



**UNIVERSIDAD  
DE ANTIOQUIA**

**Asociatividad campesina como factor de mejora en la  
comercialización, la productividad y el acceso a programas sociales y  
de estímulo a la producción: Los casos de tres organizaciones agrarias  
del oriente antioqueño (2010-2020)**

**Johan Andrés Colorado Hernández  
Joan Sebastián Ocampo García**

**Universidad de Antioquia  
Facultad de Ciencias Económicas  
Departamento de Economía  
Medellín, Colombia  
2021**



**ASOCIATIVIDAD CAMPESINA COMO FACTOR DE MEJORA EN LA  
COMERCIALIZACIÓN, LA PRODUCTIVIDAD Y EL ACCESO A PROGRAMAS  
SOCIALES Y DE ESTÍMULO A LA PRODUCCIÓN: LOS CASOS DE TRES  
ORGANIZACIONES AGRARIAS DEL ORIENTE ANTIOQUEÑO (2010-2020)**

Johan Andrés Colorado Hernández  
Joan Sebastián Ocampo García

Monografía de grado presentada como requisito para optar el título de:  
**Economista**

Asesor  
Juan Carlos Velásquez Torres  
Economista  
Magíster en Historia

Universidad de Antioquia  
Facultad de Ciencias Económicas  
Departamento de Economía  
Medellín, Colombia  
2021

## **Agradecimientos**

Los autores quieren destacar el compromiso, orientación y apoyo del profesor Juan Carlos Velásquez Torres en calidad de asesor de trabajo de grado, a quien expresamos nuestros agradecimientos. Expresamos también nuestra gratitud a los campesinos, gerentes administrativos y fundadores de las tres organizaciones agrarias consultadas, sin cuya colaboración no hubiese sido posible sacar adelante la presente investigación. Cabe hacer una mención especial al señor Fabio Zapata, miembro fundador de Asopaco, por su gran ayuda para el desarrollo del trabajo.

Sea esta la oportunidad para hacer un reconocimiento especial a nuestra Alma Máter y al cuerpo docente del pregrado en Economía, por la excelente formación académica y en valores que nos fue impartida; y, además, a nuestros padres, por brindarnos su incondicional apoyo en esta etapa crucial de nuestra vida.

# **ASOCIATIVIDAD CAMPESINA COMO FACTOR DE MEJORA EN LA COMERCIALIZACIÓN, LA PRODUCTIVIDAD Y EL ACCESOS A PROGRAMAS SOCIALES Y DE ESTÍMULO A LA PRODUCCIÓN: LOS CASOS DE TRES ORGANIZACIONES AGRARIAS DEL ORIENTE ANTIOQUEÑO (2010-2020)**

## **Resumen**

El objetivo de la presente investigación consiste en establecer si la asociatividad campesina es un factor de mejora en la comercialización, la productividad y el acceso a programas sociales y de estímulo a la producción, en los casos de los afiliados a Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores Cocorná durante el periodo 2010-2020. Con tal propósito, se aplicaron los procedimientos propios de la metodología mixta y, también, el de comparar dos grupos de productores agrarios: los que pertenecen a una asociación y los que no pertenecen a ella; el principal instrumento empleado son las encuestas realizadas a los gerentes de las organizaciones agrarias, productores asociados y productores no asociados. Los resultados encontrados evidencian que, en el periodo objeto de estudio y en el caso de los productores asociados, se produjeron avances en los tres aspectos mencionados antes, aunque los no asociados también tuvieron beneficios, de forma indirecta, gracias a la existencia de las asociaciones, por un efecto derrame en la comercialización; lo anterior permite hablar de una relación positiva entre asociatividad y desarrollo agrario.

**Palabras clave:** campesino, asociatividad, comercialización, productividad, programas sociales y programas de estímulo a la producción.

**Clasificación JEL:** Q13.

**PEASANT ASSOCIATIVITY AS A FACTOR FOR IMPROVING MARKETING,  
PRODUCTIVITY AND ACCESS TO SOCIAL AND PRODUCTION STIMULUS  
PROGRAMS: THE CASES OF THREE AGRICULTURAL ORGANIZATIONS IN  
EASTERN ANTIOQUIA (2010-2020)**

The objective of this research is to establish whether peasant associativity is a factor of improvement in marketing, productivity and access to social programs and production stimulus, in the cases of members of Asopez, Asopaco and Cooperativa de Caficultores Cocorná during the period 2010-2020. For this purpose, the procedures of the mixed methodology were applied, as well as comparing two groups of agrarian producers: those who belong to an association and those who do not belong to it; the main instrument used are the surveys conducted to the managers of the agrarian organizations, associated producers and non-associated producers. The results show that, in the period under study and in the case of the associated producers, there was progress in the three aspects mentioned above, although the non-associated producers also had benefits, indirectly, thanks to the existence of the associations, due to a spillover effect in commercialization; this allows us to speak of a positive relationship between associativity and agricultural development.

**Key words:** peasant, associativity, commercialization, productivity, social programs and programs to stimulate production.

**Classification JEL:** Q13.

<b>Introducción.....</b>	<b>8</b>
<b>1. Planteamiento del problema.....</b>	<b>9</b>
<b>2. Objetivos.....</b>	<b>11</b>
2.1. General.....	11
2.2. Específicos.....	11
<b>3. Revisión de literatura.....</b>	<b>12</b>
3.1. Sector agropecuario en Colombia.....	12
3.2. Economía campesina.....	15
3.3. Asociatividad.....	17
<b>4. Herramientas conceptuales.....</b>	<b>22</b>
4.1. Concepto de campesino.....	22
4.2. Concepto de productividad.....	23
4.3. Concepto de asociatividad.....	24
4.4. Concepto de comercialización.....	25
4.5. Concepto de programa social.....	25
<b>5. Metodología.....</b>	<b>25</b>
5.1. Tipo de investigación .....	25
5.2. Población.....	26
5.3. Diseño Experimental.....	26
5.4. Muestra.....	27
5.5. Recolección de información.....	28
5.4. Dificultades en el proceso de desarrollo de la investigación.....	29
<b>6. Breve historia de las organizaciones agrarias Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores Cocorná.....</b>	<b>30</b>
<b>7. Resultados de la investigación .....</b>	<b>32</b>
7.1. Características sociodemográficas.....	32
7.2. Asociatividad como factor de mejora en la comercialización.....	33
7.3. Asociatividad como factor de mejora en la productividad.....	39

7.4. Asociatividad como factor de mejora en el acceso a programas sociales y de estímulo a la producción.....	49
7.5. Percepción acerca del impacto de la asociatividad, a la luz de los testimonios de los directores y los asociados de las organizaciones Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná.....	52
<b>8. Recomendaciones derivadas de la investigación .....</b>	<b>54</b>
<b>9. Conclusiones.....</b>	<b>55</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>57</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>64</b>
Anexo 1: encuesta a las asociaciones.....	64
Anexo 2: encuesta a los asociados.....	71
Anexo 3: encuesta a los no asociados.....	80

## Introducción

Pese al gran potencial agrario que tiene Colombia, es conocido que, en la actualidad, existen multiplicidad de problemas que impiden que el sector agrícola juegue un papel protagónico en el proceso de generación de riqueza en el país y, en consecuencia, de mejoramiento de la calidad de vida de toda la población. Algunos de esos problemas u obstáculos están representados por las desventajosas condiciones de comercialización en las cuales los campesinos negocian sus productos, el bajo nivel de productividad de las explotaciones y la falta de acceso a programas sociales y de estímulo a la producción.

Para superar los citados obstáculos, la asociatividad campesina se presenta como una importante alternativa. Las dificultades a que se enfrentan los pequeños productores agrarios para que su actividad económica se convierta en un negocio rentable, se pueden vencer más fácilmente estableciendo vínculos de cooperación mutua que actuando de forma aislada. La asociatividad puede ser visualizada como un organismo empresarial, orientado a lograr ventajas competitivas a través de la creación de valor a un costo menor que el de competidores, o desarrollar dichas ventajas de manera que generen diferenciación y, por tanto, la posibilidad de cobrar un precio más alto. De esta manera, los productores podrán alcanzar grados superiores en eficiencia, calidad, innovación y capacidad de satisfacer al cliente (Hill y Jones, 2009).

Partiendo de lo anterior, el interés de la presente investigación se concentra en la relación que existe entre la asociatividad campesina y las mejoras en la comercialización, la productividad y el acceso a programas sociales y de estímulo a la producción, variables que, a su vez, repercuten en las condiciones socioeconómicas de las familias que desarrollan la actividad agropecuaria. Para realizar la investigación fueron elegidas tres organizaciones agrarias del oriente antioqueño: Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná. Las tres organizaciones se ubican en el municipio de Cocorná, zona apta para la producción de múltiples bienes agrícolas por sus características geográficas y climáticas.

El estudio se realizó para el periodo 2010-2020, aplicando los procedimientos propios de la metodología mixta y, también, el de comparar dos grupos de productores agrarios: los que pertenecen a una asociación y los que no pertenecen a ella. Con respecto al espacio geográfico objeto de estudio, se eligió al oriente antioqueño por representar una zona muy interesante para el análisis: por tener climas variados, el oriente antioqueño ofrece multiplicidad de alternativas



productivas tales como hortalizas, papa, fríjol, café, ganadería, porcicultura, piscicultura y flores, entre otros renglones productivos, lo que lo constituye en una de las despensas del Valle de Aburrá. Por último, y en lo atinente a la definición del momento inicial o de partida, cabe aclarar que se partió del 2010 porque, primero, *es el año al que está próxima la creación de la asociación más joven de las tres que fueron elegidas para hacer la investigación*; y, segundo, porque era necesario considerar la *disponibilidad de estadísticas de precios* (las estadísticas del Sistema de información de Precios y Abastecimiento del DANE, por ejemplo). El periodo de estudio se extiende hasta el año 2020.

## 1. Planteamiento del problema

La presente investigación parte de la pregunta sobre si la asociatividad campesina es un factor de mejora en la comercialización, la productividad y el acceso a programas sociales y de estímulo a la producción, en los casos de los afiliados Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná durante el periodo 2010-2020. Cabe agregar que, en la medida que la asociatividad repercute positivamente en las variables mencionadas, se verán mejoradas las condiciones socioeconómicas de las familias que desarrollan la actividad agropecuaria.

Se pueden esgrimir varios argumentos o razones para sustentar la importancia de la asociatividad campesina, la cual se considera una de las vías para mejorar el bienestar socioeconómico de los productores vinculados al sector agropecuario. El primer argumento está representado por la urgencia de que Colombia reactive el campo, como una condición necesaria para que el país pueda reducir la dependencia de las importaciones de alimentos y, de esta manera, promover la seguridad y soberanía alimentarias de su población; al respecto, es bueno agregar que Colombia tiene un porcentaje de inseguridad alimentaria que se estima en un 54.2% (Bejarano Ramos, 2020), y que importa alrededor del 30% de los alimentos que consume.

Un segundo argumento, se asocia con la urgencia que tiene el país de reducir la vulnerabilidad de su economía a los cambios de los precios internacionales de los *commodities* energéticos, puesto que, por ejemplo, la caída en los ingresos petroleros no sólo afecta negativamente el crecimiento económico, sino que, además, contribuye a profundizar el desequilibrio externo, considerado actualmente uno de los principales problemas de la economía nacional. Presentada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) como promesa de despensa alimentaria mundial, Colombia tiene la capacidad de incrementar sus ventas externas de alimentos y, por consiguiente, reducir la dependencia de las exportaciones minero-energéticas como fuente de divisas. En un estudio de la FAO, que evalúa el potencial de expansión del área

agrícola en el mundo sin afectar el área de bosque natural, Colombia se ubica en el puesto 25 entre 223 países, lo que hace del país una de las naciones con mayor potencial de expansión de tierras para uso agrícola. Adicionalmente, Colombia tiene uno de los índices de utilización de la tierra arable más bajos de América Latina, con sólo el 8 por ciento de utilización del potencial de este tipo de tierra, sumado a la disponibilidad de recursos hídricos. Esto indica que existe una importante oportunidad de crecimiento para la producción agrícola del país, oportunidad que el mundo ha identificado. Factores determinantes como disponibilidad de tierra, suministro de agua y diversidad topográfica y climática, han hecho que Colombia sea considerado el séptimo país del mundo con la oportunidad de convertirse en despensa agrícola (Villanueva-Mejía, 2018).

Y, como tercera razón, se puede proponer que la presente investigación brinda la posibilidad de formular recomendaciones para fortalecer la asociatividad de los productores agropecuarios y, de esta manera, potenciar su efecto, identificando los obstáculos que enfrenta el campesino para mejorar su proceso productivo tanto en lo referente a la cantidad producida como a la calidad de los bienes. La asociatividad campesina, es bueno remarcarlo, puede contribuir a que el pequeño productor reciba una mayor retribución por su trabajo eliminando intermediarios en la comercialización de los bienes agropecuarios, intermediarios cuya intervención aumenta los precios de los productos y, en parte, ayuda a explicar la baja rentabilidad obtenida por el productor directo.

A propósito de la importancia de la asociatividad campesina, hay que destacar que ésta representa una estrategia para superar la dificultad de los pequeños productores de ejercer poder de negociación debido a problemas de escala, es decir, que el pequeño tamaño de los productores les dificulta competir con productores más grandes tanto nacionales como extranjeros, pero no sólo en la venta de sus productos, sino también en el acceso a créditos para el mejoramiento de su capital físico y humano. La asociatividad es un buen negocio debido a que, al aumentar la competitividad del sector, impacta directamente en la consecución de poder de negociación con los diferentes grupos de interés, es decir, con los proveedores de insumos y servicios y con los clientes y/o consumidores.

Fedesarrollo (2012), encontró que los pequeños productores que pertenecen a una asociación generan un ingreso promedio *per cápita* 1,64 veces superior a aquéllos que no pertenecen a una asociación, y la correlación entre el número de años que se lleva asociado y los ingresos *per cápita* es de 0,012; no obstante, en Colombia los productores asociados son pocos. Proyectos como el de Apoyo a Alianzas Productivas, demuestran la importancia de la asociatividad para capturar mayores beneficios, garantizar la comercialización de los productos y lograr una mayor capacidad

de negociación de los pequeños productores. En efecto, la asociatividad es fundamental para lograr economías de escala en la adquisición de tecnología e insumos, generar valor agregado y eficiencia en la comercialización, lo cual se debe traducir en el mejoramiento del capital social de los afiliados y de los beneficios económicos.

Sobre los pequeños productores agropecuarios, es bueno agregar que representan un segmento de gran importancia no sólo por el peso que tienen en la población rural, sino también porque el porcentaje de la producción agrícola que proviene de ellos puede estar entre el 50% y el 68%, sobretodo produciendo alimentos para los centros urbanos, pero, además, bienes para la agroindustria y el autoconsumo de sus propias familias.

## **2. Objetivos**

### **2.1. General**

Establecer si la asociatividad campesina es un factor de mejora en la comercialización, la productividad y el acceso a programas sociales y de estímulo a la producción, en los casos de los afiliados a Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores Cocorná durante el periodo 2010-2020.

### **2.2. Específicos**

1. Establecer, en el periodo 2010-2020 y para las organizaciones Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná, qué tanto ha incidido la asociatividad en el mecanismo de venta al consumidor, elegido por los productores.
2. Determinar a través de qué programas concretos, la asociatividad podría incidir positivamente en la productividad agropecuaria.
3. Determinar si, el hecho de afiliarse a Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná, ha generado un poder de negociación para el productor, y si este poder se extiende a otros productores no asociados de la región, por la existencia de un efecto derrame generado por la asociación.

### 3. Revisión de literatura

La revisión de la literatura ha sido dividida en 3 partes. La primera de ellas, da cuenta de la importancia del sector agropecuario en la economía colombiana, enfatizando en el aporte y la situación de pequeños y medianos productores. La segunda parte, se ocupa de las explicaciones teóricas acerca de la persistencia de la economía campesina. Finalmente, la tercera sección se ocupa de cómo ha sido definida o entendida la asociatividad en la literatura sobre el tema y, también, de su potencial como vía para resolver varios de los problemas que enfrentan los productores campesinos.

#### 3.1. Sector agropecuario en Colombia

Para referirse a la importancia del sector agropecuario en la economía colombiana, podría partirse por señalar que, en la década de 1940, el citado sector explicaba más del 40% del PIB del país. Más tarde, en el decenio de 1970, mientras los sectores secundario y terciario habían aumentado sus participaciones en el PIB, la del sector agropecuario se había reducido a cerca del 25%. Posteriormente, y tras la realización de la apertura económica a principios de la década de 1990, la contribución o participación del sector agropecuario en el PIB nacional siguió cayendo; para el año 2017, por ejemplo, esa contribución era del 6.3% según datos del Banco de la República. Lo cierto es que, hasta bien entrado el siglo XX, el sector agropecuario representó una de las principales fuentes de divisas de Colombia a través de, *verbi gratia*, las exportaciones de café.

Conviene también preguntarse por el peso que tiene la población rural dentro de la población total del país. Colombia es más rural de lo que pensamos, ya que un 19% de los colombianos son habitantes rurales Banco Mundial (2018) y, en las tres cuartas partes de los municipios (862 de un total de 1150), persisten relaciones propias de las sociedades rurales.

Son múltiples los argumentos que pueden esgrimirse para sustentar la importancia del sector agropecuario y, dentro de éste, de la economía campesina. Uno de ellos es que, del desempeño de aquel sector, depende la soberanía alimentaria de los países, entendida ésta como el derecho de cada nación a mantener y desarrollar su capacidad de producir alimentos básicos (Bringel, 2015). A su vez, la soberanía alimentaria guarda relación con el tipo de uso que se le dé al suelo cultivable; en el caso colombiano y según datos de la Unidad de Planificación Rural (UPRA), existen más de 26.5 millones de hectáreas que tienen vocación para ser cultivadas, es decir, más del 23% del suelo

(114 millones de hectáreas), pero, simultáneamente, cerca de 66% del suelo tiene un uso inadecuado, tanto por subutilización como por sobreutilización. Profundizando en el tema del uso del suelo, y según datos de la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) de 2019, el suelo total empleado fue de 50.102.269 hectáreas, encontrando que predomina el uso pecuario con una participación del 77.9%, seguido de los bosques con (10.3%), el uso agrícola con (9.2%) y otros usos con (2.6%); se destacan el área destinada a cultivos permanentes con 3.038.552 hectáreas en el uso agrícola, el área en pastos y forrajes con 22.946.697 hectáreas en el uso pecuario, y el área en bosques naturales con 4.605.850 hectáreas en el uso en bosques.

A propósito del uso del suelo y según Forero (2016), los pequeños y medianos productores presentan una utilización de la tierra mucho más óptima, pues cada espacio del suelo tiene un uso para diversos productos. Acerca de los productores campesinos, Baribbi y Spijkers (2011) resaltan que ellos participan sólo con el 33% del área agropecuaria utilizada en el país y, no obstante, contribuyen con el 51% de área cosechada y con el 49% de la producción agropecuaria, lo que permite concluir que la productividad por hectárea en la pequeña producción campesina es muy alta; los citados autores señalan que el campesinado colombiano ha venido introduciendo profundos cambios en sus sistemas productivos para adaptarse a la creciente demanda de productos, tanto a escala nacional como internacional, en contraposición con los autores que consideran que el campesinado es arcaico y reacio al cambio.

Otras cifras oficiales brindan más elementos para sustentar la importancia del sector agropecuario en la economía nacional. Según datos del DANE (2014), el 69.9% de las unidades productivas en Colombia tienen menos de 5 hectáreas y ocupan menos del 5% del área censada, a pesar de lo cual el sector agrícola ha llegado a generar más del 20% del empleo total nacional, y alrededor del 66% del empleo en zonas rurales.

Habría que agregar que los altos índices de pobreza rural también han representado un obstáculo para lograr aumentos de productividad; para el 2019, por ejemplo, el 34.5% de la población rural aún estaba en condiciones de pobreza. En lo referente a los problemas a que se enfrenta la economía campesina en el contexto colombiano, hay que manifestar que, en la actualidad, Colombia presenta debilidades en materia productiva que se expresan en la baja productividad y los altos costos de producción, lo que genera limitaciones de competitividad. La lista de factores que impiden elevar la competitividad es amplia: deficiente disponibilidad de infraestructura y de logística; las barreras que enfrenta la población rural para desarrollar su potencial productivo por

la falta de competencias laborales; el tema de tierras (alta concentración de la propiedad rústica y, también, alto porcentaje de predios sin titulación clara); altos niveles de pobreza; empleo de técnicas y tecnologías inadecuadas en el proceso de producción; y factores externos a la producción, como lo son los problemas de la violencia, los cultivos ilícitos y la marginalización del sector rural por parte del Estado.

