

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO		F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia		Aprobado		Pág.
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(116)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ANDRES CAMILO CAMPO URQUIJO KELLY LORENA PINEDA LÓPEZ		
FACULTAD	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
PLAN DE ESTUDIOS	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
DIRECTOR	NADIN ALEXI JAIMES FERNANDEZ		
TÍTULO DE LA TESIS	DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR LAS CONSECUENCIAS QUE GENERA LA CEBOLLA FORÁNEA FRENTE A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA CEBOLLA OCAÑERA		
RESUMEN			
<p>EN EL SIGUIENTE DIAGNÓSTICO MUESTRA LAS CAUSAS Y CONSECUENCIAS QUE GENERA LA CEBOLLA FORÁNEA FRENTE A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA CEBOLLA OCAÑERA, DEJANDO AL DESCUBIERTO LA SITUACIÓN POR LA QUE ATRAVIESA ESTE SECTOR DE LA ECONOMÍA Y EN ESPECIAL EL CAMPESINO DE LA PROVINCIA DE OCAÑA, PUES SEGÚN SUS MANIFESTACIONES SE DECLARAN INCAPACES DE HACERLE FRENTE A LA COMPETENCIA AL CARECER DE LOS MEDIOS ADECUADOS PARA DICHO EFECTO.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:
114		48	1

DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR LAS CONSECUENCIAS QUE GENERA LA
CEBOLLA FORÁNEA FRENTE A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA
CEBOLLA OCAÑERA

AUTORES:

KELLY LORENA PINEDA LÓPEZ
ANDRES CAMILO CAMPO URQUIJO

Trabajo de grado para obtener el título de administradores de empresas

Director:

NADIN ALEXI JAIMES FERNANDEZ

Administrador de Empresas

Asesora:

CARMEN AMANDA IBAÑEZ RUEDA

Contadora Pública

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Índice

Introducción	1
Capítulo 1. Diagnóstico para Determinar las Consecuencias que Genera la Cebolla Foránea Frente a la Producción y Comercialización de la Cebolla Ocañera.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.	4
1.4 Justificación	4
1.5 Delimitaciones	7
1.5.1 Delimitación Geográfica.....	7
1.5.2 Delimitación Conceptual.	7
1.5.3 Delimitación Operativa.....	8
1.5.4 Delimitación Temporal.	8
Capítulo 2. Marco Referencial.....	8
2.1 Marco histórico	8
2.1.1 Antecedentes Históricos a Nivel Mundial.	8
2.1.2 Antecedentes históricos a nivel de Latinoamérica.....	10
2.1.3 Antecedentes históricos a nivel nacional.	12
2.1.4 Antecedentes históricos a nivel regional.....	14
2.2 Marco teórico	19
2.2.1 La cebolla biológica.....	19
2.2.2 Cebolla de cuarta gama.....	20
2.2.3 Teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter.	22
2.2.4 Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva.	22
2.2.5 La cadena de valor.	25
2.2.6 Descripción de la cadena de valor de Michael Porter.....	25
2.2.7 La estrategia competitiva y las cinco fuerzas de Porter.....	27

2.2.8 La teoría del valor de Adam Smith: la cuestión de los precios naturales y sus interpretaciones.	31
2.3 Marco conceptual.....	37
2.4 Marco legal	41
2.4.1 Constitución Política de Colombia.	41
2.4.2 Código Sustantivo del Trabajo.....	42
2.4.3 Ley 160 de 1994.....	43
2.4.4 Ley 1133 de 2007.....	44
2.4.5 Ley 256 de 1996.....	47
2.4.6 Ley 101 de 1993.....	49
2.4.7 Ley 1340 de 2009.....	49
2.4.8 Ley 155 de 1959.....	51
2.4.9 Decreto 410 DE 1971.....	52
2.4.10 Ley 7 de 1991.....	52
Capítulo 3. Diseño Metodológico.....	54
3.1 Tipo de investigación.....	54
3.2 Población.....	54
3.3 Muestra	55
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección.....	56
3.5 Procesamiento y análisis de la información.....	56
Capítulo 4. Resultados.....	57
4.1 Encuesta dirigida a los productores de cebolla del municipio de Ocaña para determinar las consecuencias que genera la cebolla foránea frente a la producción de la cebolla ocañera.....	57
4.2 Encuesta dirigida a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña para determinar las consecuencias que genera la cebolla foránea frente a la comercialización de la cebolla ocañera.....	73
4.3 Elaborar un análisis de la comercialización de la cebolla foránea en Ocaña.....	85
4.4 Identificar la demanda de la cebolla Ocañera y foránea en Ocaña	86
4.5 Analizar los factores de precio, plaza y promoción que utilizan los comercializadores de cebolla en Ocaña	86
4.6 Realizar un diagnóstico al sector agrícola en la producción de cebolla Ocañera del municipio de Ocaña que abarque cantidad de productores y siembras realizadas por año	88

Capítulo 5. Conclusión.....	90
Capítulo 6. Recomendaciones	91
Referencias.....	92

Lista de tablas

Tabla 1. Cantidad de cebolla producida al año	57
Tabla 2. Siembras realizadas al año	58
Tabla 3. Generación de rendimientos financieros favorables	59
Tabla 4. Aprovechamiento en la totalidad de la cosecha de cebolla	60
Tabla 5. Medios utilizados para el transporte de cebolla.....	62
Tabla 6. Persona que asume los costos de transporte	63
Tabla 7. Cebolla cultivada actualmente	64
Tabla 8. Precio de bulto de semilla para la siembra	65
Tabla 9. Afectación recibida por la cebolla foránea	66
Tabla 10. Subsidios recibidos para la realización de la cosecha.....	67
Tabla 11. Manejo de promoción para vender la cebolla.....	68
Tabla 12. Lugar de venta de la producción de cebolla	69
Tabla 13. Mantenimiento o disminución en la producción de cebolla	70
Tabla 14. Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea	71
Tabla 15. Cebolla más comprada.....	73
Tabla 16. Factores que inciden en la compra de cebolla	74
Tabla 17. Frecuencia en la compra de cebolla.....	75
Tabla 18. Lugar de donde proviene la cebolla.....	76
Tabla 19. Lugar de comercialización de la cebolla.....	78
Tabla 20. Utilización de promoción para comercializar la cebolla	79
Tabla 21. Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea	80
Tabla 22. Conoce como adquirir la cebolla foránea	81
Tabla 23. Diferencia en precio entre cebolla ocañera y foránea por bulto	82
Tabla 24. Precio de compra por bulto de cebolla foránea.....	83

Lista de figuras

Figura 1. Cantidad de cebolla producida al año.....	58
Figura 2. Siembras realizadas al año.....	59
Figura 3. Generación de rendimientos financieros favorables.....	60
Figura 4. Aprovechamiento en la totalidad de la cosecha de cebolla.	61
Figura 5. Medios utilizados para el transporte de cebolla	62
Figura 6. Persona que asume los costos de transporte.....	63
Figura 7. Cebolla cultivada actualmente.....	64
Figura 8. Precio de bulto de semilla para la siembra.	66
Figura 9. Afectación de la cebolla foránea.	67
Figura 10. Subsidios recibidos para la realización de cosechas.....	68
Figura 11. Manejo de promoción para vender la cebolla.....	69
Figura 12. Lugar de venta de la producción de cebolla.	70
Figura 13. Mantenimiento o disminución en la producción de cebolla.	71
Figura 14. Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea.	72
Figura 15. Cebolla más comprada.	73
Figura 16. Factores que inciden en la compra de cebolla.....	74
Figura 17. Frecuencia en la compra de cebolla.....	76
Figura 18. Lugar de donde proviene la cebolla.....	77
Figura 19. Lugar de comercialización de la cebolla.	78
Figura 20. Utilización de promoción para comercializar la cebolla.	79
Figura 21. Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea.	81
Figura 22. Conoce como adquirir la cebolla foránea.	82
Figura 23. Diferencia en precio entre cebolla ocañera y foránea por bulto.	83
Figura 24. Precio de compra por bulto de cebolla foránea.	84

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los productores de cebolla del municipio de Ocaña.....	95
Apéndice B. Encuesta dirigida a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.....	98
Apéndice C. Factura de compra de cebolla foránea	101
Apéndice D. Encuentro con representante de ASOEQ.....	106
Apéndice E. Almacenamiento de cebolla en bodega.....	106

Introducción

Con el siguiente trabajo se pretende indagar y evidenciar la situación actual en la que se encuentran los productores de cebolla de la provincia de Ocaña a consecuencia de la importación y comercialización de cebolla foránea en la región, que a grandes rasgos deja entre ver las condiciones adversas a las cuales se enfrentan día a día los cultivadores de dicho producto.

Además, es de considerar la importancia que a través de los años reviste para la economía de la provincia la producción y comercialización de la cebolla ocañera, que para muchas familias representa su único sustento, al igual, por ser este un producto representativo de la región que posee cualidades únicas, razón por la cual es apetecida en muchos lugares de Colombia.

Ahora bien, en la actualidad este sector de la economía se encuentra azotado por la entrada de cebolla foránea, situación que afecta en gran medida por los bajos precios que presenta, dejando en completa desventaja al productor local al carecer de los medios para hacerle frente a la competencia, ocasionándole incalculables pérdidas.

Es así, que la finalidad del proyecto es realizar una investigación en la que se involucran a los productores de cebolla ocañera de la provincia y a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña, a través de los cuales se busca obtener información verídica y dejar al descubierto su realidad.

Capítulo 1. Diagnóstico para Determinar las Consecuencias que Genera la Cebolla Foránea Frente a la Producción y Comercialización de la Cebolla

Ocañera

1.1 Planteamiento del problema

A través del tiempo la producción agrícola fue la primera forma de sustento para las comunidades, lo cual en su avance se ha desarrollado hasta convertirse en uno de los principales sectores de la economía colombiana. Así mismo como lo afirma (Perfetti, Balcázar , Hernández , & Leibovich, 2013) “la agricultura ha sido la principal fuerza que impulsa el desarrollo y la transformación de los territorios rurales, en donde las dinámicas de diverso orden que allí se dan tienen su origen, en buena parte, en el devenir de la agricultura...” (p.7)

Es así, que en la provincia de Ocaña la cebolla es uno de los primeros cultivos de la región y fuente de ingresos para el campesino, resaltando que la cebolla ocañera, es de tipo asexual o bien llamada de bulbo del tipo *Allium cepa* L. var. *Agregatum*. Además, es de considerar que el clima de la región favorece el cultivo de la cebolla, permitiendo que esta se produzca en cualquier época del año, e igualmente la calidad del suelo tiene propiedades que la hacen única frente a las demás. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Pero actualmente, la (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016) afirma, que este sector y en especial el productor se ha visto afectado por el ingreso de cebolla proveniente de otros países

como Perú a precios más bajos en comparación al producto local, provocando una disminución en el consumo y por ende en la producción de la misma a nivel de la región; causando pérdidas al campesino, que además de esto no cuenta con ayudas gubernamentales ni con la tecnología necesaria que les permita ser más eficiente y competitivos; sumando también el mal estado de las vías de acceso que le dificulta al campesino el transporte del producto para su comercialización.

Ahora bien, aunque en Ocaña existía una buena dinámica comercial entorno al cultivo de cebolla, con preocupación se observa como el auge de la importación de cebolla Peruana a través de la frontera con el vecino país del Ecuador ha reducido ostensiblemente la rentabilidad de la producción a tal punto que los productores de la provincia de Ocaña se declaran incapaces de competir con el producto extranjero. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Tal situación, ha generado descontento y desánimo en la producción de la cebolla Ocañera, al no contar con un mercado que abarque dicha producción y así mismo por el abandono por parte del Gobierno Nacional al campesino, lo que provoca que busque suplir sus necesidades económicas por medio de diferentes actividades que en ocasiones son ilícitas.

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son las consecuencias que genera la entrada de cebolla foránea al municipio de Ocaña, frente a la producción y comercialización de la cebolla Ocañera?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general. Elaborar un diagnóstico para determinar las consecuencias que genera la cebolla foránea frente a la producción y comercialización de la cebolla Ocañera.

1.3.2 Objetivos específicos. Elaborar un análisis de la comercialización de la cebolla foránea en Ocaña.

Identificar la demanda de la cebolla Ocañera y foránea en Ocaña.

Analizar los factores de precio, plaza y promoción que utilizan los comercializadores de cebolla en Ocaña.

Realizar un diagnóstico al sector agrícola en la producción de cebolla Ocañera del municipio de Ocaña que abarque cantidad de productores y siembras realizadas por año.

1.4 Justificación

En Colombia, el sector agrícola ha tenido una gran influencia en la economía del país, pero actualmente se encuentra olvidado por parte del Estado, al no brindarles las condiciones y herramientas adecuadas que permitan su mejor desarrollo, causando que dicho sector se encuentre en un atraso, implicando que el campesino se vea en desventaja frente al ingreso de productos extranjeros a precios más bajos con los cuales les es imposible competir, ocasionando

pérdidas y desanimo en los mismos, al no tener un sustento adecuado para sus familias y de igual forma afectando al consumidor. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Es por ello, que los agricultores han presentado una inconformidad con el Gobierno Nacional por no brindarles el apoyo necesario tanto en capacitaciones, financiaciones y garantizarles un mercado estable en el cual se pueda brindar seguridad y unos precios justos para estar incentivados con la producción.

Más aún, la (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016) afirma que la importación de cebolla desde el Perú ha afectado la economía de la provincia escalonadamente ya que en un principio eran los comercializadores de la plaza de mercado de Ocaña quienes traían desde Ipiales Nariño el producto hasta el municipio y de allí lo distribuían hacia los mercados establecidos para la cebolla Ocañera. Posteriormente, comerciantes de Ipiales y de otros municipios iniciaron la distribución del mismo hacia Barranquilla, Bucaramanga y el centro del país aprovechando los canales establecidos por los comerciantes Ocañeros, razón que provoca la reducción en el valor comercial del producto local.

En consecuencia, la administración Municipal de Ocaña se muestra muy preocupada por la precaria situación socioeconómica que atraviesan los productores de cebolla del municipio, ocasionada por la importación de cebolla desde el Ecuador y el Perú, razón por la cual solicita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural que adopte las medidas de contingencia que considere pertinentes a fin de controlar el ingreso de cebolla desde estos países, con lo cual se garantizaría no solo las condiciones necesarias para que los productores de cebolla de la

provincia de Ocaña continúen con su actividad generadora de ingreso; sino que a su vez se daría un alivio al comercio del municipio de Ocaña que se ha visto afectado tanto por dicha situación.

(Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Al respecto, El Ministerio de Agricultura pone en marcha un proceso de fortalecimiento de pequeños productores rurales en diferentes departamentos, incluyendo los Santanderes, con el objeto de mejorar el potencial productivo y comercial, la generación de ingresos y la calidad de vida de 7.100 familias campesinas (...). Con esta iniciativa busca impulsar la economía campesina de pequeños productores rurales de los distintos departamentos. (Minagricultura, 2016)

Así mismo, según (Minagricultura, 2016) el jefe de la cartera agropecuaria, Aurelio Irigorri Valencia manifestó: Tenemos claro que el fortalecimiento de la agricultura familiar campesina es una de las herramientas principales para sembrar la paz en nuestro país; aún más, en el marco del posconflicto; por ello, en el actual Gobierno estamos trabajando duro para mejorar los ingresos de los habitantes del campo para que este sea un buen negocio.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario que se ponga en práctica verdaderos procesos que permitan el mejor desarrollo de la producción y del sector agrícola cebollero y por consiguiente poder competir en el mercado, sin subestimar la esperanza y la buena fe del campesino.

De igual forma, la realización del presente proyecto, busca determinar la situación actual en la que se encuentra el campesino, producto de la comercialización de la cebolla foránea, y dejar en evidencia las consecuencias asociadas a este fenómeno que al tiempo afecta a toda la comunidad del municipio de Ocaña, razón por la cual se busca dar a conocer desde un punto de vista más técnico los problemas que presenta este segmento de la población y expresar la realidad que viven, ante la cual no se debe ser indiferentes.

A su vez, es de suma importancia para quienes realizan dicho proyecto poner en práctica los conocimientos obtenidos en el transcurso del tiempo, los cuales permiten el desarrollo de la investigación, y de igual forma aporta a la adquisición de nuevas experiencias que contribuirán en su desempeño profesional gracias a las destrezas adquiridas en la ejecución del presente trabajo.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación Geográfica. La investigación se realizará en el municipio de Ocaña Norte de Santander.

1.5.2 Delimitación Conceptual. En el presente trabajo se tendrán en cuenta los siguientes términos: Diagnóstico, cebolla foránea, cultivo, economía, cebolla, cebolla roja, cebolla blanca, Cebolla Boretana, Cebolla de Banari, Cebolla de Brunate, Cebolla de Cannara, Cebolla de Suasa, Cebolla Dulce, Cebolla Ramata de Montoro, Cebolla roja de Acquaviva Delle Fonti, Cebolla Roja de Certaldo, Cebolla Roja de Tropea.

1.5.3 Delimitación Operativa. El cumplimiento de los objetivos del presente trabajo, puede verse afectado por factores ajenos a los autores, como en la recolección de datos; sin embargo, en caso de presentarse inconvenientes se buscará la asesoría con el director del trabajo.

1.5.4 Delimitación Temporal. Para el desarrollo del proyecto se requiere un tiempo que equivales a 8 semanas.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 Antecedentes Históricos a Nivel Mundial. La planta de la cebolla es una planta herbácea, de ciclo bienal, pero de cultivo anual, se presenta con raíces superficiales, con un largo tallo y una inflorescencia llamada a umbela que produce flores de color blanco amarillento. El fruto de esta planta, es decir la parte comestible, es el bulbo, que es una cápsula recubierta de unas túnicas exteriores que forman su cáscara. (ZipMec, 2013, pág. 2)

De igual forma, la cebolla es una planta típica de la estación primaveral, porque necesita un clima templado y muchas horas de sol cada día para la producción de los frutos, sin embargo en los países con climas bastante apacibles se puede sembrar y cultivar también durante el invierno (...) Por otra parte, el mayor productor de cebollas en el mundo es China, seguida a nivel

mundial por India, Estados Unidos, Turquía, Rusia, Japón, Egipto, España y Holanda; según lo determinado por datos del 2010. (ZipMec, 2013, pág. 2)

Cebolla: historia y orígenes

La cebolla, científicamente llamada *Allium cepa*, es una planta que pertenece a la familia de las Liliáceas, llamadas también Alliáceas, que comprende también otras hortaliza como el chalote, el puerro, el ajo y el espárrago. A nivel mundial existen y se cultivan muchas variedades de cebollas diferentes, que se distinguen por su forma, por sus dimensiones y por su color.

