corto y toda la demás producción agrícola, tome un giro inesperado en el alza de los costos de producción u comercialización, ya que vemos como cada vez hay más intermediarios para llevar el producto al consumidor final y el más perjudicado de todo este sistema comercial es el Agricultor.

Para terminar, queremos manifestar nuestra satisfacción por esta gran experiencia vivida y que casi ningún consumidor final conoce, de lo contrario se solidarizara con estos Campesinos que le entregan toda a la producción agrícola y que en muchas ocasiones son vulnerados por otras personas que viven del aprovechamiento de los demás.

## Referencias

Alexandratos, N. y Bruinsma, J. (2013). *World Agriculture Towards 2030/2050: The 2012 Revisión*. FAO: Agricultural Development Economics División.

Amigo, A. (2017). *Mundo Huertos. Cultivos de ciclo corto*. <http://www.mundohuerto.com/cultivos/ciclo-corto>

Departamento Nacional de Planeación. [https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/PND/Samper\\_fundamentos\\_plan.pdf](https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/PND/Samper_fundamentos_plan.pdf) DNP. (24 de Julio de 2007).

Departamento Nacional de Planeación. [https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=WSgQTUkodjQ%3d&tabid=65\\_68](https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=WSgQTUkodjQ%3d&tabid=65_68) DNP. (29 de 07 de 1999).

Departamento Nacional de Planeación. [https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/PND/Pastrana2\\_Desarrollo\\_%20Paz.pdf](https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/PND/Pastrana2_Desarrollo_%20Paz.pdf). Garay, L. J. (1996).

Jorge Tovar, E. U. (2008). *Economía uniandes*. [https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=16&cad=rja&ved=0CEQQFjAFOAo&url=http%3A%2F%2Feconomia.uniandes.edu.co%2Fpublicaciones%2Fdcede2008-10.pdf&ei=YvfUUaGuNquJ0QHl6YGICQ&usg=AFQjCNGAui\\_TuGbkBR7g2oqXBs0uzbe67g&bvm=bv.48705608](https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=16&cad=rja&ved=0CEQQFjAFOAo&url=http%3A%2F%2Feconomia.uniandes.edu.co%2Fpublicaciones%2Fdcede2008-10.pdf&ei=YvfUUaGuNquJ0QHl6YGICQ&usg=AFQjCNGAui_TuGbkBR7g2oqXBs0uzbe67g&bvm=bv.48705608)

Krugman, P. y Obstfeld, M. (1999). *Economía internacional: Teoría y Política*. Madrid. McGraw-hill/ Interamericana de España.

Londoño, G. A. (2005). *Colombiana, Estructura Económica*. McGraw-Hill.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2002). *Anuario estadístico del sector agropecuario y pesquero 2001*. <http://201.234.78.28:8080/jspui/bitstream/123456789/3308/1/120.1.pdf>

Padilla, F. (2020). *Niveles de comercialización de productos agrícolas de ciclo corto en Valledupar*. Editorial Lasirc.