Con respecto a los problemas a los que se enfrentan los pequeños productores, la presente investigación pone de relieve tres de ellos: la falta de acceso a condiciones ventajosas de comercialización, la dificultad para financiar mejoras que permitan elevar la productividad de las explotaciones y, finalmente, la falta de acceso a programas sociales y de estímulo a la producción. A lo anterior, se podrían agregar: derechos de propiedad no definidos, que generan desincentivos a la inversión y restricciones al crédito por parte de entidades bancarias; altos niveles de riesgo e incertidumbre, y elevados costos de transacción que, junto con la existencia de mercados pequeños, conducen a una correlación negativa entre precios. Dichos problemas son los que retrasan, en gran medida, al productor rural, pese a que, según Forero, el pequeño productor presenta mayores ventajas que la agroindustria o grandes terratenientes en razón de su eficiencia económica, social y política.

En Colombia, el sector agropecuario ha tenido rezagos en la productividad, causados por falta de tecnificación en los procesos utilizados en los cultivos; si se plantea la tecnificación como el proceso en el cual se introducen procedimientos con uso tecnológico que no se manejaban dentro de la producción, se generará, a partir de la tecnificación, mayor eficiencia en los procesos. En el caso del pequeño productor, y dada la dificultad para generar excedentes económicos que le permitan potenciar su actividad económica, las opciones que quedan son los programas sociales del Estado y el acceso a los créditos de la banca. Sumado al envejecimiento de la población rural y su reticencia a adoptar nuevas técnicas de producción

En cuanto al crédito privado, una de las dificultades radica en la alta informalidad en la titulación de la tierra en Colombia por parte de los pequeños campesinos, que desincentiva a las entidades bancarias de expedir créditos ante la falta de garantías. Además, la falta de productos crediticios que se ajusten a las verdaderas necesidades de los agricultores, el alto costo y el difícil acceso a los recursos de la banca, son parte de los problemas que enfrentan los agricultores para financiar sus cosechas

En lo atinente a la falta de acceso al crédito, las asociaciones de productores campesinos podrían aportar a la solución del problema buscando la forma de abrir líneas de crédito, sea mediante la concesión de préstamos por parte de las mismas organizaciones agrarias, sirviendo de garantes a los préstamos bancarios o asumiendo la función de intermediarias entre el Estado y sus asociados para acceder a créditos y/o subsidios.

En lo que respecta a los programas sociales y de estímulo a la producción, los últimos gobiernos, a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, han propuesto dentro de los planes de desarrollo una inversión para la promoción social y productiva del campo. Así, por ejemplo, y desde entidades como el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y Finagro, se han implementado distintos planes, entre ellos el llamado Colombia Siembra, donde se propuso extender el área sembrada en el sector en un millón de hectáreas más por medio de la investigación, planeación y concentración de la mano de obra productiva del país. No obstante, muchas veces el campesino tiene dificultades para acceder a los programas sociales y de estímulo a la producción debido al desconocimiento de éstos, a la incapacidad de pasar por todo el proceso burocrático ya que se le niega su participación por no cumplir los requisitos.

### **3.2. Economía campesina**

Es necesario precisar, primero que todo, qué se entiende por economía campesina. Bartra (1982), la define como una célula de producción y de consumo constituida por la unidad orgánica de fuerza de trabajo y medios de producción. Por su parte, Chayanov (1974) expone que los sistemas de producción campesina constituyen un sistema económico propio diferente al sistema tradicional capitalista y que, si bien el campesino trabaja combinando los factores de producción propios de la empresa clásica (tierra, capital y trabajo), su propósito no es la búsqueda de ganancia sino el mantenimiento de un equilibrio entre producción y consumo para la subsistencia de la unidad familiar.

Desde el siglo pasado diferentes autores comenzaron a reflexionar acerca de las poblaciones campesinas, pues éstas subsistían en contra de las predicciones hechas por la economía clásica de que iban a desaparecer. Se puede dividir la discusión en dos corrientes contrapuestas denominadas “los campesinistas” y los “descampesinistas”. La controversia tiene origen en la contraposición entre la teoría de Chayanov y los análisis de Kautsky.

En la década de 1920, Chayanov propone a las economías campesinas como un modo de producción con lógicas no capitalistas, y que ellas van a perdurar y coexistir con el modo de producción capitalista. Los campesinos producen, principalmente, a través de la explotación de la fuerza de trabajo de los miembros de la familia, y no mediante relaciones salariales; el objetivo de las economías campesinas es satisfacer las necesidades de consumo de los integrantes de la familia, no generar ganancias monetarias; esas necesidades están determinadas por el tamaño y la configuración de la familia. Por lo tanto, las decisiones productivas tienen término en el momento en que se logre un equilibrio entre la satisfacción del consumo y la fatiga del trabajo (Chayanov, 1974). Así se llega a la conclusión de que, en un momento, no se realizará más trabajo porque la fatiga es mayor a la satisfacción del consumo que su producto permite. Una de las particularidades de esta lógica es que, frente a una caída de precios agrícolas, la empresa capitalista tendería a reducir su producción por ley de oferta, mientras que la economía campesina tendería a aumentar su producción ya que debe alcanzar un cierto ingreso para satisfacer sus necesidades. Para Feder (1978), las economías campesinas persistirán también por razones políticas. El aumento de la pobreza social y de la brecha de calidad de vida asociada con dicho aumento, tanto a nivel rural como urbano, y la incapacidad productiva del campesino, pueden generar descontento social, producir violencia. Por lo tanto, los políticos intentarán mantener la estabilidad social a través de proyectos diseñados para asegurar el modo de vida de los campesinos.

En cambio, los descampesinistas sostienen que la economía campesina tiene una serie de características que la hacen inviable o indeseable frente a otros tipos de propiedad: no hay división del trabajo ni aplicación de la ciencia, sucediendo lo mismo que con los empresarios industriales, es decir, que algunos desaparecerían por causa de los procesos de acumulación que desata el capitalismo.

Kautsky (1974), explica que los campesinos, al no aplicar avances científicos y tener que ir al mercado a igualar sus ofertas con la gran producción, tienen que trabajar más, además que los campesinos están dispuestos a obtener menores ingresos a costa de mantener un nivel de vida menor. Establece que la pequeña propiedad tenía un papel estructural dentro de la agricultura capitalista, que consistía en ser productora de la fuerza de trabajo que las grandes explotaciones requieren y no pueden producir, siendo ésta una de las razones que explica su existencia. En su concepto, la pequeña propiedad no puede competir en términos de productividad con la agricultura capitalista y, a la larga, se somete a condiciones cada vez más miserables.



En conclusión, ambas corrientes concluyen que las economías campesinas son ineficientes, y su punto de quiebre radica en el hecho de que, mientras la visión descampesinista afirma que por esa razón los campesinos desaparecerán, la visión campesinista argumenta que, aun cuando puedan ser ineficientes, permanecerán en el mercado y serán incluso necesarios para el sostenimiento del modelo capitalista.

### **3.3. Asociatividad**

Partiendo de lo planteado sobre los problemas a que deben hacer frente los pequeños productores, una de las estrategias para impulsar la competitividad y la conexión de los productores con el mercado consiste en promover la conformación de asociaciones agrarias y mejorar su funcionamiento. Dichas asociaciones son agrupaciones de productores con intereses comunes, que, a través de la acción colectiva, buscan alcanzar objetivos relacionados con su actividad productiva, siendo el más común la comercialización de sus productos. Cuando los productores actúan de manera individual, cada uno asume los costos de la transacción; de esta manera, uno de los beneficios más inmediatos e importantes de centralizar actividades a través de una asociación consiste en la creación de economías de escala en la comercialización, que contrarrestan el poder de mercado.

Rosales (1997), percibe la asociatividad como un mecanismo de cooperación, en el que cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objeto en común. En concordancia con lo expresado por Rosales, Dini (1996) plantea que el concepto de asociatividad recoge la forma más sofisticada y avanzada del llamado proceso de integración empresarial que, en un sentido más amplio, se define como el proceso de cooperación entre empresas independientes, basado en la implementación de recursos entre diferentes firmas relacionadas y orientadas al logro de ventajas competitivas que no podrían ser alcanzadas de forma individual. Por su parte, Vázquez Barquero (2005) hace mención de los objetivos que, comúnmente, se persiguen con la asociatividad, los cuales pueden ser: adquisición de un determinado volumen de materia prima, generar una relación más estable en el tiempo como puede ser la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común, o el acceso a un financiamiento que requiere que las cuotas sean cubiertas, proporcionalmente, por parte de cada uno de los participantes. En conclusión, el modelo asociativo surge como un mecanismo de cooperación en el cual las pequeñas y medianas empresas ven una salida a las problemáticas que

presentan en común; de esta manera, se puede aplicar el concepto de asociatividad al conjunto de productores independientes los unos de los otros con problemáticas similares, las cuales buscan superar a través de la implementación de estrategias colectivas con carácter voluntario.

Coraggio (2004) pone sobre la mesa el impacto de la asociación no sólo en la dimensión socio-económica, argumentando que existe una matriz integradora y compleja que permite incorporar en el análisis sobre comunidades asociadas sus componentes de identidad social, identidad histórica y mundo simbólico construido en un escenario cultural, logrando así un vínculo invisible entre la economía y la cultura, donde se desarrollan transacciones de utilidad material y, también, de valores de solidaridad y cooperación.

En cuanto a la revisión de las teorías, se estima pertinente para el desarrollo de la presente investigación apoyarse en los planteamientos de los autores que han formulado los principios de la asociatividad para el trabajo. Acerca de la asociatividad, Laville (1997) propone entenderla como una de las estrategias adoptadas por sectores de la sociedad civil que, en la búsqueda del acceso al trabajo y a partir de la movilización de saberes técnicos y, fundamentalmente, de aptitudes relacionales, encuentran en ella una vía de resolución a sus problemáticas más urgentes. El citado autor afirma que el origen de las asociaciones está basado en una protesta implícita o explícita a faltas o insuficiencias percibidas por los agentes de la sociedad, lo que las lleva frecuentemente a ser concebidas en reacción a las instituciones existentes.

Maldovan y Dzembrowski, siguiendo a Albuquerque (2004), plantean que existen diferentes formas asociativas que se crean alrededor de distintos espacios de interacción social con fines particulares, entre las cuales se destacan las asociaciones filantrópicas, las vecinales, las culturales, las de clase y las de trabajo, siendo estas últimas un tipo de forma asociativa que adquiere suma importancia para hacer frente a las problemáticas de empleo de amplios sectores de la población. Maldovan y Dzembrowski (2009) también señalan, citando a Haeringen, Laville, Sainsaulieu (1997) y a Albuquerque (2004), que el concepto de asociatividad para el trabajo puede entenderse como una capacidad que utilizan los actores sociales para ensayar la resolución de problemas de insatisfacción de necesidades individuales y colectivas por medio del trabajo con un principio distinto al de la economía de mercado, proponiendo la autonomía del colectivo de la relación capital/trabajo.

Coraggio (2004) plantea que la asociatividad constituye una forma de acceder a los bienes necesarios para la reproducción ampliada de los sujetos. Por su parte, Forni (2002) y Coraggio (2004), sostienen que la asociatividad aparece como respuesta a situaciones sufridas que, a través de la estructura formal y económica predominante, no logran satisfacerse. Finalmente, Maldovan y Dzembrowski (2009), citando a Laville (1997) y a Albuquerque (2004), afirman que la asociatividad califica a la cooperación como un espacio social plural donde resaltan los atributos del respeto, la confianza, la reciprocidad y el involucramiento de sus miembros.

Si nos concentramos en el contexto rural y en la importancia que en él tiene la asociatividad, se puede destacar el papel que juegan las cooperativas como expresión de una democracia directa, en la cual la participación de las personas constituye la esencia del sistema, a diferencia de la democracia que caracteriza a las sociedades capitalistas. La diferencia estructural de las cooperativas con relación a las sociedades capitalistas está en su esencia, en el distinto valor democrático de ambos sistemas; en las cooperativas estamos ante una democracia económica en el capital (voto accionario, acumulativo) y, en consecuencia, ante una democracia directa, mientras que en las sociedades capitalistas nos encontramos ante una democracia orgánica. Las cooperativas tienen un carácter reivindicativo, y su objetivo primordial consiste en la defensa integral de los intereses del colectivo social que dicen representar (Romero, 2007).

A propósito del cooperativismo, éste se constituye en uno de los movimientos más extendidos en todo el mundo, con expresiones exitosas en todos los continentes. En la Comunidad Económica Europea todos los países tienen importantes experiencias de cooperación agraria, destacándose los casos de Bélgica, con más del 75% de la comercialización de la leche y sus productos derivados; Holanda, con el 85% de la comercialización de frutas y hortalizas; Luxemburgo, con el 95% de la producción de semillas y plantas; Dinamarca, con el 90% de la producción de jamón; Grecia, con el 50% de alimentos para el ganado y la producción de vino; Alemania, con el 80% de la comercialización de la leche y el 50% de la venta de cereales; Italia, con el 60% de las grasas y cereales; Francia, con el 70% de la producción de cereales y el 90% de la transformación industrial de frutas; y España, con un alto porcentaje de la producción y comercialización de aceites de oliva.

En un contexto rural, la asociatividad cobra gran importancia si se tienen en cuenta problemáticas como, por ejemplo, el éxodo del trabajador rural, el envejecimiento de la población y la falta de relevo generacional en el campo; también, la urgencia de elevar el nivel de vida del campesino en un país como Colombia, caracterizado por un alto nivel de pobreza rural. En lo económico, el asociativismo permite abaratar costos, generar poder de mercado (en la actividad agraria es

frecuente el caso de que un productor se vea obligado a tener que suscribir un contrato de venta de sus propios productos, determinado unilateralmente por el adquirente económicamente más fuerte que él) y solucionar los problemas de escala en la capacidad de financiar inversiones, de gestión y acceso a mercados (financieros, tecnológicos, de productos), que le restan competitividad frente a la agroindustria (Romero, 2007).

Además, hay que tomar en consideración que el productor agrario cuenta con una particularidad que lo hace diferente de otros sectores y de cualquier tipo de análisis, y es que él vive toda su cotidianidad en su particular entorno productivo: a diferencia del obrero o del empresario que pueden separarse por unas horas del ambiente productivo, el campesino vive, duerme y se construye como persona alrededor del factor productivo base de esta economía: la tierra.

Si bien la organización en sí misma no resuelve nada, sin ella las posibilidades de resolver los problemas son escasas. Es habitual que los productores establezcan asociaciones de palabra, aunque a veces disponen de ciertos reglamentos elaborados por ellos mismos, guiados por la intención de aumentar la escala productiva y de abaratar los costos; esta estructura es elemental e informal y, en el corto plazo, queda en inferioridad de condiciones para lograr una organización efectiva que permita ampliar los negocios y mantener un nivel competitivo en el mercado, por lo cual el productor recurre al asociativismo, fundamentalmente, por razones económicas y financieras, dando lugar a una combinación empresarial que le permita producir un beneficio para todos y, a la vez, asumir que también el riesgo es de todos (Salinas Ramos citado por Zabala, 2016). Cabe agregar que las asociaciones se pueden clasificar, a grandes rasgos, así: de explotación común de tierras y ganados, de insumos agrarios, de servicios (de maquinaria agrícola, análisis fitosanitarios y de asesoramiento técnico), de comercialización y trabajo asociado.

Es bueno resaltar que las asociaciones rurales han sido objeto de interés por décadas en América Latina, lo que ha generado que muchos programas agrarios tuvieran como enfoque la creación y potencialización de aquéllas. El problema es que se han realizado, en algunos casos, inversiones “forzadas” sin tener en cuenta consideraciones propias del entorno rural como: aspectos históricos del territorio, la ausencia de una base material productivo y de racionalidad, cultura, la capacidad de emprendimiento y condiciones del territorio y sus problemáticas tanto de violencia como de ubicación geográfica, lo que ha generado en el corto plazo una cantidad considerable de iniciativas asociativas fracasadas; no obstante, se remarca en la literatura que las organizaciones asociativas tienen un gran impacto en diferentes ámbitos en las poblaciones donde tienen influencia y no sólo

en sus asociados. La asociatividad no debe venir desde arriba, o ser impuesta a los productores, sino que debe ser resultado de los intereses de los productores, de un proceso colectivo local y consensuado.

La asociatividad rural permite acceder a mejores condiciones de mercado, pero se deben generar estrategias enfocadas a la generación de confianza y colaboración de sus miembros, lo cual hace necesario que la asociación cuente con un liderazgo interno reconocido y legitimado entre los productores y entre la comunidad que permita elevar la cultura asociativa en todos sus rubros (solidaridad, lealtad, responsabilidad, honestidad y equidad), y generar canales efectivos de comunicación. Además, en la asociatividad rural tiene relevancia la creación de alianzas, acuerdos y convenios con diferentes agentes del mercado, que potencien la alianza con otros productores similares (articulaciones horizontales), y con proveedores y clientes (articulaciones verticales). Las alianzas estratégicas con otras asociaciones, ONGs, gobiernos, instituciones privadas, proveedores y clientes permiten potenciar la apertura de mercados, disponer de asistencia técnica y de crédito, construir infraestructura e incrementar volúmenes de producción y generar cadenas de valor.

Pero la asociatividad no tiene sólo un papel económico dentro de una comunidad, sino que su rol va más allá. Clavijo (2016) profundiza en la caracterización de las organizaciones que pertenecen a la economía solidaria, especificando que éstas pueden cumplir con actividades distintas a la compra y venta de bienes o servicios, tales como actividades culturales, sociales, comunales, reivindicativas o de representación. Por otro lado, están las que combinan su objetivo social con objetivos económicos, con una estructura que es eminentemente empresarial y cuya actividad económica constituye un medio fundamental para el logro de los objetivos sociales.

Finalmente, y con respecto al caso colombiano, conviene mencionar que, a partir de los registros del RUES (Registro Único de Entidades Sin Ánimo de Lucro, 2018), se pudieron identificar 35 mil asociaciones de productores agrícolas creadas desde 1996, de las cuales 74% son asociaciones, 13% cooperativas y 3% corporaciones; también, se pudo inferir que, aproximadamente, el 34% estarían inactivas. Hacia octubre de 2017, la Supersolidaria registraba 1.054 organizaciones con actividad agrícola, pecuaria, de pesca y silvicultura.

## 4. Herramientas conceptuales

### 4.1. Concepto de campesino

Hablar de asociatividad campesina conduce a la necesidad de precisar el significado del término *campesino*. El campesino puede definirse como un labrador o ganadero rural que se apropia de su producción; la familia constituye el eje fundamental del trabajo campesino, y su relación con la tierra es de total relevancia ya que es allí donde este realiza su actividad. La población campesina se identifica por un conjunto de características económicas, sociales, culturales, políticas y ambientales de las cuales se destacan la doble función de la actividad agrícola, el uso de mano de obra familiar de forma intensiva con limitaciones de capital, y el hecho de que la producción es destinada al autoconsumo con algunos rangos variables que se orientan hacia el mercado (Chayanov, 1974).

El papel económico de los campesinos en la producción de alimentos, la generación de divisas y su aporte en el renglón de exportaciones, no es debidamente reconocido en el país, a pesar de su capacidad de transferir excedentes a otros sectores de la economía (Londoño, 2008). Este argumento ha sido utilizado por agencias de cooperación internacional y organizaciones sociales para reivindicar el papel del campesinado en Colombia (Forero, 2013). Según Forero y Bernal (2013), los pequeños agricultores familiares del país, demuestran no solamente eficiencia económica cuando acceden a condiciones productivas aceptables, sino también capacidad para generar desarrollo económico y soluciones efectivas a la pobreza rural. Sumado a esto, la producción campesina contribuye a la seguridad alimentaria del país, además de garantizar una oferta continua, regular y variada de alimentos que recuerda la necesidad de consolidar un modelo de producción que propenda por la preservación de la vida, el manejo equilibrado de los territorios y a la construcción de identidad.

La agricultura en pequeña escala se ha identificado con el concepto de campesino, a quien se señala como el productor rural inserto en una cultura tradicional. Según Redfiel (1956), citado por Macías (2013), el campesino tiene control sobre la tierra, lo cual le permite mantener un modo de vida tradicional donde la agricultura desempeña un papel clave. Además, su actividad se sustenta en el trabajo del productor y su familia, por lo que prácticamente no involucra trabajo asalariado. El concepto de campesino se encuentra cargado de elementos sociopolíticos, lo que lo ha hecho sujeto de diversas polémicas, especialmente debido a su rol en un mundo capitalista (Popkin, 1979 citado por Macías 2013). Por tanto, es pertinente proponer una definición del campesino que se

desenvuelve en un sistema capitalista, al que se le denomina pequeño y mediano productor agrícola. Con ello, se pretende señalar que el campesino, como grupo con identidad de clase, está en vías de desaparecer y lo que hoy se ve es una diversidad de pequeños productores que, de una forma u otra, se integran a la economía de mercado.