Es un producto de frutas y hortalizas originario de las regiones de Asia, sus orígenes son muy antiguos. No obstante se hayan recobrados hallazgos arqueológicos que declaran la existencia de esta hortaliza ya durante la Edad del Bronce, en el 5000 a.c, no está claro si el cultivo de esta planta sea realmente tan antiguo o si, en cambio, su cultivo se haya difundido sólo más tarde (aproximadamente 2000 años después), por lo tanto no es posible definir una fecha que averigüe la introducción y el consumo de la cebolla en el mundo. (ZipMec, 2013, pág. 1)

Así mismo, según (ZipMec, 2013) la cebolla tuvo gran difusión sobre todo en Egipto, junto con otros productos de frutas y hortalizas como, por ejemplo, el puerro. Desde algunos estudios parece que la cebolla, junto con el rábano, formara parte de la alimentación de los obreros que edificaban incluso las pirámides de los grandes faraones. Tuvo mucho éxito entre los egipcios, no sólo porque se podía transportar y almacenar fácilmente, sino también porque, gracias a su forma esférica y a los anillos concéntricos en su interior que se forman después del corte, se asociaba a la vida eterna, llegando a ser también objeto de culto. (p.1)

De igual manera, residuos de bulbos de cebolla se descubrieron también en las órbitas de Ramsés II, además de representar la vida eterna, en el Egipto de la antigüedad se pensaba que el fuerte aroma emanado por la cebolla pudiera devolver el aliento a los muertos. En la antigüedad incluso se creía que, si un enfermo soñara comer unas pocas cebollas, éste fuera un síntoma de que su mal habría empeorado de manera irremediable, mientras que si soñaba comer muchas cebollas, habría ocurrido exactamente lo contrario. (ZipMec, 2013, pág. 1)

Además, la cebolla asumió muchísima importancia, sobre todo como hortaliza con la finalidad de alimentar, y en el periodo de la Edad Media, se utilizaba incluso como forma de pago, por ejemplo para pagar alquileres o bajo la forma de un regalo. En este periodo la cebolla se utilizaba mucho también con finalidad terapéutica en contra de las mordeduras de serpiente, o para aliviar la jaqueca, o en contra de la pérdida de pelo. Después del siglo XVI la cebolla se prescribía como remedio en contra de la infertilidad no solo para las mujeres, sino también para los animales domésticos. (ZipMec, 2013, pág. 2)

Es así, que en el sector de frutas y hortalizas mundiales se producen innumerables variedades de cebollas, tanto así que resulta ser una entre las hortalizas que cuentan con un gran número de variedades producidas y comercializadas en el mercado internacional. De allí, que la elección tan amplia entre las variedades incrementó notablemente la competencia entre los Países del mundo para la producción y el comercio de cebollas. (ZipMec, 2013, pág. 2)

2.1.2 Antecedentes históricos a nivel de Latinoamérica. La cebolla fue introducida a América en 1493, gracias a Cristóbal Colón, durante su viaje hacia Haití. De esta forma, la

historia de la cebolla se remonta a tiempos muy antiguos y gracias a su gran versatilidad en la cocina se ha difundido aún más en la cultura moderna llegando a tener un espacio enorme en el mercado de frutas y hortalizas.

De igual forma, los principales países que producen cebolla en América del Sur son; México, Brasil, Perú (que produce principalmente cebollas dulces, cuya demanda y exportación ha aumentado), Colombia, Argentina y Chile; este último país tiene una producción de cebollas que cambia notablemente de un año a otro según la demanda que existe por el producto; en los años de 2007 a 2009 la exportación de cebollas de Chile fue en constante aumento y los países principales que lo importaban resultaban ser Brasil, EE.UU. y Gran Bretaña. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Así mismo, (Pinzón Ramirez , Ospina, & Báez, 2006) expresan que el uso tradicional de la cebolla es como condimento de las comidas y componente importante de ensaladas y alimentos de mucho consumo en la actualidad. Además, es apetecida por sus propiedades de carácter medicinal relacionadas con tratamientos de la diabetes, el cáncer y el asma, entre otros. (p.6)

Igualmente, el desarrollo y el mejoramiento de la cebolla se dio de manera notoria en Estados Unidos y allí a finales del siglo XIX y a principios del XX comenzaron a cultivarse en el sur de Tejas las cebollas conocidas como tipo Bermuda, luego se comenzó a producir las denominadas Early Grano; a partir de esta variedad se obtuvo un conjunto de series de tipo Texas Grano. A mediados de los años 50, se desarrollaron los híbridos de la serie Granex, comenzando por la Yellow Granex y en donde actualmente se dispone de los híbridos Granex amarillo, rojo y

blanco que se encuentran entre los más cultivados ya que producen elevados rendimientos en latitudes tropicales. (Pinzón Ramirez , Ospina, & Báez, 2006, pág. 6)

Por otro lado, las distintas variedades de cebolla se diferencian entre sí por sus características morfológicas, biológicas y económicas. De las morfológicas, las más importantes son las de los bulbos; forma, tamaño, color, grosor de las escamas, entre otras. Entre las características biológicas y económicas se pueden mencionar las siguientes; duración del ciclo vegetativo, rendimiento, capacidad de almacenamiento, contenido de sustancias nutritivas, resistencia a las enfermedades, plagas y cualidades gustativas. (Pinzón Ramirez , Ospina, & Báez, 2006, pág. 6)

2.1.3 Antecedentes históricos a nivel nacional. La introducción de la cebolla en América, se llevó a cabo por medio de los españoles en tiempos de conquista, al igual que otras verduras y hortalizas, debido, especialmente, a su poder de conservación, muy necesario para hacer frente a largos viajes por el mar, en las postrimerías del siglo XV. El clima templado americano que hacía fácil su cultivo, hizo que se incorporara con rapidez a la cocina de este continente. (Gabandé, s.f)

De esta forma, se estima que en Colombia, la producción anual es de 400.000 toneladas y se ubica principalmente en los departamentos de Boyacá, Cundinamarca, Santander y Nariño. En lo relativo al consumo de cebolla, Colombia ocupa un lugar importante a nivel americano y su consumo persona año es de 10,3 kilos frente a 8,3 kilos en el mundo.

Además, en el país la cebolla de bulbo se produce en muchos climas, desde 12°C hasta 28°C, pero en general, las mejores producciones se obtienen en climas entre 18°C y 22°C y los mejores suelos para su cultivo son aquellos de tipo arcilloso, con pH entre 6,5 y 7,0. (Pinzón Ramirez , Ospina, & Báez, 2006)

Igualmente, en Colombia tradicionalmente se han cultivado las cebollas de bulbo tipo Granex como la Yellow Granex que tiene bulbos grandes y aplanados y con tónicas de un color muy agradable pero muy finas, las cuales se pierden en almacenamiento. Se debe agregar, que algunos agricultores tienden a sembrar variedades de cebolla nuevas sin antes averiguar si se adaptan a las condiciones de clima, suelo y calidad comercial, con las consiguientes pérdidas en rendimiento y calidad. Por todo lo anterior, la selección de la semilla es el punto de partida más importante para comenzar a asegurar el éxito en el cultivo que se comienza. (Pinzón Ramirez , Ospina, & Báez, 2006)

De igual forma, los cultivos de cebolla en Colombia comprenden varias especies, pero sin duda las de mayor importancia económica son las cebollas de bulbo; incluyendo la Ocañera, cebollas de rama y el ajo. Sus cultivos tradicionalmente se han localizado en valles de climas medios y fríos moderados de las regiones andinas y cercanos a los centros de consumo. En donde su consumo se ha incrementado por sus cualidades condimentarías, asociada a sus beneficios de carácter medicinal. (Pinzón, 2009, pág. 45)

De otra parte, los tipos de *Allium cepa* cultivados en Colombia se distribuyen en dos grupos hortícolas; el grupo de la cebolla común que corresponde al tipo Yellow Granex, con

bulbos grandes, aplanados y con piel de un color amarillo muy agradable, y el grupo de los agregados o cebolla de bulbo al que pertenece la Ocañera de color rojo pálido a rosado claro y con fuerte sabor picante, apetezido especialmente en la Costa Atlántica. Así mismo, su cultivo se encuentra localizado en zonas entre 1.200 y 1.900 msnm, prevaleciendo este en la Provincia de Ocaña Norte de Santander y en donde para 2007 se cosecharon 4.300 hectáreas, con una producción de 79.387 toneladas. (Pinzón, 2009, pág. 46)

En efecto, su importancia socioeconómica es grande por la cantidad de mano de obra directa e indirecta asociada a los cultivos y por el capital invertido. No obstante, han surgido importantes problemas, especialmente de índole fitopatológica como hongos, bacterias y nematodos en todas estas especies y semillas entre las que se encuentra la cebolla de rama y la Ocañera lo cual ha causado incremento de los costos de producción, baja en los rendimientos y por tanto disminución del área sembrada y desplazamiento de cultivos a otras zonas buscando suelos no infectados y nuevas formas de sustento que involucra el reemplazo del cultivo por otros de diferente especie. (Pinzón, 2009, pág. 47)

2.1.4 Antecedentes históricos a nivel regional. La siembra de la cebolla de bulbo, *Allium* cepa L. var. *agregatum* se inició posiblemente en Abrego en el siglo XVII, pasando después a los municipios de La Playa, Ocaña, El Carmen y Loma de González, que conforman la zona cebollera de Ocaña y sus alrededores. Pero también se cultiva en Choachí Cundinamarca, Bucaramanga Santander, Chitagá Norte de Santander y cerca de Pereira Risaralda. A diferencia de otras variedades sembradas comercialmente en el país a partir de semilla sexual, la variedad Ocañera se caracteriza por su siembra asexual (bulbos) que contribuye a reducir el período

vegetativo lográndose obtener hasta tres cosechas por año. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

En tal forma, su sistema radical es muy restringido y superficial, las raíces son adventicias, blancas y delgadas, más o menos de un milímetro de diámetro y en promedio veinticinco por planta. El bulbo es rojo claro, ovoide, de tamaño mediano y de sabor picante, en donde su tamaño depende principalmente de la fertilidad del suelo, condiciones climáticas y físicas del mismo y de acuerdo con el tamaño de la semilla utilizada variará el número de bulbos obtenidos por planta o sitio. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Igualmente, la cebolla es de color rojo y puede tener entre 3,5 y 5 centímetros de diámetro que tiene como característica principal la pulgencia (picante) lo cual la hace única en el país. Además sus características de sabor, olor y color son más concentrados que en otra clase de cebolla y es utilizada en gran medida para tratamientos medicinales. Es rica en minerales y oligoelementos tales como el calcio, magnesio, cloro, cobalto, cobre, hierro y fósforo entre otros. Estimula numerosas funciones orgánicas, pues es diurética, cardiotónica e hipoglucemiante, reduce los niveles de colesterol, triglicéridos y ácido úrico en la sangre, favorece el crecimiento y refuerza las defensas orgánicas, sobre todo frente a agentes infecciosos, se recomienda para tratar la hipertensión, la arteriosclerosis, entre otras. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Por otra parte, la cebolla Ocañera se consume en un 75% en fresco y el 25% se procesa y se destina a producto congelado, enlatado o deshidratado o, también, para la producción de anillos de cebolla. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Es de mencionar, que la cebolla es el principal producto de la economía de la provincia de Ocaña, que por sus características se diferencia de productos similares en el resto del país, haciéndola un producto representativo para la provincia, además por su volumen de producción, mano de obra requerida y por el jalonamiento de otros sectores como el de comercio y transporte y según el anuario estadístico del sector agropecuario de 2008 de la Secretaria de Desarrollo Económico de Norte de Santander en el departamento de Norte de Santander se sembraron 1.903 hectáreas de este cultivo, las cuales produjeron alrededor de 38.483 toneladas de cebolla, de las cuales 380 hectáreas corresponden al Municipio de Ocaña con una producción de 6.850 toneladas. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Así, en la Provincia de Ocaña se siembran anualmente alrededor de 3.000 hectáreas, dispersas en los territorios de los municipios de Ocaña, Abrego, La Playa de Belén, El Carmen, Hacarí y San Calixto en el departamento de Norte de Santander y Río de Oro y González del departamento del Cesar.

De igual manera, en este proceso participan aproximadamente 7.080 pequeños productores que requieren más de 1.300.000 jornales y en donde la producción está calculada en 60.000 toneladas de la cuales 15.000 son empleadas como semilla, 5.000 en el consumo local y 40.000 para enviarlas a otras regiones del país, como la Costa Atlántica, Bogotá y Medellín, según cifras del año 2000 suministradas por el Fondo Hortofrutícola. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Actualmente, la Asociación de Cebolleros de Quebrada la Esperanza “ASOEC” es la agremiación de productores de cebolla más grande del municipio de Ocaña, está produce en promedio 380 toneladas de cebolla comercial y 1.512 toneladas anuales de semilla de cebolla, la cual es su especialidad.

En efecto, de acuerdo con el estudio de rentabilidad del cultivo de cebolla, se determinó que incluyendo en los cálculos los costos de producción en mano de obra, costos de insumos, de fletes y transportes, en promedio para una hectárea de cebolla Ocañera los costos ascienden a \$11.257.850 millones de pesos, aclarando que son datos cuando utilizan abono orgánico (gallinaza) y que la aplicación de este abono dura para dos cosechas; en el caso de utilizar bovinaza como abono, los costos ascienden a \$11.430.850 millones de pesos, teniendo en cuenta que este producto tiene un rendimiento para cuatro cosechas. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Así mismo, en una hectárea se siembran aproximadamente 38 cargas de semilla de cebolla, obteniendo un rendimiento de 139 cargas (16.7 toneladas), en época de siembra de abril-mayo, pero en época de siembra de octubre-noviembre se obtienen un rendimiento de 169 cargas (rendimientos superiores a 18 toneladas), por lo que se puede decir que en promedio se están sacando unas 154 cargas por cosecha, esto dependiendo de la calidad de la semilla y de la variedad climatológica que se presente. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Es importante aclarar que cada carga de cebolla, es la unidad comercial utilizada en toda la provincia, conformada por dos bultos de los cuales cada uno contiene 60 kilos, es decir, una carga de cebolla contiene 120 kilos de la misma.

Además, es preciso anotar que el cultivo de cebolla cabezona Ocañera, ha perdido área de siembra por los altos costos del cultivo ya que la producción en la región es deficiente y tradicional, influenciada por los problemas de orden público que atraviesa el país, la falta de apoyo de entidades gubernamentales para éste sector y la ausencia de estrategias que ayuden a mejorar el esquema económico del cultivo, lo que ha impedido en gran medida la tecnificación de éstas plantaciones. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

Como se dijo anteriormente, en Ocaña, se comercializan las 60 mil toneladas de la cebolla que anualmente genera 1.300.000 jornales y 60 mil millones de pesos para la provincia de Ocaña, en donde el 25% de la cebolla que se consume en el país procede de Ocaña, y el 95% de la producción va a parar a los almacenes y tiendas de la Costa Caribe, Antioquia, Cundinamarca, Boyacá y el Eje Cafetero. Por estas razones, si el precio de la carga de cebolla baja en Ocaña, se siente la afectación en el comercio de la provincia. Esto conlleva a que del comportamiento de las cosechas de cebolla dependa en cierta medida el comportamiento comercial de la provincia.

De allí que , en dos calles del Mercado Central de Ocaña más de 30 locales son inundados a diario con las cargas de cebolla que en las madrugadas son traídas en camiones procedentes de los Corregimientos y Municipios circunvecinos. Desde muy temprano, incluso antes de que los negocios vecinos abran las puertas, decenas de personas contratadas por los vendedores

seleccionan las mejores cebollas para las ventas que todos los días salen de la región a través de las carreteras a Bucaramanga y la Costa Caribe. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

De otra parte, de las 3 mil hectáreas sembradas en la región, el 40% de la misma es cultivada en Abrego y el resto es distribuida entre El Carmen, La Playa, San Calixto y Hacarí, en la provincia de Ocaña, y en los vecinos municipios de González y Río de Oro, del sur del Cesar, en donde el comportamiento de las cosechas, marca el comportamiento comercial de la cebolla en la provincia. Así mismo, para su comercialización por parte del campesino esta se vende en cargas, y en encurtidos después de ser transformada por parte de pequeñas industrias para ser distribuidas en frascos con vinagre y conocidos como las cebollitas ocañeras. (Quintero, 2004)

2.2 Marco teórico

2.2.1 La cebolla biológica. Hacer agricultura biológica significa desarrollar un modelo de producción de fruta fresca, verdura fresca y hortalizas frescas en el máximo respecto de los recursos naturales, con la finalidad de preservar el ambiente y sobre todo la salud del consumidor. Como todas las variedades de frutas y hortalizas más comercializadas a nivel mundial, hoy también la cebolla se cultiva en modalidad biológica, en el máximo respeto del ambiente y del control de los productos utilizados, que tienen que estar rigurosamente desprovistos de sustancias químicas. (ZipMec, 2013, pág. 2)

De igual forma, la agricultura biológica, y con ella la producción de cebollas biológicas, forman parte de la conciencia del consumidor final, que tiene cuidado de las elecciones cultivables y es más respetuoso del ambiente. Así, la planta de la cebolla, si es cultivada con método biológico, necesita de una buena preparación del terreno antes de la siembra., el cual tiene que estar bien abonado, además de estar húmedo y bien drenante para evitar la podredumbre de la misma. (ZipMec, 2013, pág. 2)

En tanto, hay que tener un cuidado particular durante la preparación del terreno para limitar o evitar el problema de las malas hierbas que pueden ahogar la planta de la cebolla. Si el problema de estas malas hierbas no lograra ser extirpado ya en las primeras fases de aradura del terreno, después sería muy difícil liberar la planta de la cebolla en un segundo momento; la única manera, siendo la agricultura biológica una agricultura natural y entonces no pudiendo utilizar herbicidas, resultaría ser el método manual mucho más largo y costoso. (ZipMec, 2013, pág. 2)

2.2.2 Cebolla de cuarta gama. Se llaman productos de frutas y hortalizas de cuarta gama todas aquellas variedades de fruta, verdura y hortalizas frescas listas para el consumo. Así, los productos de fruta y hortalizas de cuarta gama, como la cebolla, satisfacen los nuevos estilos de consumo a través de una preparación y una presentación funcionales tanto para el consumidor, como para la moderna distribución.

En efecto, la cebolla de cuarta gama se puede utilizar para la preparación de ensaladas mixtas listas para el utilizo o en la mezcla de hortalizas utilizables para la preparación de sopas o frituras. En los supermercados el espacio dedicado a los productos de cuarta gama es

notablemente aumentado en los últimos años. En el momento de la compra, de hecho, los sobres de fruta fresca y verdura fresca listas para condimentar, así como los preparados de verduras listos para el utilizo para la preparación de sopas y frituras son seguramente más atractivos. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Entre las ventajas de la compra de productos de cuarta gama, el ahorro de tiempo es uno entre los aspectos que hay que subrayar. Entre las desventajas indudables acerca de la compra de productos de frutas y hortalizas de cuarta gama, se cuentan seguramente el precio más elevado con respecto a las verduras frescas. Las verduras de cuarta gama por cierto son más caras (en general cuestan 5-6 veces más), pero por otra parte, además del servicio ofrecido al consumidor, es sobre todo el proceso de producción, desde el cultivo hasta la distribución refrigerada, que cuesta mucho. (ZipMec, 2013, pág. 3)

En consecuencia, para la calidad final de la verdura de cuarta gama es determinante limitar al mínimo el tiempo que transcurre entre la cosecha y la elaboración, para lo cual la siembra se programa de manera que la materia prima llegue al establecimiento continuamente, pero de modo escalonado y a la llegada de los vegetales, estos se refrigeran y pasan entonces a la elaboración.

De otra parte, existe una normativa que disciplina el etiquetado de los productos alimentarios de cuarta gama que es una forma de garantía y de tutela para el consumidor, por esa razón él tendría que saber leer correctamente las informaciones encima de las etiquetas de cada producto efectuando así unas elecciones conscientes en el momento de la compra. De hecho, el

objetivo de la normativa es una descripción cuidadosa del alimento, de sus componentes, de sus ingredientes, de los valores nutricionales y de las funciones que éstos pueden desarrollar.

(ZipMec, 2013, pág. 3)

2.2.3 Teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter. La Ventaja Competitiva es un concepto desarrollado por Michael E. Porter que busca enseñar cómo la estrategia elegida y seguida por una organización puede determinar y sustentar su suceso competitivo.

