UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

ESTUDIO CADENA DE VALOR DEL CULTIVO DE LA YUCA (*Manihot esculenta*) EN EL MUNICIPIO DE IRIONA DEPARTAMENTO DE COLÓN HONDURAS.

POR:

ILSA MILAGROS FIGUEROA CACHO

CATACAMAS OLANCHO **HONDURAS, C.A.**

NOVIEMBRE 2018

ESTUDIO CADENA DE VALOR DEL CULTIVO DE LA YUCA (*Manihot esculenta*) EN EL MUNICIPIO DE IRIONA DEPARTAMENTO DE COLÓN HONDURAS.

POR:
ILSA MILAGROS FIGUEROA CACHO

M. Sc. Mauricio Moreno
Asesor principal

PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

CATACAMAS OLANCHO HONDURAS, C.A.

NOVIEMBRE, 2018

COMISIÓN INTERVENTORA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE

DIAGNÓSTICO

REUNIDOS EN EL DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMÍA AGRÍCOLA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA: **M.Sc. MAURICIO ALBERTO MORENO, M.Sc. MIRIAN ANABEL ALVARADO, Y M.Sc. VÍCTOR MANUEL EUCEDA** MIEMBROS DEL JURADO EXAMINADOR DE TRABAJOS DE P.P.S.

LA ESTUDIANTE **ILSA MILAGROS FIGUEROA CACHO** DEL IV AÑO DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS PRESENTÓ SU INFORME.

ESTUDIO CADENA DE VALOR DEL CULTIVO DE LA YUCA (MANIHOT ESCULENTA) EN EL MUNICIPIO DE IRIONA DEPARTAMENTO DE COLÓN

EL CUAL, A CRITERIO DE LOS EXAMINADORES, Aprobó ESTE REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS.

DADO EN LA CIUDAD DE CATACAMAS, OLANCHO, A LOS DIECINUEVE DÍAS DEL MES DE SEPTIEMBRE DEL AÑO DOS MIL DIECIOCHO.

M.Sc. MAURICIO ALBERTO MORENO
ASESOR PRINCIPAL

M.Sc. MIRIAN ANABEL ALVARADO
ASESOR AUXILIAR

M.Sc. VICTOR MANUEL EUCEDA
ASESOR AUXILIAR

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios todopoderoso por haberme dado la oportunidad de emprender mi viaje hacia mi formación profesional para forjar un futuro mejor, acompañándome siempre en cada instante de mi vida dándome fortaleza y sabiduría para lograr mi sueño.

A mis queridos padres **Edilberta Cacho Álvarez** y **Ernesto Figueroa Sambulá**, y mis hermanos, **Jairo Figueroa, Neidi Figueroa, Nioby Figueroa, Froilán Figueroa, Nelson Figueroa** y **Montserrat Figueroa** por brindarme ese apoyo moral, económico, sobre todo espiritual y por darme los ánimos necesarios siempre para seguir adelante no importando las condiciones.

A mí amado compañero de hogar **Mauricio Manaiza** por brindarme su apoyo, su cariño, comprensión para continuar hasta el final y llenar mi vida de mucho amor y felicidad.

A mis hijos **Mauricio Manaiza Figueroa** y **Mauriany Manaiza Figueroa**, por ser mi mayor tesoro y también la fuente más pura de mi inspiración, han sido mi motivación para lograr mi objetivo.

A la **Lic. Astrid Dolmo** una gran hermana que Dios mando a mi vida, por brindarme su apoyo en momentos difíciles por las que tuve que atravesar durante mi proceso de formación.

A mis colegas, especialmente a mi amiga y compañera de lucha **Elkie Onely Fernández** que con ella aprendí el verdadero sentido de la solidaridad y hermandad, sobre todo la amistad que nos unió para lograr juntas nuestro sueño de llegar a ser Licenciadas.

AGRADECIMIENTO

A mi alma máter **Universidad Nacional de Agricultura** que me abrió sus puertas para poder ser parte de sus hijos, y formarme como profesional para mi futúro y el de mi país Honduras, la casa de estudios donde aprendí muchas cosas de la que llevaré los mejores recuerdos grabados en mi mente y en mi corazón, por lo tanto, trataré de poner siempre en lo más alto su nombre.

A mi asesor **M. Sc. Mauricio Moreno** Por brindarme su apoyo, colaboración, y orientación durante la realización de este trabajo, sobre todo instruirme con excelencia y disposición.

A mi asesor M. **Sc. Víctor Euceda** por toda su ayuda con la información que me brindo en todo el proceso de mi trabajo.

Al resto de mis docentes por brindarme con toda la paciencia del mundo el pán del saber

CONTENIDO

Pág.

DEDICATORIA I

AGRADECIMIENTO II

CONTENIDO III

LISTA DE TABLAS V

LISTA DE FIGURAS VI

LISTA DE ANEXOS VII

RESUMEN VIII

I. INTRODUCCIÓN 1

II. OBJETIVOS 2

2.1 OBJETIVO GENERAL 2

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 2

III. REVISIÓN DE LITERATURA 3

3.1 CADENA DE VALOR 3

3.2 ESLABONES DE LA CADENA DE VALOR 4

3.2.1 La producción 4

3.2.2 Comercialización 5

3.2.3 Funciones de los intermediarios o transportistas 6

3.2.4 Transformación Agroindustrial 6

3.2.5 Consumo y consumidor 7

3.2.6 Actividades de apoyo y estratégicas 8

3.3 ACTIVIDADES DE LA CADENA DE VALOR 9

3.4 OBJETIVOS DE LA CADENA DE VALOR 10

3.5 IMPORTANCIA DE LA CADENA DE VALOR 10

3.6 CADENA DE VALOR Y SU VENTAJA COMPETITIVA 11

3.7 IDENTIFICACIÓN DE LOS PROCESOS DE VALOR 11

3.8 ESCALONAMIENTO EN CADENA DE VALOR 12

3.9 MANEJO DE RIESGO EN LA CADENA DE VALOR AGRÍCOLA 13

3.10 ANÁLISIS DE LA CADENA 13

3.11 ANTECEDENTE HISTÓRICO DE LA YUCA (*MANIHOT ESCULENTA*) 14
3.12 PRODUCCIÓN MUNDIAL DE YUCA 14
3.12.1 Importancia económica de la yuca 15
3.12.2 Contenido nutricional de yuca 16
3.12.3 Cultivo de la yuca 16
3.12.4 Almacenamiento y manejo de la yuca 17
3.12.5 Utilidad de la yuca 17
3.13 MERCADO CENTROAMERICANO DE LA YUCA 18
IV. MATERIALES Y MÉTODO 19
4.1 DESCRIPCIÓN DEL LUGAR DE ESTUDIO 19
4.2 EQUIPOS Y MATERIALES 20
4.3 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN 20
4.4 POBLACIÓN GLOBAL DE COMERCIALIZADORES 20
4.5 POBLACIÓN GLOBAL DE PRODUCTORES 21
4.6 POBLACIÓN GLOBAL DE TRANSPORTISTAS 21
4.7 VARIABLES DE ESTUDIO 22
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 26
5.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LOS PRODUCTORES DE YUCA 26
5.2. RESULTADOS OBTENIDOS DE LOS TRANSPORTISTAS DE YUCA 37
5.3. RESULTADOS OBTENIDOS DEL CENTRO DE ACOPIO 40
VI. CONCLUSIONES 39
VII. RECOMENDACIONES 40
ANEXO 42

LISTA DE TABLAS

Pag.

Tabla 1. Equipos y Materiales 20
Tabla 2. Operacionalización y definición conceptual de las variables. 23

LISTA DE FIGURAS

Pág.

Figura 1. Mapa del municipio de Iriona Colón 19
Figura 2. Situación educativa de los productores 26
Figura 3. Condiciones sociales de los productores de Yuca 27
Figura 4. Participación de los miembros en la producción 28
Figura 5. Época y cultivo de Yuca 29
Figura 6. Asistencia técnica en la producción de Yuca 30
Figura 7. Limitaciones en la producción de yuca 31
Figura 8. Producción actual 32
Figura 9. Cosecha por temporada 33
Figura 10. Importancia del cultivo de yuca 34
Figura 11. Precios de venta y mano de obra 35
Figura 12. Costos de producción 36
Figura 13. Aspectos generales de los transportistas de yuca 37
Figura 14. Aspectos económicos de los transportistas 38
Figura 15. Condiciones sociales de los transportistas 39
Figura 16. Aspectos generales del personal del centro de acopio 40
Figura 17. Variedad de yuca comercializada en los centros de acopio 41
Figura 18. Aspectos económicos de los centros de acopio 42
Figura 19. Asociatividad de los centros de acopio 43
Figura 20. Asistencia técnica y comercialización 44

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo 1. Encuesta a productores de yuca en el estudio de la cadena de valor en el Municipio de Iriona, Colón 43
Anexo 2. Encuesta a centros de acopio de yuca en el estudio de la cadena de valor en el Municipio de Iriona, Colón.....49
Anexo 3. Encuesta a transportista de yuca en el estudio de la cadena de valor en el Municipio de Iriona, Colón 52

FIGUEROA, I. (2018). Estudio cadena de valor del cultivo de la yuca (*Manihot esculenta*) en el municipio de Iriona departamento de Colón Honduras. Tesis Licda. En Administración de Empresas Agropecuarias. Catacamas, Olancho, Honduras. Universidad Nacional de Agricultura. 64 pág.

RESUMEN

El presente estudio se realizó en el municipio de Iriona Departamento de Colón, con el propósito de desarrollar un diagnóstico que permita conocer la cadena de valor del cultivo de la yuca. Así mismo identificar cuáles son las condiciones en las que se encuentran los diferentes eslabones como ser, los productores que se dedican al cultivo de la yuca, los centros de acopio que se encargan de la compra y venta, los transportistas que se dedican a la distribución. El cultivo de yuca representa ingresos significativos a los hogares de las comunidades garífunas del municipio de Iriona, siendo un cultivo que se utiliza como base de sus alimentos. Del total de productores encuestados un 98% de ellos cultivan menos de una mz de yuca, siendo el 66% en su mayoría la variedad de Paloparao y caribe Macho. Los representantes encuestados en los centros de acopio aseguran haber recibido capacitación técnica y de comercialización de sus productos. Por otra parte, los transportistas expresan que el tiempo de transporte de la yuca desde el productor al centro de acopio, tiene un promedio de 30 minutos, no obstante, puede tardar hasta una hora. Y en su mayoría consideran que las carreteras están en un buen estado, esto lo afirman el 69%, y un importante 31% que expresan su malestar de las condiciones de las vías de comunicación. La importancia del cultivo de yuca se debe a que el 94% de los ingresos son destinados para el hogar y la mayor parte de cosecha que es el 90% se vende localmente, al respecto, no se comercializa fuera del municipio. Tan solo un 20% de los productores tienen apoyo financiero y respecto al precio se mantiene a dos lempiras la libra en toda la zona durante todo el año.

Palabras claves: Diagnóstico, cultivo de yuca, productores, cadena de valor.

I. INTRODUCCIÓN

La cadena de valor es un modelo teórico que grafica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa, cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar sus productos. (Maroto, 2007)

Esta investigación presenta una síntesis de la cadena de valor en el cultivo de la yuca, un modelo que describe cómo se desarrollan las actividades de los distintos eslabones que forman un proceso económico; que comienza con el suministro de la materia prima y llega hasta la distribución del producto terminado. En Honduras la yuca es producida en gran medida por pequeños productores, el 70% de los agricultores que producen yuca poseen extensiones de tierra de menos de 20 hectáreas y generan un 60% de producción total de la región, generalmente, la yuca se siembra como cultivo asociado con maíz y ñame entre otros. (FAO, 2006)

En Iriona, Colón, la producción de yuca es de gran importancia, ya que es la base alimenticia de la población, se halla ampliamente utilizada por la étnia garífuna, tradicionalmente para la elaboración de sus respectivas gastronomías y en la fabricación de almidón, pero cada día aumenta el interés por utilizar éste producto por su alto nivel nutritivo. Existen en Iriona aproximadamente 50 productores de yuca legalmente reconocidos, pero se sabe que la gran mayoría de personas cuentan con sus pequeñas parcelas autosostenibles, donde encuentran el sustento. El cultivo de la yuca es la base alimenticia de la población y principal fuente de carbohidratos para los pobladores de este municipio.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de cadena de valor del cultivo de la yuca en el municipio de Iriona, departamento de Colón.

2.2 Objetivos específicos

Especificar los diferentes eslabones que forman parte de la cadena de valor del cultivo de yuca en el municipio de Iriona Colón.

Identificar las actividades que se realizan en la producción, transporte y comercialización de la yuca.

Conocer que cantidad de yuca se produce en el municipio de Iriona Colón.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 Cadena de valor

La cadena de valor es la herramienta principal de análisis estratégico de costes de un negocio, identifica las actividades, funciones y procesos de negocio que se ejecutan durante el diseño. La producción, la comercialización, la entrega y el soporte de un producto o servicio. La cadena de actividades de creación de valor que se deben desarrollar para proporcionar un producto o servicio, comienzan con el aprovisionamiento de las materias primas necesarias, continúa con la producción de los componentes, la fabricación y el ensamblaje, la distribución a mayoristas y a minoristas, hasta llegar al consumidor final del producto o servicio. (Gómez, 2008)

La cadena de valor de una compañía muestra el conjunto de actividades y funciones entrelazadas que se realizan internamente. La cadena empieza con el suministro de materia prima y continua a lo largo de la producción de partes y componentes, la fabricación y el ensamble, la distribución al mayor y detalle hasta llegar al usuario final del producto o servicio. (Sánchez, 2006)

Las empresas están conformadas por una serie de actividades cuya suma constituye lo que se conoce como cadena de valor. La cadena de valor es una herramienta de gran utilidad para examinar, en forma sistemática, todas las actividades que la empresa desempeña para diseñar, producir, llevar al mercado y apoyar los productos, en términos de calidad, valor y garantía, así como la forma en que interactúan esas actividades. (Guerra, 2002)

3.2 Eslabones de la cadena de valor

La cadena de valor es uno de los instrumentos más ricos y populares desarrollados por Michael Porter para el análisis interno de la empresa. Permite desagregar las actividades que realiza una empresa concreta para vender un producto o un servicio, es decir, divide la actividad general de una empresa en actividades de producción de valor, la idea es que cada una de las actividades identificadas aporta una parte del valor final y representa una parte del coste, el valor que mide una empresa se mide por el dinero que los clientes están dispuestos a dar por un producto. (Maroto, 2007)

La cadena de valor de una empresa es un sistema de actividades que se conectan mediante ciertos enlaces. Dos actividades son interdependientes cuando la forma de realizar una de ellas afecta al coste o a la productividad de la otra. Las ventajas competitivas pueden surgir de las interrelaciones entre actividades de una misma cadena de valor, que solemos denominar eslabones horizontales. (Maroto, 2007)

3.2.1 La producción

Este eslabón incluye la producción de bienes que entran a la cadena productiva, ya sea como bienes de consumo humano directo o materia prima para la trasformación para el mercado local, nacional e internacional. Para caracterizar este eslabón, se realizan las siguientes actividades:

1. Tipificación de los productores en categorías homogéneas de acuerdo a criterios como ubicación geográfica, condiciones naturales y tecnológicas, importancia del producto en la economía de la finca, tamaño de la explotación organización, destino de la producción, integración, tenencia y uso de la tierra, acceso al crédito, utilización y disponibilidad de mano de obra, capacidad gerencial y de manejo.