La búsqueda de una definición de pequeño productor mantiene los rasgos característicos del campesino, que lo definen en términos de: el empleo exclusivo, o por lo menos mayoritario de mano de obra familiar; su limitada disponibilidad de recursos para capitalizar la unidad productiva (Tsakoumagkos, 2008), su aislamiento de los mercados y su sistema de producción bastante simple, así como su limitada capacidad de mercadeo. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) define al pequeño productor como una persona civil o jurídica que adopta las principales decisiones acerca de la utilización de los recursos disponibles y ejerce el control administrativo sobre las operaciones de la explotación agropecuaria. El productor tiene la responsabilidad técnica y económica de la explotación, y puede ejercer todas las funciones directamente o bien delegar las relativas a la gestión cotidiana a un gerente contratado (FAO, 1995).

## **4.2. Concepto de productividad**

La productividad se puede considerar como uno de los términos más importantes en el análisis de los procesos económicos, siendo uno de los determinantes del crecimiento económico. A través del tiempo diversos autores la han definido de distintas formas, empezando por Quesnay (1766), que hace una mención utilitarista afirmando que “la regla de conducta fundamental, es conseguir la mayor satisfacción con el menor gasto o fatiga” imponiéndose como uno de los primeros indicios del término. Seguidamente, Adam Smith, en su libro *la Riqueza de las Naciones*, analiza las consecuencias de la división del trabajo para así presentar, como resultado importante de esa división, el aumento de la productividad debido a la especialización. Posteriormente, David Ricardo asocia la productividad con el hecho de especializarse en la producción de bienes en los que se presente una ventaja comparativa. Bajo otra perspectiva de pensamiento económico, Karl Marx hace una mención especial del término en su libro *El capital*, asociando la productividad del trabajo con el rendimiento del esfuerzo humano en la producción, rendimiento que se incrementa con los progresos de la ciencia y la técnica.

Para medir el rendimiento en la agricultura, puede proponerse el concepto de productividad media (PME), la cual se define como el cociente entre la producción obtenida y el número de unidades empleadas del factor productivo en cuestión. Así las cosas y en el caso del sector agrícola, si  $Q$  es

la cantidad producida del bien agrícola, y L es el número de unidades empleadas del factor trabajo, tendríamos que:

$PME = Q / L$ : productividad media del factor trabajo

Por otro lado, si el factor productivo fuese la tierra y se llama T al número de unidades empleadas de dicho factor, entonces se tendría que:

$PME = Q / T$ : productividad media del factor tierra

### **4.3. Concepto de asociatividad**

La asociatividad puede definirse como una forma de cooperación en la que cada uno de los actores participantes viene a jugar un rol fundamental para la generación de un esfuerzo conjunto con otros participantes, en la búsqueda de un objetivo común como, por ejemplo, la adquisición de un volumen de materia prima, el acceso a la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantía. Una de las ventajas de este tipo de cooperación es que cada una de las partes mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial (Rosales, 1997).

A través del tiempo, el concepto se ha desarrollado permitiendo la creación de distintos modelos que permitan un buen funcionamiento, operacional y organizativo, de los grupos solidarios. Maldovan & Dzembrowski (2009) plantean que, en la construcción asociativa, los sujetos se encuentran en pos de una finalidad común y se ven obligados a reinventar las formas que permiten arribar a los objetivos que se han propuesto. Sin embargo, la construcción de una cultura asociativa en los productores de acuerdo con Camacho (2007), no es un proceso fácil. Para esto se debe superar la desconfianza, instaurar estructuras y normas para administrar y resolver los conflictos, superar las tensiones entre los intereses individuales y generar excedentes sociales para asegurar la sostenibilidad.

Una de las principales características de los modelos asociativos, es que la incorporación a cualquier asociación es voluntaria, ya que ninguna empresa o persona es forzada a integrar un grupo, sino que lo hace cuando tiene la convicción de que puede generar oportunidades de crecer y mejorar. Asimismo, la idea asociativa no excluye a ninguna persona por el mercado en el cual opere.



#### **4.4. Concepto de comercialización**

González, J. (2008) define la comercialización como actividad ancestral que consta del intercambio de productos o servicios. Como complemento a esta idea, y dándole un enfoque más empresarial, Sainz, J. (2005) contempla a la comercialización como el conjunto de decisiones que se llevan a cabo dentro del marco de la distribución, con el fin de llevar al mercado los bienes o servicios. En concordancia con Sainz, Díez de Castro (2004) la define como las diversas formas en que una organización u empresa utiliza los medios o recursos para lograr cumplir con objetivos en la distribución de sus servicios. Partiendo de lo anterior, el término puede ser definido como la aglomeración de acciones encaminadas al objetivo de incorporar, de manera eficaz, los bienes y servicios ofrecidos en los diversos mercados.

#### **4.5. Concepto de programa social**

Antes de entrar a definir este concepto, conviene definir el término de política pública. Este último se puede entender como las acciones de los gobiernos orientadas a dar respuestas a las necesidades de la sociedad, o como el conjunto de acciones gubernamentales orientadas a resolver un problema público o que afecta a un colectivo social.

Según la Organización de Naciones Unidas (ONU), el programa social es un término que abarca un amplio rango de temas relacionados con las necesidades y problemáticas sociales, que un gobierno debe incorporar a su agenda para poderlos atender. En concordancia con lo anterior, el gobierno nacional de Colombia lo define como los procesos permanentes orientados a crear, mantener y mejorar las condiciones que favorezcan *el desarrollo integral de los individuos, el mejoramiento de su nivel de vida y el de sus familias*. En otros términos, el programa social podría definirse como un conjunto lógico de acciones orientadas a lograr los fines mencionados.

### **5. Metodología**

#### **5.1. Tipo de investigación**

El objetivo de la presente investigación consiste en establecer si la asociatividad campesina es un factor de mejora en la comercialización, la productividad y el acceso a programas sociales y de estímulo a la producción, en los casos de los afiliados a Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores Cocorná durante el periodo 2010-2020. Con tal propósito se aplicaron, además de los

procedimientos propios de la metodología mixta, el de comparar dos grupos de productores agrarios: los que pertenecen a una asociación y los que no pertenecen a ella.

En cuanto al *enfoque cuantitativo*, Ruíz Medina (2013) le atribuye la posibilidad de utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación, probar hipótesis establecidas previamente y confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población; y, al *enfoque cualitativo*, le reconoce su posible utilización para descubrir y refinar preguntas de investigación y su basamento en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones, así como su flexibilidad. En este trabajo, la aplicación del enfoque cuantitativo se evidencia en la utilización de la estadística descriptiva, como una herramienta que posibilita recoger datos y calcular parámetros básicos sobre éstos (variación porcentual del ingreso medio y distribución porcentual de los encuestados según el nivel educativo, entre otros parámetros). Y, en lo atinente al enfoque cualitativo, la aplicación se expresa en la realización de entrevistas orientadas a indagar por la historia de las asociaciones campesinas y, además, conocer las percepciones de sus representantes legales sobre asuntos de importancia para esta investigación.

## **5.2. Población**

La población objeto de estudio está referida a personas afiliadas a las asociaciones agrarias Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná, productoras de tipalía, panela y café respectivamente.

## **5.3. Diseño Experimental**

Se realizará un estudio descriptivo transversal, de tipo cuantitativo y cualitativo, en tres asociaciones campesinas legalmente constituidas, ubicadas al oriente del departamento de Antioquia (Colombia), municipio de Cocorná. Para tal efecto, fueron aplicadas técnicas de recolección de información primaria a los directores de las organizaciones, agricultores asociados y no asociados, concretamente encuestas y entrevistas; también, como ya se manifestó, el procedimiento de comparar dos grupos de productores agrarios (pertenecientes a una asociación y no pertenecientes a ella).

*El grupo de asociados* está representado por aquellos campesinos que, en principio (año 2010), no pertenecían a una asociación agraria, pero que luego decidieron afiliarse a ella (Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná). Por su parte, *el grupo de no asociados* está representado por los campesinos productores de tilapia, panela o café que en el año 2010 no estaban afiliados a ninguna asociación agraria y que decidieron continuar así. Cabe agregar que se trata de dos grupos de productores con características similares (técnica de producción empleada, edad y nivel educativo, por ejemplo). La hipótesis que se quiere corroborar es que, en el año 2020 y gracias a la asociatividad, los integrantes del grupo de asociados están en mejor situación que los del grupo de no asociados en términos de comercialización, productividad, acceso a programas sociales y de estímulo a la producción. En cuanto a comercialización, se buscó determinar si se presentaron mejoras para todos los productores, debido a la existencia de un efecto derrame gracias a la existencia de la asociación.

#### 5.4. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se tomó la información referida a los campesinos afiliados a las tres asociaciones agrarias ya mencionadas. Se utiliza el muestreo estratificado, designando como estratos a las asociaciones. Para el cálculo de la muestra se empleó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza

p: variabilidad positiva o fenómeno de ocurrencia

q: variabilidad negativa o fenómeno de no ocurrencia

N: tamaño de la población

e: precisión o error de estimación

Para el cálculo de la muestra se utilizó un nivel de confianza del 90% y un error máximo de estimación de 9.6%. Esto se sustenta en que: primero, la población objetivo no mantuvo la disposición que había manifestado al inicio de la investigación; segundo, se encontró que existían socios inactivos; y, tercero, para la aplicación de las encuestas se buscó que el productor asociado llevara más de diez años afiliado a la organización agraria, lo cual hizo que el número de individuos

que podían ser encuestados bajara drásticamente. Lo anterior redujo sustancialmente el nivel de participación en diligenciamiento de las encuestas, razón por la cual se incrementó el error de estimación. De otro lado, la probabilidad de ocurrencia  $p$  se estimó en 0.9, debido a que las variables comercialización, productividad y acceso a programas sociales y de estímulo a la producción se canalizan, en la mayoría de los casos, a través de las asociaciones agrarias.

**Tabla 1: tamaño de la muestra por tipo de asociación para los grupos experimental y de control**

Asociación agraria	Población	Muestra grupo experimental	Muestra grupo de control
Asopez	39	6 (15.3%)	5
Asopaco	115	10 (9%)	10
Cooperativa de Caficultores de Cocorná	130	4 (3%)	5

**Fuente: asociaciones agrarias Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná.**

### 5.5. Recolección de información

La recolección de los datos se hizo aplicando las técnicas de recolección de información primaria, concretamente encuestas y entrevistas. Las encuestas se aplicaron a tres tipos de sujetos: representantes legales de las organizaciones agrarias, productores asociados y productores no asociados; en total, se realizaron 43 encuestas así: 3 a representantes legales, 20 a productores asociados y 20 a no asociados. En cuanto a las entrevistas, éstas se hicieron a representantes legales de las organizaciones agrarias.

La encuesta a los productores comprende cuatro grupos de preguntas así: un grupo que apunta a una caracterización sociodemográfica del colectivo y que toma en cuenta variables como edad, sexo y nivel educativo; y tres grupos de preguntas que se concentran en los temas de comercialización, productividad del suelo y acceso a programas sociales y de estímulo a la producción (ver Anexos 2 y 3). En lo que se refiere a los representantes legales de las

organizaciones, la encuesta comprende las preguntas sobre los temas comercialización, productividad y acceso a programas sociales y de estímulo a la producción; además, se les hizo una entrevista orientada a indagar por la historia de las asociaciones campesinas y, también, conocer sus percepciones sobre asuntos de importancia para esta investigación (ver Anexo 1).

Con respecto al espacio geográfico objeto de estudio, se eligió al oriente antioqueño por representar una zona muy interesante para el análisis: por tener climas variados, el oriente antioqueño ofrece multiplicidad de alternativas productivas como hortalizas, papa, fríjol, café, ganadería, porcicultura, piscicultura y flores, entre otros renglones productivos, lo que lo constituye en una de las despensas del Valle de Aburrá. Por último, y en lo atinente a la definición del momento inicial o de partida, cabe aclarar que se partió del 2010 porque, primero, *es el año al que está próxima la creación de la asociación más joven de las tres que fueron elegidas para hacer la investigación*; y, segundo, porque era necesario considerar la *disponibilidad de estadísticas de precios* (las estadísticas del Sistema de información de Precios y Abastecimiento del DANE, por ejemplo). El periodo de estudio se extiende hasta el año 2020.

#### **5.4. Dificultades en el proceso de desarrollo de la investigación**

Una primera dificultad encontrada en la investigación se relaciona con el sujeto de estudio. Como ya expresó, para la aplicación de las encuestas se buscó que el productor asociado llevara más de diez años afiliado a la organización agraria, lo cual hizo que el número de individuos que podían ser encuestados bajara drásticamente. Cabe resaltar la disposición de todos los encuestados para participar, cooperar y contribuir con la realización del estudio.

Una segunda dificultad estuvo representada por el hecho de que la población se caracteriza, en buena parte, por contar con un escaso grado de educación o de formación técnica. Así las cosas, se trata de personas que, por ejemplo, no tienen claridad sobre qué es una rentabilidad y qué la determina. Por último, se debe mencionar que algunos de los asociados y organizaciones que, en principio, mostraron disposición para colaborar con la investigación, finalmente se negaron a hacerlo; en otros casos, el asociado ya estaba inactivo.

## 6. Breve historia de las organizaciones agrarias Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores Cocorná



Desde las últimas décadas del siglo XIX y hasta bien entrado el siglo XX, el café jugó un papel crucial en la marcha de la economía colombiana por tratarse de un bien que, además de haber sido clave en la formación del mercado interno del país, representó una fuente estable de divisas. En la actualidad, la Cooperativa de Caficultores de Cocorná es una de las organizaciones agrarias vinculadas con el negocio cafetero. La citada organización, cuya fecha de creación está muy ligada al establecimiento de la Federación Nacional de Cafeteros en 1927, nació como una respuesta a las dificultades enfrentadas por los campesinos productores y, desde su establecimiento, ha buscado, bajo el principio de unión y voluntad, poder solucionar los problemas del productor y garantizar su bienestar; gracias a la cooperativa, se ha garantizado la compra de café bajo ciertos estándares de calidad con un pago inmediato por éste, además de la venta de fertilizantes a sus asociados a un precio menor con respecto al del mercado; también, ha jugado un papel como reguladora de precios en las diversas plazas de mercado de los municipios donde tiene su operación. Los asociados, además de los beneficios mencionados con anterioridad y gracias a la cooperativa, han podido participar en programas de formación y de acompañamientos de procesos educativos a la comunidad. Uno de los programas de mayor importancia brindados por la cooperativa, es el que apunta al mejoramiento de los cultivos a través de la resiembra de variedades de café más productivas, brindando las plántulas y las respectivas asesorías con profesionales agropecuarios para lograr un equilibrio y optimización de los campos en producción.

Bajo las características que presenta Colombia como un país tropical, con temperaturas estables en sus regiones, presencia de todos los pisos térmicos, alta disponibilidad de recurso hídrico y una

buena calidad de agua, la FAO considera que Colombia puede convertirse en una potencia mundial en la producción piscícola y ser una despensa alimentaria para el mundo. A propósito de la producción piscícola, en la que nuestro país tiene potencial, debe ahora mencionarse a la organización Asopez, cuya creación se da en el año 2007 gracias a la iniciativa de Néstor Castaño. El señor Castaño, productor tradicional de tilapia en la región del oriente antioqueño, al ver los problemas que tenían los piscicultores del municipio en cuanto a la consecución de los alevines para la siembra, los altos precios en los insumos (concentrados y medicamentos), la gran cantidad de intermediarios para la comercialización del producto y los precios cercanos al costo marginal, tuvo la iniciativa de crear Asopez. Esta asociación, legalmente constituida, con el paso de los años ha logrado solucionar algunos de los problemas mencionados con anterioridad, además de brindar diversas ayudas a sus asociados en la forma de capacitaciones, formación técnica, formación humana, acceso a créditos, mejoras tecnológicas para una producción óptima y proyectos de nuevos métodos y prácticas de producción altamente tecnificada para resultados óptimos por su alta productividad.

Otra de las actividades del sector agropecuario colombiano que se pueden destacar es el cultivo de la caña panelera, pues se trata de uno de los principales cultivos agroindustriales de nuestro país, con importancia como insumo en la industria de los alimentos. El área de siembra que ocupa es baja, pudiendo ser altamente productiva con pocas hectáreas cultivadas. En el caso del oriente antioqueño, concretamente en el municipio de Cocorná, se desarrolla una producción tradicional de panela a cargo de familias campesinas, labor que el hijo hereda de su padre. Los campesinos se enfrentaban a un conjunto de limitaciones y problemas que les impedían hacer de la producción de panela una actividad rentable, puesto que, por el manejo que aplicaban los intermediarios del sector, los productores no tenían un margen de ganancia adecuado, a lo que se sumaban los altos precios de los insumos. Dicha situación llevó a los señores Fabio Zapata y Carlos Giraldo a fundar, en el año 1995, la Asociación de Productores de Panela de Cocorná (Asopaco), motivados por la necesidad sentida de mejorar los precios de la venta de la panela, conseguir un mejor precio de los insumos para la producción de dicho bien y, además, ser un puente entre el campesino y el Estado para el acceso a los recursos públicos y los programas estatales; aquellos recursos son clave para la tecnificación de los cultivos y los entables de panela de los asociados, lo cual permitiría producir una panela de alta calidad, a un buen precio y, también, generar un valor agregado para el producto.

## 7. Resultados de la investigación

### 7.1. Características sociodemográficas



La tabla 2 presenta los datos referentes a la caracterización sociodemográfica de los asociados a quienes se aplicó la encuesta. En cuanto al género, se encontró que, en la explotación de los predios, hay una prevalencia del *género masculino*, con una participación del 80%.

Con respecto al nivel educativo, la *educación primaria incompleta* es la que mayor participación tiene; esta situación, sumada al hecho de que la edad promedio es de 55 años, dificulta que los productores puedan introducir mejores prácticas en contraste con los métodos tradicionales de producción familiar. Se encontró, además, que sólo el 17% de los asociados a los que se aplicó la encuesta lograron terminar la secundaria, siendo éstos la parte más joven de la muestra. Con respecto a la educación técnica, se pudo establecer que sólo el 3% de los encuestados tienen ese nivel de formación, y, en cuanto a la formación universitaria, un 7% afirmaron tenerla; el contar con educación universitaria obedece, de acuerdo con lo que pudo establecerse, a que algunos individuos, al jubilarse, decidieron tomar el camino de la vida agrícola, convirtiéndose así en nuevos campesinos. Cabe agregar que la formación técnica es altamente importante para el desarrollo del campo, puesto que posibilita la apropiación de nuevas tecnologías y procedimientos que incrementan la productividad de las explotaciones.

En cuanto a la propiedad de la tierra, se halló que el 58% son propietarios directos de ésta, un 35% la laboran en calidad de herencia de sus padres vivos, y un 7% son arrendatarios de la propiedad. Finalmente, se observa en los resultados que un 35% perciben ingresos por otros bienes que



producen en la propiedad, esto en concordancia con los estudios de varios autores sobre la adopción de estrategias de los campesinos en su actividad y explotación de sus predios; un 32% generan ingresos en actividades no relacionadas con el campo directamente; un 28% no reciben ingresos extras, dependiendo exclusivamente de la labor productiva principal; y un 5% reciben pensión por vejez.

**Tabla 2: características sociodemográficas de los asociados de Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná a quienes se aplicó la encuesta**

Variable	Porcentaje
<b>1. Género</b>	
Masculino	80%
Femenino	20%
<b>2. Nivel educativo</b>	
Primaria incompleta	67%
Secundaria completa	17%
Técnica	3%
Universitaria	7%
Ninguna	6%
<b>3. Propiedad</b>	
Herencia	35%
Dueño	58%
Arrendamiento	7%
<b>4. Otros ingresos</b>	
Otros productos	35%
No recibe otros ingresos	28%
Pensión	5%
Actividades no Agropecuarias	32%
<b>5. Edad promedio</b>	55 años
<b>6. Años promedio en la asociación</b>	13 años

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados.