De esta forma, según Michel Porter, la ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar y el concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados.(...) Así mismo, una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto, por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva. (Web y Empresas, s.f, pág. 3)

2.2.4 Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva. (Web y Empresas, s.f), señala que, Porter habla de tres estrategias competitivas genéricas que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial para ponerlo en acto, generalmente por separado pero en algunas

circunstancias también en conjunto, según los casos, para asegurar el crecimiento del valor de la empresa, y son las siguientes: (p.3)

El liderazgo en costos: Es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes, (...) es decir la organización busca establecerse como el productor de más bajo costo en un sector. Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria, cuyo fin es reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios como por ejemplo; acceso privilegiado a las materias primas, oferta de un número mayor de productos en el mercado, ya que a mayor producción corresponde un menor costo per cápita, mayor eficiencia en las faenas que conlleva la producción, como puede ser un sistema de piezas obtenidas con máquinas en comparación con la producción manual, un diseño del producto capacitado para facilitar su producción. (Web y Empresas, s.f, pág. 4)

Igualmente, el ámbito de actuación del liderazgo en costos es alargado, intentando llegar a distintos segmentos de mercado a la vez, en general, con un producto estándar sin darle mucha importancia a servicios no esenciales, tales como el embalaje, la publicidad, etc. Las fuentes de ventajas de costos varían de sector a sector, pero, en general, se pueden enumerar las economías de escala y el aprendizaje acumulado, la explotación de sinergias comerciales o tecnológicas, la tecnología patentada, la ubicación y facilidad de acceso a los factores productivos y a los mercados de clientes, entre otros. (Genux, s.f)

La diferenciación: Constituye una opción atractiva para la empresa que quiere construir su propio nicho de mercado, de esta forma busca ser la única en su sector y no apuesta necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes.

En tanto, que algunas buenas actuaciones de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser, las características del producto, los plazos de entrega, las garantías, la facilidad de pago, la imagen, la variedad y calidad de los servicios asociados, la innovación, materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado, un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo, y así mismo, ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes. (Web y Empresas, s.f, pág. 4)

Además, es importante destacar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que siempre puede surgir otra empresa que se diferencie de la misma forma, en el caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos. Sin embargo, mientras éste último no permite a dos empresas oponentes afirmarse con igual fuerza en el mercado, con la diferenciación dos empresas del mismo rubro que apuestan en características distintas para sus productos podrían lograr ambas un buen resultado en el mercado. Además, esta estrategia permite a la organización practicar un precio superior u obtener mayor lealtad por parte de los compradores. (Web y Empresas, s.f, pág. 4)

El enfoque: En este, la organización pretende obtener una ventaja competitiva en un segmento o grupo de segmentos de mercado por los que ha optado, excluyendo los demás segmentos. La estrategia de enfoque se divide en dos variantes; enfoque por costos, en el que la empresa busca una ventaja de costo en su segmento blanco, y enfoque de diferenciación, con el cual la empresa busca la diferenciación en su segmento blanco. Esta estrategia descansa en la elección de segmentos específicos de mercado donde la competencia tenga dificultad en satisfacer eficazmente las necesidades de los compradores. (Genux, s.f)

2.2.5 La cadena de valor. Porter describe el instrumento básico para diagnosticar la ventaja competitiva y encontrar formas de intensificarla, a través de la cadena de valor, por medio de la cual la organización se divide en sus actividades básicas de investigación y desarrollo, producción, comercialización y servicio, lo que facilita la identificación de las fuentes de ventaja competitiva. (Nunes, 2016)

En consecuencia, la cadena de valor es un modelo teórico que permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa. En base a esta definición se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el margen de utilidad ya sea bajando los costos o aumentando las ventas. (...) (Cynthia, 2014, pág. 1)

2.2.6 Descripción de la cadena de valor de Michael Porter. De acuerdo con (Cynthia, 2014), la cadena de valor despliega el valor total, y consiste en las actividades de valor y del margen, siendo el margen la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las

actividades de valor, y en donde las actividades de valor son las distintas actividades que realiza una empresa y se dividen en dos amplios tipos: (...)

1. Actividades Primarias: son las implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta. Se dividen a su vez en cinco categorías genéricas que son:

Logística interna: primera actividad de la cadena de valor, la cual considera que las empresas necesitan gestionar y administrar una manera de recibir y almacenar las materias primas necesarias para crear su producto, así como el medio para distribuir los materiales, pues cuanto más eficiente sea la logística interna, mayor es el valor generado en la primera actividad.

Operaciones: las operaciones toman las materias primas desde la logística de entrada y crea el producto. Naturalmente, mientras más eficientes sean las operaciones de una empresa, más dinero la empresa podrá ahorrar, proporcionando un valor agregado en el resultado final.

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

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

Servicios: es la actividad final de la cadena de valor, y estos cubren muchas áreas, que van desde la administración de cualquier instalación hasta el servicio al cliente después de la venta del producto. Tener un fuerte componente de servicio en la cadena de suministro proporciona a los clientes el apoyo y confianza necesaria, lo que aumenta el valor del producto. (Cynthia, 2014, pág. 2)

2. Actividades de Apoyo: En la cadena de Valor de Michael Porter las actividades de apoyo son las que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa. De igual forma, la infraestructura no está asociada a ninguna de las actividades primarias sino que apoya a la cadena completa. (Cynthia, 2014, pág. 2)

2.2.7 La estrategia competitiva y las cinco fuerzas de Porter. Para una organización en particular, se requiere diseñar estrategias competitivas y para eso se necesita entender su industria y su negocio, así como el de los competidores. El análisis de la competencia, además de formular la estrategia corporativa, contribuye además a planear las finanzas, el marketing, el análisis de valores y muchos otros aspectos de la vida cotidiana de un negocio. (Bittan, 2016) (párr.2)

Un enfoque interesante para la planificación de la estrategia corporativa ha sido el propuesto por Michael E. Porter quien manifiesta que existen cinco fuerzas que influyen en la rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. Por tanto, la corporación

debe evaluar sus objetivos y recursos frente a estas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial, las cuales se describen a continuación donde (Bittan, 2016) (párr.3) expone:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores: El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado. (Bittan, 2016) (párr.4)

2. Rivalidad entre los competidores: para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentado guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos. (Bittan, 2016) (párr.5)

3. Poder de negociación de los proveedores: Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido (con el agravante de si los insumos que suministran no tienen sustitutos o son escasos y de alto costo). Tampoco si el proveedor decide estratégicamente integrarse hacia adelante y, por ejemplo, adquiere los canales de distribución o lugares donde se distribuye un producto. (Bittan, 2016) (párr.6)

4. Poder de negociación de los compradores: Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene muchos sustitutos, no es muy

diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que se puedan hacer sustituciones por igual o a un costo menor. Las crecientes exigencias de grandes compradores están enfocadas en la reducción de precios, mayor calidad y mejor servicio, por lo tanto, una organización verá afectados sus márgenes de utilidad. (Bittan, 2016) (párr.7)

5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos: Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales, se encuentran en un estado más avanzado tecnológicamente, o pueden penetrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. (Bittan, 2016) (párr.8)

Así mismo, de acuerdo con (Bittan, 2016), una vez planteados los objetivos y estrategias, el modelo requiere ser consolidado. Esto se hace construyendo barreras de entrada alrededor de alguna fortaleza de la corporación. Por efecto de estos mecanismos de protección se pueden obtener beneficios que se reinvertirían en investigación y desarrollo, con el objeto de mejorar los precios de sus productos frente al de sus competidores, o para invertir en otros negocios. De igual forma, Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a una organización una ventaja competitiva a las cuales hace referencia. (párr.9)

1. Economías de Escala: consiste en reducir costos al aumentar la producción, también abarca extender el rubro de las actividades de la organización, ampliando la gama de sus productos a modo de crecer en forma horizontal. (Bittan, 2016) (párr.11)

2. Diferenciación del Producto: La corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, creando dificultades a sus rivales para entrar, haciéndoles realizar cuantiosas inversiones para reposicionar a la organización. (Bittan, 2016) (párr.12)

3. Inversiones de Capital: Fuertes recursos financieros garantizan a la organización una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños. (Bittan, 2016) (párr.13)

4. Desventaja en Costos independientemente de la Escala: Las empresas establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser desafiadas por competidores potenciales independientemente, sea cual fuese su tamaño y sus economías de escala. (Bittan, 2016) (párr.14)

5. Acceso a los Canales de Distribución: En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben hacer mayores esfuerzos para colocar sus productos, sacrificando sus precios y dejando mayor márgenes de utilidad. (Bittan, 2016) (párr.15)

6. Política Gubernamental: pueden limitar o impedir la entrada de nuevos competidores con requisitos y normas legales, exigiendo mayor inversión en capitales o uso de sofisticadas tecnologías para la explotación de recursos y posicionar sus productos, alertando también la llegada de nuevos contrincantes. (Bittan, 2016) (párr.16)

El éxito de la estrategia, depende de qué tan efectivamente esta pueda manejar los cambios que se presenten en el ambiente competitivo. Una competencia acelerada indica que ya no es posible esperar por la acción del competidor, sino anticiparse y prepararse para enfrentar cualquier eventualidad. (Bittan, 2016) (párr.17)

2.2.8 La teoría del valor de Adam Smith: la cuestión de los precios naturales y sus interpretaciones. El precio natural ocupa un lugar central en la comprensión de la teoría del valor de Adam Smith. Esta teoría es un elemento fundamental para el análisis de la sociedad comercial que lleva a cabo este autor. Una sociedad basada sobre los intercambios de excedentes de producción requiere la existencia de un lenguaje común y de una equivalencia entre los objetos a intercambiar. (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 2)

Todos los miembros de esta sociedad viven del intercambio y, en esta medida, todos son considerados comerciantes. Cada uno de ellos vive la experiencia del intercambio, la experiencia del valor. Esta experiencia pasa por los precios nominales expresados en términos monetarios. Sin embargo, estos precios, por su carácter contingente, no pueden ser el objeto de un estudio dinámico tendiente a fundar una teoría del crecimiento económico. En consecuencia, Smith utiliza los precios reales, precios en términos de tiempo de trabajo. Este precio hace referencia a una unidad universal de medida que permite aprehender la magnitud del valor, expresa un trabajo comandado o las penas y fatigas ahorradas a aquel que compra la mercancía. (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 2)

En consecuencia, Smith analiza los precios de mercado y los precios naturales en términos reales, en donde el precio de mercado es un precio momentáneo, resultado de la confrontación entre la oferta y la demanda, mientras el precio natural es un precio que permite la reproducción del sistema económico. (...) De allí que, el precio de mercado de cada mercancía particular está determinado por la proporción entre la cantidad presente de esta mercancía en el mercado y las demandas de aquellos que están dispuestos a pagar el precio natural o el valor completo de las rentas, beneficios y salarios que se deben pagar para traerla al mercado, según lo expresado por Adam Smith. (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 2)

Claramente, los demandantes poseen una información antes de llegar al mercado que es el precio natural. Existe una información anterior a los intercambios, representada por el precio natural, sin la cual la medida del valor de cambio y el sistema de mercado serían indeterminados. En efecto, sin este precio de referencia los procesos de ajuste de mercado, de competencia entre demandantes en el caso de un exceso de demanda o de entrada de nuevos demandantes en el caso de un exceso de oferta, no pueden ocurrir. (...) (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 3)

Smith, se propone hacer explícito el lenguaje de quienes intercambian, que les permite establecer una equivalencia entre sus productos y, en consecuencia, negociar. Lo que los individuos intercambian son valores y es precisamente, porque los excedentes de producción tienen un valor para aquel que desea adquirirlos por lo que pueden ser intercambiados. Por lo tanto, el valor implica que una cosa es sustituible por otra en un proceso de intercambio. Foucault (1966). El uso que hace un individuo de cantidades físicas producidas por otro implica

la experiencia del intercambio, del valor y de los precios, pero todo esto aparece de manera confusa y desordenada en la realidad. (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 4)

En cuanto al precio de mercado, Smith afirma que los tres factores que lo determinan son, su demanda, la abundancia relativa y la riqueza de los demandantes. (Lectura sobre jurisprudencia 3589). La demanda puede ser real o imaginaria y esta demanda será inexistente por un objeto que no sea muy útil. (...) En consecuencia, para que un objeto tenga un precio, primero que todo debe ser deseado, sin embargo, esto es insuficiente. También debe tenerse en cuenta la escasez del objeto, el segundo elemento considerado por Smith. (...) El tercer elemento restringe la demanda libre, esto es, demanda nocional y define lo que posteriormente llamará, en la Riqueza de las Naciones, demanda efectiva. (1.VII.8) (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013)

De esta forma, con la Riqueza de las Naciones, incluye una etapa anterior a la consideración de los precios de mercado y naturales. Esta nueva etapa empieza con la búsqueda de la medida del valor de cambio, es decir, con la explicación del precio real (Riqueza de las naciones 1.IV.15). Así, esta nueva diferenciación entre precio real y precio nominal, además de aprobar la distinción presente entre precio natural y precio de mercado, busca mostrar una dimensión aún más esencial del lenguaje de equivalencias de los comerciantes. (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 5)

Así, el precio nominal es conocido por los agentes, pero la moneda es sólo un medio para facilitar las transacciones, la moneda no expresa la verdadera relación de cambio entre los

objetos, pues su valor varía y en consecuencia, debe ser descartada como unidad de medida del valor. (...) El mercado necesitaría individuos virtuosos para funcionar y, de manera más específica, la determinación de la medida del valor de cambio debería considerar el proceso de formación de los juicios morales o, incluso, ser analizada de manera análoga a la formación de estos últimos. (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 7)

En efecto, después de lo expuesto Smith plantea, la simpatía antes del intercambio

El respeto de las reglas de justicia

Una posibilidad de incluir la simpatía en el proceso de determinación de la medida del valor de cambio es tomar en cuenta el papel de las reglas de justicia en el funcionamiento del mercado; en particular, considerar la relación entre precios y justicia. El precio natural, en esta óptica, sería equivalente a un precio justo. (Young 1986, 1997) (Hurtado Prieto, scielo.org.co, 2013, pág. 10)

Esta visión, parte de la explicación de Smith sobre el origen del derecho de propiedad como derecho natural (lectura sobre jurisprudencia 13). Smith sostiene que existen cinco formas de acceder a la propiedad, de las cuales la primera es la ocupación. El derecho de propiedad, en este caso, dice Smith, "parece estar bien fundado cuando el espectador está de acuerdo con mi posesión del objeto, y aprueba mi acción cuando definiendo mi posesión por la fuerza" (lectura sobre jurisprudencia 459). Por consiguiente, el derecho de propiedad está directamente asociado a la simpatía de un espectador imparcial. Éste podrá simpatizar con el poseedor del objeto porque puede compartir con él su "expectativa razonable de uso" del objeto en cuestión (lectura sobre jurisprudencia 17). "La expectativa razonable, en consecuencia, que el primer poseedor provee es

el fundamento sobre el cual el derecho de propiedad se adquiere por ocupación". (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 10)

En la base, entonces, del derecho de propiedad existe un mecanismo social que le confiere su legitimidad y que autoriza su defensa activa. No es la conciencia individual la que provee esta legitimidad, es la mirada de los demás miembros de la sociedad. Por consiguiente, no es necesario ser un individuo virtuoso, respetuoso de los dictados de la propia conciencia para ser propietario, tampoco es necesario que la sociedad esté compuesta por individuos virtuosos para garantizar el derecho de propiedad. Los individuos sólo deben simpatizar con una expectativa razonable de uso, lo cual no implica un juicio sobre las motivaciones de la adquisición del derecho de propiedad (...). (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 10)

Smith afirma, que el verdadero fundamento de la sociedad es la justicia. Sin ella, ninguna relación social sería posible, el respeto de la justicia no puede dejarse a la libre voluntad de los individuos y puede exigirse por la fuerza, pues la injusticia equivale a un verdadero perjuicio. La justicia es una virtud negativa, expresa la exigencia de no hacer daño a los demás, de respetar su vida y su propiedad, y no requiere acción positiva alguna por parte del agente. (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 10)

El respeto de las reglas de justicia es, sin duda, una condición necesaria para el funcionamiento de la actividad económica y, en particular, del intercambio. Esto no significa, sin embargo, que el mismo proceso que explica el origen de estas reglas pueda explicar el intercambio. La formación de valores de cambio no es análoga a la formación de valores morales

como generalización de experiencias repetidas, "que resultan en un sistema de valores válido para todos". (Duboeuf 1985, 94-95) (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 10)

En resumen, la idea según la cual el funcionamiento del mercado requiere la acción del espectador imparcial, es decir de un tercero, para garantizar que los agentes sean virtuosos y estén informados de modo que controlen su interés propio, por lo cual no parece encontrar apoyo en la definición de justicia propuesta por Smith. Lo que parece claro es que una organización social con formas complejas de propiedad y de producción requiere reglas mucho más explícitas y, al mismo tiempo, más generales para regular las acciones de sus miembros. Así, los individuos tienen derecho a hacer todo lo que quieran dentro del marco establecido por la ley, y en donde la justicia y el respeto al otro, a su propiedad y a los contratos son el fundamento de la sociedad comercial. (Young 1986, 373) (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 11)

En efecto, es claro que ningún sistema de intercambio puede mantenerse en una sociedad de bandoleros, pero esto no significa, por oposición, que la virtud sea el fundamento de la sociedad mercantil. El intercambio es una relación de cantidades físicas mientras que el espectador imparcial es un regulador de pasiones: "No se deben confundir la educación interna de las pasiones y la limitación externa de los intereses de los unos por los otros". (Berthoutd 2000, 62) (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 11)

Así, el precio de mercado es entonces, un precio justo en la medida en que es el resultado de intercambios voluntarios, respetuosos de la vida y la propiedad de los participantes en la transacción. Este precio puede ser diferente del precio natural sin que por ello se transgredan las

reglas de justicia (Salter 1998, 680) y en consecuencia, la noción de precio justo entendida como justo medio, implica una visión de justicia positiva que no es considerada por Smith en la medida en que requiere una acción particular de parte de los agentes involucrados en relaciones de simpatía. Por consiguiente, ni el precio de mercado ni el precio natural pueden ser asimilados a un precio justo. (Hurtado Prieto, Scielo Colombia , 2013, pág. 11)

2.3 Marco conceptual

En el trabajo se encontrarán términos tales como diagnóstico, el cual se basa en los resultados que arroja un estudio, como también la evaluación o análisis sobre algún determinado tema que en este caso son las consecuencias que genera la cebolla foránea, la cual es considerada como aquella que ingresa al mercado proveniente de otro país, afectando en ocasiones la economía de una determinada región, descrita esta como una ciencia social que estudia los procesos de extracción, producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios de un país.

Dicha situación, ha afectado a los campesinos productores de cebolla en la región, teniendo en cuenta que son estas las personas que trabajan en el campo cuya actividad económica se basa en la agricultura.

Así mismo, el cultivo es la actividad que se hace a la hora de sembrar una semilla cuyo fin es obtener frutos, en donde se encuentra que la cebolla cultivada es de tipo asexual o también

llamada de bulbo del tipo *Allium Cepa Var Agregatum*, hortaliza de tipo comestible y de origen asiático. (Oficina de desarrollo rural de ocaña, 2016)

De otra parte, es de resaltar que existen muchas variedades de cebolla cultivadas a nivel mundial, pero en general este tipo de hortaliza se distingue por su forma, dimensión y color del bulbo, aunque se hace distinción entre la cebolla roja, que posee una cantidad mayor de nutrientes en comparación a la cebolla blanca, la cual contiene sustancias aromáticas, por lo que se utiliza mucho en el consumo fresco, y sobre todo en las ensaladas.