2. Evaluación de la sostenibilidad de producción incorporando información sobre tecnologías que contribuyen al uso sostenible de los recursos naturales, como técnicas de control biológico de plagas, abonos orgánicos, etcétera. Son tecnologías actualmente o potencialmente utilizadas por algunas de las categorías de productores. (Santillana, 2007)

3.2.2 Comercialización

Los intermediarios suelen ser empresas independientes. Al igual que sus proveedores, operan para obtener beneficios. Los intermediarios tienden a manejar una amplia gama de productos que pueden ser complementarios o competir directamente con los de un determinado proveedor. (West, 2001)

La comercialización de los productos agrarios y agroindustriales comprenden la comercialización, el transporte, el almacenamiento, la distribución y la venta del producto final. Los agentes pueden desempeñar una o más de estas funciones. Se pueden identificar entre productos primarios, donde el agente es el vínculo entre productores y mercados de consumo, y los productos transformados. En la comercialización se identifica a acopiadores rurales, transportistas, mayoristas, detallistas y plantas integradas. Para caracterizar a este eslabón se requieren:

1. Tipificar a los comerciantes de acuerdo a tres criterios: según su ubicación en los diferentes niveles de comercialización (por ejemplo: si está ubicado en el segmento de comercio entre la finca-industria o industria detallista); de acuerdo a la propiedad del producto (si compra o no el producto que moviliza); y la integración vertical (si produce su propia materia prima o la compra). Otros criterios que se pueden considerar son: la cobertura geográfica y los volúmenes manejados, la capacidad gerencial y de manejo, el tipo de organización.
2. La cuantificación se expresa en términos de volúmenes manejados y número de agentes, márgenes de comercialización y precios. (Santillana et al 2007)

3.2.3 Funciones de los intermediarios o transportistas

Los intermediarios sean de bienes o servicios, cumplen las siguientes funciones básicas: disminuyen los costos de entrega de los servicios a los consumidores; homogenizan las transacciones, entregan los productos siempre de la misma forma; consiguen acomodar los deseos de los consumidores con los objetivos de los productores; constituyen una fuente de información importante para que los productores investiguen el mercado; proporcionan servicios adicionales y soporte técnico. (Esteban, 2005)

Se considera que los intermediarios o distribuidores pueden asumir cuatro funciones, que son: función de transporte, función de publicidad y promoción, función de almacenamiento o abastecimiento; función de contacto y comunicación con el mercado. (Camino, 2012)

3.2.4 Transformación Agroindustrial

Esta fase se refiere al conjunto de actividades de procesamiento del producto que sale de la finca y puede realizarse en forma artesanal (en la misma finca) o en plantas industriales ajenas o de su propiedad (Santillana et al 2007). Para caracterizar este eslabón se requiere:

1. Tipificar a los agroindustriales de acuerdo a las tecnologías utilizadas, tipo de empresa, tipo de organización, tamaño de la planta, nivel de operación, ubicación geográfica, tipo de productos elaborados, grado de desarrollo tecnológico, forma de organización social, participación de la inversión extranjera, participación pública y privada,
   Aspectos jurídicos de organización (sociedad anónimas o limitadas, etc.), grados de transformación de los productos, segmentos del mercado interno o el externo.
2. Obtener datos de plantas representativas, con el propósito de realizar una evaluación técnica y económica. Estos datos están destinados a determinar costos por rubro, costos totales, por unidad productiva, precio de venta y utilidades.

3. Sostenibilidad de los procesos de transformación agroindustrial, se requiere información de alternativas tecnológicas que contribuyan al uso sostenible de recursos naturales (ahorro de energía, agua, reciclaje, descontaminación y manejo de desechos son tecnologías utilizadas o potencialmente aplicables).

El subsector económico de la agroindustria alimenticia incluye a las empresas que agregan el valor a los productos lácteos, cárnicos, marinos y/o acuáticos, conservas de frutas y vegetales, y bebidas fermentadas. Este subsector se encadena con los subsectores agrícola y pesquero, que son los proveedores de insumos de materia prima para los subsectores mayoristas de productos frescos y procesados, así como para el subsector turismo, en lo referente a restaurantes, que son las empresas compradoras de los productos elaborados por la industria de transformación. (Banegas et al 2012)

La industria agroalimentaria es el sector que agrupa el conjunto de operaciones de transformación, conservación, preparación y acondicionamiento de productos agropecuarios y pesqueros o de consumo intermedio de éstos, efectuadas por unidades de producción industrial o artesanal con destino a la alimentación o animal. A partir de esta definición pueden plantearse dudas en la consideración o no, de ciertas actividades como industria agroalimentaria. (Loma et al 2000)

3.2.5 Consumo y consumidor

El consumidor es quien consume el producto para obtener su beneficio central o utilidad. También puede ser cliente, si es que es la misma persona quien compra y consume. (Cuevaet al 2013)

El consumidor o cliente puede desempeñar al menos tres papeles o roles diferenciados en una transacción: comprando los bienes y servicios; pagándolos; y utilizándolos o consumiéndolos (Descals 2006)

En este eslabón, se identifican todas las formas de consumo del producto: directo (fresco), transformado (consumo local o de exportación), consumo humano y/o industrial. Identificar tipos de consumidores para distinguir entre mercados que tienen perspectivas distintas. Se analizan las características de la demanda local, nacional e internacional en caso de exportación, crecimiento y evolución del ingreso, entre otros. (Santillana et al 2007)

3.2.6 Actividades de apoyo y estratégicas

Las actividades de apoyo y estratégicas sustentan a los eslabones, contribuyendo al desarrollo de la cadena. Las actividades de apoyo proporcionan insumos servicios a la cadena productiva. En cuanto al abastecimiento de insumos hay que considerar:

1. Los insumos que más repercuten en los costos de producción y en la competitividad, distinguiendo entre los insumos para la producción primaria y los insumos para la industria (semillas, herramientas, productos agroquímicos, maquinaria, equipos de oficina, provisiones etc., para la agroindustria y comercio).
2. La diferencia entre los que se importan y se producen localmente.
3. La identificación de los agentes de estos rubros y los costos de abastecimiento.
4. En el aprovisionamiento de servicios, se trata principalmente de identificar los que más influyen sobre las estructuras de costos de producción de las distintas categorías de productores e industriales. Por ejemplo servicios bancarios, transporte, electricidad, asistencia técnica, seguros, investigación y desarrollo, etc...
5. Además se requiere identificar si el servicio proviene de empresas públicas o privadas.
6. La información básica que se debe generar se relaciona con el costo, las condiciones y la calidad del servicio, los posibles fenómenos de discriminación de precios, explicando su naturaleza, su origen y sus repercusiones en las distintas categorías de usuarios, e indicando las relaciones entre las empresas proveedoras de servicios y los distintos usuarios.

3.3 Actividades de la cadena de valor

Las actividades primarias en la cadena de valor son las actividades implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta. (Roberto Dvosky, 2004)

Se dividen en cinco actividades:

1. **Logística interna:** la primera actividad primaria de la cadena de valor es la logística interna, las empresas necesitan gestionar y administrar de alguna manera las actividades de recibir y almacenar las materias primas necesarias para elaborar su producto, así como la forma de distribuir los materiales. Cuanto más eficiente sea la logística interna, mayor es el valor agregado en la primera actividad

2. **Operaciones:** la siguiente etapa de la cadena de valor son las operaciones. La operaciones toman las materias primas desde la logística de entrada y crea el producto. Naturalmente mientras más eficientes sean las operaciones de una empresa, más dinero podrá ahorrar la empresa. Proporcionando un valor agregado en el resultado final.

3. **Logística externa:** después de que el producto está terminado la siguiente actividad de la cadena de valor es la logística de salida aquí es donde el producto sale del centro de la producción y se entrega a los mayoristas, distribuidores o incluso a los consumidores finales dependiendo de la empresa.

4. **Marketing y ventas:** marketing y ventas es la cuarta actividad primaria de la cadena de valor aquí hay que tener cuidado con los gastos de publicidad los cuales son una parte fundamental de las ventas.

5. **Servicios:** la actividad final de la cadena de valor es el servicio. Los servicios cubren muchas áreas, que van desde la administración de cualquier instalación hasta el servicio

al cliente después de la venta del producto. Tener una fuerte componente de servicio en la cadena de suministro proporciona a los clientes el apoyo y confianza necesaria, lo que aumenta el valor del producto.

3.4 Objetivos de la cadena de valor

La cadena de valor es una sucesión de acciones realizadas con el objetivo de instalar o valorizar un producto o un servicio exitoso en un mercado mediante un planeamiento económico viable, por lo tanto, la cadena de valor proporciona el marco de referencia para la realización de las transacciones de negocios, dando respuesta a las necesidades del consumidor, la técnica de Cadena de Valor, tiene por objetivo, identificar las actividades que se realizan en una institución, las cuales se encuentran inmersas dentro de un sistema denominado sistema de valor. (Willian O. Stratton, 2007)

3.5 Importancia de la cadena de valor

La cadena de valor es importante para la evaluación de la competitividad de la empresa en dos sentidos; por un lado, nos guía en la realización de análisis de valor añadido, y por otro lado nos ayuda a obtener resultados de negocio de la empresa, también la cadena de valor permite desagregar las operaciones de la empresa en actividades, de forma que se facilite el estudio de costos implicados y se exponga la contribución de cada una de ellas al valor total del negocio. Asignando los costos operativos y los activos de una empresa a cada una de las actividades de la cadena de valor, se proporciona una estimación del costo de cada actividad, y como resultado el valor del costo total. (Gómez, 2008)

La cadena de valor nos ayuda en la obtención de los objetivos de negocio, facilita la medición de todas las actividades, procesos o factores que puede afectar a que se consigan o no los resultados de negocios o financieros planteados por la empresa. El análisis de la cadena de valor ayuda a construir la proposición de valor de realización de un determinado cambio, es

decir, da la respuesta a la pregunta sobre cuál es el valor de modificar una determinada actuación de la empresa, examinando que funciones impactan sobre cada uno de los indicadores claves, podemos detectar oportunidades de mejora en nuestro negocio.(Sánchez 2008)

3.6 Cadena de valor y su ventaja competitiva

En toda empresa debe existir un gran propósito qué caracterice la gestión de todas sus áreas, éste propósito fundamental es, incluso, más importante en las pequeñas empresas, es así que la ventaja competitiva constituye un factor diferencial en las características de una empresa, un producto o servicio que los clientes, consumidores o usuarios perciben como único y determinante. (Michael E. Porter 2009).

La ventaja competitiva no puede ser comprendida viendo a una empresa como un todo, radica en las muchas actividades discretas que desempeña una empresa en el diseño, producción, mercadotecnia, entrega y apoyo de sus productos. Cada una de estas actividades puede contribuir a la posición de costo relativo de las empresas crear una base para la diferenciación. Una ventaja en el costo es un proceso de ensamble altamente eficiente, o del uso de una fuerza de ventas superior. La diferenciación puede originarse en factores igualmente diversos, incluyendo el abastecimiento de las materias primas de alta calidad, un sistema de registro de pedidos responsables o un diseño de producto altamente superior. (Arnoletto 2000)

3.7 Identificación de los procesos de valor

El éxito de una empresa no sólo depende de lo bien que haga su trabajo cada departamento, sino también de cómo se coordinen las actividades entre los distintos departamentos para desarrollar los procesos empresariales básicos. (Lane Keller, 2012).

Estos procesos incluyen:

- ✓ Procesos de seguimiento del mercado: todas aquellas actividades de inteligencia de marketing, diseminación de información dentro de la empresa y acciones acordes con la información.
- ✓ Procesos de materialización de la oferta: todas aquellas actividades involucradas en la investigación desarrollo y lanzamiento de nuevas ofertas de gran calidad en tiempo record y dentro de los límites del presupuesto.
- ✓ Proceso de captación de clientes: todas aquellas actividades involucradas en la definición de mercados meta y prospectación de nuevos clientes.
- ✓ Procesos de administración de relaciones con los clientes: todas aquellas actividades destinadas a conocer mejor a los clientes, entablar relaciones estrechas con ellos y diseñar ofertas personalizadas.
- ✓ Procesos de administración de pedidos: todas aquellas actividades relacionadas con la recepción y aprobación de pedidos, la recepción de cobros, el envío de productos en tiempo y forma.

3.8 Escalonamiento en cadena de valor

El proceso de escalonamiento (upgrading) se define como la habilidad para responder a nuevas oportunidades de mercado a través de la innovación, con el propósito central de incrementar el valor agregado. (Junkin y Angulo 2009)

Los planes de escalonamiento que poseen los diferentes actores en una cadena de valor tienen mucha relevancia para el diseño de estrategias de financiamiento, debido a que estos se traducen en demandas concretas de servicios financieros. (Junkin y Angulo 2009)

3.9 Manejo de riesgo en la cadena de valor agrícola

El financiamiento a la agricultura, como cualquier otra actividad económica o empresarial, involucra riesgos. A lo largo de una cadena de valor coexisten una gran cantidad de riesgos que afectan de manera distinta a los diversos actores participantes. Hay riesgos asociados a múltiples factores (gestión, productividad, clima, enfermedad) y diferentes mecanismos para atenuarlos. El riesgo también podría ser de precio o de mercado y para eso se han creado los contratos; también existen los riesgos de cumplimiento de dichos contratos. Algunos riesgos son más fáciles de manejar con instrumentos de cobertura como los seguros. Las catástrofes como los desastres naturales no son asegurables y requieren otro tipo de instrumento o mecanismos paliativos y consecuentemente de la participación pública. (Junkin y Angulo 2009)

3.10 Análisis de la cadena

El análisis de la cadena de valor permite al facilitador y a los actores claves involucrados en un proceso de innovación de mecanismos de financiamiento desarrollar un profundo entendimiento de los procesos y relaciones inherentes a la cadena, así como identificar las áreas que requieren fortalecimiento. (Junkin y Angulo 2009)

Específicamente el análisis de cadenas de valor permite lo siguiente:

- ✓ Identificar a los actores claves en la cadena de valor.
- ✓ Entender las reglas de juego en las relaciones comerciales entre actores claves.
- ✓ Identificar las opciones viables para el fortalecimiento de la cadena de valor, y el rol de los diferentes actores específicos dentro de ella.
- ✓ Construir una propuesta concertada entre los actores claves para el fortalecimiento de la cadena, con una visión sistémica de competitividad.
- ✓ Definir el flujo de financiamiento existente tanto interno como desde afuera de la cadena.