## 7.2. Asociatividad como factor de mejora en la comercialización

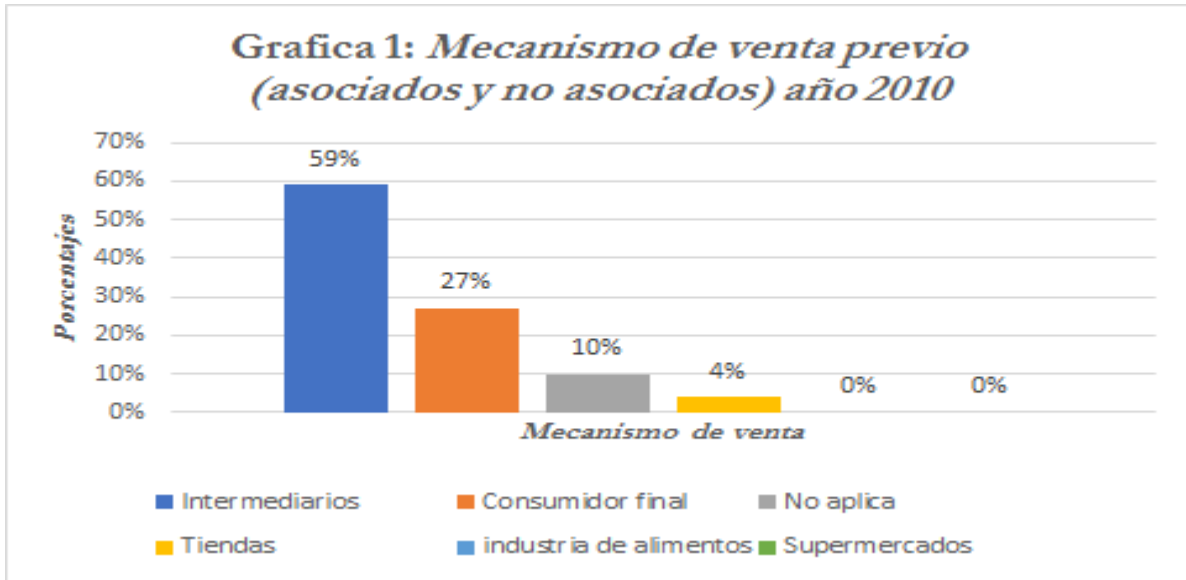
El principal propósito perseguido con la creación de las asociaciones fue el de eliminar la mayor parte de los intermediarios entre los productores y el consumidor final, a lo cual habría que agregar: primero, la intención de vender un producto de alta calidad, buscando certificaciones como la Norma ISO 22000 y buenas prácticas ambientales (BPA) del Instituto Colombiano Agropecuario

(ICA); segundo, el deseo de incursionar en el mercado externo; y, tercero, lograr que el precio de venta fuese más estable, con una asociación que tuviese la capacidad de captar diferentes volúmenes de producto sin que el precio pagado al productor se viera afectado.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada a productores asociados y no asociados, partiendo del año 2010 donde ninguno es miembro de una organización agraria, se pueden apreciar en la gráfica 1, la cual muestra que el 59% de todos los encuestados comercializaba sus productos a través de intermediarios, el 27% vendía al consumidor final y, solamente, un 4% vendía a tiendas de barrio. Así las cosas, *el mecanismo de comercialización que dominaba antes de la formación de las diversas organizaciones campesinas era la comercialización a través de intermediarios*, puesto que representaba la opción más viable debido a la falta de un mecanismo de mercado para la comercialización de grandes cantidades.

Cabe resaltar que la existencia de un gran número de intermediarios aumenta los precios finales al consumidor y disminuye el margen de ganancia que perciben los campesinos por su producto, lo cual dificulta lograr avances en términos de mayor calidad de vida y mejoramiento productivo para el campesino. Al respecto, Marta González afirma: Los comerciantes ponían el precio a nuestros productos y la única opción era venderles, puesto que ya habíamos realizado una alta inversión en el cultivo y el pago de jornales para la recolección del mismo, a lo que debe agregarse el alto costo de transporte hacia el pueblo; además, al ser productos perecederos, no era opción volver a la finca con éstos, por lo que tocaba vender al precio que los intermediarios decidieran.

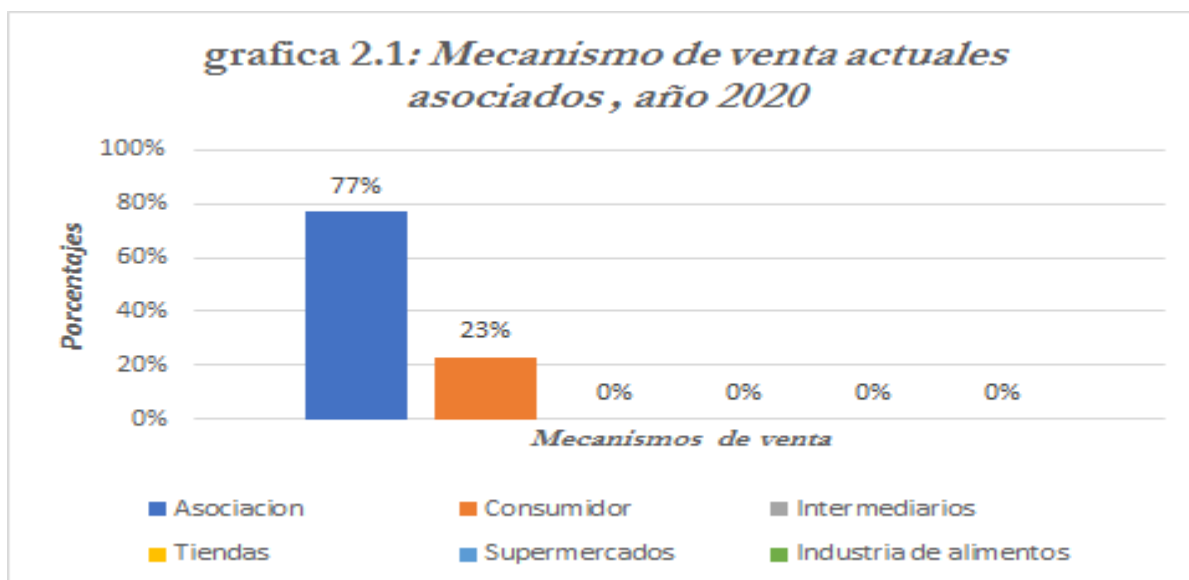
En el año 2010 o momento cero, el otro mecanismo relevante era la venta al consumidor final, lo que permitía cobrar un precio más remunerativo. Infortunadamente, la venta al consumidor final no permitía negociar grandes cantidades, por lo que algunos campesinos decidían tener una pequeña producción y realizar la venta directa a consumidores que se desplazaban hacia la zona donde producían.



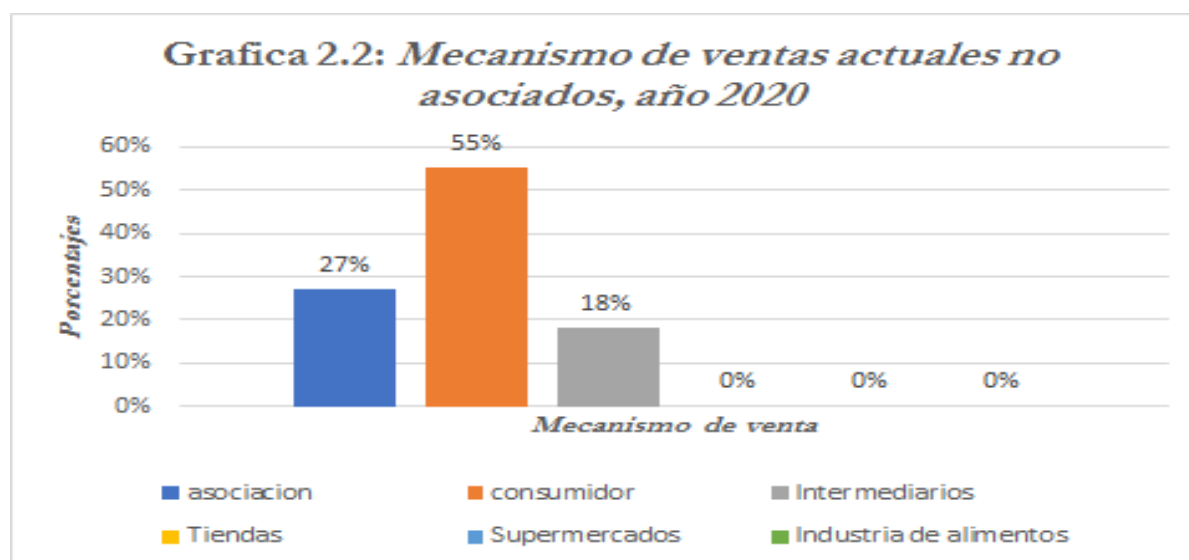
**Fuente:** cálculos propios con base en la encuesta a los asociados y no asociados.

Al observar los mecanismos de venta actuales tanto de asociados como de no asociados (año 2020), se encontró un cambio significativo en el mecanismo de comercialización si se compara con el de la situación inicial. En la actualidad y con la presencia de las asociaciones campesinas, cuyos precios de compra son los mínimos aceptados en el mercado, los productores campesinos pasaron de comercializar con los intermediarios a hacerlo directamente con la asociación. Como consecuencia, *el 77% de los asociados vende únicamente a la asociación* y, además de esto, un 27 % de los no asociados prefieren comercializar con ella puesto que la asociación no discrimina entre miembros y no miembros a la hora de comprar el producto; su mayor requisito para la compra son los estándares de calidad (ver gráficas 2.1 y 2.2).

Continuando con los mecanismos de comercialización, cabe destacar, también, que se observa un aumento notorio en la venta directa al consumidor final, puesto que el 55% de los no asociados y el 23% de los asociados utilizan dicha venta como mecanismo principal, por los mayores márgenes de ganancia que se asocian con ese mecanismo; las mejoras en la producción, así como la diferenciación del producto orientada a crear una marca, son factores que permiten conquistar nuevos compradores y, de esta manera, fortalecer la venta directa. En contraste con el primer momento, en que no había presencia de las organizaciones y los comerciantes dominaban el mercado, se encuentra que, en la actualidad, *sólo el 18% de los productores estudiados siguen recurriendo a los intermediarios para comercializar sus bienes, y se trata de productores no asociados* (ver gráficas 2.1 y 2.2).



Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados.



Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.

Gracias a los cambios ya mencionados en los mecanismos de venta, *se observaron mejoras en el aspecto cantidad vendida*. Con respecto a dicha cantidad, se registró un crecimiento promedio del 27% para los afiliados frente a un 21% de los no afiliados; cabe agregar que el mayor aumento en cantidad vendida se presentó en el caso de los paneleros, seguido de los piscicultores.

**Tabla 3: crecimiento promedio de la cantidad vendida entre 2010 y 2020**

<b>Crecimiento promedio de la cantidad vendida para 20 asociados de Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná</b>	27%
<b>Crecimiento promedio de la cantidad vendida para 20 productores no asociados de tilapia, panela y café</b>	21%

**Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados y no asociados.**

La comercialización tiene que ver no sólo con la cantidad vendida, sino también con el precio de venta. Las tablas 4 y 5 contienen datos sobre el ingreso medio real obtenido por kilo en los años 2010 y 2020, tanto para los asociados como para los no asociados a quienes se aplicó la encuesta. Las dos tablas se construyeron, primero, preguntando a los productores y directores de las asociaciones sobre los precios por kilo; y, segundo, comparando la información así obtenida, con la de fuentes como Federación Nacional de Cafeteros, Ministerio de Agricultura y Sistema de Información de Precios y Abastecimiento (SIPSA) del DANE, esto último con el propósito de tener más certeza sobre los datos de precios recogidos con las encuestas. Por último, y a fin de poder calcular el ingreso medio real obtenido por kilo, los valores fueron deflactados tomando como año base el 2018 (procedimiento aplicado por el DANE).

¿Qué permiten inferir las tablas 4 y 5? En el 2010 o momento de partida, cuando ninguno de los productores está asociado, el ingreso medio real por kilo es el mismo para asociados y no asociados; 10 años después, el ingreso medio real por kilo se había incrementado en el caso de todos los productores encuestados, siendo la panela el único bien para el cual el ritmo de crecimiento fue mayor en el caso de los productores asociados.

**Tabla 4: comportamiento del ingreso medio real obtenido por kilo, en el caso de los productores asociados (Base 2018 = 100)**

Asociación	Ingreso medio real obtenido por kilo en el año 2010 (a pesos del 2018)	Ingreso medio real obtenido por kilo en el año 2020 (a pesos del 2018)	Crecimiento del ingreso medio real, 2010-2020 (Base 2018 = 100)	Crecimiento promedio para 3 asociaciones (Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná)
ASOPEZ	9.530, 29	12.324,61	29,32%	56,95%
ASOPACO	1.633, 76	3.412,97	108,9%	
CAFÉ COCORNÁ	5.718,18	7.584, 38	32,64%	

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados.

**Tabla 5: comportamiento del ingreso medio real obtenido por kilo (Base 2018 = 100), en el caso de los productores no asociados**

No asociados	Ingreso medio real obtenido por kilo en el año 2010 (a pesos del 2018)	Ingreso medio real obtenido por kilo en el año 2020 (a pesos del 2018)	Crecimiento del ingreso medio real, 2010-2020 (Base 2018 = 100)	Crecimiento promedio para 3 grupos de productores no asociados de tilapia, panela y café
Tilapia	9.530, 29	12.324,61	29,32%	49,22%
Panela	1.633, 76	3.033,75	85,69%	
Café	5.718,18	7.584, 38	32,64%	

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.

Puesto que los cambios en los precios pueden estar asociados con múltiples factores, debe, como es natural, tenerse cuidado con las conclusiones a sugerir. No obstante, puede proponerse que uno de los factores explicativos del crecimiento mostrado por el ingreso medio real es la existencia de la asociación. *De facto, más del 90% de los encuestados entre asociados y no asociados, consideraron que la existencia de la asociación mejora directa e indirectamente los precios de sus productos, evidenciándose así un efecto derrame debido a la asociatividad;* de esta manera, los nuevos canales de venta han mejorado los márgenes de ganancia de los productores, reduciendo la variación en los precios de sus bienes y contribuyendo, por tanto, a no llegar a un nivel de pérdida. *El resultado de mayores crecimientos en la cantidad vendida en el caso de los asociados, sumado al crecimiento mostrado por el ingreso medio real, determinan una mejor situación en términos de ingreso real bruto para los asociados en comparación con los no asociados.*

### **7.3. Asociatividad como factor de mejora en la productividad**

Una de las ventajas de pertenecer a las asociaciones es la de recibir capacitaciones por parte de ellas, capacitaciones que son de suma importancia para el desarrollo de los proyectos y crecimiento personal de los asociados. Entidades como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), entre otras, ofrecen capacitaciones en distintas áreas para transformar la economía campesina a partir del mejoramiento de las capacidades (Solís, 2016).

El mayor impacto que se observó en la asociatividad fue la capacidad de ofrecer programas de fomento a la productividad, que van desde cursos académicos y charlas de profesionales sobre el manejo de la labor productiva, hasta subsidios, acceso gratuito a maquinaria, mejores semillas y alevines. Todo esto contribuyó a generar mejoras en la productividad en los casos de los asociados a Asopaco y la Cooperativa de Caficultores de Cocorná, como lo muestran las tablas 7 y 11, en las cuales se comparan dos momentos: antes de pertenecer a una asociación y después de pertenecer a ella, mediando un espacio de 10 años. En los casos de las dos asociaciones mencionadas, la productividad se calculó dividiendo la cantidad producida entre el número de unidades del factor tierra empleadas (número de metros cuadrados), lo cual arroja el rendimiento por metro cuadrado; cabe agregar que, según lo que expresaron los encuestados, no se presentaron variaciones en la cantidad empleada del factor tierra ni variaciones significativas en el número de personas empleadas, pero, aun así, se registraron aumentos en producción. El mayor éxito se registró en aquellos productores que accedían a modificar su método familiar por el recomendado; en la actividad agropecuaria existen aún muchos campesinos que presentan resistencia al cambio y, por tanto, no muestran compromiso con los programas ofrecidos y ni las recomendaciones de los profesionales, prefiriendo continuar con el método tradicional heredado de sus padres.

En lo referente a la producción de tilapia, debe señalarse que los aumentos en producción se lograron, en su totalidad, incrementando el área destinada al cultivo del pez, lo que posibilita tener una mayor cantidad de espejos de agua en producción. Aquí debe resaltarse el papel de la asociación, quien implementó programas de educación en la construcción y mejoramiento de peceras; como resultados de esos programas se introdujeron mejoras como, por ejemplo, la sustitución de peceras de barro por peceras de piedras, y la comprensión, por parte de los productores, de la altura y tamaño óptimos de las peceras, lo cual posibilitó aumentar significativamente la producción; en el trabajo de campo realizado en esta investigación se halló que, *de facto*, muchas peceras de no asociados aun eran de barro. Por último, es bueno resaltar que, entre los programas de las asociaciones, estaba el de la donación de tecnologías mucho más eficientes como era la de motores que permiten una mayor oxigenación del agua sin depender tanto del caudal y la potencia de llegada del agua a las peceras, las cuales eran afectadas por la temporada climática; y la adquisición de tecnología que aumentaba la temperatura del agua entre 2 y 6 grados, lo cual permitía replicar mejor condiciones óptimas de crianza de los peces reduciendo el tiempo de crianza de ocho a seis meses.

**Tabla 6: productividad media del factor tierra en la producción de panales (kilogramos/metro cuadrado), para cada uno de los asociados de Asopaco a quienes se aplicó la encuesta**

Asociado	Producción 2010 (kg)	Unidades empleadas del factor tierra 2010 (m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2010 (kg/m <sup>2</sup> )	Producción 2020 (kg)	Unidades empleadas del factor tierra 2020 (m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2020 (kg/m <sup>2</sup> )
1	8.640	20.000	0,432	11.520	20.000	0,576
2	8.280	30.000	0,276	18.432	30.000	0,614
3	18.432	50.000	0,369	25.920	50.000	0,518
4	9.216	20.000	0,461	9.600	20.000	0,480
5	4.800	10.000	0,480	5.000	10.000	0,333
6	5.220	20.000	0,480	5.220	20.000	0,261
7	1.728	7.500	0,261	3.000	7.500	0,400
8	5.376	18.000	0,230	8.064	18.000	0,448
9	13.824	20.000	0,299	18.432	20.000	0,527
10	11.000	20.000	0,691	13.000	20.000	0,650

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados.



**Tabla 7: productividad media del factor tierra en la producción de panela (kilogramos/metro cuadrado), total encuestados de Asopaco**

Total asociados	Productividad Media del factor tierra 2010 (kg/m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2020 (kg/m <sup>2</sup> )	Crecimiento entre 2010 y 2020
10	0,398	0,481	20,85%

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados.

Sobre los datos presentados por las tablas 6 y 7, hay que resaltar que, para el total de asociados de Asopaco a quienes se aplicó la encuesta, se pasó de una productividad media por metro cuadrado de 0.398 kilogramos en 2010, a una de 0.481 kilogramos en 2020, lo que implica hablar de un crecimiento del 20.85%. En el caso del grupo de productores que no pertenecen a Asopaco y de acuerdo con los datos de las tablas 8 y 9, se pasó de una productividad media por metro cuadrado de 0.403 kilogramos en 2010, a una de 0.415 en 2020, lo que arroja un crecimiento del 2.98%. Así las cosas, *en lo que respecta al crecimiento de la productividad media del factor tierra fue superior el resultado del grupo de productores de panela que pertenecen a una asociación.*

**Tabla 8: productividad media del factor tierra en la producción de panela (kilogramos/metro cuadrado), para cada uno de los productores no asociados a quienes se aplicó la encuesta**

No asociado	Producción 2010 (kg)	Unidades empleadas del factor tierra 2010 (m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2010 (kg/m <sup>2</sup> )	Producción 2020 (kg)	Unidades empleadas del factor tierra 2020 (m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2020 (kg/m <sup>2</sup> )
1	7.240	18.000	0,402	7.600	18.000	0,422
2	8.320	20.000	0,416	8.400	20.000	0,420
3	11.250	25.000	0,450	12.420	25.000	0,497
4	9.740	20.000	0,487	10.224	20.000	0,511
5	5.624	15.000	0,375	5.820	15.000	0,388
6	7.900	20.000	0,395	7.900	20.000	0,395
7	12.316	30.000	0,411	12.240	30.000	0,408
8	12.800	30.000	0,427	14.620	30.000	0,418
9	4.380	12.000	0,365	4.350	12.000	0,363
10	5.100	17.000	0,300	5.530	17.000	0,325

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.