En consecuencia, las variedades más comunes de cebolla son:

Cebolla Borettana: variedad de cebolla de forma plana, muy conocida y utilizada sobre todo por las industrias para la producción de encurtidos, además de ser utilizada en la cocina juntamente con platos segundos y embutidos. El color del bulbo es blanco con túnicas que en la superficie exterior se vuelven de un color amarillo paja-dorado y de dimensiones pequeñas. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla de Banari: variedad de cebolla de color amarillo paja-dorado al exterior y color blanco-marfil al interior. De forma plana y de dimensiones grandes, su peso puede variar de 400 gr a 1kg, tiene un sabor bastante dulce. Esta variedad de cebolla se conserva muy bien en un lugar fresco y seco, posiblemente en la oscuridad, y se utiliza mucho en la cocina para diferentes elaboraciones. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla de Brunate: variedad de cebolla de dimensiones pequeñas, tiene un perfume bastante intenso y de consistencia crujiente. Muy utilizada para la producción de encurtidos, que tiene un bulbo interior y túnicas exteriores de color blanco. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla de Cannara: variedad de cebolla de origen bastante antiguo, que se subdivide en tres subvariedades; la "Roja de Toscana o de Florencia", la "Borettana de Rovato" y la "Dorada de Parma". La cebolla "Roja de Toscana o de Florencia" es de color rojo intenso de forma redondeada ligeramente aplastada en la parte superior, muy conocida por su fácil digestibilidad además de su sabor dulce. La cebolla "Borettana de Rovato" en cambio es de forma bastante aplanada y de color amarillo paja y por último la cebolla "Dorada de Parma" es de forma esférica y de color amarillo dorado vivo, con un sabor excelente y un bulbo bastante tierno. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla de Suasa: variedad de cebolla de sabor dulce, bulbo color rosado, así como el color de la superficie exterior (cáscara). Durante el paso de los años la semilla de esta cebolla se mezcló con otras semillas, por eso la forma de esta variedad de cebolla puede ser bastante pequeño y ligeramente alargado, o de dimensiones grandes, el color también se diferencia un poco, en el primer caso puede ser de colores rosado-dorado, mientras en el segundo más definido y tendente entonces al rojo-dorado. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla Dulce: variedad de cebolla extremadamente dulce, característica dada no solo por el contenido de azúcares (presentes en muchas variedades de cebollas) sino también con un contenido muy bajo de azufre y con contenido elevado de agua. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla Ramata de Montoro: variedad de cebolla con buenas calidades organolepticas, y de sabor aromático y dulce. Esta cebolla tiene planta tardía, se siembra a inicio de otoño y se cosecha solo a inicio del verano siguiente. Tiene una forma variable, puede ser redondeada a peonza o redondeada aplanada, el color del bulbo al interior tiene matices violetas, y se pone enteramente blanco en el centro, mientras que la superficie exterior es de color ramato. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla roja de Acquaviva Delle Fonti: variedad de cebolla muy conocida por su dulzura además que por su característica forma aplanada. Tiene dimensiones bastante grandes (puede llegar a pesar 500gr). El bulbo de esta cebolla es de un color que varía de rojo carmín a violáceo que se pone más claro paulatinamente hacia el interior de esta variedad particular, hasta volverse completamente blanca. (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla Roja de Certaldo: esta variedad de cebolla se distingue a su vez en dos otras subvariedades, la "Statina" y la "Vernina". (ZipMec, 2013, pág. 3)

Cebolla Roja de Tropea: Variedad de cebolla de gusto dulce y de forma redondeada u ovoidal. Recubierta por diferentes "túnicas" interiores carnudas de color blanco mientras las "túnicas" exteriores (cáscara) que la recubren son de color rojo violáceo. Cebolla muy digestible y con un aporte calórico bajo (aproximadamente 20 calorías por 100gr de producto).

La variedad de cebolla Statina es de color rojo tendente a violeta, de forma redonda y se siembra en diferentes periodos del año, en general se consume como producto fresco durante el periodo estival. (ZipMec, 2013, pág. 3)

2.4 Marco legal

2.4.1 Constitución Política de Colombia.

Título II. De los Derechos, Las Garantías y los Deberes

Capítulo 1. De los derechos fundamentales

Artículo 26. Toda persona es libre de escoger profesión u oficio. La ley podrá exigir títulos de idoneidad. Las autoridades competentes inspeccionarán y vigilarán el ejercicio de las profesiones. Las ocupaciones, artes y oficios que no exijan formación académica son de libre ejercicio, salvo aquellas que impliquen un riesgo social. Las profesiones legalmente reconocidas pueden organizarse en colegios. La estructura interna y el funcionamiento de éstos deberán ser democráticos. La ley podrá asignarles funciones públicas y establecer los debidos controles. (Constitucion politica de colombia, 1991, pág. 17)

Capítulo 2. De los Derechos Sociales, Económicos y Culturales

Artículo 64. Es deber del Estado promover el acceso progresivo a la propiedad de la tierra de los trabajadores agrarios, en forma individual o asociativa, y a los servicios de educación,

salud, vivienda, seguridad social, recreación, crédito, comunicaciones, comercialización de los productos, asistencia técnica y empresarial, con el fin de mejorar el ingreso y calidad de vida de los campesinos. (Constitucion politica de colombia, 1991, pág. 31)

Artículo 65. La producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras. De igual manera, el Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario, con el propósito de incrementar la productividad. (Constitucion politica de colombia, 1991, pág. 32)

Artículo 66. Las disposiciones que se dicten en materia crediticia podrán reglamentar las condiciones especiales del crédito agropecuario, teniendo en cuenta los ciclos de las cosechas y de los precios, como también los riesgos inherentes a la actividad y las calamidades ambientales. (Constitucion politica de colombia, 1991, pág. 32)

2.4.2 Código Sustantivo del Trabajo.

Título preliminar

Principios generales

Artículo 8o. Libertad de Trabajo. Nadie puede impedir el trabajo a los demás, ni que se dediquen a la profesión, industria o comercio que les plazca, siendo lícito su ejercicio, sino mediante resolución de autoridad competente encaminada a tutelar los derechos de los trabajadores o de la sociedad, en los casos que se prevean en la ley. (Codigo sustantivo del trabajo, 1950, pág. 8)

Artículo 9o. Protección al Trabajo. El trabajo goza de la protección del Estado, en la forma prevista en la Constitución Nacional y las leyes. Los funcionarios públicos están obligados a prestar a los trabajadores una debida y oportuna protección para la garantía y eficacia de sus derechos, de acuerdo con sus atribuciones. (Codigo sustantivo del trabajo, 1950, pág. 8)

Artículo 10. Igualdad de los Trabajadores. Modificado por el art. 2, Ley 1496 de 2011. Todos los trabajadores son iguales ante la ley, tienen la misma protección y garantías, y, en consecuencia, queda abolida toda distinción jurídica entre los trabajadores por razón del carácter intelectual o material de la labor, su forma o retribución, salvo las excepciones establecidas por la Ley. (Codigo sustantivo del trabajo, 1950, pág. 8)

2.4.3 Ley 160 de 1994. Por la cual se crea el Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural Campesino, se establece un subsidio para la adquisición de tierras, se reforma el Instituto Colombiano de la Reforma Agraria y se dictan otras disposiciones.

Capítulo I. Objeto de la ley

Artículo 1o. Inspirada en el precepto constitucional según el cual es deber del Estado promover el acceso progresivo a la propiedad de la tierra de los trabajadores agrarios y a otros servicios públicos rurales, con el fin de mejorar el ingreso y la calidad de vida de la población campesina, que tiene por objeto: (Ley 160 de 1994)

Cuarto. Elevar el nivel de vida de la población campesina, generar empleo productivo en el campo y asegurar la coordinación y cooperación de las diversas entidades del Estado, en especial las que conforman el Sistema Nacional de Reforma Agraria y Desarrollo Rural Campesino, para el desarrollo integral de los programas respectivos.

Séptimo. Promover, apoyar y coordinar el mejoramiento económico, social y cultural de la población rural y estimular la participación de las organizaciones campesinas en el proceso integral de la Reforma Agraria y el Desarrollo Rural Campesino para lograr su fortalecimiento. (Ley 160 de 1994)

2.4.4 Ley 1133 de 2007. Por medio de la cual se crea el programa agro ingreso seguro-AIS.

Artículo Primero. La presente Ley tiene como objeto la creación e implementación del programa "Agro, Ingreso Seguro - AIS", destinado a proteger los ingresos de los productores que resulten afectados, ante las distorsiones derivadas de los mercados externos y a mejorar la competitividad de todo el sector agropecuario nacional, con ocasión de la internacionalización de la economía. (Ley 1133 de 2007)

Artículo Segundo. El programa "Agro, Ingreso, Seguro" se enmarca dentro de las acciones previstas por el gobierno nacional para promover la productividad y competitividad, reducir la desigualdad en el campo y preparar al sector agropecuario para enfrentar el reto de la internacionalización de la economía. En tal sentido, se propenderá por el ordenamiento productivo del territorio y la empresarización del campo, en concordancia con la agenda interna de productividad y competitividad, la apuesta exportadora del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), y en coordinación con las instituciones del orden territorial. (Ley 1133 de 2007)

Artículo Cuarto. Condiciones de los Apoyos Económicos Directos: La creación, cuantificación y asignación de los apoyos económicos directos se sujetará a las siguientes condiciones:

1. Los apoyos económicos directos serán de carácter transitorio y decreciente, asignándose en función del avance de los productores beneficiarios en términos de competitividad para enfrentar la competencia internacional o ser más eficientes en el mercado interno.
2. Tendrán un valor máximo por anualidad y tipo de producto.
3. La continuidad de la asignación de estos apoyos se condicionará al cumplimiento por parte de los productores de los compromisos de desempeño, que en materia de competitividad establezca el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, basado en los conceptos técnicos del Comité Intersectorial creado en la presente Ley.
4. Su aplicación debe ser transparente en sus reglas de asignación, distribución y acceso.

5. En el diseño e implementación de la asignación, distribución y acceso a estos apoyos económicos, se deberá observar el principio de equidad.

6. Deben tener bajos costos de implementación, operación y acceso para los productores.
(Ley 1133 de 2007)

Artículo Quinto. Apoyos para la Competitividad: Los Incentivos para la Competitividad tendrán en cuenta las cadenas productivas y estarán determinados por los siguientes instrumentos:

1. Incentivos a la productividad: Este componente incluye la destinación de recursos del programa orientados a fortalecer la asistencia técnica, el desarrollo y transferencia de tecnología, así mismo promover la cultura de buenas prácticas agrícolas y pecuarias, la asociatividad entre los productores, y cofinanciar adecuación de tierras e infraestructura de riego y drenaje.

2. Apoyo a través de crédito: A partir de este componente se habilitarán con recursos del programa, líneas de crédito en condiciones preferenciales para fomentar la reconversión y mejoramiento de la productividad y adecuación de tierras. Adicionalmente se implementarán líneas de crédito con Incentivo a la Capitalización Rural (ICR), para promover modernización agropecuaria.

3. Apoyo a la comercialización: El programa también contempla la asignación de recursos para apoyar los procesos de comercialización. Para estos efectos, se implementarán instrumentos que respondan a las exigencias de los mercados interno y externo, tales como la trazabilidad de

los productos que lo requieran e incentivos a los compradores tendientes a asegurar la absorción de productos agropecuarios en condiciones de precio justas para el productor, sólo cuando las condiciones de mercado lo exijan. (Ley 1133 de 2007)

[2.4.5 Ley 256 de 1996.](#) Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal.

Capítulo I. Disposiciones generales

Artículo 1o. Objeto. Sin perjuicio de otras formas de protección, la presente Ley tiene por objeto garantizar la libre y leal competencia económica, mediante la prohibición de actos y conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participen en el mercado.

Artículo 3o. Ámbito subjetivo de aplicación. Esta Ley se les aplicará tanto a los comerciantes como a cualesquiera otros participantes en el mercado. La aplicación de la Ley no podrá supeditarse a la existencia de una relación de competencia entre el sujeto activo y el sujeto pasivo en el acto de competencia desleal. (Ley 256 de 1996)

Capítulo II. Actos de competencia desleal

Artículo 7o. Prohibición general. Quedan prohibidos los actos de competencia desleal. Los participantes en el mercado deben respetar en todas sus actuaciones el principio de la buena fe comercial. (Ley 256 de 1996)

Artículo 8o. Actos de desviación de la clientela. Se considera desleal toda conducta que tenga como objeto o como efecto desviar la clientela de la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos, siempre que sea contraria a las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial o comercial.

Artículo 9o. Actos de desorganización. Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto desorganizar internamente la empresa, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajeno.

Artículo 14. Actos de imitación. La imitación de prestaciones mercantiles e iniciativas empresariales ajenas es libre, salvo que estén amparadas por la ley. No obstante, la imitación exacta y minuciosa de las prestaciones de un tercero se considerará desleal cuando genere confusión acerca de la procedencia empresarial de la prestación o comporte un aprovechamiento indebido de la reputación ajena. La inevitable existencia de los indicados riesgos de confusión o de aprovechamiento de la reputación ajena excluye la deslealtad de la práctica.

También se considerará desleal la imitación sistemática de las prestaciones e iniciativas empresariales de un competidor cuando dicha estrategia se halle encaminada a impedir u obstaculice su afirmación en el mercado y exceda de lo que según las circunstancias, pueda reputarse como una respuesta natural del mercado. (Ley 256 de 1996)

Artículo 15. Explotación de la reputación ajena. Se considera desleal el aprovechamiento en beneficio propio o ajeno de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

Artículo 18. Violación de normas. Se considera desleal la efectiva realización en el mercado de una ventaja competitiva adquirida frente a los competidores mediante la infracción de una norma jurídica. La ventaja ha de ser significativa. (Ley 256 de 1996)

[2.4.6 Ley 101 de 1993.](#)

Capítulo II. Prioridad para las actividades rurales

Artículo 7o. Cuando circunstancias ligadas a la protección de los recursos naturales orientados a la producción agropecuaria, a la protección del ingreso rural y al mantenimiento de la paz social en el agro así lo ameriten, el Gobierno podrá otorgar, en forma selectiva y temporal, incentivos y apoyos directos a los productores agropecuarios y pesqueros, en relación directa al área productiva o a sus volúmenes de producción. (Ley 101 de 1993)

[2.4.7 Ley 1340 de 2009.](#) Por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia.

Título. I.

Disposiciones generales

Capítulo. I

Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto actualizar la normatividad en materia de protección de la competencia para adecuarla a las condiciones actuales de los mercados, facilitar a los usuarios su adecuado seguimiento y optimizar las herramientas con que cuentan las autoridades nacionales para el cumplimiento del deber constitucional de proteger la libre competencia económica en el territorio nacional. (Ley 1340 de 2009)

Artículo 2°. Ámbito de la ley. Las disposiciones sobre protección de la competencia abarcan lo relativo a prácticas comerciales restrictivas, esto es acuerdos, actos y abusos de posición de dominio, y el régimen de integraciones empresariales. Lo dispuesto en las normas sobre protección de la competencia se aplicará respecto de todo aquel que desarrolle una actividad económica o afecte o pueda afectar ese desarrollo, independientemente de su forma o naturaleza jurídica y en relación con las conductas que tengan o puedan tener efectos total o parcialmente en los mercados nacionales, cualquiera sea la actividad o sector económico.

Artículo 3°. Propósitos de las Actuaciones Administrativas. Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección de la competencia; atender las reclamaciones o quejas por hechos que pudieren implicar su contravención y dar trámite a aquellas que sean significativas para alcanzar en particular los siguientes propósitos: la libre participación de las empresas en el mercado, el bienestar de los consumidores y la eficiencia económica. (Ley 1340 de 2009)

Capitulo. II. Régimen de Protección de la Competencia

Artículo 4°. Normatividad aplicable. La Ley 155 de 1959, el Decreto 2153 de 1992, la presente ley y las demás disposiciones que las modifiquen o adicionen, constituyen el régimen general de protección de la competencia, aplicables a todos los sectores y todas las actividades económicas. En caso que existan normas particulares para algunos sectores o actividades, estas prevalecerán exclusivamente en el tema específico. (Ley 1340 de 2009)

Capítulo. III. Autoridad nacional en materia de protección de la competencia

Artículo 6°. Autoridad Nacional de Protección de la Competencia. La Superintendencia de Industria y Comercio conocerá en forma privativa de las investigaciones administrativas, impondrá las multas y adoptará las demás decisiones administrativas por infracción a las disposiciones sobre protección de la competencia, así como en relación con la vigilancia administrativa del cumplimiento de las disposiciones sobre competencia desleal. (Ley 1340 de 2009)

[2.4.8 Ley 155 de 1959.](#) Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas.

El congreso de Colombia

Decreta:

Artículo 1°. Modificado por el art. 1, Decreto 3307 de 1963. El nuevo texto es el siguiente: Quedan prohibidos los acuerdos o convenios que directa o indirectamente tengan por

objeto limitar la producción, abastecimiento, distribución o consumo de materias primas, productos, mercancías o servicios nacionales o extranjeros, y en general, toda clase de prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia y a mantener o determinar precios inequitativos. (Ley 155 de 1959)

Parágrafo. El Gobierno, sin embargo, podrá autorizar la celebración de acuerdos o convenios que no obstante limiten la libre competencia, tengan por fin defender la estabilidad de un sector básico de la producción de bienes o servicios de interés para la economía general. (Ley 155 de 1959)

2.4.9 Decreto 410 DE 1971. Por el cual se expide el Código de Comercio

Título preliminar

Disposiciones generales

Artículo 1o. Aplicabilidad de la Ley Comercial. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas. (Decreto 410 de 1971)

2.4.10 Ley 7 de 1991.

Capítulo I. De las Normas Generales del Comercio Exterior

Artículo 3o. Las importaciones y exportaciones de bienes, tecnología y servicios se realizarán dentro del principio de libertad del comercio internacional en cuanto lo permitan las condiciones coyunturales de la economía. Sin perjuicio de las leyes que establezcan restricciones que protejan la integridad del patrimonio nacional, el Gobierno reglamentará las exportaciones e importaciones y procurará que éstas no sean realizadas, en forma exclusiva y permanente, por entidades del sector público.

Artículo 9o. Sin perjuicio de las normas en materia aduanera, en particular, de la Ley 6a. de 1971 y demás disposiciones que la adicionan, reforman o desarrollan, el Gobierno Nacional podrá establecer sistemas de aranceles variables y sus instrumentos operativos, con el objetivo de estabilizar los costos de importación de los productos agropecuarios o agroindustriales relacionados con éstos, cuando quiera que los precios de los mismos sean altamente inestables en los mercados internacionales.

Cuando en desarrollo de estas facultades el gobierno establezca sistemas de aranceles variables, éstos deberán fijarse con precisión y con arreglo a los criterios objetivos para la determinación automática del arancel aplicable, con arreglo al parágrafo cuarto del artículo 14 de esta ley. (Ley 7 de 1991)

Artículo 10. El Gobierno Nacional amparará la producción nacional contra las prácticas desleales y restrictivas de comercio internacional. Para tal efecto regulará la protección de la producción nacional contra esas prácticas y señalará los organismos y procedimientos para hacer aplicables las disposiciones que expida sobre la materia.

En tales disposiciones el Gobierno Nacional fijará los requisitos, procedimientos y factores para determinar la imposición de gravámenes o derechos provisionales o definitivos que, con el fin de prevenir y contrarrestar dichas prácticas, podrán imponer la autoridad competente. (Ley 7 de 1991)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo de investigación

Teniendo en cuenta, que con el presente diagnóstico se pretende analizar la situación actual en la comercialización de la cebolla Ocañera y su afectación por causa de la entrada al mercado de esta misma hortaliza proveniente del extranjero, con el fin de determinar las consecuencias que genera este producto foráneo frente al regional.