- ✓ Identificar las principales barreras al flujo de financiamiento y capitalización que limitan el óptimo funcionamiento de la cadena. (Junkin y Angulo 2009)

3.11 Antecedente histórico de la yuca (*Manihot esculenta*)

La yuca (*Manihot esculenta Crantz)* es una de las principales plantas útiles difundidas en todos los continentes. Botánicos y ecólogos consideran que la yuca es originaria de América Latina. El noroeste de Brasil figura como el más probable centro de origen. La yuca es un cultivo importante para los pequeños agriculturas que tienen acceso a tierras marginales, su alta tolerancia en comparación con la de otros cultivos, a bajas precipitaciones estacionales, altas temperaturas y suelos medianamente fértiles hacen de la yuca un cultivo importante, tanto para seguridad alimentaria como para la generación de ingresos en regiones con pocas alternativas en producción. (Alcalá 2005),

La yuca (*Manihot esculenta*) también conocida como mandioca o casava, es una de las mayores fuentes de carbohidratos que consume una gran parte de la población de los países en desarrollo. Sus raíces, tanto frescas como secas, se emplean en la alimentación humana y animal, vislumbrándose un gran potencial agroindustrial y posibilidades de exportación, fuente de proteína y carbohidratos para consumo humano y animal. (PROMOSTA, 2005)

3.12 Producción mundial de yuca

La producción mundial de yuca se sitúa alrededor de 203 millones de toneladas de raíces frescas y un rendimiento promedio 10.9 tha-1. La mitad de las hectáreas x áreas dedicadas al cultivo de la yuca se encuentran en África (FAO. 2006).

La yuca (Manihot esculenta Crantz) se cultiva en más de 90 países y da subsistencia a 500 millones de personas de los trópicos y sub trópicos del mundo. Esta raíz rústica no sólo es un alimento básico para muchas familias campesinas de escasos recursos, sino también es materia prima para la industria. La misma se usa en la elaboración de almidón, alcohol, fibra y en la nutrición animal. La producción mundial de yuca se sitúa alrededor de 240 millones

de toneladas por año, con un área de 16 millones de hectáreas, de las cuales el 50% se encuentra en África, 30% en Asia y el 20% en América Latina (FAO 2011).

3.12.1 Importancia económica de la yuca

La yuca catalogada como la más importante dentro de este grupo de plantas de interés económico (raíces y tubérculos), tiene su principal valor económico en su órgano de reserva o almacenamiento de energía, las raíces, de éste tiene diversos usos en la alimentación humana y animal, aunque su follaje se aprovecha para alimentación animal en algunas zonas rurales y, en África, se utiliza como verdura fresca para consumo humano. (Rivera. R. 2004)

La producción nacional de yuca enfrenta limitaciones de baja productividad y calidad, asociadas al manejo agronómico inadecuado y la siembra de variedades no adecuadas para el parafinado, exportación e industrialización. Las variedades de consumo fresco: Negrita, Saonera, Americanita o Verdecita, entre otras, presentan raíces tuberosas no pedunculadas; debido a esto, durante la cosecha se producen heridas al desprenderlas del plantón, que favorecen su deterioro fisiológico pocas horas después de la cosecha. La falta de pedúnculo de las raíces, impide, además, su parafinado y reduce en forma significativa la vida útil en anaquel. Esto provocó que los volúmenes exportados se redujeran en más del 80%, al pasar de 1,600 toneladas en 1992 a solo 125 toneladas en 2007. (SEA 2008)

La yuca, (Manihot esculenta) es una de las más importantes fuentes de calorías en los trópicos, especialmente por su adaptabilidad a diferentes tipos de suelos. Su cultivo es tan sencillo que se ha diseminado por las regiones tropicales de todo el mundo. Con la emigración de latinoamericanos hacia los Estados Unidos, ha aumentado la demanda de este y otros productos típicos del trópico americano. Con el desarrollo de la técnica de parafinado para minimizar la pérdida de humedad y así prolongar su vida de anaquel, en los últimos años ha habido un aumento considerable en la demanda de yuca en el mercado norteamericano. (FHIA 2004)

3.12.2 Contenido nutricional de yuca

Las raíces de yuca tienen un alto contenido de almidón, que las convierte en buena fuente de energía. También tiene un contenido relativamente alto de vitamina C, pero el de proteína y vitamina A es muy bajo. Para obtener una dieta balanceada con alto consumo de yuca, éste se debe complementar con otras fuentes vegetales o animales de proteína. En la nutrición animal, la yuca se complementa con tortas de semillas oleaginosas o se mezcla directamente con esas semillas, especialmente de soya. Esta mezcla, en opinión de algunos especialistas en nutrición animal, presenta cierta sinergia muy favorable en el desarrollo de algunas especies. El Casabe es un producto bajo en grasa, con un aporte energético de los carbohidratos. Aporta Vitamina C y minerales como calcio, hierro y potasio. (Atrium 2005)

3.12.3 Cultivo de la yuca

La yuca se cultiva en plano, en suelos bien sueltos, en este caso se realiza una quema previa este caso el destino de la yuca es el mercado nacional. Para la exportación de este producto requiere un manejo diferente para lograr un buen desarrollo de raíces comerciales, se necesita buena preparación de terreno, se recomienda hacer una arada, dos pases de rastra, una alomillada. El alomillado es fundamental cuando la yuca es destinada a la exportación como parafinada, pues se facilita la cosecha, y se disminuye el daño de las raíces al cosecharlas en terrenos sueltos y montañosos y con poca accesibilidad a maquinarias agrícolas se usa el método de siembra directa. (Taraza. 2008).

La distancia de siembra en plano se realiza con una distancia entre calles de 1.5m y entre plantas de 0.80m.Cuando se mecaniza se siembra 1.2-1.5m entre lomillos y 0.30- 0.40m entre plantas, para obtener yucas de un tamaño mediano. La siembra de las estacas se realiza en forma inclinada para facilitar la cosecha, como también se puede sembrar horizontalmente (Ceballos, H. 2002.).

3.12.4 Almacenamiento y manejo de la yuca

Los tubérculos de yuca son altamente perecederos, pero se pueden conservar por períodos relativamente largos bajo refrigeración. Con temperaturas entre 5.5 y 7°C y humedad relativa entre 85% y 90% el producto se mantiene de una a dos semanas. El deterioro del tubérculo comienza tan pronto como se recolecta, produciéndose procesos químicos que causan cambio de color en el interior de la raíz, seguido por la invasión de microbios que aceleran el daño. Si las condiciones de humedad y temperatura lo permiten, las raíces pueden también almacenarse, por un tiempo relativamente prolongado, apiladas en hoyos y cubiertas de tierra (FAO. 2006).

Por ser altamente perecedera, la mayor cantidad de yuca fresca se consume en los mismos países y regiones donde se cultiva. Cuando los tubérculos provienen de variedades amargas, deben procesarse antes de consumirse. Para efecto el consumo humano el procedimiento más frecuente consiste en formar una pasta con los tubérculos pelados, la cual se exprime para extraer el jugo de la pulpa; dicho jugo contiene la mayor parte de las sustancias tóxicas; posteriormente, la pasta se seca al sol. Para el consumo animal el procedimiento consiste en cortar las raíces en trozos delgados y pequeños que se secan al aire y el sol. Los trozos pueden ser molidos y prensados en pastillas (*pellets*), lo que facilita su transporte y almacenamiento por períodos largos. Bajo esta última forma se realiza la mayor parte del comercio internacional de yuca (Alnicolsa. 2009).

3.12.5 Utilidad de la yuca

El cultivo tropical de yuca se constituye en alimento básico de millones de habitantes en todo el mundo y siendo cultivada en más de 90 países tropicales y subtropicales. El cultivo de yuca ocupa un lugar muy importante en la dieta alimenticia de la población hondureña, en especial en el pueblo Garífuna. Es un cultivo que se adapta mejor en áreas tropicales donde

habita la mayor proporción de poblaciones de escasos recursos económicos. En estas regiones además de constituir un alimento humano de buen contenido nutricional como fuente de energía, también tiene gran importancia en la alimentación animal y en la producción industrial de harina y almidones entre otros subproductos. Es un cultivo altamente rentable si se le maneja adecuadamente (Cabral 2002).

3.13 Mercado centroamericano de la yuca

La yuca es un producto que cuenta con producción propia en todos los países, no hay registradas exportaciones significativas de yuca a los demás países de la región. El mercado de la yuca en Centroamérica resulta poco atractivo para los productores de Guatemala, ya que es un producto que los agricultores de todos los países de la región manejan, y no se registran ventajas competitivas para su producción. El mecanismo comercial es más o menos similar para todos los productos hortofrutícolas en la región, se trabaja a partir de la demanda que realizan los mayoristas del país de destino, quienes fijan las condiciones de calidad y precio del producto. Una vez acordadas las condiciones, se envía el producto para que el mayorista del país importador coloque el producto en los mercados, de acuerdo con sus pedidos. De forma excepcional, algunos productores de Guatemala contactan directamente con los comercializadores, de forma que exportan el producto para ser comercializado bajo su riesgo en los países donde se exporta. (EURECNA 2014)

IV. MATERIALES Y MÉTODO

4.1 Descripción del lugar de estudio

El estudio de investigación se realizó en el municipio de Iriona, departamento de Colón, De acuerdo al censo de población y vivienda 2013, Iriona tiene una población de 20.729 habitantes y 5,135 viviendas. Su extensión territorial es de 4.289,4 km² que abarca 10 aldeas y 57 caseríos. Limita al Norte con el mar Caribe; al Sur, municipio de Dulce Nombre de Culmí; al Este, municipio de Brus Laguna y al Oeste, municipios de Limón y Trujillo.

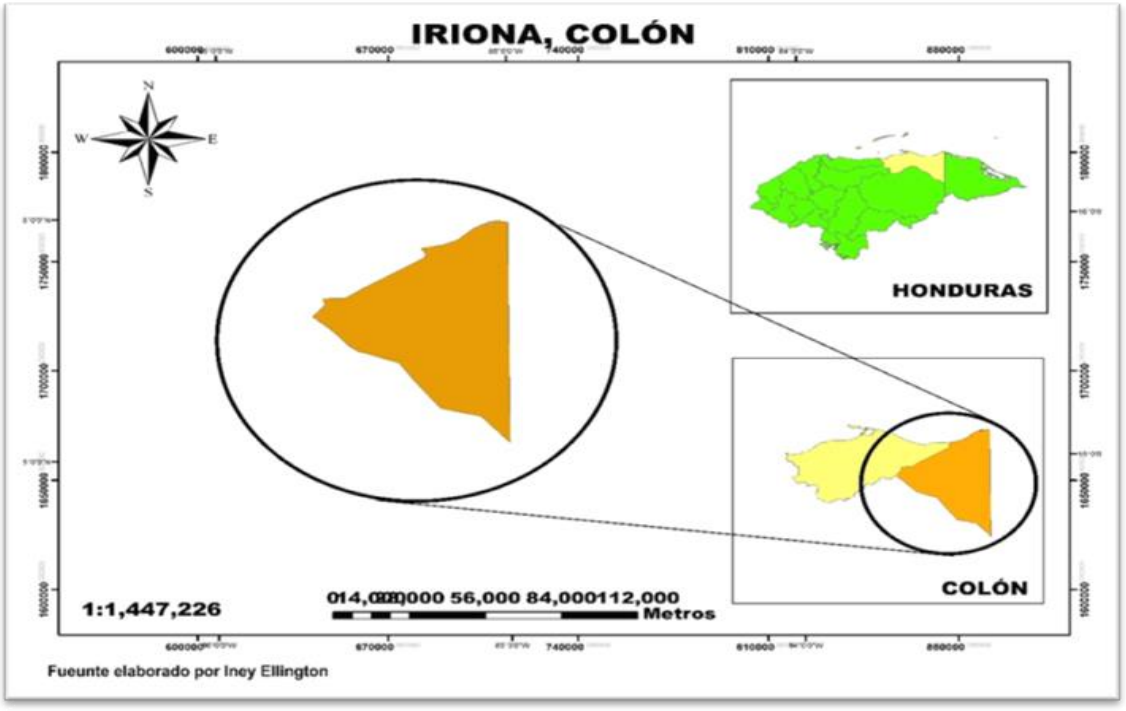


Figura 1. Mapa del municipio de Iriona Colón

4.2 Equipos y materiales

EQUIPO	MATERIALES
Memoria USB	Lápiz tinta
Computadora	Lápiz grafito
Impresora	Libreta
Fotocopiadora	Papel bond
Teléfono celular	Encuesta
Cámara digital	Tablero
Calculadora	USB

Tabla 1. Equipos y Materiales

4.3 Método de la investigación

La metodología utilizada fue el diseño no experimental, de tipo descriptivo - transversal, no paramétrico. No se manipularon las variables, únicamente se describieron y analizaron por lo tanto es de diseño no experimental, este diseño se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que se hace es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos, (Sampieri 2006).

4.4 Población global de comercializadores

Existen en el municipio de Iriona un total de 6 centros de acopio, (galpones casaberos) los cuales operan como intermediarios tipo mayorista que se dedican a la compra de la yuca a los pequeños productores. Para lograr un buen nivel de significancia, se aplicó la encuesta a toda la población, lo que representa los 6 centros de acopio. En la encuesta se consideró las generalidades del centro de acopio, el aspecto educativo detallan el nivel de escolaridad del personal, el aspecto social se basa en la participación de todo el personal que forman parte

del centro, y los grupos sociales a los que pertenecen. En el aspecto económico considera la cantidad de yuca que se acopia, los precios y las variaciones que tiene durante el año.