**Tabla 9: productividad media del factor tierra en la producción de panela (kilogramos/metro cuadrado), total productores no asociados a quienes se aplicó la cuesta**

Total no asociados	Productividad Media del factor tierra 2010 (kg/m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2020 (kg/m <sup>2</sup> )	Crecimiento entre 2010 y 2020
10	0,403	0,415	2,98%

**Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.**

En cuanto a los caficultores, las tablas 12 y 13 ponen de relieve que, para el total de asociados de la Cooperativa de Caficultores de Cocorná a quienes se aplicó la encuesta, se pasó de una productividad media por metro cuadrado de 0.071 kilogramos en 2010, a 0.082 kilogramos en 2020, lo que implica hablar de un crecimiento del 15.49%. En el caso del grupo de productores que no pertenecen a la Cooperativa de Caficultores de Cocorná y de acuerdo con los datos de las tablas 14 y 15, se pasó de una productividad media por metro cuadrado de 0.079 kilogramos en 2010, a una de 0.081 kilogramos en 2020, lo que arroja un crecimiento del 2.53%. Por lo tanto, y *al igual que en el caso de los productores de panela, la productividad media del factor tierra para el grupo de campesinos asociados a la Cooperativa de Caficultores de Cocorná tuvo un crecimiento superior.*

En el caso de los productores de panela, al realizar la prueba f para determinar si las varianzas son diferentes se encontró que, con un alfa de 0.05, las varianzas de los dos grupos de encuestados (asociados y no asociados productores de panela) son significativamente diferentes. Y, al efectuar a continuación la prueba t para varianzas diferentes, se encontró que los dos grupos tienen medias significativamente iguales, por lo que ambos grupos, en el año 2010, tenían niveles de productividad estadísticamente iguales (ver tablas 10 y 11).

**Tabla 10: prueba F para varianzas de dos muestras**

	<b>Asociado</b>	<b>No asociado</b>
Media	0,3979	0,4028
Varianza	0,0196601	0,002552844444
Observaciones	10	10
Grados de libertad	9	9
F	7,701252633	
P(F<=f) una cola	0,002776553524	
Valor crítico para F (una cola)	3,178893104	

**Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.**

**Tabla 11: prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales**

	<b>Asociado</b>	<b>No asociado</b>
Media	0,3979	0,4028
Varianza	0,0196601	0,002552844444
Observaciones	10	10
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	11	
Estadístico t	-0,1039664021	
P(T<=t) una cola	0,4595336877	
Valor crítico de t (una cola)	1,795884819	
P(T<=t) dos colas	0,9190673754	
Valor crítico de t (dos colas)	2,20098516	

**Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.**

**Tabla 12: productividad media del factor tierra en la producción de café (kilogramos/metro cuadrado), para cada uno de los asociados de la Cooperativa de Caficultores de Cocorná a quienes se aplicó la encuesta**

Asociado	Producción 2010 (kg)	Unidades empleadas del factor tierra 2010 (m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2010 (kg/m <sup>2</sup> )	Producción 2020 (kg)	Unidades empleadas del factor tierra 2020 (m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2020 (kg/m <sup>2</sup> )
1	250	20.000	0,013	375	20.000	0,019
2	1.200	13.000	0,092	1.300	13.000	0,100
3	300	5.000	0,060	350	5.000	0,070
4	1.200	10.000	0,120	1.400	10.000	0,140

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados.

**Tabla 13: productividad media del factor tierra en la producción de café (kilogramos/metro cuadrado), total encuestados de la Cooperativa de Caficultores de Cocorná**

Total asociados	Productividad Media del factor tierra 2010 (kg/m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2020 (kg/m <sup>2</sup> )	Crecimiento entre 2010 y 2020
4	0,071	0,082	15,49%

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados.

**Tabla 14: productividad media del factor tierra en la producción de café (kilogramos/metro cuadrado), para cada uno de los productores no asociados a quienes se aplicó la cuesta**

No asociado	Producción 2010 (kg)	Unidades empleadas del factor tierra 2010 (m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2010 (kg/m <sup>2</sup> )	Producción 2020 (kg)	Unidades empleadas del factor tierra 2020 (m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2020 (kg/m <sup>2</sup> )
1	900	17.000	0,053	900	17.000	0,053
2	2.000	25.000	0,080	2.000	25.000	0,080
3	1.300	18.000	0,072	1.380	18.000	0,077
4	1.400	14.000	0,100	1.480	14.000	0,106
5	880	10.000	0,088	880	10.000	0,088

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.

**Tabla 15: productividad media del factor tierra en la producción de café (kilogramos/metro cuadrado), total productores no asociados a quienes se aplicó la cuesta**

Total no asociados	Productividad Media del factor tierra 2010 (kg/m <sup>2</sup> )	Productividad Media del factor tierra 2020 (kg/m <sup>2</sup> )	Crecimiento entre 2010 y 2020
5	0,079	0,081	2,53%

Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.

En el caso del café y para el año 2010, también se halló que los niveles de productividad de los dos grupos de encuestados (asociados y no asociados productores de café) eran estadísticamente iguales con un valor alfa del 0.05 (ver tablas 16 y 17).

**Tabla 16: prueba F para varianzas de dos muestras**

	<b>Variable 1</b>	<b>Variable 2</b>
Media	0,07125	0,0786
Varianza	0,00210892	0,0003118
Observaciones	4	5
Grados de libertad	3	4
F	6,76368399	
P(F<=f) una cola	0,04795957	
Valor crítico para F (una cola)	6,59138212	

**Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.**

**Tabla 17: prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales**

	<b>Variable 1</b>	<b>Variable 2</b>
Media	0,07125	0,0786
Varianza	0,00210892	0,0003118
Observaciones	4	5
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	4	
Estadístico t	-0,3027001	
P(T<=t) una cola	0,38860343	
Valor crítico de t (una cola)	2,13184679	
P(T<=t) dos colas	0,77720686	
Valor crítico de t (dos colas)	2,77644511	

**Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los no asociados.**

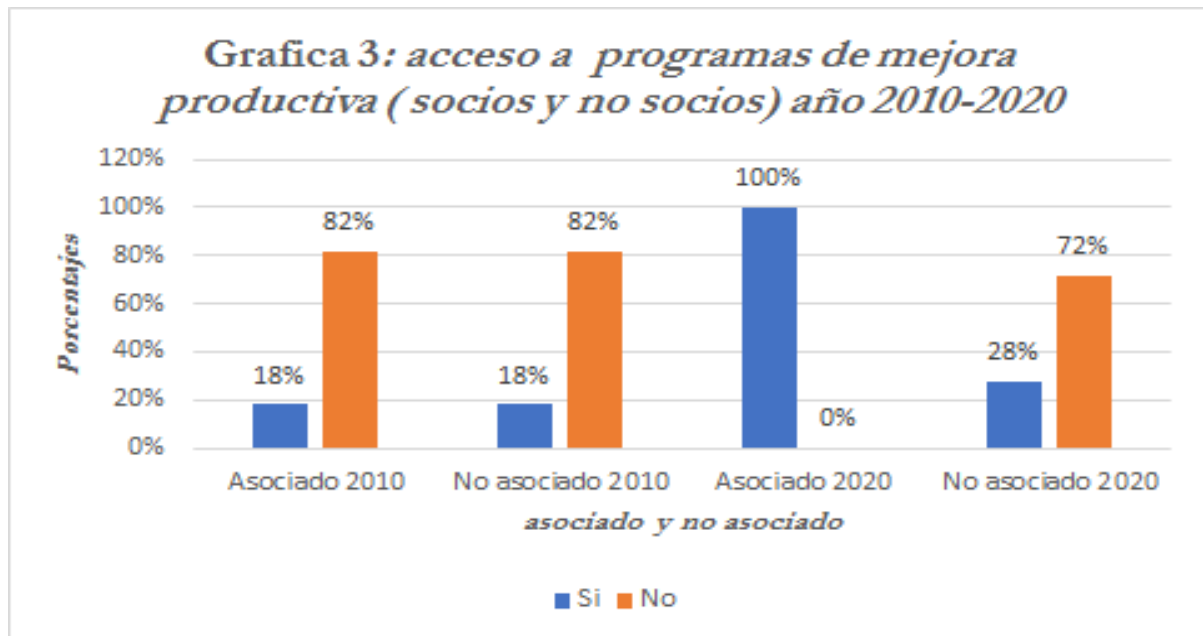
En lo referente a la forma de producir, la investigación permitió establecer que, en varios casos, la implementación de los nuevos métodos por parte de una de las familias asociadas, al reflejarse en aumentos en los ingresos, llevó a otros campesinos a introducir también mejoras en sus métodos de producción, generándose así una aplicación en cadena dentro de la asociación.

En suma, los resultados de las encuestas evidencian un impacto positivo de la asociatividad en la producción. Dado que, según lo que expresaron los encuestados de Asopaco y la Cooperativa de Caficultores de Cocorná, no se presentaron variaciones en la cantidad empleada del factor tierra ni variaciones significativas en el número de personas empleadas, *el crecimiento de la productividad media del factor tierra se asocia, en lo fundamental, con inversiones en capital físico y el acceso a programas formativos*. En el ofrecimiento de estos últimos, las asociaciones mostraron gran capacidad y participación.

En cuanto a los no asociados, es bueno expresar lo siguiente: las técnicas de producción más eficientes en el caso de la tilapia no eran exclusivas de los asociados, ya que en la comunidad existe la comunicación de saberes entre los productores. Al indagar con los no asociados, se pudo establecer que ellos replicaron mucho de las técnicas aprendidas y aplicadas por los asociados, pero no se puede considerar, en general, que se presentara aquí un efecto derrame como en el caso de la comercialización, debido a que, antes de la asociación, la forma de producción era, en gran medida, artesanal y poco productiva y se evidenciaba un gran atraso tecnológico; se afirma, por tanto, que en este caso las mejoras requieren poca inversión de capital puesto que, por ejemplo, implican cosas como aumentar el número de mangueras que oxigenan el agua y chapar el piso y paredes del tanque con piedras. Pero la asociación creó programas de capacitación en tecnologías nuevas y de financiación de éstas, que contribuyen a lograr aumentos sustanciales de productividad en la crianza (sistema Biofloc), de las cuales sólo uno de los asociados ha implementado en su terreno resultados muy positivos (aumentos de más del 100% de productividad esperada y reducción del tiempo de crianza); no obstante, al momento de aplicar la encuesta, las nuevas tecnologías apenas se estaban implementado y, hasta dentro de seis meses, no muestran resultados; se trata de tecnologías y capacitaciones a las que los no asociados no tienen la oportunidad de acceder fácilmente, tanto por el costo financiero como del requerimiento en términos de capital humano.

La gráfica 3 muestra cómo fue el comportamiento del acceso a programas enfocados a la producción, tanto para asociados como para no asociados. En el año 2010, más del 80% de los encuestados manifestaron nunca haber accedido a algún programa de estímulo a la producción, lo

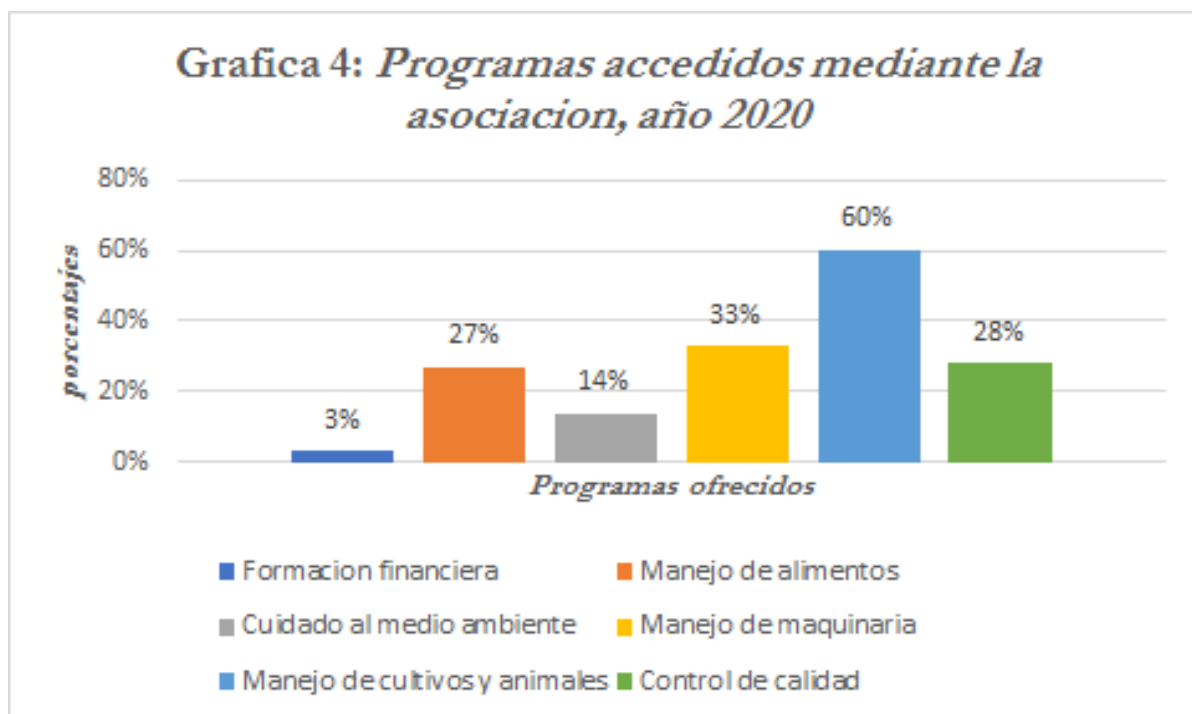
cual contrasta con los hallazgos para el 2020, año en el cual *el 100% de los encuestados asociados manifestaron haber accedido a programas de estímulo productivo con una regularidad de una vez al año, comparado con un 28% de los no asociados que han accedido a programas de esa índole en el periodo 2010-2020.*



**Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados y no asociados.**

Gracias al esfuerzo de las asociaciones para buscar los mecanismos y alternativas para brindar cursos de formación y capacitación, además de la entrega de dotaciones para el desarrollo de la actividad agrícola con entes departamentales y nacionales, se puede afirmar que todos los asociados han percibido mejoras en la producción después de haber accedido a los cursos formativos, siendo el programa de manejo de cultivos y animales el más ofrecido y tomado en cuenta por los miembros de las diversas asociaciones. Luego, están los programas de manejo de maquinaria, control de calidad y manejo de alimentos. Por otro lado, se aprecia una falencia en la oferta de programas de cuidado del medio ambiente y formación financiera, siendo éstos de suma importancia también (ver gráfica 4). Es bueno reiterar que todos los asociados pueden acceder a los programas puesto que no hay ninguna restricción, con una regularidad de, al menos, una vez por año.





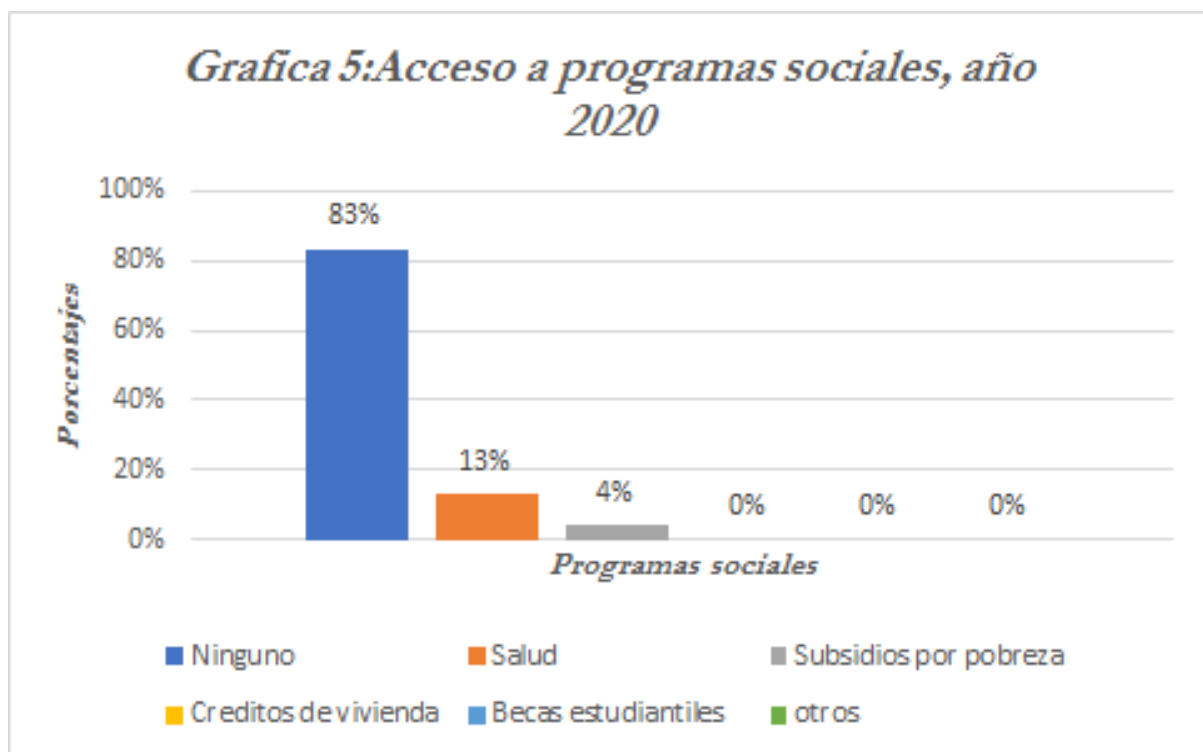
Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados y no asociados.

#### **7.4. Asociatividad como factor de mejora en el acceso a programas sociales y de estímulo a la producción**

Al momento de trazar políticas públicas orientadas al mejoramiento del nivel de vida de la población campesina, es fundamental conocer sus problemas y las causas de éstos, causas que no siempre son las mismas. Una manera de poder resolver el conjunto de problemáticas de los pequeños productores, consiste en que sean ellos mismos quienes se organicen legalmente, bajo un esquema de cooperación voluntaria, donde identifiquen sus necesidades y la mejor manera de satisfacerlas. Además, y en lugar de esperar que sea el gobierno quien se presente con los programas sociales, se requiere que sean los mismos campesinos quienes vayan en busca de éstos, hacer el seguimiento a la asignación de los respectivos recursos y a la aplicación de los programas en sus diferentes entornos (familiar o veredal, por ejemplo), fortaleciéndose así las relaciones entre las instituciones del Estado y la comunidad rural.

Como se aprecia en la Gráfica 5, tanto en asociados como en no asociados se evidenció el hecho de que no ha habido un acceso significativo a programas sociales. Concretamente, el 83% de todos los encuestados respondieron que, hace más de diez años, no habían accedido a ningún programa social, el 13% sólo había accedido a salud, y un 4% a subsidios; pese a que, en muchos casos, los programas sociales son ofrecidos por la administración municipal, el campesino carece de información sobre

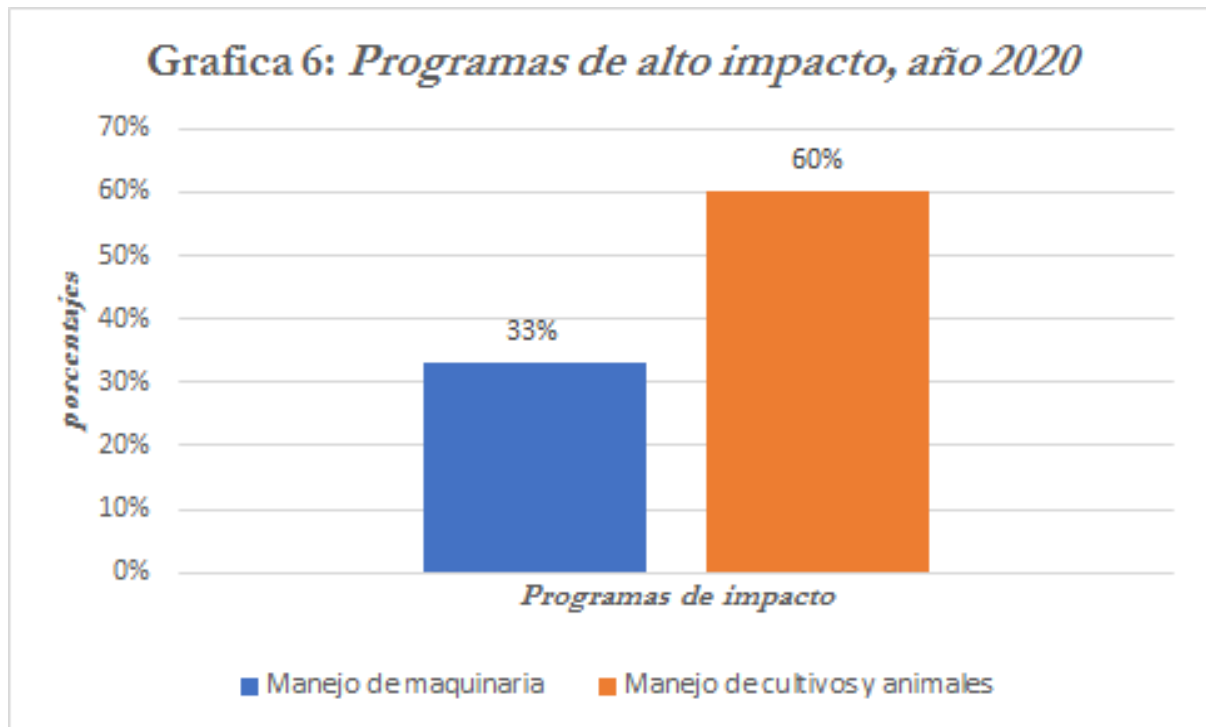
cómo acceder a ellos. Sumado a esto, la investigación permitió establecer que las asociaciones no están jugando un papel activo en la solución de dicho problema, pues se han venido concentrando más en la consecución de ayudas financieras y el acceso a programas de estímulo a la producción. Sobre el tipo de programas sociales que se consideraron en la presente investigación, conviene agregar que la encuesta aplicada indagó por los subsidios de pobreza, los créditos de vivienda, el acceso a servicios de salud y a becas estudiantiles, entre otros. Aunque la mayor parte de los encuestados tienen la impresión de que no pueden acceder a los programas sociales porque no cumplen con los requerimientos (77% consideran que no los cumplen), o porque desconocen la existencia de tales programas, *en el caso de los asociados se ve un acceso un poco mayor*, lo cual puede estar relacionado con el hecho de que, en las organizaciones campesinas, hay un nivel más alto de información compartida entre sus miembros.