De acuerdo a lo anterior, se aplica el tipo de investigación descriptiva, con base en el estudio de necesidades, dado que permite identificar los elementos existentes para la situación de estudio y refleja la posibilidad de realizar indagaciones y acercamientos con fuentes de datos primarios y secundarios, lo cual da paso a la realización de un buen diagnóstico y así mismo permite identificar los elementos necesarios para el estudio de mercados aplicando así mismo la observación.

3.2 Población

Para la elaboración del diagnóstico se involucrarán los productores de cebolla de la provincia de Ocaña Norte de Santander conformados por los principales municipios sembradores de cebolla entre los que se encuentran la Playa, Abrego, San Calixto, Ocaña, El Carmen y Teorama, sumando un total de 460 productores de cebolla ocañera, los cuales fueron datos obtenidos por medio de información suministrada por Asomunicipios (Asociación de Municipios del Catatumbo Provincia de Ocaña y Sur del Cesar), siendo esta la última actualización con la que se cuenta.

De igual forma, dentro de la población objeto de estudio se cuenta con 25 comerciantes de cebolla del municipio de Ocaña.

3.3 Muestra

$$n = \frac{Zc^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Zc^2 * p * q}$$

n= Muestra

Zc= Indicador de Confianza (1.96)

p= Proporción de aceptación (0.5)

q= proporción de rechazo (0.5)

E= Error poblacional dispuesta a asumir (0.05)

N= 460

$$n = \frac{(1.96)^2 * 460 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (460 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$N = 209,5 = 210$$

De otra parte, debido a que la población conformada por los comerciantes es relativamente pequeña (25), esta se tomara en su totalidad.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección

Para la obtención de los datos se aplicará encuesta en Ocaña a los comerciantes y productores de cebolla; con la finalidad de obtener información verídica, oportuna y relevante, y de esta manera poder determinar cuáles son las principales causas y consecuencias de la comercialización de la cebolla foránea.

En consecuencia, para este diagnóstico se determinó que el cuestionario es el medio más adecuado para la obtención de información, compuesto por preguntas claras, a las cuales los receptores puedan responder de forma eficiente y rápida.

3.5 Procesamiento y análisis de la información

Una vez desarrolladas las encuestas las respuestas obtenidas se analizarán, y posteriormente se realizará un análisis descriptivo y cuantitativo, por medio del cual se dejará en evidencia los resultados obtenidos de mayor relevancia.

Capítulo 4. Resultados

4.1 Encuesta dirigida a los productores de cebolla del municipio de Ocaña para determinar las consecuencias que genera la cebolla foránea frente a la producción de la cebolla ocañera

Tabla 1

Cantidad de cebolla producida al año

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 50 y 100 cargas	89	42%
Entre 100 y 200 cargas	42	20%
Entre 200 y 300 cargas	74	35%
Más de 300 cargas	5	3%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la cantidad de cebolla producida al año, por un determinado número de productores. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

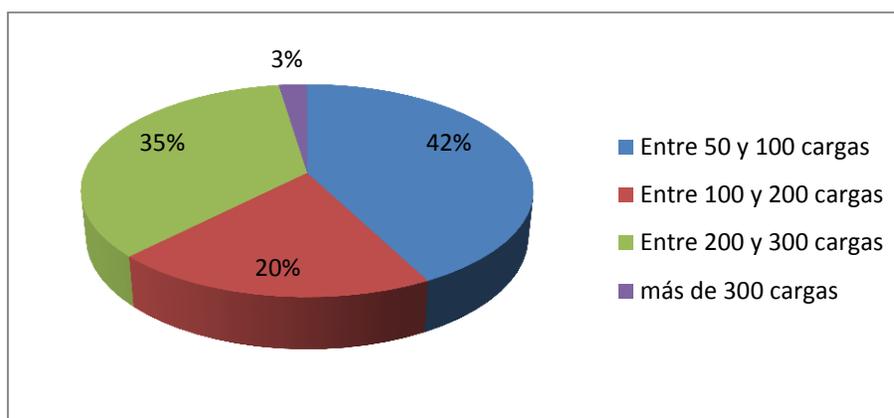


Figura 1. Cantidad de cebolla producida al año.

De acuerdo a los datos recolectados, se puede evidenciar que en su mayoría los productores de cebolla del municipio de Ocaña, recolectan entre 50 y 100 cargas al año con una participación del 42%, seguido por un porcentaje de 35% quienes obtienen entre 200 y 300 cargas por año, siendo estos los porcentajes más significativos. En menor medida un 20% de agricultores recogen entre 100 y 200 cargas por año, y solo un 3% de ellos recolectan más de 300 cargas al año, los cuales están ubicados en Abrego y el Carmen.

Tabla 2

Siembras realizadas al año

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez al año	0	0%
Dos veces al año	210	100%
Tres veces al año	0	0%
Más de tres veces al año	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la cantidad de cosechas realizadas al año por los productores de cebolla. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

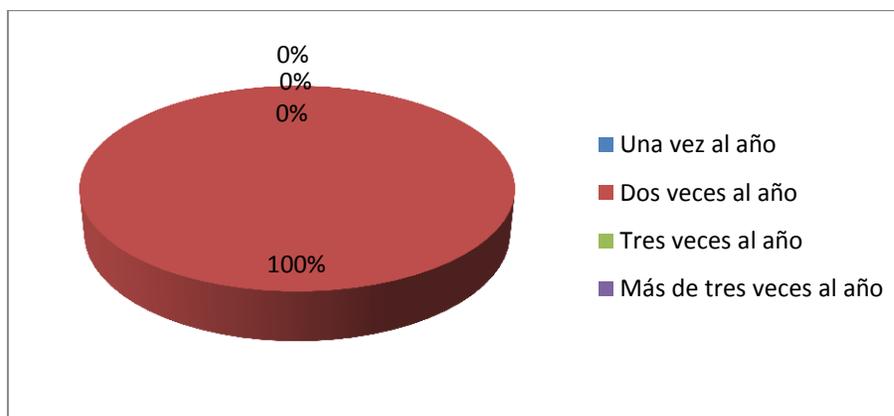


Figura 2. Siembras realizadas al año.

Teniendo en cuenta, la encuesta aplica a los productores se puede dar a conocer con claridad que el 100% de ellos realizan dos siembras al año, las cuales cada una tiene una durabilidad de 3 meses para obtener la cosecha, realizando así mismo rotación con otros cultivos.

Tabla 3

Generación de rendimientos financieros favorables

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	31	15%
No	179	85%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la cantidad de productores que reciben rendimientos financieros o no producto de sus cosechas. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

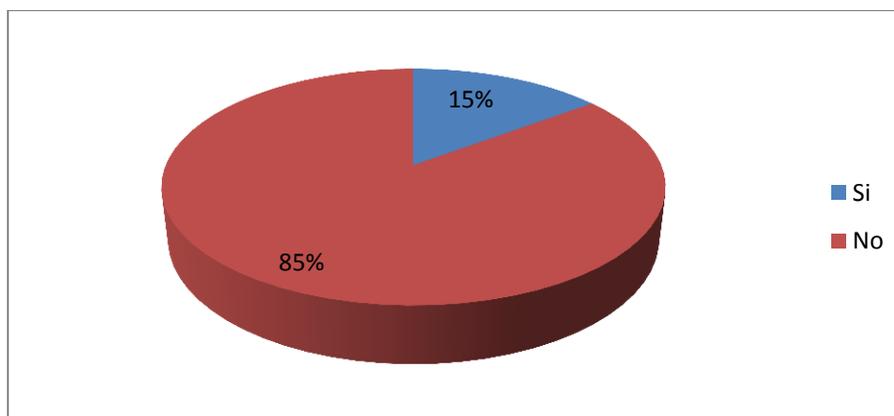


Figura 3. Generación de rendimientos financieros favorables.

Con claridad, se puede observar que la mayoría de la población encuestada con un 85% no están teniendo redimiendo financieros favorables, esto se debe a varios factores como el ingreso de cebolla foránea, los altos costos de los insumos y las variaciones climáticas que le generan daño en la producción y solo el 15% argumento tener rendimientos pero muy bajos, que alcanzan solo para lo necesario y se mantienen realizando dicha producción por ser el cultivo que han realizado durante toda su vida.

Tabla 4

Aprovechamiento en la totalidad de la cosecha de cebolla

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	59	28%

“Tabla 4. Aprovechamiento en la totalidad de la cosecha de cebolla” “Continuación”

No	151	72%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la relación entre la cantidad de productores de cebolla que aprovechan o no la totalidad de su cosecha. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

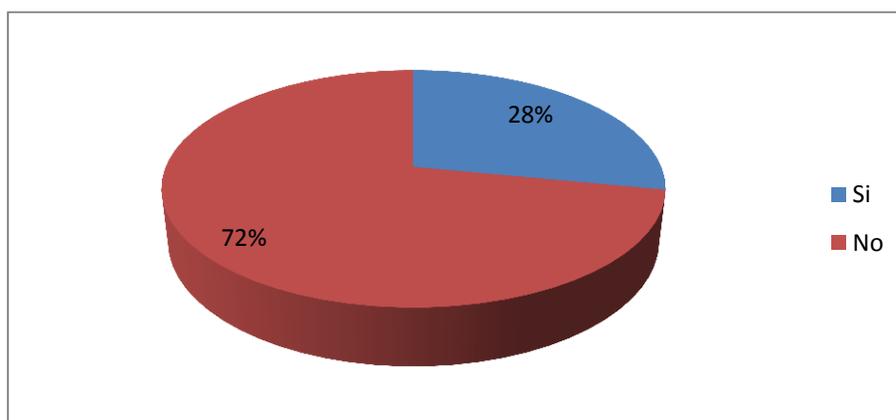


Figura 4. Aprovechamiento en la totalidad de la cosecha de cebolla.

La grafica ilustra, que el 72 % de los productores encuestados no aprovechan en su totalidad la cosecha de cebolla, esto debido a las malas condiciones del clima que afectan en gran medida la calidad del producto al causarle enfermedades, además de los bajos precios de venta en el mercado. Por otra parte, como se denota en la imagen solo un 28% obtiene un buen aprovechamiento de su producción.

Tabla 5*Medios utilizados para el transporte de cebolla*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Carro	210	100%
Mula	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra el medio de transporte utilizado por los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

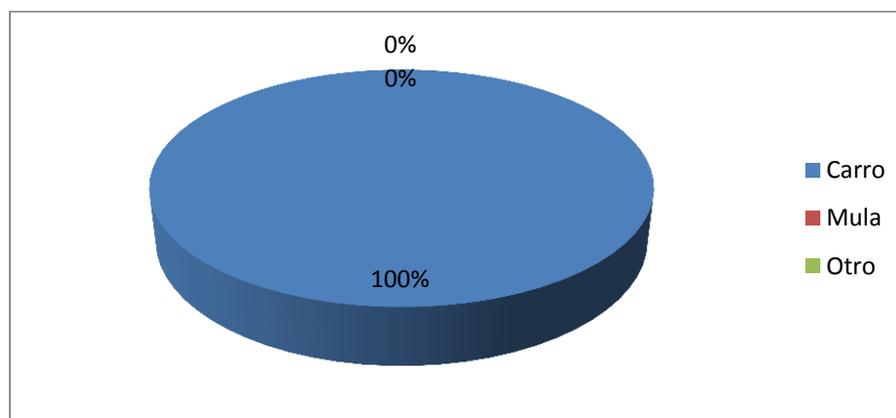


Figura 5. Medios utilizados para el transporte de cebolla

Con base en la información obtenida, se puede conocer que el 100% de los productores utilizan carro para transportar su producto hasta el punto de venta, al ser un rápido medio que facilita la movilidad de la producción. Sin embargo, las rutas de acceso hasta la zona de

producción en muchas ocasiones presentan un mal estado lo que dificulta el ingreso de los vehículos, más aun en tiempos lluviosos.

Tabla 6

Persona que asume los costos de transporte

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Usted mismo	210	100%
El comprador	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la persona que asume los costos de transporte de la cebolla. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

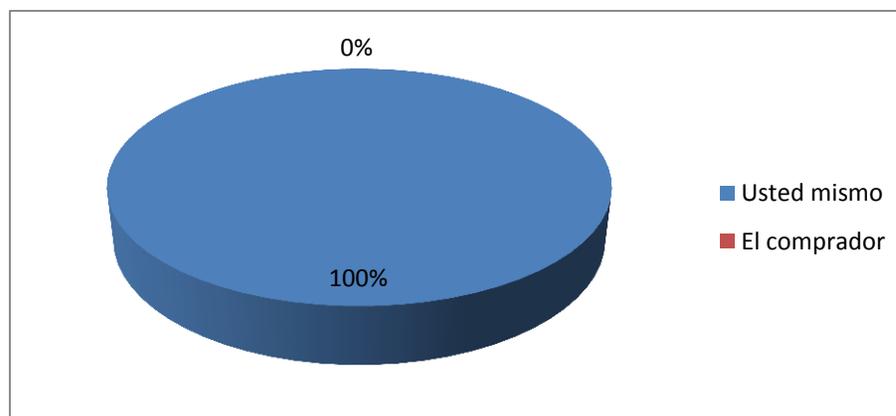


Figura 6. Persona que asume los costos de transporte.

Como se puede observar, la totalidad de los productores asumen los costos de transporte en un 100% generando que el costo del producto sea más elevando, y que en consecuencia sus

ganancias se vean disminuidas, debido a que el mismo debe cubrir los costos hasta la plaza de mercado para concretar la venta.

Tabla 7

Cebolla cultivada actualmente

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ocañera	33	16%
Peruana	177	84%
Otra	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la relación entre el número de productores y el tipo de cebolla que cultivan actualmente.

Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

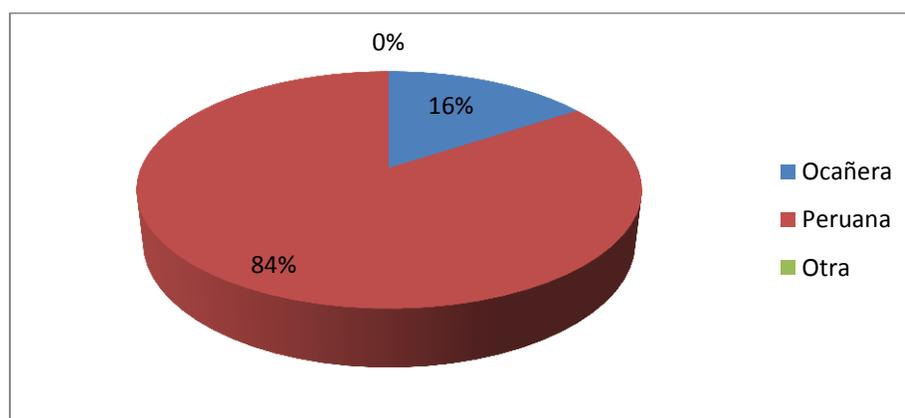


Figura 7. Cebolla cultivada actualmente.

Según la información suministrada, se puede analizar que la mayor parte de la producción de cebolla que se está realizando actualmente es peruana con un 84% de participación, dejando en evidencia la escases de la cebolla ocañera con un porcentaje del 16% y una tendencia a desaparecer, siendo esta última cosechada solo en la quebrada la esperanza, esto como consecuencia a la influencia que ejerce la cebolla foránea.

Además, es de resaltar que el cultivo de la cebolla se encuentra en decadencia hace aproximadamente unos diez años, según lo manifestado por los agricultores, momento desde el cual ingreso en el mercado la cebolla peruana, causando estragos en la economía del productor de cebolla ocañera.

Tabla 8

Precio de bulto de semilla para la siembra

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$60.000 a \$89.000	88	42%
Entre \$90.000 a \$119.000	26	12%
Entre \$120.000 a \$149.000	29	14%
Entre \$150.000 a \$180.000	67	32%
Más de \$180.000	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra el número de cebolleros que adquieren el bulto de semilla a un determinado precio. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

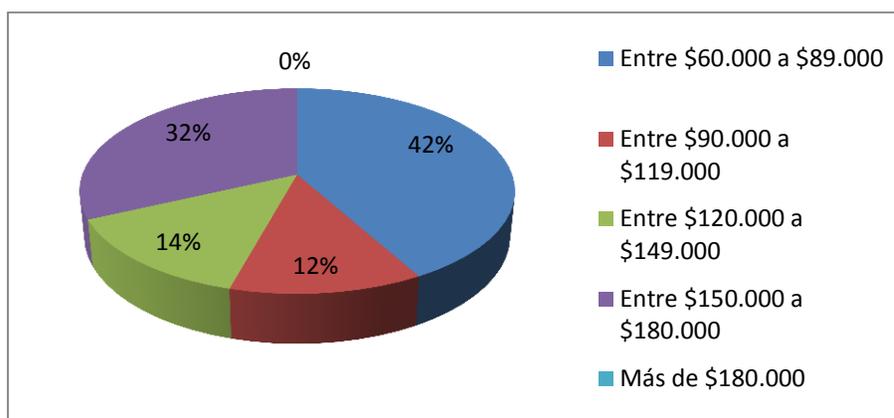


Figura 8. Precio de bulto de semilla para la siembra.

Con base en la gráfica, se pueden observar una gran variedad de precios, de los cuales 2 son los más representativos, como lo es el comprendido entre \$60.000 a \$89.000 con un 42% de participación y de \$150.000 a \$180.000 con un porcentaje de 32% dejando en evidencia la fluctuación que sufren los precios. En menor medida el 14% lo ocupa el precio comprendido entre \$120.000 a \$149.000 y un 12% representa al valor expresado entre \$90.000 a \$119.000.

Tabla 9

Afectación recibida por la cebolla foránea

ÍTEMES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	210	100%
No	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la cantidad de productores que han sido afectados por el ingreso de cebolla foránea. Fuente:

Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

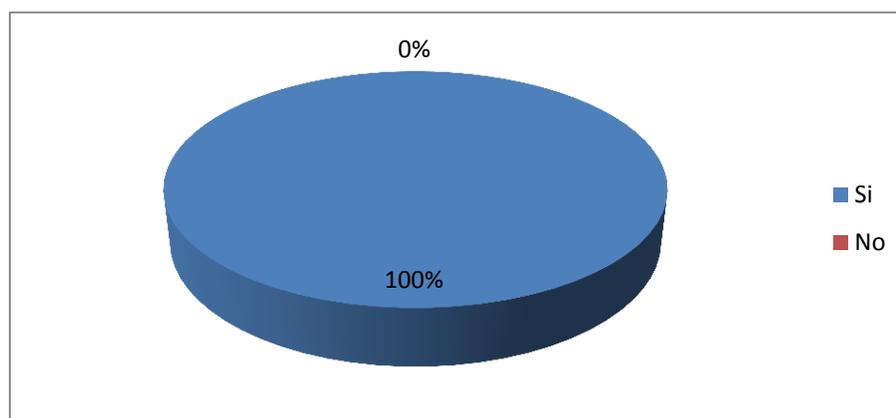


Figura 9. Afectación de la cebolla foránea.

De acuerdo a la información, se puede conocer con certeza que la entrada de cebolla foránea al mercado ha afectado a los productores cebolla ocañera en un 100%, causando que disminuya sus rendimientos financieros provocando pérdidas en la producción debido a los bajos precios, además de provocar el desánimo en la realización de nuevas siembras.