4.5 Población global de productores

No se determinó la muestra poblacional para los productores, puesto que en la actualidad existe aproximadamente 50 productores de yuca en todo el municipio de Iriona. Se aplicó una encuesta dirigida al total de productores para lograr mayor grado de significancia. La encuesta está estructurada de manera que aglomera información general, nivel educativo y socioeconómico del productor, la estructura de su parcela y fuentes de financiamiento.

En los aspectos generales se considera los datos de identificación y localización del productor. En el aspecto de educación se considera el nivel académico aprobado, asistencia técnica y capacitaciones recibidas. En el aspecto socioeconómico se indaga sobre el tiempo dedicado a la actividad, precio de insumos, venta de productos, mano de obra, gastos entre otros.

4.6 Población global de transportistas

En la encuesta para transportistas se recopiló información sobre aspectos generales, aspectos educativos con preguntas relacionadas a su nivel académico, el aspecto social que detalla las actividades relacionadas con el transporte de la yuca desde el lugar de las parcelas hasta el centro de acopio y finalmente al consumidor, el tiempo y distancia que recorren, el aspecto económico que considera los ingresos y el costo del transporte de la yuca.

4.7 Variables de estudio

A continuación se presentan las variables bajo análisis de la Cadena de valor de la yuca.

- Económica
- Social
- Educativa

Tabla 2. Operacionalización y definición conceptual de las variables.

Objetivo	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Número de preg	Instrumento.
Identificar costos de producción, ingresos y egresos de las personas en la producción del cultivo de la yuca en el Municipio de Iriona.	Económicos	La economía es una ciencia social que estudia la forma de administrar los recursos disponibles para satisfacer las necesidades humanas.	Es la disponibildad de materia prima y la identificación de la cantidad de yuca producida así mismo lo que contribuye en el ingreso y egreso en el municipio de Iriona Colón.	❖ Costo de mano de obra ❖ Cantidad de mano de obra ❖ Costo de materia prima ❖ Cantidad de producción de yuca anual ❖ Ingresos ❖ Costo de transporte ❖ Precio de la yuca ❖ Precio del producto terminado	# 21- 27 # 28 - 31 # 13 -15 # 16 y 17 # 25-27 e.transportist # 19 y 20 #34 – 36	Encuesta

Objetivo	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Número de preg	Instrumento
Conocer los servicios básicos, públicos que satisfacen las necesidades de las personas dedicadas al cultivo de la yuca en el Municipio de Iriona, Colón.	Sociales	Social es aquello perteneciente o relativo a la sociedad. Sociedad es un conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad. .	Es conocer el género predominante de la cadena de la yuca así mismo identificar los servicios básicos, tipos de viviendas, diferentes culturas, asistencia técnica y la participación de las fuerzas vivas y las familias de las comunidades bajo estudio del Municipio de Iriona, Colón.	❖ Edad y Genero ❖ Asociaciones ❖ Participación de las familias ❖ Tipo de vivienda ❖ Servicios básicos (Luz, agua, tren de aseo) ❖ Cultura ❖ Asistencia técnica	# 1 # 4 # 6 -8 # 7 # 10 # 13 # 14	Encuesta

Objetivo	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Número de preg	Instrumento.
Identificar nivel o grado académico de las personas involucradas en la producción, comercialización y transporte de la yuca en las comunidades del Municipio de Iriona.	Educativas	La Educación es la formación práctica y metodológica que se le da a una persona en vías de desarrollo y crecimiento. La Educación es un proceso mediante el cual al individuo se le suministran herramientas y conocimientos esenciales para ponerlos en práctica en la vida cotidiana	Identificar la disponibilidad de instituciones educativos cantidad de personas que saben leer y escribir y el nivel educativo con el que cuentan.	❖ Número de personas en edad escolar ❖ Conocimiento ❖ Nivel educativo ❖ Formación gerencial ❖ Capacitación	# 1-2 # 3 #5-6 # 7 # 14	Encuesta

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación se describen los resultados obtenidos del estudio de cadena de valor del cultivo de la yuca en el municipio de Iriona, departamento de colón. Al respecto, se abordaron a productores de yuca, transportistas y al personal de centros de acopio.

5.1. Resultados obtenidos de los productores de yuca

En aspectos generales de los productores de yuca, en el municipio de Iriona Colón, de forma específica destaca la Figura 2, que la mayoría de productores representado por el 56% tienen una edad mayor a los 50 años, considerándose personas muy maduras en la toma de decisiones, así mismo existe equilibrio en la participación de ambos géneros, y el 92% ha recibido educación, sin embargo el 8% de los productores no tienen ninguna formación académica.

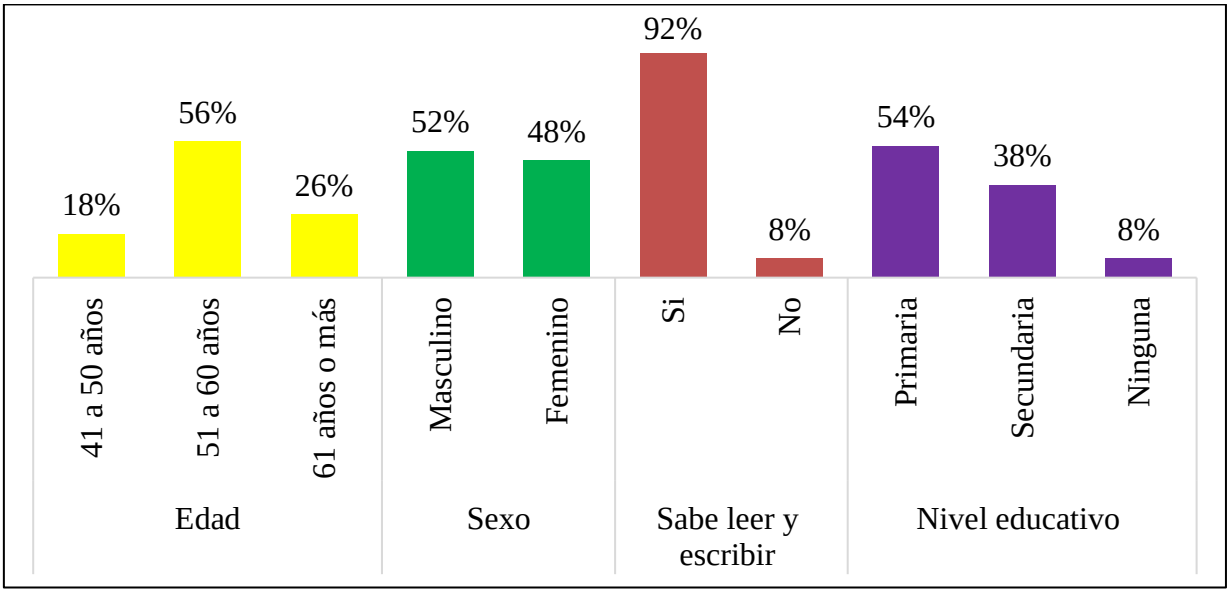


Figura 2. Situación educativa de los productores

La Figura 3, muestra que el 62% de los productores no conocen la existencia de asociaciones del rubro, así mismo el 40% tiene entre 5 a 10 años de dedicarse a la producción de yuca, el 34% cuentan con más de 10 años, y un considerable 16% que son más de 15 años produciendo la tierra con el cultivo de yuca. Con respecto a las familias están conformadas en un 46% de 1 a 5 miembros, un 54% de 5 a 10 miembros, de las cuales el 94% tienen vivienda propia.

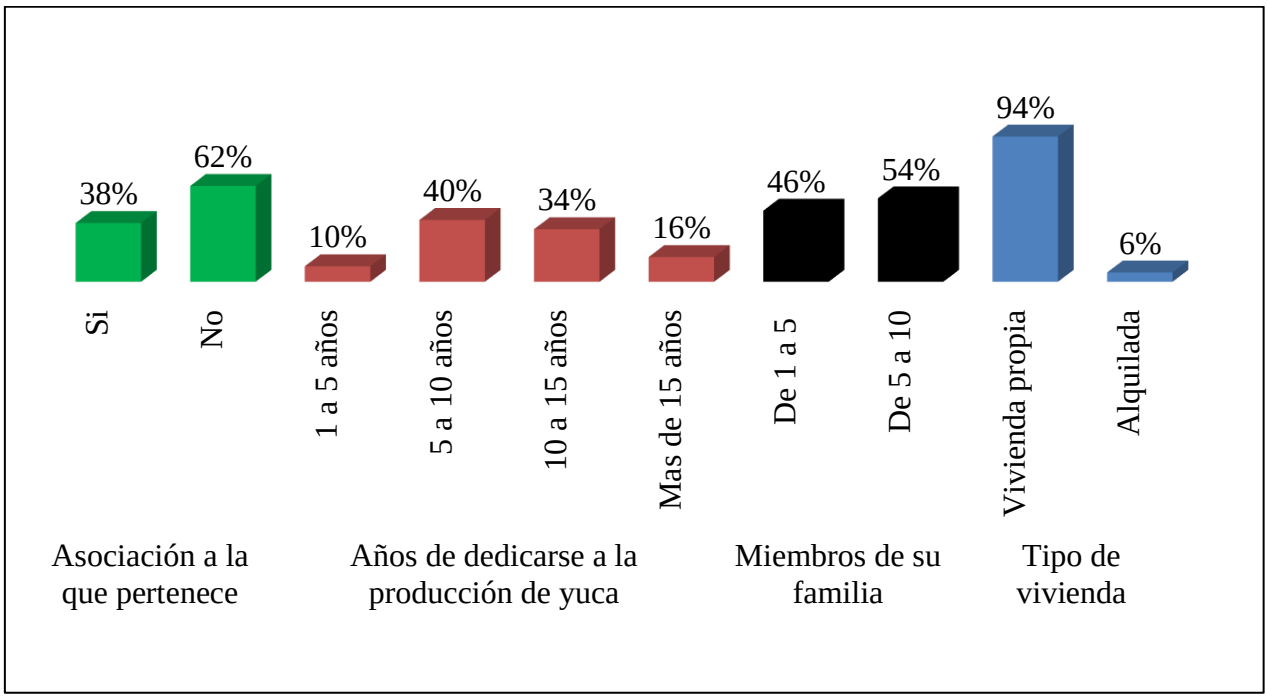


Figura 3. Condiciones sociales de los productores de Yuca

Involucrar a los miembros de la familia en las actividades productivas son de gran importancia para el sustento del mismo, es así que la figura 4 muestra un 60% de los miembros de la familia colaboran en la producción, el cual se encuentra en su mayoría (84%) en zona montañosa y el 94% de las fincas tienen acceso en cualquier estación del año.

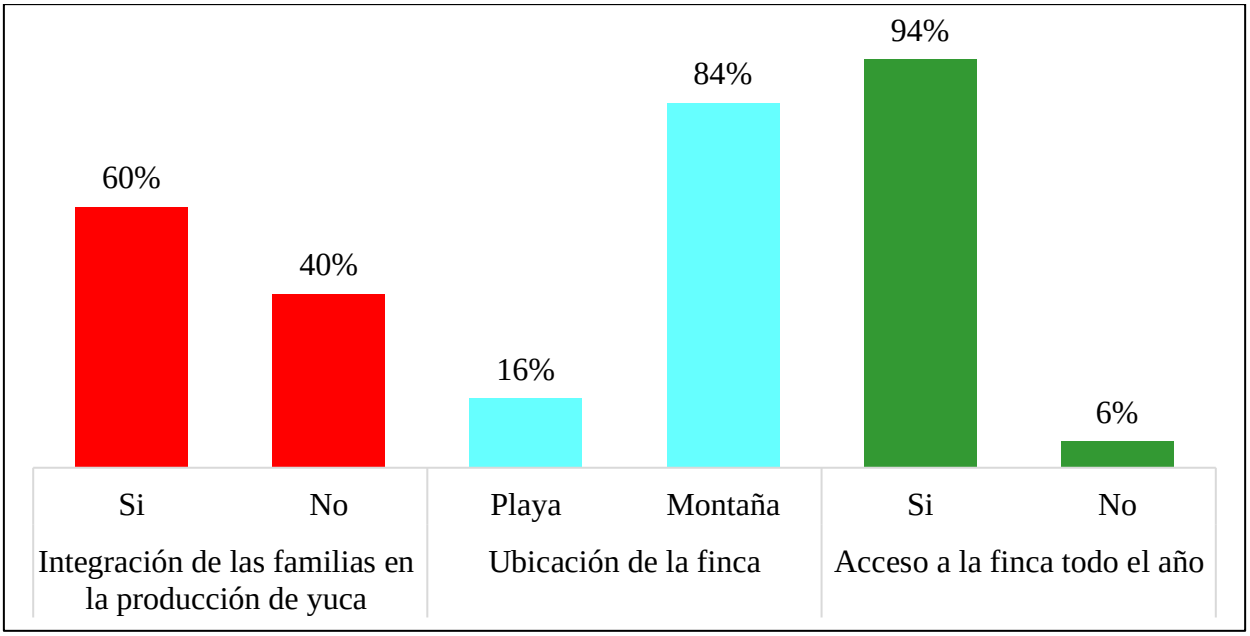


Figura 4. Participación de los miembros en la producción

Según la Figura 5, destaca que el cultivo de Yuca no tiene precisamente una temporada en especial, sino que en todo el año realizan la siembra, y en este sentido el 98% de los productores expresan que su producción es orgánica amigable con el ambiente, de las cuales el 86% de las familias lo han adoptado como un cultivo de identidad cultural.