**Fuente:** cálculos propios con base en la encuesta a los asociados y no asociados.

En lo atinente al impacto o efecto de los programas de estímulo a la producción, debe resaltarse que hubo un balance positivo, según lo expresado por los miembros de las asociaciones. Es así como, paulatinamente y con el paso de los años, las asociaciones han logrado captar recursos tanto departamentales como municipales que han permitido crear, en algunos casos, programas para estimular el desarrollo productivo. En el caso de las tres asociaciones, los afiliados se han visto favorecidos con ayudas materiales y técnicas, recibiendo maquinaria, equipo y capacitaciones

técnicas. Como lo presenta la gráfica 6, *los dos programas que más han impactado positivamente la producción en concepto de los afiliados, son, primero, el de manejo de maquinaria, en el que participaron el 33% de los encuestado; y, segundo, el programa de manejo de cultivos y animales.* De esta manera, podría hablarse de una actividad productiva menos apoyada en prácticas tradicionales y, por tanto, de mejores resultados. No obstante, sigue habiendo un grupo de campesinos aferrados a los tradicionales métodos que han heredado de sus ancestros.



**Fuente: cálculos propios con base en la encuesta a los asociados y no asociados.**

## 7.5. Percepción acerca del impacto de la asociatividad, a la luz de los testimonios de los directores y los asociados de las organizaciones Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná



El trabajo de campo permitió recoger las impresiones tanto de personas ligadas a las agremiaciones como de no agremiados, acerca del funcionamiento de las asociaciones y del impacto que éstas han tenido en sus actividades productivas y, por tanto, en su calidad de vida; también, los logros que se han alcanzado y los que se espera conquistar. El solo hecho de asociarse no implica una solución plausible para los problemas de sus miembros; se requiere, además, de un sentimiento de pertenencia hacia la organización, que se verá reflejado en un crecimiento de ésta. Al respecto, se pudo establecer que algunos afiliados le daban más prioridad al interés de obtener beneficios materiales de la asociación, que a contribuir a que ésta se convirtiese en un verdadero motor de desarrollo para el colectivo.

Al preguntar a los afiliados por los objetivos perseguidos con pertenecer a una asociación, ellos respondieron de la siguiente manera: el 51% esperaba mejores precios para los productos, seguido por un 24% que esperaba mejores precios de los insumos, un 15% interesado en lograr facilidades para acceder a programas sociales y de estímulo a la producción, y, finalmente, un 10% interesado en crear lazos de confianza con los consumidores. Con respecto a los objetivos mencionados, el 60% de los asociados consideran que se logró cumplir el objetivo de mejores precios para sus productos, el 20% estiman que hay un mayor acceso a programas de estímulo a la producción ofrecidos por el gobierno y, por último, un 10% percibió que han logrado acceder a mejores insumos y a menores precios a los que les venden en el mercado tradicional. Una de las ventajas que más se han notado es que, al pertenecer a una asociación legalmente constituida, se ha podido acceder a programas del Estado para el fomento de la producción agrícola, el cambio de técnicas

manuales de producción por técnicas automáticas y el acceso a microcréditos para afrontar calamidades.

Otro de los beneficios obtenidos con la asociatividad, es que varios miembros vieron en su labor productiva no sólo una forma de sustento, sino también la oportunidad de agregar valor a su producto, creando marca y produciendo bienes finales de alta calidad, con el impacto positivo que esto tiene en el empleo de otras familias. Un caso concreto es el de cierta familia que generó una marca de panela y que produce otros bienes derivados de ésta, dando empleo a más de cinco familias que también elaboran panela; otro caso es de una piscicultora que, además de elaborar panela, creó un centro turístico para la pesca de tilapia, con hostería y restaurante.

Se observó, también, que las asociaciones con mejores resultados fueron aquellas en las cuales sus miembros tomaban roles más activos dentro de la organización, no sólo en la búsqueda de beneficios propios sino, además, en la persecución del desarrollo de todos sus miembros, creando lazos de confianza entre los productores y la asociación.

Sobre lo manifestado por los directores de las organizaciones, hay que resaltar, en palabras de Fabio Zapata, que el objetivo de fundación de todas las asociaciones consistió en la necesidad sentida del pequeño productor, de contar con una mejor alternativa para comercializar sus bienes; en el mercado del pueblo sólo se hacía contacto con un comerciante que, realmente, era uno de muchos intermediarios entre el productor y el consumidor final, quedándose el campesino con un exiguo margen de ganancia. Al sentirse varios productores desprotegidos, y viendo que en el país se estaban formando organizaciones de y para los productores, se tomó la decisión de crear la organización para solucionar el problema de la variación de los precios, establecer un precio estándar para todos y reducir la incidencia de los intermediarios; estos últimos imponían el precio de compra, no importando que el agricultor obtuviese pérdidas.

Por último, varios afiliados coincidieron en la existencia de algunos problemas dentro de la organización como, por ejemplo, el caso de una asociación que tuvo gerencias que se lucraron ilegalmente del trabajo de otros, apropiándose de recursos económicos y comprometiendo, de esta manera, la viabilidad de los proyectos; infortunadamente y debido al desconocimiento de las prácticas gerenciales por parte de los campesinos, el problema no fue identificado sino mucho después, con la intervención de otros agentes de control de la asociación. En algunos casos, los culpables tienen nexos con fuerzas políticas, lo cual dificulta obligarlos a responder por sus actos.

## 8. Recomendaciones derivadas de la investigación

A manera de recomendaciones que permitan potenciar el impacto de la asociatividad, debe mencionarse, primero, la importancia de fortalecer el grado de formación del campesino. Si se tiene una población caracterizada por un escaso grado de educación financiera, habrá problema para calcular una rentabilidad e interpretarla, llevar registros de ingresos y costos, evitar el endeudamiento excesivo, dar un buen manejo a los excedentes de liquidez (ahorro) y tener claridad sobre los beneficios asociados con la inversión en actividades productivas o la adquisición de activos; se trata de aspectos relacionados con la educación financiera, que son clave para tomar decisiones que permitan elevar la tasa de ganancia y permanecer en el negocio. También, hay que hablar de la necesidad de fortalecer la formación técnica, en la medida que ésta permite incorporar mejores procedimientos a la producción, apropiarse de las nuevas tecnologías y sacar provecho de la Internet, en un contexto en el que no poder apoyarse en esta herramienta o no estar familiarizado con ella configura lo que se denomina el analfabetismo digital.

En cuanto a las técnicas de cultivo, la experiencia del productor es importante mas no suficiente. Se precisa una mejor explotación de los terrenos, con prácticas más acordes con las utilizadas en cultivos altamente productivos. Para lograr lo anterior se debe buscar un cambio en la manera de operar de muchos campesinos, que son reacios a las recomendaciones brindadas. La aplicación de técnicas de cultivo más productivas y, por tanto, más rentables, permiten reducir los tiempos de espera para el debido desarrollo, así como superar enfermedades comunes que ya son evitables en las plántulas mejoradas genéticamente. Por último, hay que mencionar la necesidad de que se efectúen estudios de suelos por parte de un profesional en la materia, a fin de poder identificar las zonas aptas o idóneas para determinado cultivo. Como solución, se propone generar lazos con las instituciones como SENA, AGROSAVIA e ICA.

En lo que respecta a las acciones orientadas a reducir costos de producción, es necesario realizar alianzas entre la asociación que cumple la figura de comercializadora y los proveedores de insumos (abonos, fertilizantes, concentrados, medicamentos, etcétera) y los transportadores del producto final, puesto que se han identificado debilidades en este sentido. Así las cosas, no se tiene poder negociación frente a los proveedores de insumos y servicios (transporte, por ejemplo), lo cual dificulta generar economías de escala en la producción. A su vez, para que las asociaciones puedan cumplir con sus propósitos, es urgente revisar el asunto de la evidente falta de compromiso de algunos productores con las asociaciones a las que pertenecen, tanto en términos de aportes

económicos como de la venta de sus productos a aquéllas; en razón del comportamiento fluctuante de los precios, en algunas oportunidades el asociado prefiere vender sus bienes directamente al consumidor final o a los intermediarios, generando dificultades a la asociación por la falta de lazos de confianza y fidelidad hacia la misma.

Finalmente, y en un contexto de globalización económica, caracterizado por la fuerte competencia en los diferentes mercados, se impone la tarea de lograr certificaciones en buenas prácticas agrarias, las cuales garantizan la inocuidad de los alimentos, es decir, que éstos no pongan en riesgo la salud humana; a nivel internacional se maneja la norma ISO 22000 y, en el caso colombiano, existe la certificación en buenas prácticas agrícolas (BPA) que otorga el ICA. Además, la existencia de consumidores cada vez más preocupados por el deterioro del medio ambiente, exige que el productor acredite que sus bienes son amigables con este último, para lo cual debe certificarse en norma ISO 14001, que es una norma de carácter internacional; en el caso local se habla, por ejemplo, del Sello Ambiental Colombiano, que, citando lo expresado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia, debe ser considerado por los productores o prestadores de servicios como una estrategia comercial y una ventaja competitiva; y por los consumidores como un valor agregado frente a otros bienes y servicios que no cuentan con este instrumento. Cabe agregar que, en el contexto actual, se habla de los denominados clientes verdes, que son personas que, al momento de comprar, miran que el bien o servicio tenga un proceso productivo amigable con el medio ambiente (utilización de empaques fácilmente biodegradables y/o reciclables, además de la reducción de las huellas hídrica, ecológica y de carbono).

Sobre las certificaciones mencionadas anteriormente hay que advertir que, pese al interés de las asociaciones en obtenerlas, en la actualidad los afiliados no cuentan con ellas.

## **9. Conclusiones**

El término de economía campesina se relaciona con pequeñas explotaciones agrarias donde, en muchos casos, priman técnicas de producción tradicionales o transmitidas de generación en generación, y apoyadas en mano de obra familiar no calificada. El escaso nivel educativo, la pobre o nula educación financiera, el desconocimiento de los elevados estándares que hoy se imponen en los mercados (certificaciones en inocuidad de los bienes y en procesos productivos amigables con el medio ambiente, por ejemplo) y una resistencia al cambio que impide introducir mejores técnicas de producción, representan algunos de los problemas que comprometen seriamente la

capacidad del campesino para competir. En la superación de los obstáculos anteriores, es fundamental la labor que puedan desempeñar las asociaciones en colaboración con el Estado.

La asociatividad es una importante vía para superar muchos de los obstáculos a que se enfrentan los pequeños y medianos productores para poder competir, debido a los logros que se pueden alcanzar estableciendo vínculos de cooperación mutua, en vez de actuar en forma aislada. Es así como los resultados de la presente investigación, la cual se concentró en los casos de un grupo de asociados de Asopez, Asopaco y Cooperativa de Caficultores de Cocorná, permiten concluir que, en efecto, la asociatividad tiene impactos positivos en términos de comercialización, productividad y accesos a programas sociales y de estímulo a la producción.

En cuanto a las mejores condiciones de comercialización de los bienes, la asociatividad campesina ha posibilitado, en el caso de las tres organizaciones estudiadas y para el periodo 2010-2020, mejorar el precio de venta para el productor, contribuyendo así a incrementar su margen de ganancia; justamente, los testimonios recogidos remarcan como uno de los grandes logros de las asociaciones el haber permitido superar la situación desventajosa que se tenía con los intermediarios. Gracias a las asociaciones, puede hablarse de un mecanismo de compra y venta mucho más estable, mayores volúmenes de compra al productor y precios más remunerativos, en razón de los acuerdos que se han concretado con grandes establecimientos comerciales. Tales acuerdos contribuyen a lograr mayores estándares de calidad y, de esta manera, un posicionamiento en el mercado. Además, la misma existencia de la asociación crea un precio de compra mínimo en la región, debido a que ella no discrimina, a la hora de comprar productos, entre los que son asociados y los que no lo son, creando así un efecto derrame para los no asociados.

En lo relativo al rendimiento en los cultivos, la investigación encontró que la asociatividad también ha tenido un efecto positivo en términos de la productividad media del factor tierra, la cual se incrementó a un ritmo mayor para el grupo de productores asociados en comparación con el de no asociados. Dicha situación, sumada a la posibilidad de comercializar los bienes a mejores precios, determinan una mejor situación en términos de ingreso real bruto para los asociados en comparación con los no asociados.

El mencionado aumento de la productividad, se relaciona con otro efecto positivo de la asociatividad: el mayor acceso a programas de estímulo a la producción que ella hizo posible. Concretamente, se deben mencionar los programas orientados a capacitar a los afiliados (manejo



de maquinaria y manejo de cultivos y animales, por ejemplo), obtener financiación para los mismos mediante convenios con entes gubernamentales y municipales, y recibir ayudas en maquinaria y equipo.

Como mayor falencia se observó la falta de acceso a programas sociales, puesto que en la mayoría de los casos los campesinos no aplican para éstos, principalmente por carencias en información sobre cómo participar y obtener las ayudas, ayudas que claramente necesitan. En relación con la falencia anterior se encontró que las asociaciones no buscan fomentar los programas sociales, lo cual dificulta que los afiliados accedan a los mismos.

Por último, es importante reconocer la labor de la asociación como puente entre el Estado y el campesinado, convirtiéndose en un representante activo de este último y estableciendo relaciones más estrechas con los entes gubernamentales. De aquí la importancia de superar el problema de la falta de compromiso de algunos productores con las asociaciones a las que pertenecen, tanto en términos de aportes económicos como de la venta de sus productos a aquéllas, para que las asociaciones puedan cumplir con sus propósitos.

### **Referencias Bibliográficas**

Albuquerque, P. (2004). Asociativismo. En *La otra Economía* (pp. 31-38). ANTONIO DAVID CATTANI. <https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Laotraeconomia.pdf>

Angélico, H., Forni, F., Gómez, V., Dzembrowski, N., Balbachan, F. (2008). *Asociatividad y cooperación en situaciones de trabajo. Las cooperativas de trabajo en el Área Metropolitana.*

Baribbi, A., Spijkers, P. (2011). *CAMPESINOS, TIERRA Y DESARROLLO RURAL*. Bogotá, abril de 2011. Aimo Baribbi Piet Spijkers Asistencia Técnica Internacional del Tercer Laboratorio de Paz. La Asistencia Técnica Internacional del Tercer Laboratorio de Paz. [https://eeas.europa.eu/archives/delegations/colombia/documents/projects/cartilla\\_tierra\\_y\\_de\\_sarrollo\\_lab\\_paz\\_iii\\_es.pdf](https://eeas.europa.eu/archives/delegations/colombia/documents/projects/cartilla_tierra_y_de_sarrollo_lab_paz_iii_es.pdf)

Barreto, J. A., & Fajardo, O. P. (2017). *ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE LECHE EN COLOMBIA.*

- Bartra, A. (1982). *El comportamiento económico de la producción campesina*. Texcoco, Estado de México, México: Universidad Autónoma Chapingo. Dirección de Difusión Cultural.  
<http://bibliotecasibe.ecosur.mx/sibe/book/000021296>
- Bedregal, A. (2014). *La asociatividad como factor de sostenibilidad en asociaciones de productores agrícolas y agroindustriales*.  
[https://www.academia.edu/35044260/La\\_asociatividad\\_como\\_factor\\_de\\_sostenibilidad\\_en\\_asociaciones\\_de\\_productores\\_agricolas\\_y\\_agroindustriales](https://www.academia.edu/35044260/La_asociatividad_como_factor_de_sostenibilidad_en_asociaciones_de_productores_agricolas_y_agroindustriales)
- Bernal, A. (2013). *2 ANÁLISIS COMPARATIVO DE FRONTERA DE EFICIENCIA DE LA AGRICULTURA DE PEQUEÑA, MEDIANA Y GRAN ESCALA EN COLOMBIA*.  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/12085/BernalRuizAndresOswaldo2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Berry, A. (2015). *La agricultura familiar y la inclusión productiva: Un factor contribuyente a la paz*.  
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/rccp/article/view/330553>
- Berry, A., & Cline, W. (1979). *Agrarian structure and productivity in developing countries: a study prepared for the international labour office within the framework of the world employment programme*.  
<https://www.jstor.org/stable/3203131>
- Byerlee, D. (2009). *Agriculture for Development: Toward a New Paradigm*.  
<https://doi.org/10.1146/annurev.resource.050708.144239>
- Caille, A. (1998). *Don et Association, in: Une seule Solution: L'association. La revue du MAUSS semestrielle*.
- Camacho, P., Marlin, C., & Zambrano, C. (2007). *Elementos orientadores para la gestión de empresas asociativas rurales*. Plataforma RURALTER.  
<http://www.asocam.org/sites/default/files/publicaciones/files/c194669a213f847b9a151bb8bc2b4065.pdf>
- CHAMBERS, R., & JIGGINS, J. (1987). *Agricultural research for resource-poor farmers Part II: A parsimonious paradigm* (2nd ed., Vol. 27).
- Chayanov, A. (1974). *La organización de la unidad económica campesina*. Ediciones Nueva Visión.

Coraggio, J. L. (2004). *La gente o el capital: desarrollo local y economía del trabajo*. Centro de Investigaciones CIUDAD ILDIS-FES Ediciones ABYA YALA.  
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/ciudad/20180103040333/gente.pdf>

Craviotti, C., & Palacios, P. (2013). La diversificación de los mercados como estrategia de la agricultura familiar. *Revista de Economía y Sociología Rural*, 51.  
[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-20032013000600004](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032013000600004)

DANE. (2014). *Censo nacional agropecuario*. <https://www.dane.gov.co/files/CensoAgropecuario/entrega-definitiva/Boletín-9- cultivos/9-Boletín.pdf>

Dini. (1996). Políticas Públicas para el Desarrollo de Redes de Empresas. La Experiencia Chilena, en *Redes y Regiones: Una Nueva Configuración. Latinoamericana de Estudios del Trabajo, Facultad Latinoamericana de Ciencias*.