Tabla 10

Subsidios recibidos para la realización de la cosecha

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	210	100%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la relación de los subsidios recibidos por parte del estado y el número de cebolleros. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

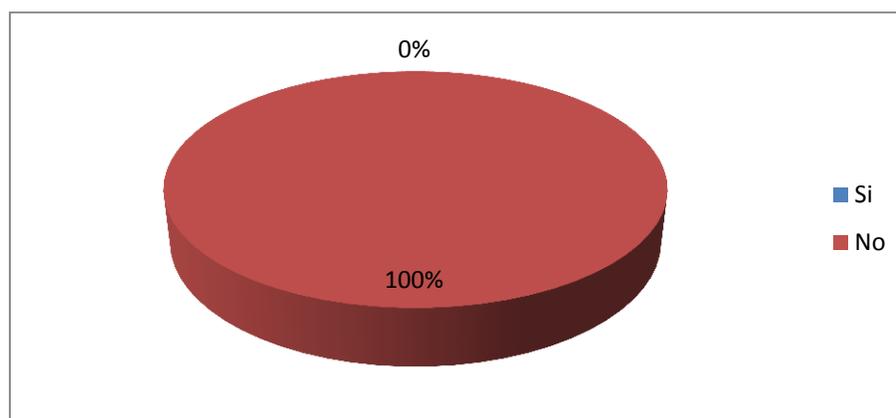


Figura 10. Subsidios recibidos para la realización de cosechas.

De acuerdo al gráfico, se puede ver con claridad que los productores no cuentan con subsidios por parte del gobierno que les ayude a cubrir los costos con sus cosechas, lo que refleja un total abandono por parte del estado, generando al tiempo descontento entre los cultivadores al encontrarse desprotegidos y sin políticas que garanticen su bienestar.

Tabla 11

Manejo de promoción para vender la cebolla

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	210	100%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la realización de promoción para la venta del producto por parte de los cultivadores de cebolla. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

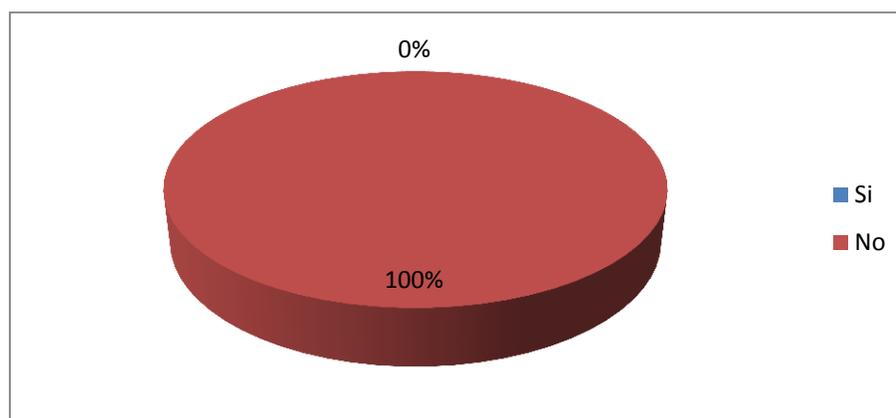


Figura 11. Manejo de promoción para vender la cebolla.

De acuerdo con los resultados obtenidos, ninguno de los productores realiza algún tipo de promoción para vender su producto, por cuanto este es ofrecido y dependiendo de su calidad y el precio de mercado al mismo tiempo por la abundancia o escases de la misma es asignado su valor, provocando al tiempo que en muchas ocasiones no se perciba la rentabilidad esperada.

Tabla 12

Lugar de venta de la producción de cebolla

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ocaña	210	100%
La costa	0	0%
Bucaramanga	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra el lugar en el cual los productores realizan la venta de la cebolla. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

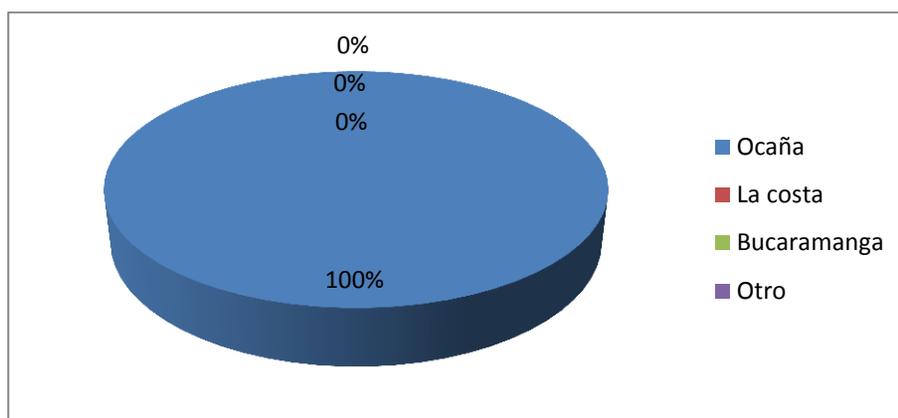


Figura 12. Lugar de venta de la producción de cebolla.

Según la información obtenida de acuerdo a las encuestas se revela que el 100% de los cultivadores vende su producción de cebolla en la plaza de mercado de Ocaña, al este un lugar que reúne a los comercializadores del producto, facilitado su venta.

Tabla 13

Mantenimiento o disminución en la producción de cebolla

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ha disminuido	210	100%
Se ha mantenido	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la opinión expresada por el productor, en el mantenimiento o disminución del cultivo de cebolla en la región. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

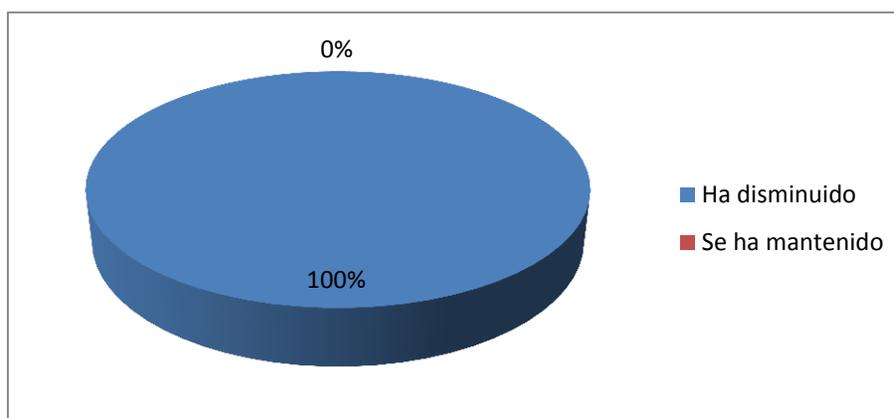


Figura 13. Mantenimiento o disminución en la producción de cebolla.

Con base en los datos suministrados por parte de los encuestados, claramente se puede ver que la producción de cebolla ha disminuido con el paso del tiempo, fenómeno que se ha venido presentado desde hace ya unos diez años. Además, los cultivo propios de cebolla ocañera han sido reemplazos por otro tipo de cultivos , o bien por la cebolla peruana, generando perdida en la identidad del cultivo propio de la región, que es apetecido por sus cualidades de sabor.

Tabla 14

Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	43	20%
Calidad	33	16%
Gustos	0	0%
Precio y gustos	29	14%
Precio y calidad	41	20%
Calidad y gustos	64	30%

“Tabla 14. Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea” “Continuación”

Otra	0	0%
TOTAL	210	100%

Nota. La tabla muestra la diferencia entre la cebolla ocañera y foránea, consideradas por un determinado número de productores. Fuente: Encuesta aplicada a los productores de cebolla de la provincia de Ocaña.

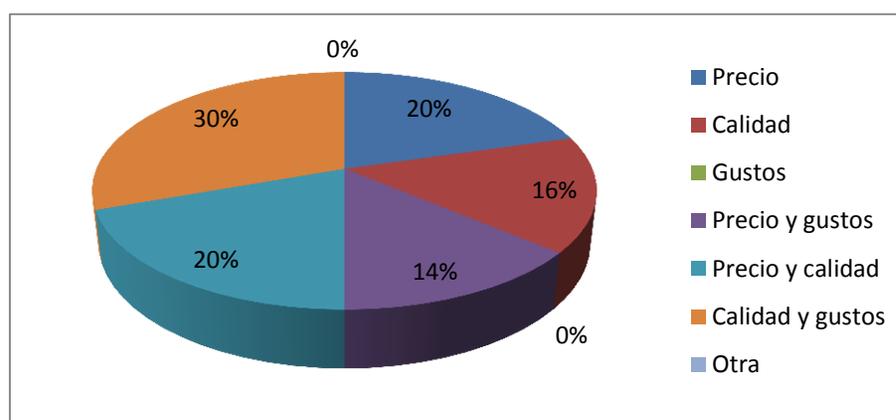


Figura 14. Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea.

Con base en las encuestas y de acuerdo a la gráfica, se puede evidenciar que las variables precio, junto con calidad y gustos son las que representan mayor influencia en las diferencias entre la cebolla ocañera y foránea. De acuerdo a ello, el precio de la cebolla foránea es más bajo en, donde la calidad juega un papel fundamental para la adquisición del producto peruano ya que tiene un mayor tiempo de durabilidad, mientras que la ocañera posee mayor gusto por su sabor picante, cualidad que la hace ser apetecida y única entre las demás.

4.2 Encuesta dirigida a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña para determinar las consecuencias que genera la cebolla foránea frente a la comercialización de la cebolla ocañera.

Tabla 15

Cebolla más comprada

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ocañera	4	16%
Peruana	21	84%
Otra	0	0%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra el tipo de cebolla más comprada actualmente por los comerciantes de cebolla de Ocaña.

Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

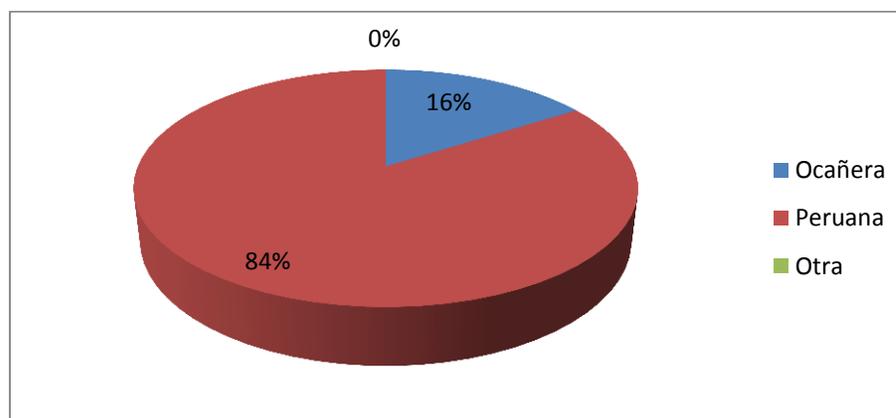


Figura 15. Cebolla más comprada.

Según las respuestas dadas por los comerciantes, el tipo de cebolla que más compran actualmente es la peruana con una participación del 84%, mientras que solo un 16% que representa a 4 personas de las 25 encuestadas objetaron comprar cebolla ocañera aunque en menor medida, pues es muy poca la que se mantiene en el comercio.

Tabla 16

Factores que inciden en la compra de cebolla

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	4	16%
Calidad	16	64%
Gustos	0	0%
Otra	5	20%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra la relación entre los factores que intervienen en la compra de cebolla por parte de los comerciantes de la misma. Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

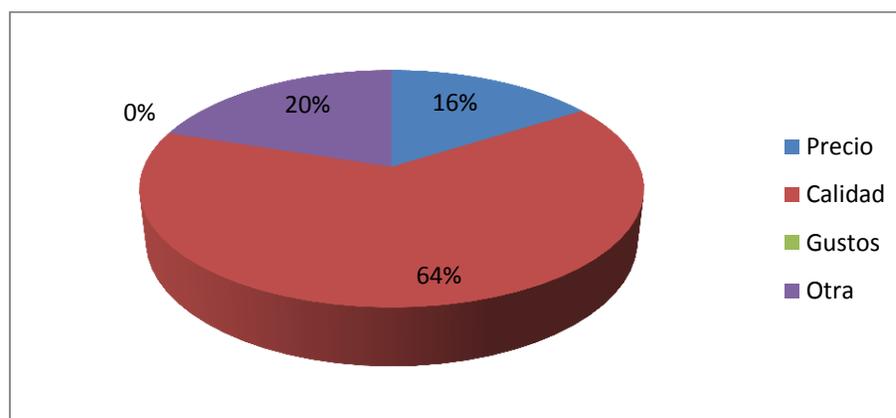


Figura 16. Factores que inciden en la compra de cebolla.

A partir de la gráfica, se puede decir que la calidad es la variable más representativa con un porcentaje del 64% para la compra de cebolla, en este caso peruana, ya que representa para el comprador menores pérdidas al ser más duradera y por tanto puede permanecer por largo tiempo sin sufrir daños, representando mayor ganancias para el mismo.

Así mismo, la opción otra, ocupa un 20%, para lo cual se obtuvieron respuestas como la abundancia de cebolla peruana y la escasez de la ocañera obligando a la compra de la primera. Por otra parte, para esta opción la tradición y la calidad en cuanto al gusto, son los factores que determinan la compra de la cebolla ocañera, según la información obtenida. En menor medida, el precio con un 16% de participación, es un factor que induce a la compra de la cebolla peruana, por los bajos costos que representa.

Tabla 17

Frecuencia en la compra de cebolla

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre una y dos veces a la semana	9	36%
Más de dos veces por semana	14	56%
Entre una y dos veces al mes	2	8%
Otra	0	0%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra la frecuencia de compra de cebolla, de un determinado número de comercializadores.

Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

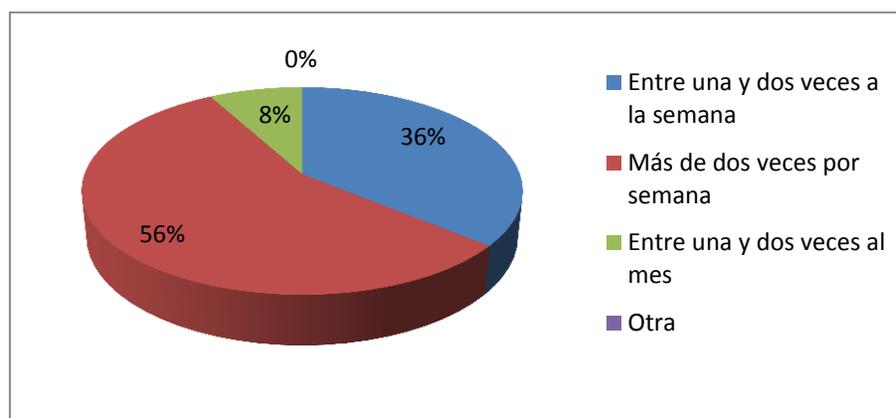


Figura 17. Frecuencia en la compra de cebolla.

Teniendo en cuenta los datos, se puede ver que la mayoría de los comerciantes compra cebolla más de dos veces por semana, representado el 56% de la población encuestada, seguido por el 36%, con la opción de compra de entre uno y dos veces por semana. Por último, el 8% lo ocupan quienes obtienen el producto entre una y dos veces al mes, siendo estos pequeños comerciantes.

Tabla 18

Lugar de donde proviene la cebolla

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ocaña	0	0%
Abrego	0	0%
La playa	0	0%
San Calixto	0	0%
El Carmen	0	0%
Hacari	0	0%

“Tabla 18. Lugar de donde proviene la cebolla” “Continuación”

Teorama	0	0%
Todos los anteriores	20	80%
Otro	5	20%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra los lugares de los cuales proviene la cebolla, comprada por los comerciantes en Ocaña.

Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

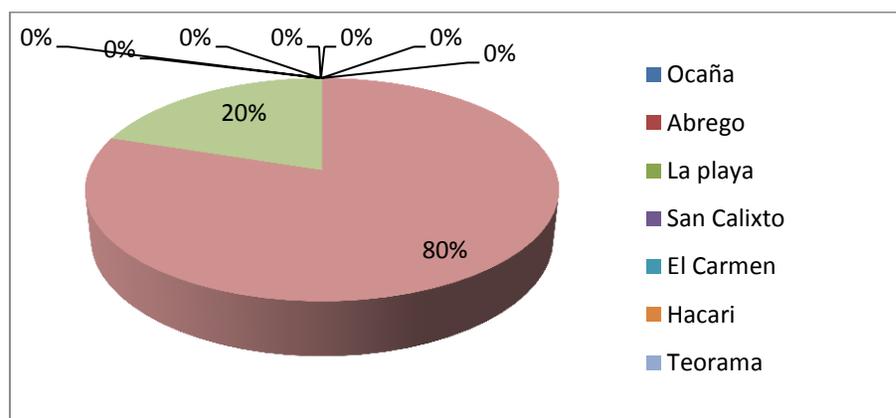


Figura 18. Lugar de donde proviene la cebolla.

De acuerdo a los datos, la cebolla que llega hasta la plaza de mercado de Ocaña, proviene de los municipios de Ocaña, Abrego, La playa, San Calixto, el Carmen, Hacari, y Teorama, los cuales en conjunto representan un 80%, y un 20% con la opción otro, está integrado por los municipios de Aspásica, la Urama, Villa Caro, y la Vega de San Antonio.

Tabla 19*Lugar de comercialización de la cebolla*

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ocaña	5	20%
La costa	13	52%
Bucaramanga	2	8%
Otro	5	20%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra los lugares en los que se comercializa la cebolla, por parte de un determinado número de comerciantes ocañeros. Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

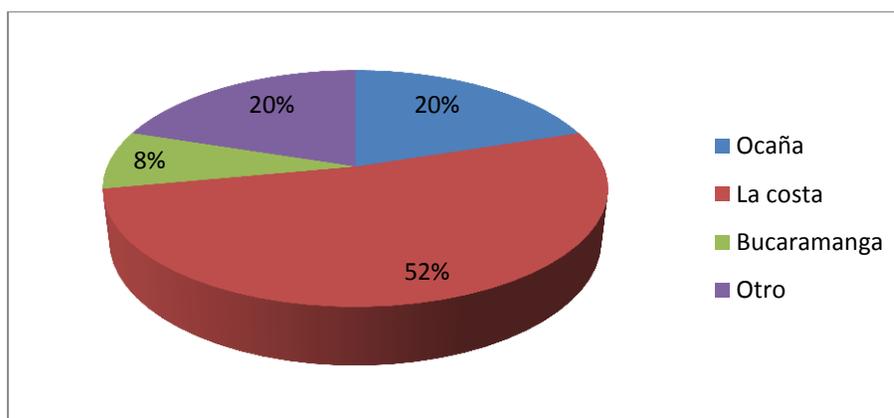


Figura 19. Lugar de comercialización de la cebolla.

Con claridad, se puede ver que el 52% de la cebolla es comercializada hacia la costa según la información suministrada por parte de los comerciantes, seguido por un 20% el cual se comercializa a nivel de Ocaña, por pequeñas cantidades para el consumo interno, y en igual

medida, un 20% de la misma con la opción otra, incluye a ciudades como Medellín, Montería, Sincelejo, Cali, Cartago Valle, Pereira y Bogotá.

Tabla 20

Utilización de promoción para comercializar la cebolla

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	25	100%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra la relación que existe entre el número de comerciantes y la aplicación de promoción para la venta de cebolla. Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

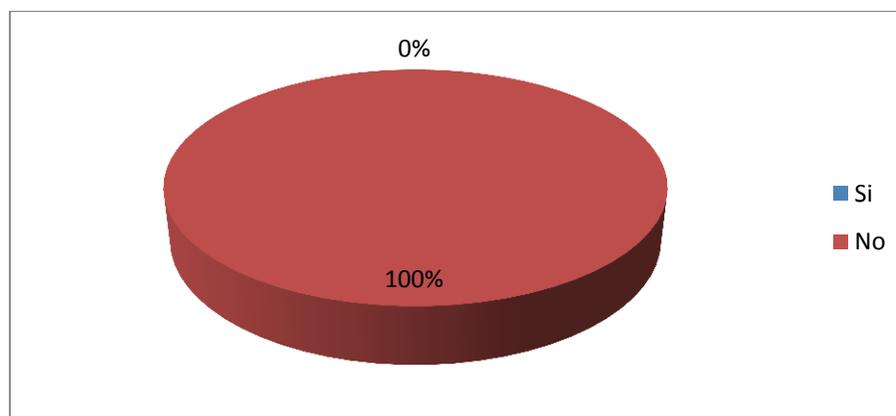


Figura 20. Utilización de promoción para comercializar la cebolla.