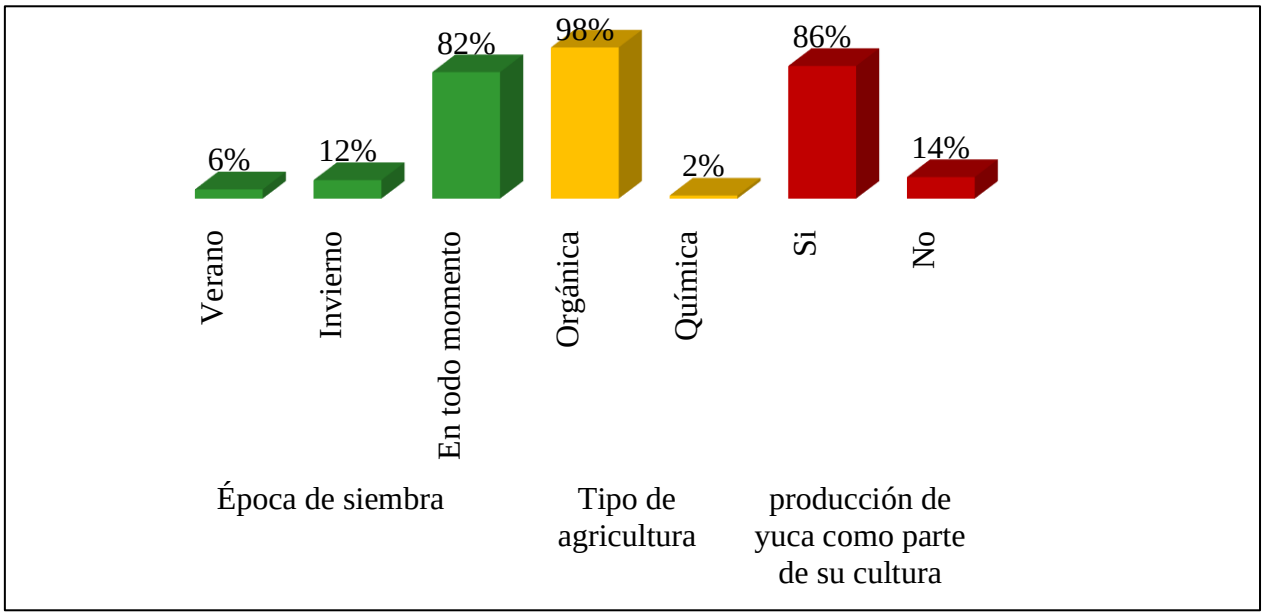


Figura 5. Época y cultivo de Yuca

La mayoría de los productores expresan realizar sus labores de producción por la experiencia adquirida, es así que el 96% no ha recibido asistencia técnica, siendo de vital importancia el actualizarse en esta área, y cuando la reciben, el 98% proviene de instituciones privadas, de las cuales el 100% de los productores recibieron su última capacitación el año 2017 y esta fue enfocada a la producción de yuca.

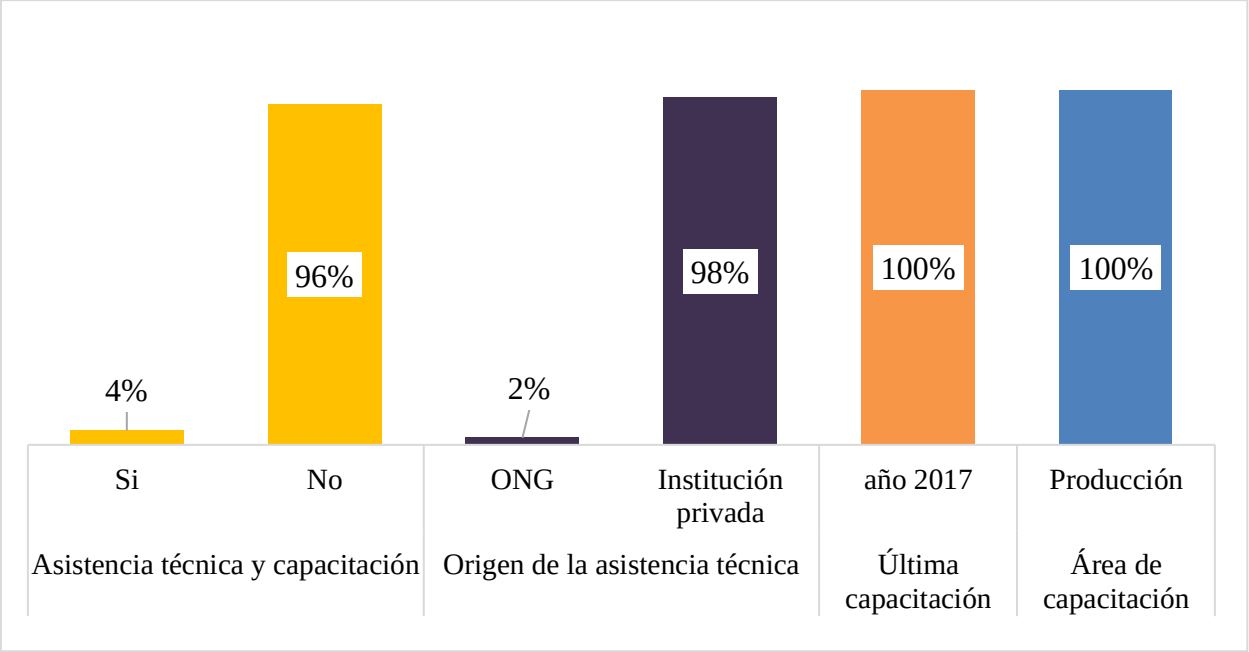


Figura 6. Asistencia técnica en la producción de Yuca

Como en todo tipo de cultivo, se presentan limitaciones en la producción, y en el cultivo de la yuca no es la excepción, de acuerdo a la Figura 7, la falta de asistencia técnica es el principal obstáculo con el 40% de los productores, la falta de financiamiento que lo refleje el 32% de ellos, y el 26% mencionaron que del gobierno no se obtiene ningún beneficio y finalmente un mínimo 2% expresó que el alto costo de los insumos son parte de las principales limitaciones.

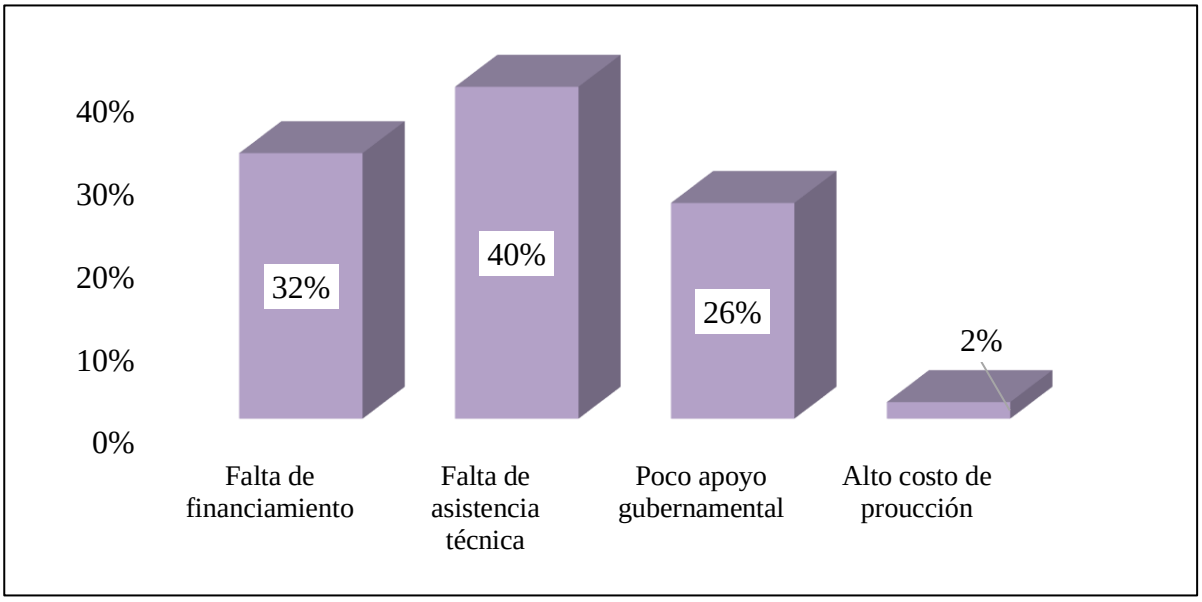


Figura 7. Limitaciones en la producción de yuca

En la Figura 8, destaca que el 98% de los productores cultivan menos de una mz de yuca, siendo el 66% en su mayoría de la variedad Paloparao, Caribe Macho. Estas variedades son las de mayor producción en la zona.

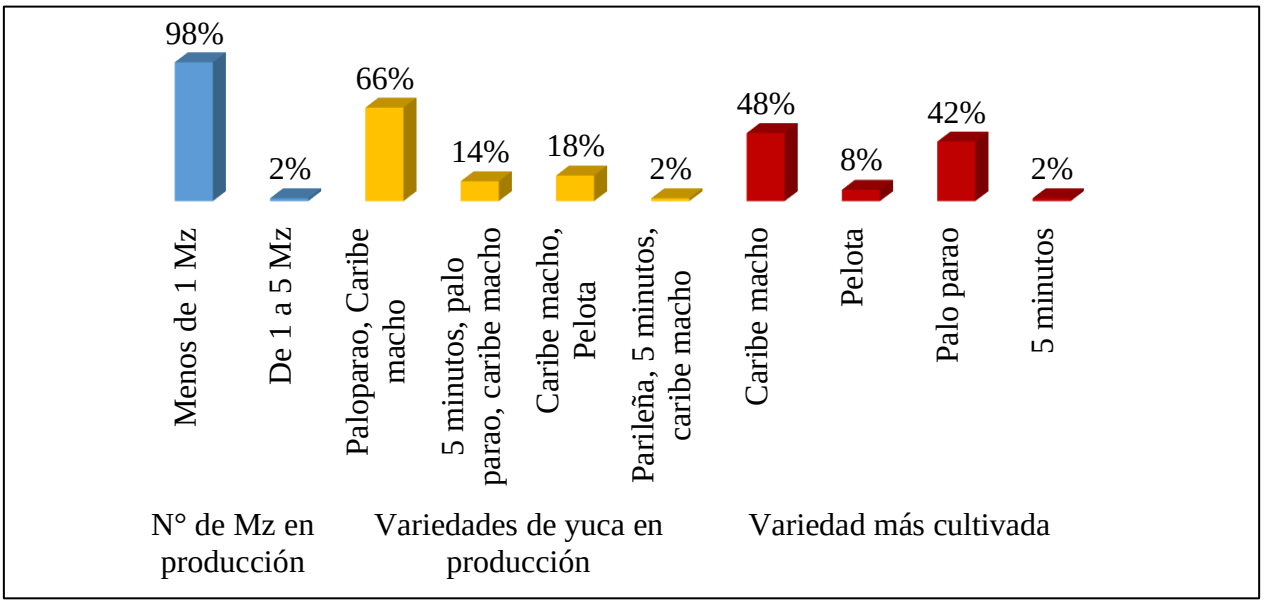


Figura 8. Producción actual

En Honduras existen dos estaciones, una seca y otra lluviosa, y para la producción y cosecha de yuca es preferible la temporada de verano. Al respecto la Figura 9, destaca que la mayor producción en un 48% alcanza hasta 600 libras, así mismo un importante 28% registra cosecha de hasta 800 libras, siendo estos datos muy representativos, sin embargo, en la temporada de invierno, el 56% registra cosecha de 300 libras, el 22% cosecha en promedio 400 libras, el 14% 200 libras y un importante 6% manifiesta cosechar 600 libras.

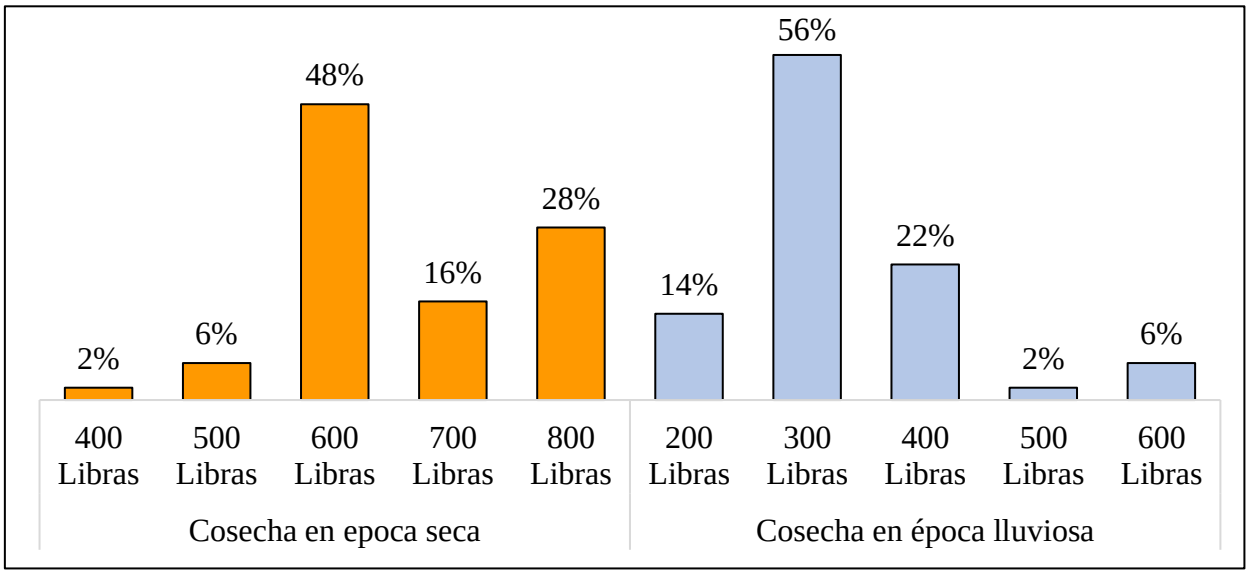


Figura 9. Cosecha por temporada

La importancia del cultivo de yuca se debe a que el 94% de los ingresos son destinados para el hogar, y la mayor parte de cosecha que es el 90% se vende localmente, al respecto, no se comercializa fuera del municipio. Tan solo un 20% de los productores tienen apoyo financiero, y respecto al precio se mantiene a dos lempiras la libra en toda la zona.