Esteve, M. (2009). *"Tierra y agua para poder producir y vivir": El Movimiento Campesino Cordobés*. Red Internacional de Estudios sobre Sociedad, Naturaleza y Desarrollo.  
<https://www.redalyc.org/pdf/124/12415108011.pdf>

Feder, E. (1978, enero). Campesinistas y descampesinistas: tres enfoques divergentes (no incompatibles) sobre la destrucción del campesinado. *Comercio exterior*, 28(1), 42-51.  
<https://biblat.unam.mx/es/revista/comercio-exterior/articulo/campesinistas-y-descampesinistas-tres-enfoques-divergentes-no-incompatibles-sobre-la-destruccion-del-campesinado>

Forero, J. (2003). *ECONOMÍA CAMPESINA Y SISTEMA ALIMENTARIO EN COLOMBIA: APORTES PARA LA DISCUSIÓN SOBRE SEGURIDAD ALIMENTARIA*.  
[https://www.academia.edu/29803223/ECONOM%C3%8DA\\_CAMPE\\_SINA\\_Y\\_SISTEMA\\_ALIMENTARIO\\_EN\\_COLOMBIA\\_APORTES\\_PARA\\_LA\\_DISCUSI%C3%93N\\_SOBR\\_EGURIDAD\\_ALIMENTARIA](https://www.academia.edu/29803223/ECONOM%C3%8DA_CAMPE_SINA_Y_SISTEMA_ALIMENTARIO_EN_COLOMBIA_APORTES_PARA_LA_DISCUSI%C3%93N_SOBR_EGURIDAD_ALIMENTARIA)

Forero, J., Rodríguez, S., Gutiérrez, Á., Nieto, A. (2016). Eficiencia económica de la agricultura familiar colombiana y sus potencialidades para superar la pobreza rural. En el *desarrollo equitativo*,

*competitivo y sostenible del sector agropecuario en Colombia* (pp. 57-102). Carlos Gustavo Cano S.

[https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9328/LBR\\_2016-](https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9328/LBR_2016-)

[11.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9328/LBR_2016-11.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Forni, F. (2005). *Caminos Solidarios de La Economía Argentina: Redes Innovadoras Para La Integración*. Ediciones CICCUS.

Hill, C., Jones, G. R. (2009). *Administración Estratégica* (8th ed.). McGraw-Hill Educación.

Kalmanovitz, S. (2011). (2011). *Nueva historia económica de Colombia*. Penguin Random House.

kautsky, k. (1974). *LA CUESTIÓN AGRARIA ESTUDIO DE LAS TENDENCIAS DE LA AGRICULTURA MODERNA Y DE LA POLÍTICA AGRARIA DE LA SOCIALDEMOCRACIA* (Tercera edición: ed.). Editorial Laia.

<http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/Pe/181630.pdf>

La República. (2021, 4 12). *Las tiendas de café cambiaron en los últimos cuarenta años al ritmo del consumidor*.

[https://www.larepublica.co/consumo/las-tiendas-de-cafe-cambiaron-en-los-ultimos-cuarenta-](https://www.larepublica.co/consumo/las-tiendas-de-cafe-cambiaron-en-los-ultimos-cuarenta-anos-al-ritmo-del-consumidor-)  
[anos-al-ritmo-del-consumidor-](https://www.larepublica.co/consumo/las-tiendas-de-cafe-cambiaron-en-los-ultimos-cuarenta-anos-al-ritmo-del-consumidor-)

[2971876#:~:text=Del%20cultivo%20del%20grano%20dependen,kilos%20per%20c%C3%A1pit](https://www.larepublica.co/consumo/las-tiendas-de-cafe-cambiaron-en-los-ultimos-cuarenta-anos-al-ritmo-del-consumidor-2971876#:~:text=Del%20cultivo%20del%20grano%20dependen,kilos%20per%20c%C3%A1pit)  
[a%20por%20a%C3%B1o](https://www.larepublica.co/consumo/las-tiendas-de-cafe-cambiaron-en-los-ultimos-cuarenta-anos-al-ritmo-del-consumidor-2971876#:~:text=Del%20cultivo%20del%20grano%20dependen,kilos%20per%20c%C3%A1pit)

Leibovich, J. (2013). Vinculación de los pequeños productores al desarrollo de la agricultura. In *Prólogo II Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia* (pp. 187-231). Fedesarrollo.

[https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/61/LIB\\_2013\\_Pol%C3%a](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/61/LIB_2013_Pol%C3%a)  
[dticas%20para%20el%20desarrollo%20de%20la%20agricultura\\_Completo.pdf?sequence=1&isA](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/61/LIB_2013_Pol%C3%a)  
[lloved=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/61/LIB_2013_Pol%C3%a)

Lozano, F. (2010). *LA ASOCIATIVIDAD COMO MODELO DE GESTIÓN PARA PROMOVER LAS EXPORTACIONES EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN COLOMBIA*. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-30632010000200007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007)

- Lozano, F. D. (2010). *LA ASOCIATIVIDAD COMO MODELO DE GESTIÓN PARA PROMOVER LAS EXPORTACIONES EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN COLOMBIA* (2nd ed., Vol. 5).  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-30632010000200007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007)
- Machado, A. (2011). *Colombia Rural: Razones para una esperanza. Informe de Desarrollo Humano*. PNUD.  
[http://pnudcolombia.org/indh2011/pdf/informe\\_completo\\_ind-h2011pdf,2011](http://pnudcolombia.org/indh2011/pdf/informe_completo_ind-h2011pdf,2011)
- Maldovan, J., Dzembrowski, N. (2009, septiembre). Asociatividad para el trabajo: una conceptualización de sus dimensiones. *Margen*, (55).  
<https://www.margen.org/suscri/margen55/maldovan.pdf>
- Ministerio de agricultura. (2019, 4 16). *La política pesquera del Min agricultura le apunta a ordenar la productividad y aumentar el consumo*.  
<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Pol%C3%ADtica-pesquera-del-Minagricultura-le-apunta-a-ordenar-la-productividad-y-aumentar-el-consumo.aspx#:~:text=Las%20actividades%20pesqueras%20y%20acu%C3%ADcolas,familias%20dependen%20de%20este%20sector.&t>
- Ministerio de agricultura. (2019). *Cadena Agroindustrial de la panela*.  
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Panela/Documentos/2019-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Perea, A. F. (2014). *ASOCIATIVIDAD PARA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS*.
- Perry, S. (2013). *Agricultura familiar y seguridad alimentaria en los países andinos*.
- Ploeg, J. v. d. (2010). *NUEVOS CAMPESINOS E IMPERIOS ALIMENTARIOS* (primera edición ed., Vol. 1). icaria. <https://edepot.wur.nl/424202>
- Ramírez, J. M., Perfetti, J. J., & Bedoya, J. G. (2016). Estimación de brechas tecnológicas y sus determinantes en el sector agropecuario colombiano. En el desarrollo *equitativo, competitivo y sostenible del sector agropecuario en Colombia* (pp. 171-202). Banco de la República.

[https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9328/LBR\\_2016-11.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9328/LBR_2016-11.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rodríguez-Sperat, R. (2018). *Agricultura, sociedad y desarrollo*.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1870-54722018000400595&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1870-54722018000400595&lng=es&nrm=iso)

Rosales, R. (1997). *La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las pymes*.

Santacoloma-Varón, L. E. (2013). *Importancia de la economía campesina en los contextos contemporáneos: una mirada al caso colombiano* (2nd ed., Vol. 11).

Santacoloma-Varón, L. E. (2015). *Importancia de la economía campesina en los contextos contemporáneos: una mirada al caso colombiano* (2nd ed., Vol. 11).  
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/1159>

Solís, J. (2016). *La capacitación campesina como instrumento de transformación del agro andino*. Antropológica.

Tecnología. (2018, 11 20). Producción de panela en Colombia. *centro virtual de negocios*.  
<https://www.cvn.com.co/la-panela-colombiana/#:~:text=La%20panela%20colombiana%20es%20una,insignias%20de%20la%20gastronom%C3%ADa%20natural>

Torres, E. E., Torres, h. E., & López, M. (2020). *Cocorná guía base para la reactivación económica*.  
<http://portal.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/57d48048-cb91-4ca1-971b-6047d604b14f/38.+Cocorna%CC%81-dos.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nakIVUf>

Tsakoumagkos, P. (2008). *Tsakoumagkos, Pedro (2008). Estudio sobre los pequeños productores agropecuarios y el desarrollo rural en Argentina*. PROINDER-SAGPyA.

Vázquez Barquero, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Antoni Bosch Editor.  
[https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-05/semana5/complementarios/TDES\\_Vazquez\\_Barquero\\_Unidad\\_3\\_1\\_.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-05/semana5/complementarios/TDES_Vazquez_Barquero_Unidad_3_1_.pdf)

Villanueva-Mejia, D. (2018). *Modern Biotechnology for Agricultural Development in Colombia*.

<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ingciencia/article/view/5176>

Vuotto, M. (1994). *Paradojas de la organización cooperativa*. Centro Editor de América Latina.

Vuotto, M. (2000). *El desempeño organizacional del cooperativismo de trabajo*.

## Anexos

### Anexo 1: encuesta aplicada a las asociaciones

<b>PREGUNTAS PREVIAS PARA LAS ASOCIACIONES</b>
Nombre del entrevistado:
1. ¿Cuál es el nombre de la asociación?
2. ¿Cuál es su ubicación geográfica de la asociación?
3. ¿En qué año se fundó?
4. ¿Con cuántos asociados cuenta?
5. ¿Quiénes la crearon y por qué razones o cuáles fueron las motivaciones?
6. ¿A qué subsector económico pertenecen los asociados (agrícola, pecuario, pesquero, etcétera)?
7. ¿Qué puede decir usted sobre el estado actual de la sostenibilidad financiera de la organización?
8. ¿Cuál considera usted que es la importancia de la asociación campesina en el contexto colombiano actual?
9. ¿En qué metodología se apoya la organización para atraer nuevos asociados?
10. ¿La asociación tiene relaciones con aquellos campesinos que no pertenecen a ella?
11. ¿Qué factores internos y externos considera usted que dificultan el cumplimiento de los objetivos de la asociación?
12. ¿Considera usted que hay un interés por parte del Estado colombiano en la creación, sostenibilidad y crecimiento de las asociaciones campesinas agropecuarias?



## PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE LA COMERCIALIZACIÓN

**1. ¿Qué requerimientos de calidad maneja la asociación en el producto que comercializa?**

- a. Norma ISO 22000 (garantía de seguridad alimentaria o de inocuidad de los alimentos)
- b. Certificación en buenas prácticas agrícolas (BPA), ICA
- c. Otros

En caso de haber elegido la opción **Otros**, indique cuáles son esos requerimientos \_\_\_\_\_

**2. ¿A quién le vende la asociación el producto en mayor porcentaje?**

- a. Consumidor final
- b. Tiendas de barrio, plazas de mercado y legumbres o puestos de verduras en el barrio
- c. Supermercados
- d. Industria de alimentos
- e. Otros intermediarios (Central Mayorista, por ejemplo)

**3. En el año 2020, ¿qué cantidad de producción (kilos, toneladas) le compró la asociación a los productores y a qué porcentaje de la producción total de los asociados corresponde esa cantidad?**

Cantidad de producción adquirida por la asociación a los productores 2020 \_\_\_\_\_

Porcentaje de la producción total de los asociados 2020 \_\_\_\_\_

**4. En el año 2020, ¿qué cantidad de producción (kilos, toneladas) vendió la asociación al consumidor final?**

Cantidad 2020 \_\_\_\_\_

**5. En el año 2020, ¿qué cantidad de producción (kilos, toneladas) vendió la asociación a supermercados?**

Cantidad 2020 \_\_\_\_\_

**6. En el año 2020, ¿qué cantidad de producción (kilos, toneladas) vendió la asociación a la industria de alimentos?**

Cantidad 2020 \_\_\_\_\_

**7. En el año 2020, ¿qué cantidad de producción (kilos, toneladas) vendió la asociación a legumbres o puestos de verduras?**

Cantidad 2020 \_\_\_\_\_

**8. En el año 2020, ¿qué cantidad de producción (kilos, toneladas) vendió la asociación a tiendas de barrio?**

Cantidad 2020 \_\_\_\_\_

**9. En el año 2020, ¿qué cantidad de producción (kilos, toneladas) vendió la asociación a otros intermediarios (Central Mayorista, por ejemplo)**

Cantidad 2020 \_\_\_\_\_

**10. ¿Cuál es el precio promedio al que la asociación paga el producto, y cuál es el precio promedio al que lo pagan otros compradores?**

Precio promedio que paga la asociación por el producto (precio por kilo) \_\_\_\_\_

Precio promedio que pagan otros compradores por el producto (precio por kilo) \_\_\_\_\_

**11. ¿Cuáles son los canales de venta de la asociación?**

- a. Punto de venta (tienda propia)
- b. Distribuidores mayoristas (supermercados, por ejemplo)
- c. Distribuidores minoristas (legumbrerías y tiendas de barrio)
- d. Canales de venta online (páginas de ventas, redes sociales, ecommerce o tiendas virtuales)

**12. Si fueren varios los canales de venta utilizados por la asociación, ¿cuál es el más importante o más utilizado?**

**13. ¿Cómo se distribuyen las ganancias resultantes de la venta de los productos por parte de la asociación?**

**14. Dentro de las finalidades con las cuales se creó la asociación están:**

- a. Conseguir mejores precios de los insumos (herramientas, maquinaria, abonos, etcétera)
- b. Lograr mejores precios para los productos reduciendo el número de intermediarios en la comercialización y, además, elevar la cantidad vendida por el productor
- c. Facilitar el acceso de los asociados a los programas y/o apoyos económicos del gobierno
- d. Diferenciar el producto y mejorar su calidad a través de, por ejemplo, la obtención de certificaciones (Norma ISO 22000, certificación BPA del ICA, etcétera)
- e. Generar lazos de confianza entre los productores y los consumidores finales

15. Dentro de los fines mencionados en la pregunta anterior, ¿cuáles son los dos en los que la organización ha tenido mayor éxito? Sustentar en cada caso.

16. Para comercializar los productos, ¿se contratan trabajadores vinculados con la asociación campesina?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

En caso afirmativo, indique cuántos empleados se contratan \_\_\_\_\_

### PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE LA PRODUCTIVIDAD

1. ¿Qué tipo de programas formativos ofrece la asociación?

- a. Formación financiera
- b. Cuidado del medio ambiente
- c. Manejo de alimentos
- d. Capacitación en manejo de maquinaria
- e. Capacitación en manejo de cultivos y animales
- f. Educación básica (primaria y/o secundaria)
- g. Control de calidad
- h. Otro programa. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿La asociación contrata profesionales para el asesoramiento a los campesinos destinado a mejoras en la productividad?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

De ser sí la respuesta, ¿con qué frecuencia reciben capacitación?

3. ¿Las capacitaciones son de carácter general para los miembros o hay criterios de selección de los beneficiados?

En caso de haber criterios, indique cuáles son.

4. ¿Cuenta la asociación con alianzas con centros formativos públicos o privados (centros que ofrecen formación técnica en agronomía, en implementación de mejoras

tecnológicas como la introducción de maquinaria agrícola o en la adecuación de tierras)?

5. ¿Existen programas destinados al reemplazo, mejoramiento o introducción de tecnologías para la producción?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

6. ¿La asociación ofrece a sus asociados capital físico (activos productivos como herramientas y/o maquinaria agrícola) o financiación para el mejoramiento de la productividad o rendimiento en los cultivos?

SI \_\_\_ NO \_\_\_

### **PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE ACCESO A PROGRAMAS SOCIALES Y DE ESTÍMULO A LA PRODUCCIÓN**

1. ¿Cuáles son los requisitos que exige el gobierno a la asociación para participar de los programas sociales ofrecidos?

2. Como asociación, ¿han accedido a programas sociales?

Si \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

3. En caso de haber sido afirmativa la respuesta a la pregunta anterior, ¿a qué tipo de organizaciones pertenecen los programas sociales de los que se han beneficiado?

- a. Gobierno nacional
- b. Gobierno departamental
- c. Gobierno municipal
- d. Alianzas público - privadas
- e. Organismos multilaterales
- f. ONGs
- g. NS/NR

h. Ninguno de los anteriores

**4. Concretamente, ¿a qué programas sociales ha accedido la organización?**

- a. Educación básica (primaria y/o secundaria)
- b. Salud
- c. Transferencias monetarias (subsídios a miembros de la familia)
- d. Vivienda
- e. Otro
- f. Ninguno

En caso de haber elegido la opción **Otro**, indique cuál programa \_\_\_\_\_

**5. ¿Cuántos de sus asociados fueron beneficiarios para el año 2020 de los programas sociales?**

**6. ¿Qué criterios aplica la organización para determinar qué asociados se benefician del programa social?**

- a. La antigüedad que lleven en la asociación
- b. La participación activa en pro de la asociación
- c. La cantidad de productos que vende en la asociación
- d. Otro

En caso de haber elegido la opción **Otro**, indique cuál criterio \_\_\_\_\_

**7. En promedio, ¿cuántos programas sociales se ofrecen al año para los miembros de la asociación?**

- a. 0
- b. 1-2
- c. 3-4
- d. 5-6
- e. 7 o más

**8. ¿Considera que los programas sociales han aumentado con el tiempo?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**9. Como asociación, ¿han accedido a programas de estímulo a la producción?**

Si \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**10. En caso de haber sido afirmativa la respuesta a la pregunta anterior, ¿a qué tipo de organizaciones pertenecen los programas de estímulo a la producción de los que se han beneficiado?**

- a. Gobierno nacional
- b. Gobierno departamental
- c. Gobierno municipal
- d. Alianzas público - privadas
- e. Organismos multilaterales
- f. ONGs
- g. NS/NR

**11. Concretamente, ¿a qué programas de estímulo a la producción ha accedido la organización?**

- a. Financiación (líneas de crédito, incentivo a la capitalización rural, apoyo económico para conseguir asistencia técnica y apoyo económico para adecuación de tierras)
- b. Servicio de extensión agropecuaria (acceso al conocimiento, tecnologías, productos y servicios de apoyo)
- c. Agricultura por contrato (iniciativa del gobierno nacional para conectar al productor con los comercializadores y/o la industria de alimentos)
- d. Infraestructura productiva (calidad y cobertura de la infraestructura vial para la comercialización, infraestructura de riego, drenaje y protección contra inundaciones)
- e. Formación técnica o aplicada (conocimientos de agronomía, por ejemplo)
- f. Otro
- g. Ninguno

En caso de haber elegido la opción **Otro**, indique cuál programa \_\_\_\_\_

**12. ¿Cuántos de sus asociados fueron beneficiarios para el año 2020 de los programas de estímulo a la producción?**

**13. ¿Qué criterios aplica la organización para determinar qué asociados se benefician del programa de estímulo a la producción?**

- a. La antigüedad que lleven en la asociación
- b. La participación activa en pro de la asociación
- c. La cantidad de productos que vende en la asociación
- d. Otro

En caso de haber elegido la opción **Otro**, indique cuál criterio \_\_\_\_\_

**14. En promedio, ¿cuántos programas de estímulo a la producción se ofrecen al año para los miembros de la asociación?**

- a. 0
- b. 1-2
- c. 3-4
- d. 5-6
- e. 7 o más

**15. ¿Considera que los programas de estímulo a la producción han aumentado con el tiempo?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

## Anexo 2: encuesta a los asociados

### PREGUNTAS PREVIAS PARA EL PRODUCTOR ASOCIADO

Nombre:

1. ¿Qué edad tiene?

2. ¿Cuál es su sexo? Masculino \_\_\_ Femenino \_\_\_

3. ¿Cuál es su nivel máximo de estudios?

Primaria \_\_\_ Secundaria \_\_\_ Técnica \_\_\_ Universitaria \_\_\_

4. ¿En qué año se afilió a la organización?

5. ¿Cuántos miembros tiene su familia?

6. ¿Cuántos miembros de su familia participan de la labor que ejerce en sus terrenos?

7. ¿Cuántos años lleva ejerciendo la actividad económica que lo vincula a la asociación?

8. ¿Es usted el dueño del predio que está explotando o en el que desarrolla actualmente su actividad económica?

9. Además de los ingresos recibidos por el desarrollo de la actividad agraria, ¿qué otras fuentes de ingreso tiene?

### **PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE LA COMERCIALIZACIÓN**

1. Antes de pertenecer a la asociación, ¿cuáles eran los mecanismos que utilizaba para la venta de los productos?

- a. Venta directa al consumidor final
- b. Venta a tiendas de barrio, plazas de mercado y legumbrierías o puestos de verduras en el barrio
- c. Venta a supermercados
- d. Venta a industria de alimentos
- e. Venta a otros intermediarios (Central Mayorista por ejemplo)

2. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ¿cuáles son los mecanismos que utiliza para la venta de los productos?