Según los datos, el 100% de los comerciantes no usa ningún tipo de promoción para vender la cebolla, ya que este percibe fluctuaciones en el precio de acuerdo a la situación del mercado, determinado por la oferta y la demanda.

Tabla 21

Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	0	0%
Calidad	5	20%
Gustos	0	0%
Precio y gustos	8	32%
Precio y calidad	8	32%
Calidad y gustos	4	16%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra las diferencias entre la cebolla ocañera y foránea, consideradas por los comercializadores ocañeros. Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

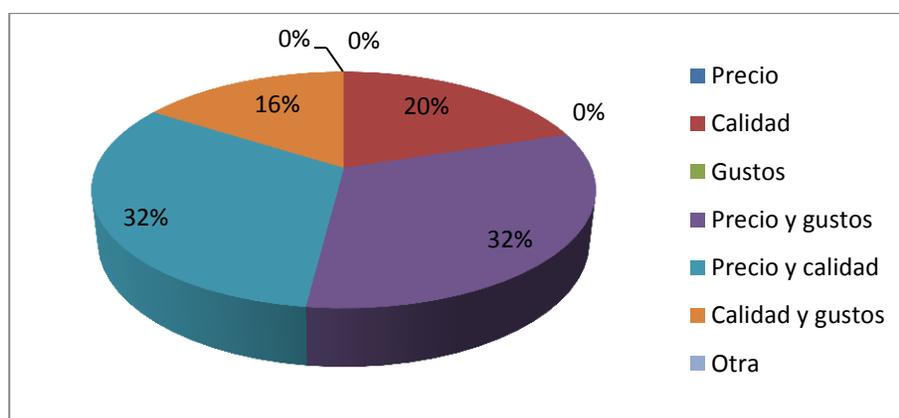


Figura 21. Diferencias entre la cebolla ocañera y foránea.

Como primera opción el precio y los gustos, junto con el precio y calidad tienen una participación del 32% cada uno respectivamente, siendo estos los factores que ejercen mayores diferencias entre la cebolla ocañera y foránea, seguido por la calidad en un 20%, y en menor medida el 16% lo ocupan las variables calidad y gustos.

Es de mencionar, que al hablar de precio los comerciantes hacen referencia a los bajos costos de la cebolla foránea, al igual que la calidad de la misma, mientras que los gustos se concentran en torno a la cebolla ocañera por cualidades de sabor.

Tabla 22

Conoce como adquirir la cebolla foránea

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	23	92%
No	2	8%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra el conocimiento que tienen los comercializadores de cebolla, para la adquisición de la cebolla foránea. Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

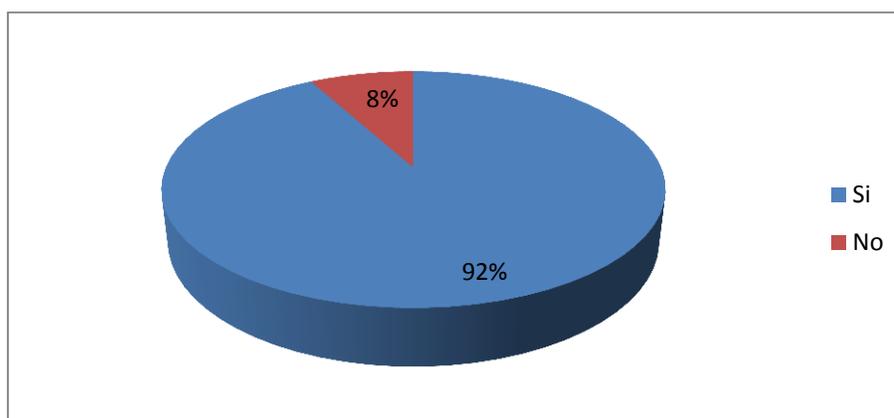


Figura 22. Conoce como adquirir la cebolla foránea.

Del total de la población encuestada, el 92% conoce como adquirir la cebolla foránea, lo cual se hace realizando el contacto con los proveedores, o simplemente se realiza la compra al momento de que la carga es traída hasta la plaza de mercado. De tal manera, solo el 8% que representa a dos de los comerciantes, tiene desconocimiento para la adquisición de la misma, donde al igual se pudo detectar la influencia de los grupos armados al intimidar al comprador.

Tabla 23

Diferencia en precio entre cebolla ocañera y foránea por bulto

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$10.000 a \$29.000	5	20%
Entre \$30.000 a \$49.000	20	80%
Entre \$50.000 a \$69.000	0	0%
Entre \$70.000 a \$89.000	0	0%
Más de \$90.000	0	0%
TOTAL	25	100%

Nota. La tabla muestra la diferencia en precio por bulto, entre la cebolla ocañera y foránea consideradas por los comerciantes. Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

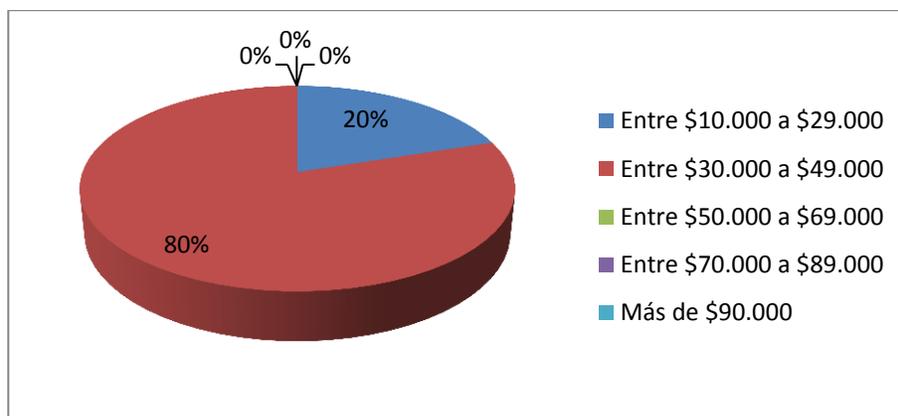


Figura 23. Diferencia en precio entre cebolla ocañera y foránea por bulto.

Como se puede observar, en un 80% la diferencia en precio está marcada por las cifras entre \$30.000 a \$49.000 generalmente, seguido en un 20% por el valor comprendido entre \$10.000 a \$29.000 influenciado por la oferta y la demanda.

Tabla 24

Precio de compra por bulto de cebolla foránea

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre \$40.000 a \$59.000	13	52%
Entre \$60.000 a \$79.000	12	48%
Entre \$80.000 a \$99.000	0	0%
Más de \$100.000	0	0%
Menos de \$40.000	0	0%

“Tabla 24. Precio de compra por bulto de cebolla foránea” “Continuación”

TOTAL	25	100%
--------------	-----------	-------------

Nota. La tabla muestra el precio de adquisición por un bulto de cebolla foránea, por parte de los comerciantes de cebolla ocañeros. Fuente: Encuesta aplicada a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña.

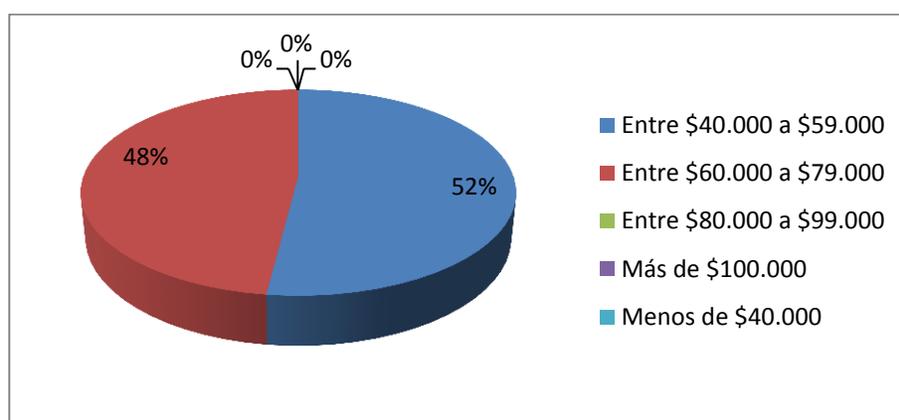


Figura 24. Precio de compra por bulto de cebolla foránea.

Con base en la información, y atendiendo a los resultados de la gráfica, se deja en evidencia que en un 52% el precio del bulto de cebolla foránea se adquiere a un precio que se encuentra entre \$40.000 a \$59.000, seguido por un 48% con un valor de compra que oscila entre \$60.000 a \$79.000, situación que se presenta en la actualidad según las manifestaciones de los comerciantes de la plaza de mercado de Ocaña, sin olvidar que están sujetos a los cambios marcados por la abundancia o escasez del producto.

4.3 Elaborar un análisis de la comercialización de la cebolla foránea en Ocaña

De acuerdo a la información suministrada por los comerciantes y productores se puede decir que actualmente la cebolla que se está comercializando en Ocaña es la peruana, sembrada en la región esto se debe a que este tipo de cebolla es de mayor resistencia y más rendidora. Además, es de resaltar que el reemplazo del cultivo, es producto de la importación de la misma, desplazando casi por completo a la cebolla ocañera, pues en la actualidad solo en la quebrada la esperanza permanecen cosechando esta última aunque en menor proporción, lo cual se considera que seguirá en disminución hasta su completa desaparición.

Igualmente, es de considerar que los productores no pueden competir con los precios de la cebolla importada, debido a que no cuentan con subsidios por parte del estado y tampoco poseen la tecnología para su producción. Esto ha generado, que muchos agricultores dejen este tipo de cultivo y se dediquen a otros, buscando mejores rendimientos financieros.

Por otra parte, se presenta un malestar por parte de los productores, los cuales comunican que la cebolla importada está entrando de forma ilegal debido a los precios tan bajos en los que se vende, teniendo en cuenta la distancia que deben recorrer para vender el producto. Pero, al respecto los comerciantes argumentan a favor de la legalidad de misma, pues tienen en su poder las facturas que les son suministradas y demuestran la legalidad de la cebolla importada.

4.4 Identificar la demanda de la cebolla Ocañera y foránea en Ocaña

Actualmente, en el municipio de Ocaña la cebolla peruana es la que más se está demandando, debido a su calidad en resistencia, rendimiento y también por el factor precio ya que esta es más económica frente a la ocañera, pero cabe resaltar que el sabor de esta última es de mejor calidad, cualidad que en el tiempo la ha hecho apetecida por un gran mercado. Pero, es conveniente aclarar que esta última presenta problemas fitosanitarios que la han degenerado, provocado su disminución con el paso de los años, tendiente a su desaparición en el mercado, razón por la cual hay escasez en su demanda.

De esta forma, según manifestaciones de los comerciantes desde hace varios años atrás, existe una gran demanda por la cebolla foránea, generando preferencia por su compra debido a que es más resistente y soporta los largos viajes; ya que la mayoría del producto se comercializa fuera de la ciudad y llega en mejores condiciones. Además, posteriormente la cebolla ocañera se hizo escasa obligando a la compra de la anterior.

4.5 Analizar los factores de precio, plaza y promoción que utilizan los comercializadores de cebolla en Ocaña

Partiendo de los resultados, producto de las encuestas y al analizar los factores de precio plaza y promoción se puede determinar que los comercializadores de cebolla en Ocaña, en primera medida no realizan ningún tipo de promoción, y la comercialización del producto se realiza en su mayoría hacia la costa y ciudades como Medellín, Montería, Sincelejo, Cali,

Cartago Valle, Pereira, Bucaramanga y Bogotá, siendo estas rutas establecidas para el comercio de la cebolla por los vendedores locales. De igual forma, una reducida parte de la producción se queda en la región para el consumo local, el cual es distribuido en pequeñas cantidades hacia los supermercados y tiendas del municipio.

De igual forma, se identificó que los lugares de donde proviene la cebolla son de Ocaña, Abrego, La playa, San Calixto, el Carmen, Hacari, Teorama, Aspásica, la Urama, Villa Caro, y la Vega de San Antonio, los cuales han sido municipios cebolleros y donde es posible resaltar que Abrego ha sido el municipio que produce la mayor cantidad de cebolla en la región.

Ahora bien, al hacer alusión al precio como factor que juega un papel predominante dentro de la economía al ejercer influencia en la oferta y la demanda, es preciso decir que en cuanto al precio de la cebolla se refiere, este experimenta una serie de fluctuaciones producto de la abundancia o escasez del producto. Es así, que la cebolla ocañera presenta un alto precio en comparación con el mismo producto de procedencia peruana, ya que este último posee bajos costos, lo que en efecto induce a su compra.

Además, en el precio de la cebolla ocañera se ve afectado directamente por el alto costo de los insumos, transporte, la mano de obra que requiere y a esto se le suma los problemas fitosanitarios que posee, haciendo que sea menos rendidora, razón por la que presenta un alto precio de mercado, encontrándose en desventaja frente al producto extranjero por los bajos precios que maneja; no obstante es de anotar que los dichos precios están en constantes cambios día a día.

4.6 Realizar un diagnóstico al sector agrícola en la producción de cebolla Ocañera del municipio de Ocaña que abarque cantidad de productores y siembras realizadas por año

Para iniciar, cabe mencionar que de las cinco asociaciones de cebolleros presentes en la provincia de Ocaña, las cuales son la asociación de cebolleros de la Playa de Belén (ASOPACA) integrada por 80 productores, asociación de cebolleros del Carmen (ASPROCEMA) conformada por 62 integrantes, asociación de cebolleros de San Calixto (APROMESALLANA) la cual tiene la mayor participación de cebolleros al contar con 240 integrantes, asociación de cebolleros de Abrego (ASOURAMA) con 43 productores de cebolla y la asociación de cebolleros de Quebrada la Esperanza (ASOEQ) integrada por 80 cebolleros, con excepción de esta última, la anteriores han reemplazado el tradicional cultivo de cebolla ocañera por peruana, y donde cada productor realiza dos cosechas al año.

Es así, que solo la asociación de cebolleros de la Quebrada la Esperanza (ASOEQ), se encuentra cultivando la cebolla ocañera en la actualidad. Sin embargo según manifestaciones, dicho cultivo ha venido presentando cantidad de dificultades debido a las enfermedades que padece el producto provocando grandes pérdidas para el productor, sumando a esto factores externos como el cambio del clima que ha afectado la producción de la misma, además de la importación de cebolla foránea lo que agrava menormente la situación.

Como consecuencia, hace ya unos diez aproximadamente, la producción de cebolla ocañera ha venido decayendo, a consecuencia del ingreso de cebolla foránea, lo que ha generado pérdidas a los productores debido a que no pueden competir con sus bajos precios, razón por la

cual, la mayoría de los productores han dejado de sembrar la ocañera y se han dedicado a sembrar la peruana, al ser esta más rendidora y duradera, buscando con ello obtener mejores rendimientos financieros, hacerle frente a la competencia y en efecto mantener un sustento.

Más aun, cabe resaltar que por más esfuerzos que se realicen, el productor local no puede competir con los precios de la cebolla peruana, pues esta recibe apoyo del estado para su cultivo y además cuenta con herramientas tecnológicas que facilitan los procesos y la obtención de la cosecha, a diferencia de la ocañera situación que deja al descubierto la dura situación por la que atraviesan los campesinos cultivadores de cebolla en la provincia de Ocaña.

Capítulo 5. Conclusión

Con el trabajo de campo realizado en el presente proyecto, se puede concluir que los productores de cebolla están pasando por una difícil situación debido a la importación del producto desde Perú, lo que ha hecho que la cebolla ocañera está desapareciendo del mercado debido a la fuerte entrada del producto foráneo en nuestro país, además por las condiciones ambientales y problemas fitosanitarios que se presentan a nivel local en la producción de la misma, según las manifestación del población encuestada. En consecuencia, lo anterior ha provocado que los productores de la provincia se dediquen a siembra de cebolla peruana o por el contrario se dediquen a realizar otro tipo de cultivos.

De igual forma, se conoció que el sector agrícola presenta un atraso en cuanto a tecnología y métodos de cultivos, generando que los productos tengan un costo alto y por ende no puedan competir contra los foráneos. Por lo expresado anteriormente, se demuestra el total abandono por parte del estado a este sector de la economía de nuestro país, generando indignación y desanimo por parte de los productores, quienes a menudo experimentan grandes pérdidas en sus cultivos y por ende en su poder adquisitivo y su calidad de vida.

En efecto, se puede determinar con claridad que la producción de cebolla Ocañera está llegando a su fin, por razones como la competencia, las variaciones climáticas que han provocado enfermedades al producto y lo han degenerado, haciendo que no represente rendimientos financieros favorables para el cultivador.

Capítulo 6. Recomendaciones

A partir del trabajo desarrollado, se recomienda a los productores que se unan y ejerzan presión al estado para que les dé una solución a la problemática que están viviendo, para poder mejorar sus condiciones de vida. También, es recomendable que tanto los productores como el gobierno trabajen de la mano para mejorar la productividad, por medio de capacitaciones, implementación de tecnología y nuevas formas de cultivar para hacerse competitivos frente a los demás países.

De igual forma al implementar la estrategia anterior, se podría pensar en la exportación de la cebolla teniendo en cuenta que esta parte del país es rica en su producción, y que además cuenta con características que la hacen única frente a las demás, y es producto representativo de la región, logrando en efecto mantener parte de la cultura tradicional en su producción.

Para finalizar, se deberían establecer unas políticas de control a las importaciones del producto en mención para que de esta forma los productores no se vean afectados ante la situación. Así mismo, los comerciantes deberían establecer unos precios en los cuales todos se beneficien y así crear una fuerte relación con los productores con el fin de que todos obtengan unas ganancias justas.

Referencias

Codigo sustantivo del trabajo (2012 ed.). (1950). Bogota: Atenea Ltda.

Constitucion politica de colombia. (1991). Bogotá: Centauros s.a.s.

Bittan, M. (2016). *www.elmundo.com.ve*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de

<http://www.elmundo.com.ve>

Cynthia. (29 de agosto de 2014). *www.webyempresas.com*. Recuperado el 20 de mayo de 2016,

de <http://www.webyempresas.com>

Decreto 410 de 1971. (s.f.).

Gabandé, E. R. (s.f de s.f de s.f). *www.rutasviajeras.com*. Recuperado el 4 de julio de 2016, de

<http://www.rutasviajeras.com>

Genux. (s.f). *www.genux.com.uy*. Recuperado el 26 de junio de 2016, de

<http://www.genux.com.uy>

Hurtado Prieto, J. (Junio de 2013). *Scielo Colombia* . Recuperado el 10 de julio de 2016, de

<http://www.scielo.org.co>

Hurtado Prieto, J. (junio de 2013). *scielo.org.co*. Recuperado el 10 de julio de 2016, de

<http://www.scielo.org.co>

Ley 101 de 1993

Ley 1133 de 2007

Ley 1340 de 2009

Ley 155 de 1959

Ley 160 de 1994

Ley 256 de 1996

Ley 7 de 1991

Minagricultura. (2 de febrero de 2016). *www.minagricultura.gov.co*. Recuperado el 13 de junio de 2016, de <https://www.minagricultura.gov.co>

Nunes, P. (21 de enero de 2016). *www.knoow.net*. Recuperado el 7 de Julio de 2016, de <http://knoow.net>

Oficina de desarrollo rural de ocaña. (26 de mayo de 2016). Cebolla ocañera. Ocaña, Colombia.