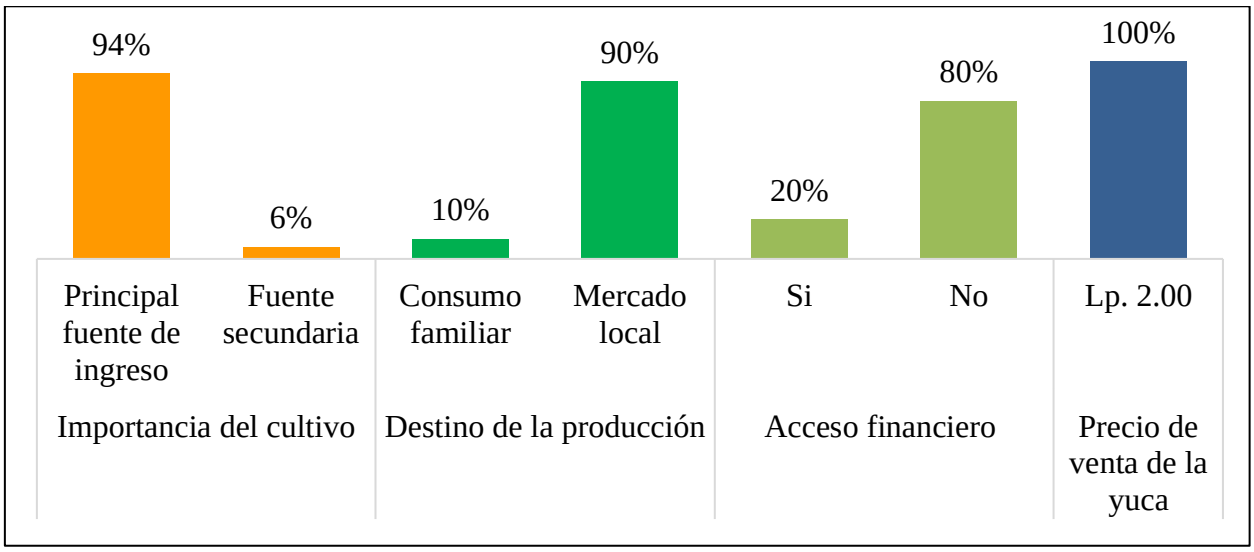


Figura 10. Importancia del cultivo de yuca

Según la Figura 11, el 98% de los productores manifiestan que el precio se mantiene durante todo el año, por otra parte manifiestan que la cosecha la realizan con el 76% de personal contratado y el 24% con miembros de sus propias familias. Cuando se contrata personal, la cantidad oscila entre 5 a 15 individuos.

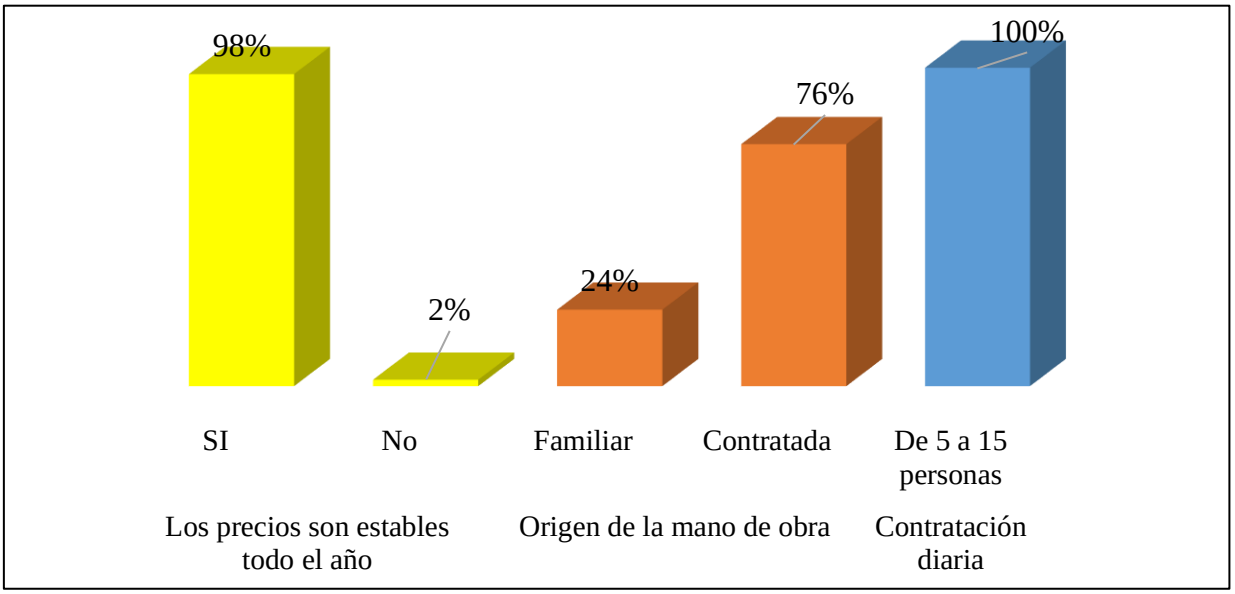


Figura 11. Precios de venta y mano de obra

Los costos de inversión son trascendentales, y según Figura 12, la mayor inversión se refleja de L.500.00 a L.1,000.00 en labores de preparación de suelo, siembra y control de maleza. Y los costes más altos económicamente se destacan en la cosecha.

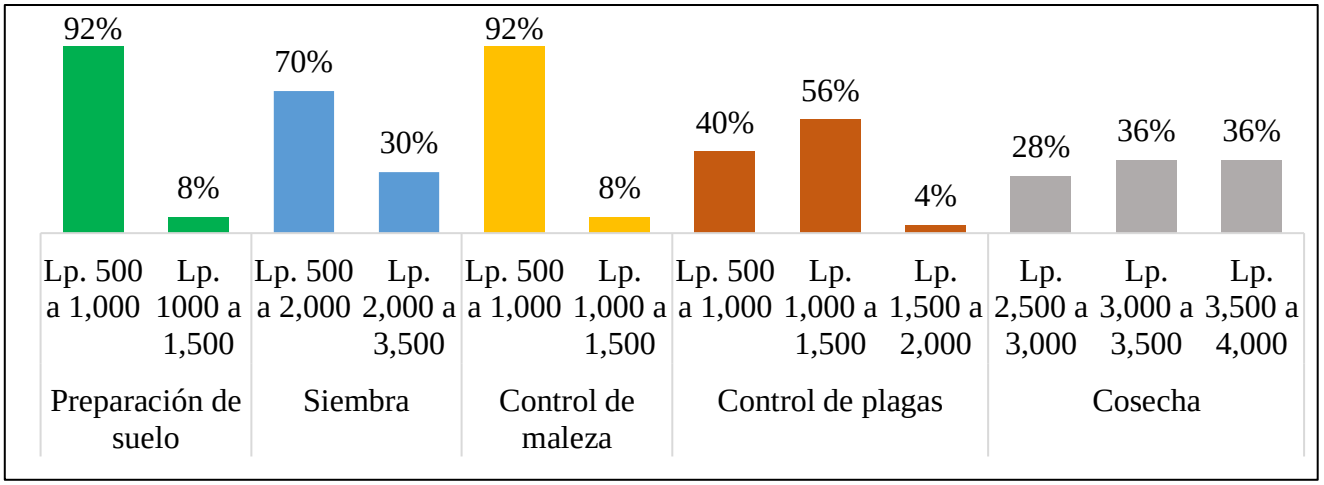


Figura 12. Costos de producción

5.2. Resultados obtenidos de los transportistas de yuca

En aspectos generales de los transportistas, destaca que la mayoría representada con el 62% de ellos, tiene una edad entre 51 a 60 años, lo que se deduce que existe vasta experiencia en la conducción de sus diferentes medios de transporte, además todo ellos saben leer y escribir, además un 73% logró terminar la secundaria y un 27% primaria.

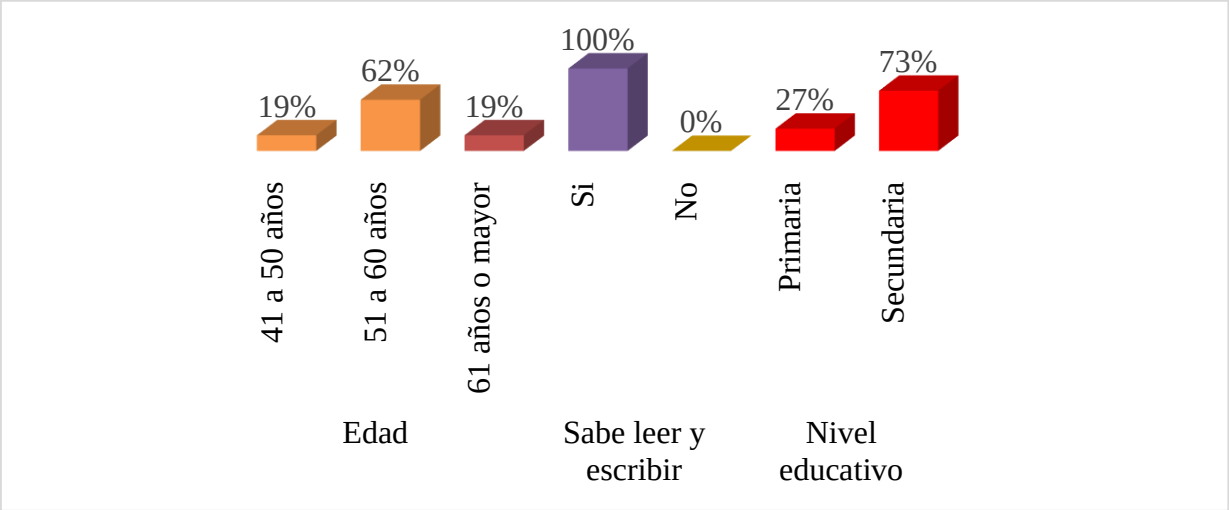


Figura 13. Aspectos generales de los transportistas de yuca

La Figura 14, muestra un 81% de los transportistas manifestando que la mayor cantidad de yuca se transporta una vez por mes, siendo de 600 y 800 libras con el 42% y 35% respectivamente, y estos costos los cubre directamente el productor.

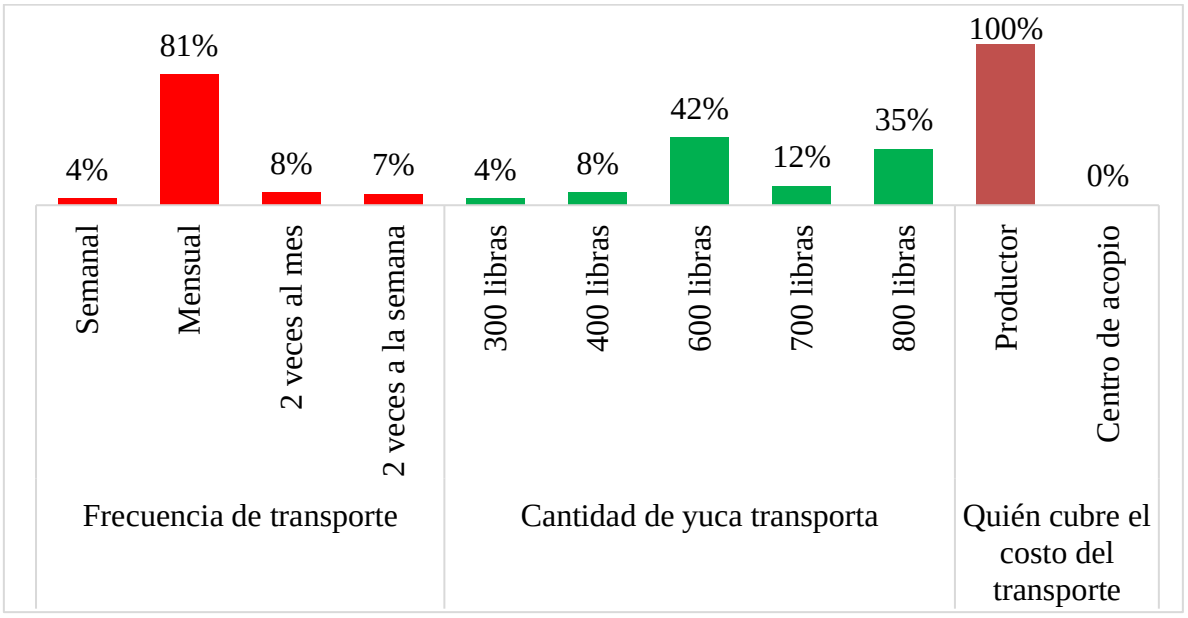


Figura 14. Aspectos económicos de los transportistas

Según las condiciones sociales que refleja la Figura 15, los transportistas cuentan con su transporte propio, y de estos el 73% tienen acceso a todos los servicios básicos en su casa de habitación, sin embargo un 27% no tiene acceso a todos los servicios. En cuanto a la vigencia de dedicarse al rubro, el 85% tiene de 5 a 10 años y un 15% tiene máximo 5 años de estar en el rubro de transportar yuca. Por otra parte los transportistas expresan que el tiempo de transporte de la yuca desde el productor al centro de acopio, oscila en un promedio de 30 minutos, no obstante puede tardar hasta una hora, en su mayoría consideran que las carreteras están en un buen estado, esto lo afirman el 69%, y el 31% expresan su malestar sobre la mala condición de las vías de comunicación.

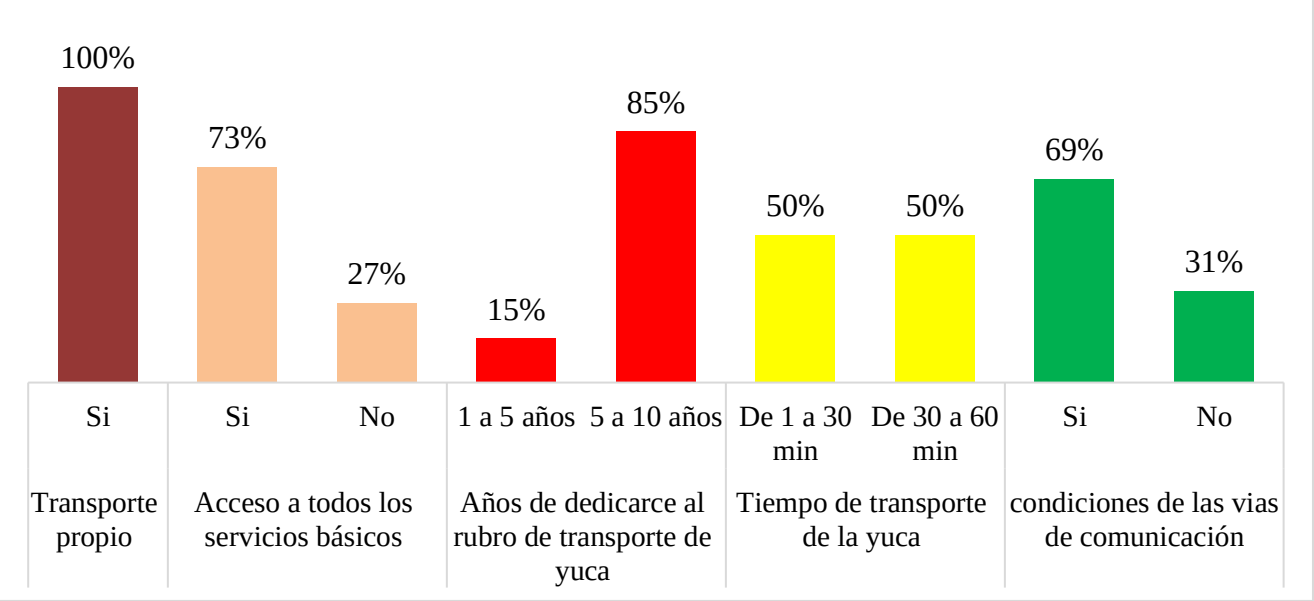


Figura 15. Condiciones sociales de los transportistas

5.3. Resultados obtenidos del centro de acopio

Cabe mencionar que el municipio de Iriona, cuenta con seis centros de recolección de yuca, todos ellos ubicados en cada uno de las diferentes comunidades del mismo, tienen su organización con su directiva establecida. Además las de menor tiempo de estar organizadas es de tres años y la más antigua tiene seis años.