- a. Venta a través de la asociación
- b. Venta directa al consumidor final
- c. Venta a tiendas de barrio, plazas de mercado y legumbrierías o puestos de verduras en el barrio
- d. Venta a supermercados
- e. Venta a industria de alimentos
- f. Venta a otros intermediarios (Central Mayorista por ejemplo)



**3. Antes de pertenecer a la asociación, ¿cuál de los mecanismos de venta anteriores utilizaba con más regularidad o más frecuentemente y por qué razones?**

**4. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ¿cuál de los mecanismos de venta anteriores utiliza con más regularidad o más frecuentemente y por qué razones?**

**5. Antes de pertenecer a la asociación, el pago de su producto lo recibía:**

- a. De forma inmediata
- b. Tenía que esperar varias semanas

¿Cuántas semanas? \_\_\_\_

- c. Por cuotas

¿Cuántas cuotas? \_\_\_\_

**6. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, el pago de su producto lo recibe:**

- a. De forma inmediata
- b. Tiene que esperar varias semanas

¿Cuántas semanas? \_\_\_\_

- c. Por cuotas

¿Cuántas cuotas? \_\_\_\_

**7. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ha visto mejoras en términos de:**

- a. Cantidades vendidas
- b. Precios
- c. Tanto en cantidades vendidas como en precios

**8. Antes de pertenecer a la asociación, ¿qué cantidad vendía al año en promedio?**

Cantidad vendida al año (kilos, toneladas) \_\_\_\_

**9. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ¿qué cantidad vende al año en promedio?**

Cantidad vendida al año (kilos, toneladas) \_\_\_\_

**10. Antes de pertenecer a la asociación, ¿qué precio cobraba en promedio por kilo?**

Precio cobrado en promedio (kilo) \_\_\_\_

**11. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ¿qué precio cobra en promedio por kilo?**

Precio cobrado en promedio (kilo) \_\_\_\_

**12. Antes de pertenecer a la asociación, ¿qué rentabilidad o margen de ganancia obtenía en la producción?**

Rentabilidad o margen de ganancia (%) \_\_\_\_

**13. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ¿qué rentabilidad o margen de ganancia obtiene en la producción?**

Rentabilidad o margen de ganancia (%) \_\_\_\_

**14. Al asociarse, cuáles de los siguientes objetivos estaba buscando usted:**

- a. Conseguir mejores precios de los insumos (herramientas, maquinaria, abonos, etcétera)
- b. Lograr mejores precios para los productos reduciendo el número de intermediarios en la comercialización y, además, elevar la cantidad vendida por el productor
- c. Lograr un más fácil acceso de los asociados a los programas y/o apoyos económicos del gobierno
- d. Diferenciar el producto y mejorar su calidad a través de, por ejemplo, la obtención de certificaciones (Norma ISO 22000, certificación BPA del ICA, etcétera)
- e. Generar lazos de confianza entre los productores y los consumidores finales

**15. De los objetivos mencionados en el punto anterior, ¿cuáles cree usted que se han logrado perteneciendo a la asociación? Sustente su respuesta**

**16. De la producción total, ¿qué porcentaje vende a través de la asociación?**

\_\_\_\_\_ %

### **PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE LA PRODUCTIVIDAD**

**1. Antes de pertenecer a la asociación, ¿cuántos trabajadores empleaban en la producción (incluyendo mano de obra familiar) al año?**

Número de trabajadores al año \_\_\_\_

**2. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ¿cuántos trabajadores emplea en la producción (incluyendo mano de obra familiar) al año?**

Número de trabajadores al año \_\_\_\_

**3. Antes de pertenecer a la asociación, ¿cuál era la extensión del terreno dedicado a la producción en metros cuadrados o en hectáreas?**

Extensión del terreno en metros cuadrados \_\_\_\_

Extensión del terreno en hectáreas \_\_\_\_

**4. En la actualidad (año 2020), ¿cuál es la extensión del terreno dedicado a la producción en metros cuadrados o en hectáreas?**

Extensión del terreno en metros cuadrados \_\_\_\_

Extensión del terreno en hectáreas \_\_\_\_

**5. Antes de pertenecer a la asociación, ¿cuál era la cantidad producida en kilogramos o en toneladas al año?**

Cantidad producida al año, en kilogramos \_\_\_\_

**6. En la actualidad (año 2020), ¿cuál es la cantidad producida en kilogramos o en toneladas al año?**

Cantidad producida al año, en kilogramos \_\_\_\_

**7. Antes de pertenecer a la asociación, ¿cuánto dinero invertía en la producción al año?**

Inversión anual en la producción \_\_\_\_

**8. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ¿cuánto dinero invierte en la producción al año?**

Inversión anual en la producción \_\_\_\_

**9. Antes de pertenecer a la asociación, ¿cuáles eran sus ingresos anuales por concepto de venta de la producción?**

Ingresos anuales por venta de la producción, en pesos \_\_\_\_

**10. En la actualidad (año 2020) y como miembro de la asociación, ¿cuáles son sus ingresos anuales por concepto de venta de la producción?**

Ingresos anuales por venta de la producción, en pesos \_\_\_\_

**11. Antes de pertenecer a la asociación, ¿accedía a algún programa que permitiera elevar la productividad o rendimiento en el cultivo?**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**En caso de que la respuesta sea afirmativa, indique cuál o cuáles programas.**

**12. ¿El hecho de pertenecer a la asociación le ha permitido acceder a algún programa que permita elevar la productividad o rendimiento en el cultivo?**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**En caso de que la respuesta sea afirmativa, indique cuál o cuáles programas.**

**13. ¿A qué programas formativos ha accedido a través de la asociación?**

- a. Formación financiera
- b. Cuidado del medio ambiente
- c. Manejo de alimentos
- d. Capacitación en manejo de maquinaria
- e. Capacitación en manejo de cultivos y animales
- f. Educación básica (primaria y/o secundaria)
- g. Control de calidad
- h. Otro programa. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- i. Ninguno

**14. ¿Con qué frecuencia accede a programas de mejoramiento productivo ofrecidos por la asociación?**

**15. ¿Percibe que los programas formativos ofrecidos por la asociación generan un aumento en la productividad?**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**Sustente su respuesta**

**16. ¿Estima que todos los asociados acceden a los programas destinados al mejoramiento de la producción impartidos por la asociación?**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**17. ¿Considera que hay seguimiento adecuado por parte de la asociación para el monitoreo y buen manejo de la producción agropecuaria?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**Sustente su respuesta o explique por qué razones**

**PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE ACCESO A PROGRAMAS SOCIALES Y DE ESTÍMULO A LA PRODUCCIÓN**

**1. Antes de pertenecer a la asociación, ¿había tenido acceso a algún programa social?**

- a. Educación
- b. Salud
- c. Transferencias monetarias (subsídios a miembros de la familia)
- d. Vivienda rural
- e. Otro
- f. Ninguno

**En caso de haber elegido la opción Otro, indique cuál programa \_\_\_\_\_**

**2. ¿A qué programas sociales ha accedido mediante la asociación?**

- a. Educación básica (primaria y secundaria)
- b. Salud
- c. Transferencias monetarias (subsídios a miembros de la familia)
- d. Vivienda rural
- e. Otro
- f. Ninguno

**En caso de haber elegido la opción Otro, indique cuál programa \_\_\_\_\_**

**3. ¿Tiene la capacidad para cumplir los requisitos para acceder a los programas sociales?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**Sustente su respuesta o explique por qué razones**

**4. Antes de pertenecer a la asociación, ¿había tenido acceso a algún programa de estímulo a la producción?**

a. Financiación (líneas de crédito, incentivo a la capitalización rural, apoyo económico para conseguir asistencia técnica y apoyo económico para adecuación de tierras)

b. Servicio de extensión agropecuaria (acceso al conocimiento, tecnologías, productos y servicios de apoyo)

c. Agricultura por contrato (iniciativa del gobierno nacional para conectar al productor con los comercializadores y/o la industria de alimentos)

d. Infraestructura productiva (calidad y cobertura de la infraestructura vial para la comercialización, infraestructura de riego, drenaje y protección contra inundaciones)

e. Formación técnica o aplicada (conocimientos de agronomía, por ejemplo)

f. Otro

g. Ninguno

**En caso de haber elegido la opción Otro, indique cuál programa \_\_\_\_\_**

**5. ¿A qué programas de estímulo a la producción ha accedido mediante la asociación?**

a. Financiación (líneas de crédito, incentivo a la capitalización rural, apoyo económico para conseguir asistencia técnica y apoyo económico para adecuación de tierras)

b. Servicio de extensión agropecuaria (acceso al conocimiento, tecnologías, productos y servicios de apoyo)

c. Agricultura por contrato (iniciativa del gobierno nacional para conectar al productor con los comercializadores y/o la industria de alimentos)

d. Infraestructura productiva (calidad y cobertura de la infraestructura vial para la comercialización, infraestructura de riego, drenaje y protección contra inundaciones)

e. Formación técnica o aplicada (conocimientos de agronomía, por ejemplo)

f. Otro

g. Ninguno

En caso de haber elegido la opción **Otro**, indique cuál programa \_\_\_\_\_

**6. ¿Tiene la capacidad para cumplir los requisitos para acceder a los programas de estímulo a la producción?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**Sustente su respuesta o explique por qué razones**

**7. Antes de pertenecer a la asociación, ¿a cuántos programas sociales y/o de estímulo para la producción accedía?**

a. 0    b. 1 a 2    c. 3 a 4    d. 5 o más

**8. ¿A cuántos programas sociales y/o de estímulo para la producción ha accedido mediante la asociación?**

a. 0    b. 1 a 2    c. 3 a 4    d. 5 o más

**9. ¿Siente que, al pertenecer a la asociación, ha podido acceder más fácilmente a los programas sociales y/o de estímulo a la producción?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**Sustente su respuesta o explique por qué razones**

**10. ¿En el último año (2020) ha accedido a algún programa social o de estímulo a la producción mediante la asociación?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**En caso afirmativo, indique cuál o cuáles programas \_\_\_\_\_**

**11. ¿Percibe que los programas formativos ofrecidos por la asociación generan un aumento en la calidad del producto?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

Sustente su respuesta

### Anexo 3: encuesta a los no asociados

<b>PREGUNTAS PREVIAS PARA EL PRODUCTOR NO ASOCIADO</b>
Nombre:
1. ¿Qué edad tiene?
2. ¿Cuál es su sexo? Masculino ____ Femenino ____
3. ¿Cuál es su nivel máximo de estudios? Primaria ____ Secundaria ____ Técnica ____ Universitaria ____
4. ¿Cuántos miembros tiene su familia?
5. ¿Cuántos miembros de su familia participan de la labor que ejerce en sus terrenos?
6. ¿Cuántos años lleva ejerciendo la actividad agropecuaria?
7. ¿Es usted el dueño del predio que está explotando o en el que desarrolla actualmente su actividad económica?
8. Además de los ingresos recibidos por el desarrollo de la actividad agraria, ¿qué otras fuentes de ingreso tiene?
9. ¿Por qué no es miembro de una asociación agropecuaria? a. No conoce ninguna o carece de información al respecto b. No es asociado, pero le interesa ser miembro c. No le interesa pertenecer d. Perteneció a alguna y no tuvo una buena experiencia e. Está en proceso para ser miembro



## **PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE LA COMERCIALIZACIÓN**

**1. Hace 10 años, ¿cuáles eran los mecanismos que utilizaba para la venta de los productos?**

- a. Venta directa al consumidor final
- b. Venta a tiendas de barrio, plazas de mercado y legumbrierías o puestos de verduras en el barrio
- c. Venta a supermercados
- d. Venta a industria de alimentos
- e. Venta a otros intermediarios (Central Mayorista por ejemplo)

**2. En la actualidad (año 2020), ¿cuáles son los mecanismos que utiliza para la venta de los productos?**

- a. Venta a través de la asociación
- b. Venta directa al consumidor final
- c. Venta a tiendas de barrio, plazas de mercado y legumbrierías o puestos de verduras en el barrio
- d. Venta a supermercados
- e. Venta a industria de alimentos
- f. Venta a otros intermediarios (Central Mayorista por ejemplo)

**3. Hace 10 años, ¿cuál de los mecanismos de venta anteriores utilizaba con más regularidad o más frecuentemente y por qué razones?**

**4. En la actualidad (año 2020), ¿cuál de los mecanismos de venta anteriores utiliza con más regularidad o más frecuentemente y por qué razones?**

**5. Hace 10 años, el pago de su producto lo recibía:**

- a. De forma inmediata
- b. Tenía que esperar varias semanas

¿Cuántas semanas? \_\_\_\_

- c. Por cuotas

¿Cuántas cuotas? \_\_\_\_

**6. En la actualidad (año 2020) y según su mecanismo de venta, el pago de su producto lo recibe:**

- a. De forma inmediata
- b. Tiene que esperar varias semanas

¿Cuántas semanas? \_\_\_\_

- c. Por cuotas

¿Cuántas cuotas? \_\_\_\_

**7. Hace 10 años, ¿qué cantidad vendía al año en promedio?**

Cantidad vendida al año (kilos, toneladas) \_\_\_\_

**8. En la actualidad (año 2020), ¿qué cantidad vende al año en promedio?**

Cantidad vendida al año (kilos, toneladas) \_\_\_\_

**9. Hace 10 años, ¿qué precio cobraba en promedio por kilo?**

Precio cobrado en promedio (kilo) \_\_\_\_

**10. En la actualidad (año 2020), ¿qué precio cobra en promedio por kilo?**

Precio cobrado en promedio (kilo) \_\_\_\_

**11. Si compara la situación actual con la de hace 10 años, ha visto mejoras en términos de:**

- a. Cantidades vendidas
- b. Precios
- c. Tanto en cantidades vendidas como en precios

**12. Hace 10 años, ¿qué rentabilidad o margen de ganancia obtenía en la producción?**

Rentabilidad o margen de ganancia (%) \_\_\_\_

**13. En la actualidad (año 2020), ¿qué rentabilidad o margen de ganancia obtiene en la producción?**

Rentabilidad o margen de ganancia (%) \_\_\_\_

**14. De los siguientes objetivos, ¿cuáles cree usted que ha logrado en los últimos 10 años?**

- a. Conseguir mejores precios de los insumos (herramientas, maquinaria, abonos, etcétera)
- b. Lograr mejores precios para los productos reduciendo el número de intermediarios en la comercialización y, además, elevar la cantidad vendida por el productor
- c. Lograr un más fácil acceso de los asociados a los programas y/o apoyos económicos del gobierno
- d. Diferenciar el producto y mejorar su calidad a través de, por ejemplo, la obtención de certificaciones (Norma ISO 22000, certificación BPA del ICA, etcétera)
- e. Generar lazos de confianza entre los productores y los consumidores finales

### **PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE LA PRODUCTIVIDAD**

**1. Hace 10 años, ¿cuántos trabajadores empleaban en la producción (incluyendo mano de obra familiar) al año?**

Número de trabajadores al año \_\_\_\_

**2. En la actualidad (año 2020), ¿cuántos trabajadores emplea en la producción (incluyendo mano de obra familiar) al año?**

Número de trabajadores al año \_\_\_\_

**3. Hace 10 años, ¿cuál era la extensión del terreno dedicado a la producción en metros cuadrados o en hectáreas?**

Extensión del terreno en metros cuadrados \_\_\_\_

Extensión del terreno en hectáreas \_\_\_\_

**4. En la actualidad (año 2020), ¿cuál es la extensión del terreno dedicado a la producción en metros cuadrados o en hectáreas?**

Extensión del terreno en metros cuadrados \_\_\_\_

Extensión del terreno en hectáreas \_\_\_\_

**5. Hace 10 años, ¿cuál era la cantidad producida en kilogramos o en toneladas al año?**

Cantidad producida al año, en kilogramos \_\_\_\_

**6. En la actualidad (año 2020), ¿cuál es la cantidad producida en kilogramos o en toneladas al año?**

Cantidad producida al año, en kilogramos \_\_\_\_

**7. Hace 10 años, ¿cuánto dinero invertía en la producción al año?**

Inversión anual en la producción \_\_\_\_

**8. En la actualidad (año 2020), ¿cuánto dinero invierte en la producción al año?**

Inversión anual en la producción \_\_\_\_

**9. Hace 10 años, ¿cuáles eran sus ingresos anuales por concepto de venta de la producción?**

Ingresos anuales por venta de la producción, en pesos \_\_\_\_

**10. En la actualidad (año 2020), ¿cuáles son sus ingresos anuales por concepto de venta de la producción?**

Ingresos anuales por venta de la producción, en pesos \_\_\_\_

**11. Hace 10 años, ¿accedía a algún programa que permitiera elevar la productividad o rendimiento en el cultivo?**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**En caso de que la respuesta sea afirmativa, indique cuál programa.**

**12. En los últimos 10 años, ¿ha logrado acceder a algún programa que permita elevar la productividad o rendimiento en el cultivo?**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**En caso de que la respuesta sea afirmativa, indique cuál o cuáles programas.**

**13. En los últimos 10 años, ¿a qué programas formativos ha accedido?**

- a. Formación financiera
- b. Cuidado del medio ambiente
- c. Manejo de alimentos
- d. Capacitación en manejo de maquinaria
- e. Capacitación en manejo de cultivos y animales

f. Educación básica (primaria y secundaria)

g. Control de calidad

h. Otro programa. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

i. Ninguno

**14. ¿Percibe que los programas formativos generan un aumento en la productividad?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**Sustente su respuesta o explique por qué razones**

**PREGUNTAS SOBRE EL TEMA DE ACCESO A PROGRAMAS SOCIALES Y DE ESTÍMULO A LA PRODUCCIÓN**

**1. Hace 10 años, ¿tenía acceso a algún programa social?**

a. Educación rural

b. Salud

c. Transferencias monetarias (subsídios a miembros de la familia)

d. Vivienda rural

e. Otro

f. Ninguno

**En caso de haber elegido la opción Otro, indique cuál programa \_\_\_\_\_**

**2. En los últimos 10 años, ¿a qué programas sociales ha accedido?**

a. Educación básica (primaria y secundaria)

b. Salud

c. Transferencias monetarias (subsídios a miembros de la familia)

d. Vivienda rural

e. Otro

f. Ninguno

**En caso de haber elegido la opción Otro, indique cuál programa \_\_\_\_\_**

**3. ¿Tiene la capacidad para cumplir los requisitos para acceder a los programas sociales?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**Sustente su respuesta**

**4. Hace 10 años, ¿tenía acceso a algún programa de estímulo a la producción?**

a. Financiación (líneas de crédito, incentivo a la capitalización rural, apoyo económico para conseguir asistencia técnica y apoyo económico para adecuación de tierras)

b. Servicio de extensión agropecuaria (acceso al conocimiento, tecnologías, productos y servicios de apoyo)

c. Agricultura por contrato (iniciativa del gobierno nacional para conectar al productor con los comercializadores y/o la industria de alimentos)

d. Infraestructura productiva (calidad y cobertura de la infraestructura vial para la comercialización, infraestructura de riego, drenaje y protección contra inundaciones)

e. Formación técnica o aplicada (conocimientos de agronomía, por ejemplo)

f. Otro

g. Ninguno

**En caso de haber elegido la opción Otro, indique cuál programa \_\_\_\_\_**

**5. En los últimos 10 años ¿a qué programas de estímulo a la producción ha accedido?**

a. Financiación (líneas de crédito, incentivo a la capitalización rural, apoyo económico para conseguir asistencia técnica y apoyo económico para adecuación de tierras)

b. Servicio de extensión agropecuaria (acceso al conocimiento, tecnologías, productos y servicios de apoyo)

c. Agricultura por contrato (iniciativa del gobierno nacional para conectar al productor con los comercializadores y/o la industria de alimentos)

d. Infraestructura productiva (calidad y cobertura de la infraestructura vial para la comercialización, infraestructura de riego, drenaje y protección contra inundaciones)

e. Formación técnica o aplicada (conocimientos de agronomía, por ejemplo)

f. Otro

g. Ninguno

En caso de haber elegido la opción Otro, indique cuál programa \_\_\_\_\_

**6. ¿Tiene la capacidad de cumplir con los requisitos para acceder a los programas de estímulo a la producción?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**Sustente su respuesta**

**7. Hace 10 años, ¿a cuántos programas sociales y/o de estímulo para la producción accedía?**

a. 0    b. 1 a 2    c. 3 a 4    d. 5 o más

**8. En los últimos 10 años, ¿a cuántos programas sociales y/o de estímulo para la producción ha accedido?**

a. 0    b. 1 a 2    c. 3 a 4    d. 5 o más

**9. ¿En el último año (2020) ha accedido a algún programa social o de estímulo a la producción mediante la asociación?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

En caso afirmativo, indique cuál o cuáles programas \_\_\_\_\_

**10. ¿Considera que hay seguimiento adecuado para el monitoreo y buen manejo de la producción agropecuaria?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**Sustente su respuesta**

**11. ¿Percibe que los programas formativos municipales generan un aumento en la calidad del producto?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_

**Sustente su respuesta o explique por qué razones**