En cada centro de acopio permanece un representante, de los cuales el 100% saben leer y escribir, ya que todos terminaron por lo menos la educación secundaria. No obstante es menester que se les colabore en la formación de negocios, puesto que no tienen ninguna capacitación en esta área.

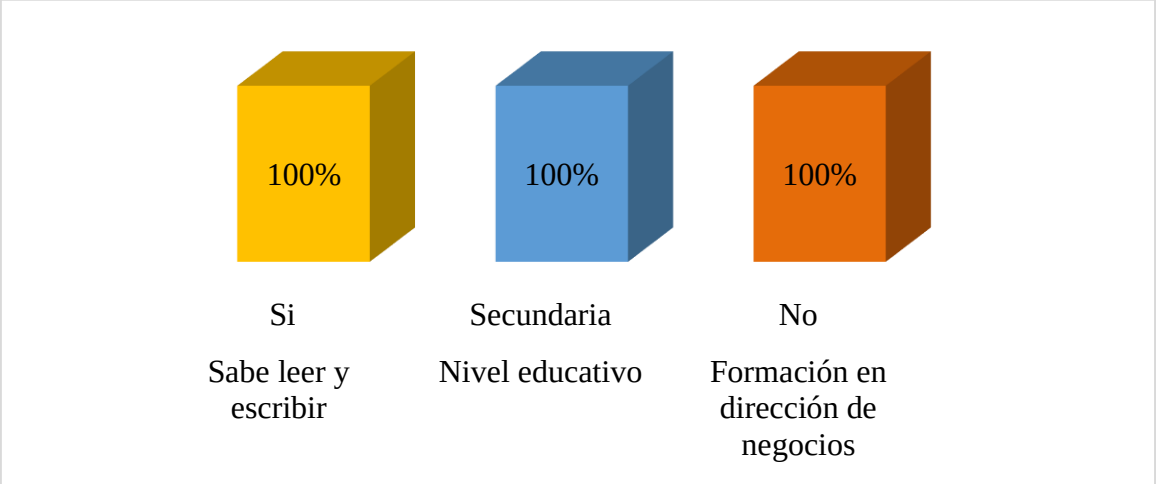


Figura 16. Aspectos generales del personal del centro de acopio

Según la Figura 17, en los centros de acopio se vende en un 50% la variedad Caribe macho, seguidamente con el 33% de venta está la variedad Paloparao, combinado con Caribe macho, y en último lugar un 17% de las variedades Caribe macho combinado con Pelota. Se expresa claramente que la variedad Caribe macho es la que predomina en la producción de la zona.

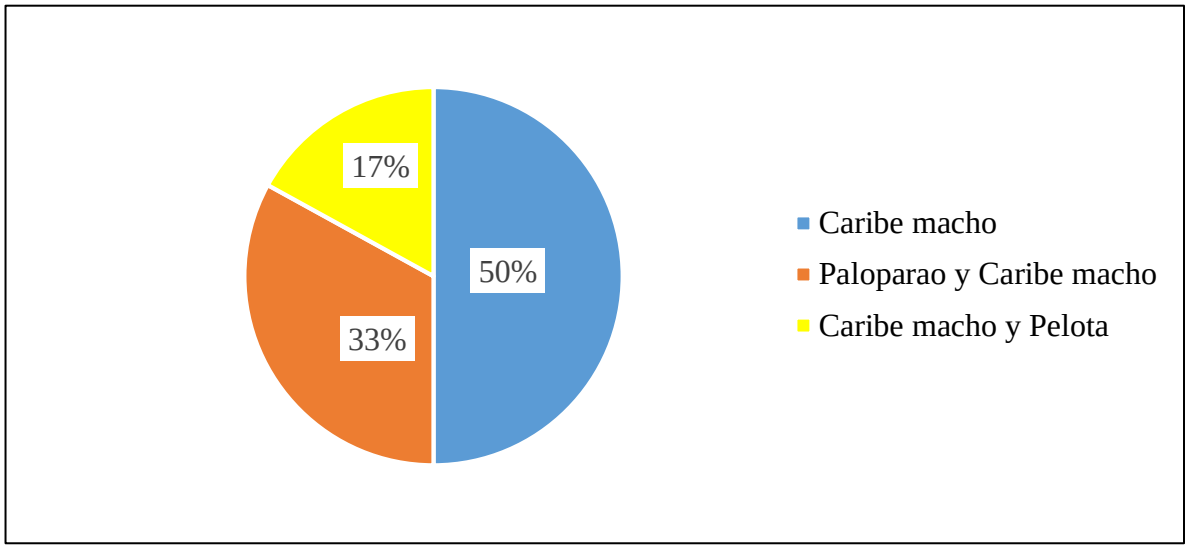


Figura 17. Variedad de yuca comercializada en los centros de acopio

De acuerdo a lo expresado por los representantes de los centros de acopio, en la Figura 18, aseguran que el precio se mantiene durante todo el año a 2 lempiras. Además expresan que la mayor temporada de recolección y compra es la estación seca, un aspecto importante es el pago inmediato, ya que al 100% de los productores se les cancela en el día que se recibe la yuca en el centro.

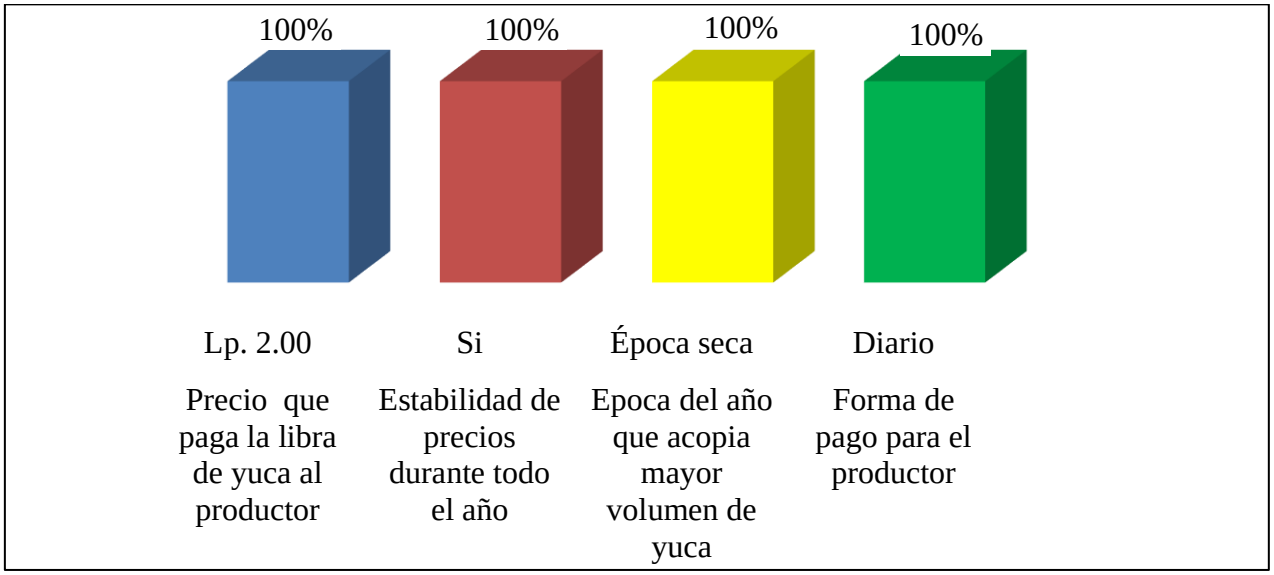


Figura 18. Aspectos económicos de los centros de acopio

En aspectos organizativos, la Figura 19, refleja que el 50% pertenece a las fuerzas vivas de la comunidad, en comparación con un 33% que pertenece a asociaciones, y el 17% a cooperativas. Esto indica una considerable estabilidad en su estructura interna.

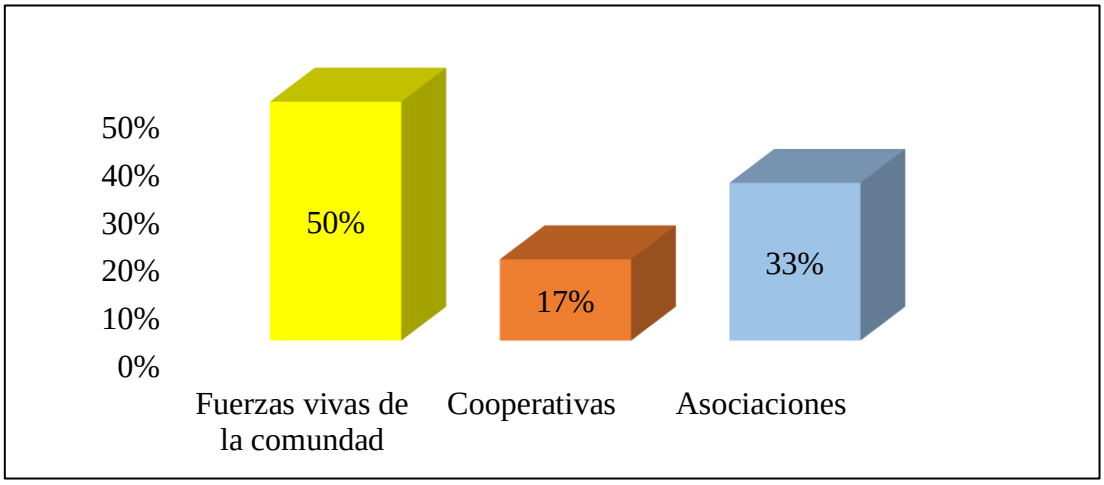


Figura 19. Asociatividad de los centros de acopio

Como en toda organización debe existir capacitación constante para el mejoramiento de los procesos, los centros de acopio de yuca del municipio de Iriona no es la excepción, en la figura 20 todos aseguran haber recibido capacitación técnica y de comercialización de sus productos, estas instrucciones han sido impartidas por ONGs, de las cuales en este año 2018 no han recibido ninguna, sin embargo la última fue el año 2017.

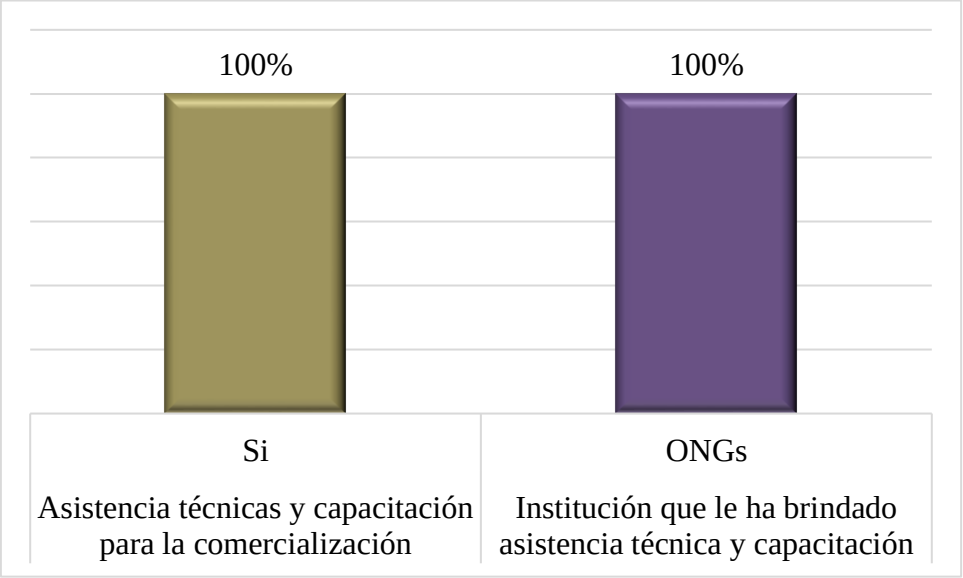


Figura 20. Asistencia técnica y comercialización

VI. CONCLUSIONES

I. Los principales Eslabones en la cadena de valor del cultivo de yuca en Iriona, en términos de participación en el proceso productivo y comercialización se dividen en los siguientes: i. Primer eslabón, Productores, los cuales el 98% cultivan menos de 1 manzana de terreno y de ellos el 66% siembran las variedades de yuca paloparao y caribe macho. ii. Segundo eslabón, los transportistas, de estos, el 42% moviliza a diario entre 600 y 800 libras, de este porcentaje el 35% respectivamente los costos los cubre el productor. iii. Tercer eslabón, los centros de acopio, se encarga de la compra y venta, de ellos el 50% de yuca que recolecta es de la variedad Caribe macho, que la distribuyen en su misma localidad.

II. Las actividades que se realizan en la producción son: preparación de suelo, siembra, control de maleza, control de plaga, y cosecha, es así que el76% de la mano de obra para dichas actividades se realiza con personal contratado que oscila entre 5 a 15 individuos, y el 24% con miembros de la familia de los productores Dentro de las actividades del transportista, está la contratación de mano de obra para el traslado de la yuca, en cambio los centros de acopio realizan únicamente dos actividades que son, compra y venta.

III. En el municipio de Iriona en la actualidad se produce 30,000 libras de yuca en un 48% mensual, en las comunidades de Iriona se registran plantaciones de yuca por familias que no tiene como destino la comercialización si no de consumo familiar.

VII. RECOMENDACIONES

I. A través de la secretaria de agricultura y ganadería (SAG) y la municipalidad de Iriona tendrán que apoyar a los eslabones de la cadena de valor de la yuca de la siguiente manera: i. Aumentar la producción de yuca en las variedades de caribe macho y Paloparao, ya que es la variedad que más comercializan los centros de acopio en toda la localidad. ii. Tecnificar su cultivo, así de esa manera poder disminuir los costos de mano de obra para dicha actividad. iii. Capacitación en el área de asistencia técnica, para mejorar el rendimiento de su producción.

II. Propiciar que la ONG local CASH apoye a los centros de acopio para que los mismos lleven un registro y control de las operaciones de forma diaria (compras, ventas y costos), con el objetivo de tener una información actualizada de la situación del centro de acopio en todo momento, y ampliar su mercado.

III. Promover capacitaciones a través de las universidades locales y los centros de desarrollo empresariales (CDE) en el área de formación de negocios, para los tres eslabones, con el fin de incrementar el contacto personal con el cliente y así maximizar las ventas.

IV. Incentivar a la población del municipio de Iriona, a promover cadenas de valor de productos derivados de la yuca que se producen en las comunidades garífunas, ofreciéndolos con valor agregado, para aprovechar la producción que existe en el sector.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Aguilar et al. 2016. El cultivo de la yuca (Manihot esculenta Crantz). San José, C.R. INTA, 2016. 55 p.

Alcalá, LL. 2005. Tecnología para el manejo postcosecha del cultivo de la yuca. Cali. Colombia. Ed. CLAYUCA. ed. Betancourt, N. Pdf.

Camino, JR; Rua, MDGL. 2012. Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones. ESIC Editorial.

Cueva, RA; Camino, JR.; Ayala, VMM. 2013. Conducta del consumidor: Estrategias y políticas aplicadas al marketing. Esic Editorial.

Dumont, MDMC; Arrabal, JAN. 2009. Plan de negocio. Editorial Vértice.

EURECNA (2014). Perfil comercial yuca. Direccion de planeamiento. Guatemala.

Sampieri, HR; Collado, FC; Baptista, LP. 2006.Metodología de la investigación. 4ed

Gómez, MGS. 2008. Cuantificación y generación de valor en la cadena de suministro extendida. Del Blanco editores.

Gómez, M M. 2006**.** Introducción a la metodología de la investigación científica. Editorial Brujas.

Gottret, M; Lundy, M. 2007. Gestión de cadenas productivas. Serie metodologías para el desarrollo empresarial rural.

Guerra, G. 2002. El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI (No. 98). Agroamérica

INE (Instituto Nacional de Estadísticas). 2018. Censo de población y vivienda 2013. (En línea). Consultado el 25 de enero de 2018. Disponible en http://www.redatam.org/binhnd/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=MUNDEP02&lang=ESP

Junkin Ruth, Angulo José. 2009. Guia para el desarrollo de estrategias de financiamiento en cadenas de valor. Centro agronómico tropical de investigación y enseñanzas, CATIE.

PROMOSTA (Proyecto de Moderniación de los Servicios de Tecnología Agrícola). 2005. Cultivo de la yuva: (*Manihot esculenta)*

PRONAGRO (Programa Nacional de Desarrollo Agroalimentario). 2017. Cadena de papa. (En línea).Consultado el 24 de enero del 2018. Disponible en http://pronagro.sag.gob.hn/cadenas-agroalimentarias/

FAO. 2006. Los datos de FAOSTAT. 2006. Disponible en: http://www.fao.org. Conectado el 8 de abril del 2013.

Sánchez, H. 2004. Manual tecnológico del maíz amarillo duro y de buenas prácticas agrícolas para el Valle de Huaura (No. IICA-F01 49). IICA, Lima. Perú.

Santillán, TA; Ferguson, BG; Jonapá, FJM. 2007. Ganadería, desarrollo y ambiente: una visión para Chiapas. ECOSUR.

ANEXO

Anexo 1. Encuesta a productores de yuca en el estudio de la cadena de valor en el Municipio de Iriona, Colón

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

ENCUESTA AL PRODUCTOR DE YUCA

Le solicitamos su contribución en el desarrollo de una investigación para conocer la cadena de valor de la yuca, el propósito de la información a recolectar es exclusivamente con fines académicos.

I ASPECTOS GENERALES

Encuestador: Ilsa Milagros Figueroa Cacho.
Nombre del encuestado:
Dirección:

II ASPECTOS EDUCATIVOS

1. Edad ____ Género____

2. Sabe leer y escribir? SI ____ NO ____

3. Cuál es el nivel educativo que aprobó?

   Primaria ____ secundaria____ universitaria____ ninguna____

III ASPECTO SOCIAL

4. Pertenece a alguna asociación? SI ____ NO ____

5. ¿Cuántos años tiene de dedicarse a la producción de yuca?

a) 1-5 años ____ b) 5-10 años ____c) 10 a 15 años ____ Más de 15 años ____

6. Cuantos miembros hay en su familia?
   1-5 ___ 5-10 ____

7. Con que tipo de vivienda cuenta?
   - ❖ Vivienda propia ____
   - ❖ Alquilada ____

8. En su actividad de producción están involucrados los mienbros de su familia?
   SI ____ NO ____

9. ¿En qué sitio se encuentra su finca?

   a) Playa _____ b) Montaña _____

10. ¿Cuenta con acceso a la finca en toda época del año? SI ____ NO ____

11. Seleccione la época de siembra

   a) Verano ____ b) invierno _____ c) En todo momento _____

12. ¿Qué tipo de agricultura practica?

   a) Orgánica _____b) Química _____

13. La producción de yuca forma parte de su cultura SI ____ NO ____

14. ¿Ha recibido alguna vez asistencia ténica y capacitación para la producción de yuca?
   Si su respuesta es NO pasar a la pregunta 18

a) SI ____

b) NO ____

15. Qué tipo de instituciones le ha brindado asistencia tecnica y capacitación.

   a. ONG____

   b. Instituciones privadas____

16. En qué año recibió la última capacitación.
   ____

17. En qué área se ha capacitado

a. Financiamiento____
b. Producción ____

18. De a cuerdo a su experiencia cuales son los principales problemas que enfrenta actualmente en la producción de yuca?

A. Falta de financiamiento ____
B. Falta de asistencia ténica ____
C. Poco apoyo del gobierno ____
D. Altos costos de producción____
E. Otros, especfique____

19. ¿Quiénes son sus principales proveedores de insumos?

a) Agropecuarias ☐
b) Cooperativas ☐
c) Otro. Mencione _____

IV ASPECTOS ECONÓMICOS

20. ¿Cuantas Mz tiene en producción?	Menos de 1 Mz	1 a 5 Mz	5 a 10 Mz	Más de 10Mz

21. Qué variedades de yuca tiene en producción

_____

22. Cuál es la variedad de yuca que más produce.

_____

23. De la yuca que tiene en producción cuantas libras cosecha al mes en epoca seca _____

24. De la yuca que tiene en producción cuantas libras cosecha al mes en epoca lluviosa_____

25. Seleccione el grado de importancia del cultivo de la yuca en cuanto a generación de ingresos familiares y/o la finca.

- ❖ Principal fuente de ingresos _____
- ❖ Fuente secundaria _____

26. ¿Cuál es el destino de su producción?

a) Consumo familiar _____ b) Mercado Local _____c) Mercado nacional____

27. ¿Cuenta con acceso a financiamiento para la producción? SI ___ NO ____
Si su respuesta es NO pasar a la pregunta 29

28. A que precio vende la libra de Yuca? Lp. _____

29. Los precios se mantiene estables todo el año? SI ___ NO ____

30. Seleccione la utilización de la mano de obra

a) Familiar _____

b) Contratada _____

31. Qué cantidad de personas contrata al dia para la utilización de mano de obra en su producción.
    a) De 5 a15
    b) De 15 a 25
    c) De 25 a 35

En promedio cuál es el costo al mes de la mano de obra para la producción de yuca en las siguientes actividades:

32. Preparación de suelo

a) Lp. 500 -1000 ____ b) Lp. 1000 -1500 ____ c) Lp. 1500-2000 ____ d) Otro Lp.____

33. Siembra

a) Lp. 500 -2000 ____ b) Lp. 2000 -3500 ____ c) Lp. 3500-5000 ____ d) Otro Lp.____

34. Control de maleza

a) Lp. 500 -1000 ____ b) Lp. 1000 -1500 ____ c) Lp. 1500-2000 ____ d) Otro Lp.____

35. Control de plagas

a) Lp. 500 -1,000 ____ b) Lp. 1,000 -1,500 ____ c) Lp. 1,500-2,000 ____ d) Otro Lp.____

36. Cosecha

a) Lp. 2,500- 3,000____ b) Lp. 3,000-3,500 ___ c) Lp. 3,500-4,000 Lp.____ d) Lp. 4,000-4,500 ____ e) Lp. 4,500-5,000 ____ f) Lp. 5,000- 5,500 ____ g) Otro Lp. ____

37. Mencione la materia prima que más repercuten en los costos de producción y la competitividad?

Agroquímicos…… ☐

Herramientas…… ☐

En promedio al mes cual es el costo de las materias primas que utiliza para las siguientes actividades:

38. Agroquimicos para la preparación de suelo:

Lp. 500 -1000 ____ b) Lp. 1000 -1500 ____ c) Lp. 1500-2000 ____ d) Otro Lp.____

39. Costo de la materia prima que utiliza para la siembra

b) Lp. 500 -2000 ____ b) Lp. 2000 -3500 ____ c) Lp. 3500-5000 ____ d) Otro Lp.____

40. Costo de la materia prima que utiliza para el control de plagas

b) Lp. 500 -1,000 ____ b) Lp. 1,000 -1,500 ____ c) Lp. 1,500-2,000 ____ d) Otro Lp.____

41. Recibe algun finaciamiento para la producción de yuca? SI ___ NO ____
si su respuesta es NO pase a la pregunta 43

42. Que tipo de institución le brinda financiamiento?
    a) Banco …….

    b) Caja rural……..

    c) Otros, Mencione……

43. Vende algún producto procesado de la yuca SI ___ NO ____
    si su respuesta es NO la encuesta finaliza.

44. Seleccione cuál de estos productos terminados que produce de la yuca es el que más vende.
    - ❖ Casabe ____
    - ❖ Pan de yuca ____
    - ❖ Almidón ____

45. A que precio vende su producto terminado. lps ____c/u

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN DIOS LE BENDIGA

Anexo 2. Encuesta a centros de acopio de yuca en el estudio de la cadena de valor en el Municipio de Iriona, Colón

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

ENCUESTA A CENTROS DE ACOPIO DE YUCA

Le solicitamos su contribución en el desarrollo de una investigación para conocer la cadena de valor de la yuca, el propósito de la información a recolectar es exclusivamente con fines académicos.

I ASPECTOS GENERALES

1. Nombre de la empresa----------
2. Ubicación----------
3. Cargo del encuestado----------
4. Años de formar parte del centro de acopio----------

II ASPECTOS EDUCATIVOS

5. Sabe leer y escribir? SI ____ NO ____

6. Cual es el nivel educativo que aprobó?

   Primaria ____ secundaria____ universitaria____ ninguna____

7. Cuenta con alguna formación gerencial en dirección de negocios?
   SI ____ NO ____

III ASPECTO SOCIAL

8. Qué variedad de yuca es la que más acopian ……..
9. Cuantos productores entregan yuca a este centro de acopio ____

10. Cuantas personas colaboran en este centro de acopio.

a) De 1-5…..☐

b) De 5-10….☐

c) De 10 -15..☐

11. El centro cuenta con todos los servicios básicos (Luz, Agua, tren de aseo entre oros) SI ____ NO ____

12. Ha recibido alguna vez asistencia ténica y capacitación para la comercialización de yuca?

Si su respuesta es NO pasar a la pregunta 15

c) SI ____

d) NO ____

13. Qué tipo de instituciones le ha brindado asistencia tecnica y capacitación.

c. ONG____

d. Instituciones privadas____

14. En qué año recibió la última capacitación.

____

15. Grupo al que pertenece actualmente:

a) Fuerzas vivas de la comunidad.
b) Cooperativas
c) Asociaciones

16. ¿Dónde realiza la comercialización de la yuca que acopian?

- ❖ En el municipio ☐
- ❖ Fuera del municipio ☐

17. Seleccione el volumen de yuca que acopian al día

a) Menos de 300 libras…… ☐
b) De 300-500 libras…….☐
c) De 500 -700 libras……..☐
d) Mas de 700 Libras…….☐

IV ASPECTO ECONÓMICO

18. ¿A qué precio paga la libra de yuca al productor?

a) Lp. 2.00…….. ____ b) Lp2.50 ____ c) Lp3.00 ____

19. Estos precios se mantienen estables todo el año? SI ____ NO ____

20. En qué época del año acopian mayor cantidad de yuca?

- Época seca ____
- Época lluviosa ____

21. Cual es la forma de pago para el productor?
- Diario ____
- Semanal ____
- Quincenal ____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN DIOS LE BENDIGA.

Anexo 3. Encuesta a transportista de yuca en el estudio de la cadena de valor en el Municipio de Iriona, Colón

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

ENCUESTA AL TRANSPORTISTA DE YUCA

Le solicitamos su contribución en el desarrollo de una investigación para conocer la cadena de valor de la yuca, el propósito de la información a recolectar es exclusivamente con fines académicos.

I ASPECTOS GENERALES

Encuestador: Ilsa Milagros Figueroa Cacho.	
Nombre del encuestado:	
Dirección:	Tel:

II ASPECTOS EDUCATIVOS

1) Edad ____ Género____

2) Sabe leer y escribir? SI ____NO ____

3) Cual es el nivel educativo que aprobó?

Primaria ____ secundaria____ universitaria____ ninguna____

III ASPECTO SOCIAL

4. Cuenta con medio de transporte propio ? SI ____ NO ____

5. En su hogar cuenta con todos los servicios básicos (Luz, Agua, tren de aseo entre oros) SI ____ NO ____

6. ¿Cuántos años tiene de dedicarse a transportar yuca?

b) 1-5 años ____ b) 5-10 años ____c) 10 a 15 años ____ Más de 15 años ____

7. Después de sacar la yuca, cuanto tiempo se tarda para trasladarla al centro de acopio?

a) De 1 a 30 min. ____ b) de 30 a 60 min. ____

8. Considera que las vias de penetración cuentan con las condiciones para el traslado de yuca al centro recolector. SI ____ NO ____

IV ASPECTOS ECONÓMICOS

9. Cada cuanto hace el recorrido del trasnporte de la yuca?

---

10. Cual es la cantidad de yuca que transporta ?

---

11. Quienes asumen el costo del transporte de la yuca hasta el centro de acopio?

a) Productor ____
b) Centro de acopio____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN DIOS LE BENDIGA.