Perfetti, J. J., Balcázar , Á., Hernández , A., & Leibovich, J. (2013). *Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia*. Bogotá: La imprenta editores s.a.

Pinzón Ramirez , H., Ospina, j. H., & Báez, A. (4 de mayo de 2006). *www.asohofrucol.com.co*. Recuperado el 28 de junio de 2016, de <http://www.asohofrucol.com.co>

Pinzón, H. (2009). Los cultivos de cebolla y ajo en Colombia. *Revista Colombiana de ciencias Hortícolas*, 45-47.

Quintero, F. L. (13 de junio de 2004). La resurreccion de la cebolla Ocañera. *El Tiempo*.

Web y Empresas. (s.f de s.f de s.f). *www.webyempresas.com*. Recuperado el 26 de junio de 2016, de <http://www.webyempresas.com>

ZipMec. (10 de enero de 2013). *www.ZipMec.com*. Recuperado el 22 de junio de 2016, de <http://www.zipmec.com>

Apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los productores de cebolla del municipio de Ocaña



ENCUESTA

DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE CEBOLLA DEL MUNICIPIO DE OCAÑA PARA DETERMINAR LAS CONSECUENCIAS QUE GENERA LA CEBOLLA FORANEA FRENTE A LA PRODUCCIÓN DE LA CEBOLLA OCAÑERA

1. ¿Qué cantidad de cebolla produce al año?

Entre 50 y 100 cargas___ Entre 100 y 200 cargas___

Entre 200 y 300 cargas___ más de 300 cargas___

2. Cuantas veces al año siembra cebolla?

Una vez al año ___ Dos veces al año ___ Tres veces al año ___

Más de tres veces al año ___

3. ¿La siembra de cebolla le genera rendimientos financieros favorables?

Sí ___ No ___

Porque? _____

4. ¿Usted aprovecha en su totalidad la cosecha de cebolla?

Sí ___ No ___

Porque? _____

5. ¿Cómo transporta la cebolla desde la zona de producción hasta el punto de venta?

Carro___ Mula “animal”___ Otro___

Cual_____

6. ¿Los costos de transporte, los asume usted como productor o quien efectúa la compra?

Usted mismo ___ El comprador ___

7. ¿Qué tipo de cebolla cultiva actualmente? Y porque?

Ocañera___ Peruana___ Otra___ Cual___

Porque_____

8. ¿A qué precio adquiere el bulto de semilla para la siembra?

Entre \$60.000 a \$89.000 ___ Entre \$90.000 a \$119.000 ___

Entre \$120.000 a 149.000 ___ Entre \$150.000 a \$180.000 ___

Más de \$180.000 ___

9. Considera que se ha visto afectado por la cebolla foránea?

Sí ___ No ___

Porque? _____

10. Alguna vez ha recibido subsidios por parte del Gobierno Nacional, departamental o Municipal para realizar su cosecha?

Sí ____ No ____

11. ¿Maneja algún tipo de promoción para vender la cebolla?

Sí ____ No ____

Cual _____

12. ¿Dónde vende su producción de cebolla?

Ocaña ____ La Costa ____ Bucaramanga ____ otro ____

Cual _____

13. Considera que actualmente se está produciendo la misma cantidad de cebolla, o cree que ha disminuido con relación a años anteriores?

Ha disminuido ____ Se ha mantenido ____

Porque? _____

14. Cuales considera que son las principales diferencias entre la cebolla ocañera y foránea?

Precio ____ Calidad ____ Gustos ____ Otra ____

Cual _____

Gracias

Apéndice B. Encuesta dirigida a los comercializadores de cebolla del municipio de Ocaña

ENCUESTA



DIRIGIDA A LOS COMERCIALIZADORES DE CEBOLLA DEL
MUNICIPIO DE OCAÑA PARA DETERMINAR LAS
CONSECUENCIAS QUE GENERA LA CEBOLLA FORANEA FRENTE
A LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CEBOLLA OCAÑERA

1. ¿Usted como comerciante, cual es la cebolla que más compra?

Ocañera___ Peruana___ Otra___

Cual_____

2. ¿Porque prefiere comprar ese tipo de cebolla?

Precio___ Calidad___ Gustos___ Otra___

Cual_____

3. ¿Cada cuánto compra cebolla?

Entre una y dos veces a la semana___ Más de dos veces por semana___

Entre una y dos veces al mes___ Otra___

Cual_____

4. ¿Tiene conocimiento usted, de qué lugar proviene la cebolla que compra?

Ocaña___ Abrego___ La Playa___ San Calixto___ El Carmen___

Hacari___ Teorama___ Todos los anteriores ___ Otro___

Cual _____

5. ¿Al momento de comercializar la cebolla, lo hace en?

Ocaña___ La Costa___ Bucaramanga___ Otro___

Cual _____

6. ¿Maneja algún tipo de promoción para comercializar la cebolla?

Sí___ No___

Cual _____

7. ¿Cuáles considera que son las diferencias entre la cebolla ocañera y la foránea?

Precio___ Calidad___ Gustos___ Otra___

Cual _____

8. ¿Tiene conocimiento de cómo adquirir la cebolla foránea?

Sí___ No___

9. ¿La diferencia en precio entre la cebolla ocañera y foránea por bulto oscila entre?

Entre \$10.000 a \$39.000 ___ Entre \$30.000 a \$49.000 ___

Entre \$50.000 a \$69.000 ___ Entre \$70.000 a \$90.000 ___

Más de \$90.000 ____

10. ¿Al comprar cebolla foránea, a qué precio se adquiere el bulto?

Entre \$40.000 a \$59.000 ____

Entre \$60.000 a \$79.000 ____

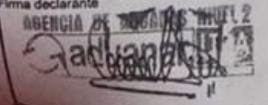
Entre \$80.000 \$99.000 ____

Más de \$100.000 ____

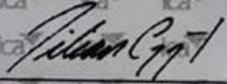
Menos de \$40.000 ____

Gracias

Apéndice C. Factura de compra de cebolla foránea

 DIAN <small>Departamento Administrativo de Ingresos y Recaudación</small>		Declaración de Importación		Privada	500
1. Año: 2016 Espacio reservado para la DIAN (Antes de diligenciar este formulario sea cuidadoso con las instrucciones)				4. Número de formulario: 372016000018801-8	
8. Número de identificación Tributaria (NIT): 900966907		8. DV: 5		11. Apellido y nombre o Razón Social: IMEXFRON S.A.S.	
13. Dirección: CL 2 E 2 E 54 OF 102		15. Teléfono: 7255619		12. Cód. Admín.: 37 16. Cód. Depto.: 52 17. Cód. Ciudad Municipal: 356	
14. Número de identificación Tributaria (NIT): 837000941		18. Razón social del declarante autorizado: 2		19. Razón social del declarante autorizado: AGENCIA DE ADUANAS ADUANAR LTDA NIVEL 2	
28. Número documento de identificación: 37010556		30. Apellidos y nombres: ACOSTA CABRERA ANNA CONSUELO		27. Tipo usuario: 26 28. Cód. usuario: 455	
31. Clase Importador: 02		32. Tipo declaración: Anticipada		33. Cód.: 3	
34. Cód. Lugar Ingreso de las mercancías: IPI		41. Cód. Depósito: 301		42. Manifiesto de carga No.: 116575007330507	
43. Año - Mes - Día: 2016 - 10 - 25		44. Documento de transporte No.: PE0000133		45. Año - Mes - Día: 2016 - 10 - 22	
46. Nombre exportador o proveedor en el exterior: NEGOCIOS Y TRANSPORTES FERNANDEZ S.C.R.L.				47. Ciudad: TUMBES	
48. Dirección exportador o proveedor en el exterior: CAL. LORETO NRO. SIN PLAYA SUR.				49. E-mail: imexfron2016@gmail.com	
51. No. de factura: 0006-000016		52. Año - Mes - Día: 2016 - 10 - 20		53. Cód. país procedencia: 589	
54. Cód. Modo Transporte: 3		55. Código de Bandera: 169		56. Cód. Dep'to. destino: 0	
57. Empresa transportadora: SERVICIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL Y TRANSPORTE				58. Tasa de cambio \$ cív.: 2,934.0	
59. Subpartida arancelaria: 0703100000		60. Cód. Complementario: XX		61. Cód. Modalidad: C101	
62. No. cuotas a meses: XX		63. Valor cuota USD: XXXX		64. Periodicidad del pago de la cuota: XX	
65. Cód. país de origen: 589		66. Cód. Acuerdo: 001		67. Cód. unid. comercial: KG	
68. Tipo de importación: 01		69. Cód. país compra: 589		70. Peso bruto kgs. dom.: 90,414.00	
71. Peso neto kgs. dom.: 90,114.00		72. Código embalaje: SA		73. No. subpaq.: 1959	
74. Subpartidas: 1		75. Cód. unid. comercial: KG		76. Cantidad dom.: 90,114.0	
77. Valor FOB USD: 18,202.80		78. Valor fletes USD: 6,000.00		79. Valor Seguro USD: 91.01	
80. Valor Otros Gastos USD: 6,091.01		81. Valor ajuste valor USD: 0.00		82. Sumatoria de fletes, seguros y otros gastos USD: 6,091.01	
83. Valor aduana USD: 24,293.81		84. Código registro o licencia: R		85. Número: 21833005	
86. Cód. año: 2016		87. Programa No.: XXXXXXXXXX		88. Cód. Interno del Producto: 0	
89. Descripción de las mercancías (No incluir la descripción de las mercancías a importar con lo señalado en el anexo de aduanas en la subpartida arancelaria - Incluye marcas, series y otros) (Si el campo es insuficiente, continúe en el reverso del formulario)					
*90. 114 KG. CEBOLLA FRESCA. PRODUCTO Y REF.: CEBOLLA, ESTADO DE CONSERVACION: FRESCA, FORMA DE CONSERVACION: AL NATURAL, PARA USO HUMANO, MARCA: S/M. PRESENTACION: ENTERAS, TIPO DE EMBALAJE: SACOS DE POLIPROPILENO, SON 1959 SACOS, C/U CON 46 KG APR. NOS ACOGEMOS A LA RESOLUCION 005109 DE DICIEMBRE DE 2005.					
127. Valor pagos anteriores: 0		128. Recibo oficial de pago anterior No.: XXXXXXXXXXXXXXXXXX		129. Fecha: XXXX XX XX	
130. Espacio reservado DIAN - Aduana aduanas Estado de levante: Después de insp.: levante		131. Espacio reservado un exclusivo Ministerio de Relaciones Exteriores		132. No. Aceptación declaración: 372016000018801	
No hay declaración posterior Acta de inspección No.: 37201600001322 Inspección: 2016-10-25 17:53:31 Final: 2016-10-25 20:13:00		133. Fecha: 2016 - 10 - 25		134. Fecha: 2016 - 10 - 24	
134. Levante No.: 372016000018644		Firma funcionario responsable: MAIN HUMBERTO ZABALA MORENO		135. Nombre: MAIN HUMBERTO ZABALA MORENO	
Firma declarante: 		997. Espacio exclusivo para el sello de la entidad recaudadora (Fecha efectiva de la transacción) Coloque el timbre de la máquina registradora al dorso de este formulario		998. Pago Total \$: DAVIVIENDA Autoadhesivo 51199050001863 Fecha presentación 2016-10-24 15:21:00 Valor pagado \$0	
Fecha de impresión: 2016-10-25 20:42:08					

Factura de compra de cebolla foránea

ica		CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA NACIONALIZACIÓN				COMUNIDAD ANDINA		
LUGAR: IpiALES-Paso Fronterizo de Rumichaca		FECHA PRESENTACIÓN: 25/10/2016		No: CFN-4-001797-16				
NOMBRE IMPORTADOR: IMEXFRON S.A.S.		DIRECCIÓN: CL 2 E 2 E 54 OF 102		CIUDAD: IPIALES		CC o NIT: 900966907		
DIRECCIÓN: CL 2 E 2 E 54 OF 102		NOMBRE EXPORTADOR: NEGOCIOS Y TRANSPORTES FERNANDEZ S.C.R.L.		NOMBRE REPRESENTANTE DEL IMPORTADOR O SOCIEDAD INTERMEDIACION ADUANERA: AGENCIA DE ADUANAS ADUANAR LTDA		TELÉFONO: 3166179697		
DIRECCIÓN: CALLE LORETO No. S/N PLAYA SUR TUMBES		DIRECCIÓN: CALLE 24A No 3-56 barrio chambu		CIUDAD: IPIALES				
PAÍS: PERU								
PRODUCTOS								
Producto	Nombre Científico	Presentación	Cantidad Real	Unidad	Clase Empaque	Cant.X Empaque	Peso(Kg.)	Valor F
CEBOLLA	Allium cepa	FRESCO (A)	90,11	TONELADAS METRICAS (Ton)/METRIC TONS	SACOS O BULTOS O MALLAS	1959	90114	18022,8
DESTINO/USO: CONSUMO HUMANO				CERTIFICACIONES FITOSANITARIAS				
TRANSPORTE Y UBICACIÓN DE LA MERCANCIA				REQUISITOS FITOSANITARIO ICA No.		FECHA		
MEDIO TERRESTRE		NOMBRE PE0000133		SV-022101-16		20/09/2016		
EMPRESA/AEROLINEA E IDENTIFICACIÓN DEL TRANSPORTE				FECHA MODIFICACIÓN		25/10/2016		
COORDIFRONTERAS S.A				DICTAMEN		APROBADO		
FECHA LLEGADA martes, 25 de octubre de 2016				CERTIFICADO FITOSANITARIO DEL PAÍS DE ORIGEN No. 304851		FECHA 21/10/2016		
UBICACIÓN BODEGAS ALANDINO LTDA				PAÍS EXPEDICIÓN PERU		LUGAR PERU		
 IMEXFRON SAS IMPORTADORA Y EXPORTADORA NIT. 900966907-5		 FIRMA DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO						
		NOMBRE DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO LILIAN CELIS MORENO CHAVEZ						
ATENCIÓN: A PARTIR DE 01 DE ENERO DE 2005 TODAS LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES EN LAS QUE SE UTILICE EMBALAJE DE MADERA DEBEN CUMPLIR CON LA RESOLUCIÓN No. 1079 DE JUNIO 03 DE 2004								
DOCUMENTO EMITIDO DE MANERA ELECTRÓNICA ID No. 482817								

Factura de compra de cebolla foránea

ALANDINO Ltda.
ASOCIACIONES DE MERCADEROS DEL SECTOR ANDINO
NIT 800.122.459-2 REGIMEN COMUN

GUIA DE DESPACHO DE MERCANCIAS

DATOS GENERALES

134483

CIUDAD Y FECHA Ipiales, 25/10/2018 IMPORTADOR IMEXFRON S.A.S.

DESTINATARIO IPIALES

No. CPI PE0000133

LOTES XXXXXXXX

IMEXFRON SAS
IMPORTADORA Y EXPORTADORA
NIT. 900966907-5

DATOS DE SALIDA

No. LEVANTE	DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	SALDO ANTERIOR	CANTIDAD DESPACHADA	NUEVO SALDO
372016000016644	CEBOLLAS FRESCAS	1959.00	653.00	1306.00

DATOS TRANSPORTADOR

EMPRESA TRANSPORTADORA COORDIFRONTERAS VEHICULO AFILIADO _____

CONDUCTOR EDMUNDO GAON C.C. No. 0400858102 PLACACAA 1166

VENCIMIENTO DE LA GUIA 25/10/2018

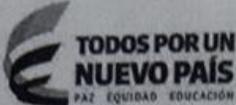
OBSERVACIONES SE ENTREGA MERCANCIA PARA DESPACHO POR PARTE DEL IMPORTADORXXX

372016000016644

ALANDINO Ltda.
NIT 800.122.459-2
118575007330507

CARRERA 7a No. 20 - 130 IPIALES - NARIÑO - COLOMBIA
TEL 7733670 - 7253154 E-MAIL: alandino@pcoralsa.net

Factura de compra de cebolla foránea

		
---	---	--

CERTIFICADO DE INSPECCION SANITARIA PARA LA NACIONALIZACION DE ALIMENTOS Y MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS
CERTIFICADO IP -2016004126 DE 2016/10/25

1. Información General
 Ciudad: IPIALES - NARIÑO Tipo Import: Normal
 Puerto, aeropuerto o paso de frontera: PASO FRONTERIZO RUMICHACA Bodega (Sitio Inspecc): ALANDINO LTDA
 Radicado: 2016150346 Fecha: 2016/10/24 Factura: 0006-000016
 Solicitante: IMEXFRON S.A.S.
 Transportadora: COORDIFRONTERAS S.A. Doc. Transp: PE0000133
 Acta de Inspección No: IP -2016004139 Fecha: 2016/10/25 Certificado Sanitario 304851

2. Destino de los productos
 Identificación: 900966907 Municipio: IPIALES - NARIÑO
 Destinatario: IMEXFRON S.A.S.
 Dirección: CL 2E NO 2E-54 OF.102 B/ TEJAR

3. Identificación de los productos

Producto	Fabricante	Pais	Peso/vol	Lote	Temp °C	Vencim	Inspeccion
1,959.00 SACOS CEBOLLAS FRESCAS	NEGOCIOS Y TRANSPORTES FERNANDEZS.C.R.L. / CLL LORETO NRO S/N PLAYA SUR TUMBES-ZARUMILLA	PERU	90.11/t	N.T.F.13-I	0		Aprobado

CERTIFICADO SANITARIO
 EL SUSCRITO INSPECTOR DE PASO FRONTERIZO RUMICHACA
 Certifica que los productos relacionados anteriormente:
 Cumplen con las especificaciones técnicas señaladas por el país de origen en el certificado sanitario.
 Observaciones:

Firma válida
 Digitally signed by
 LUIS FERNANDO CAMUES VITERI
 CA=ES, OU=INVIMA
 Date: 2016.10.25
 17:41:50 -0500
 Reason: Invima
 Location: Bogota, CO

LUIS FERNANDO CAMUES VITERI
 INSPECTOR INVIMA

IMEXFRON SAS
 IMPORTADORA Y EXPORTADORA
 NIT. 900966907-5

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA
 Carrera 10 No. 64 - 28 PBX: 2948700
 Bogotá - Colombia
 www.invima.gov.co

Página 1 de 1

Factura de compra de cebolla foránea



IMEXFRON SAS
 IMPORTADORA Y EXPORTADORA
 NIT. 900966907-5 - REGIMEN COMUN

REMISIÓN DE MERCANCIA 0105

CIUDAD	FECHA EXPEDICIÓN			FECHA VENCIMIENTO		
	DIA	MES	AÑO	DIA	MES	AÑO
IPIALES /	26 /	10 /	16 /	31 /	10 /	16 /

DECLARACION DE IMPORTACIÓN ACEPTACIÓN: 372016000018801 /

NUMERO DE LEVANTE: 372016000016644 /

DESTINATARIO: EDISON RODRIGUEZ /

DIRECCIÓN: BARRANQUILLA / CIUDAD: BARRANQUILLA /

CLASE DE MERCANCIA: CEBOLLAS FRESCAS /

PESO NETO: 32.200 kls /

AMPARA	SALDO ANTERIOR	SALEN	SALDO
90.114 kls /	90.114 kls /	32.200 kls /	57.914 kls /

OBSERVACIONES: REEMPACADO EN 700 SACOS /

CONDUCTOR: EDISON RODRIGUEZ /	C.C. No. 87.104.418 /
PLACAS: SBN - 307 /	MARCA: KEMWORTH /
	COLOR: ROJO /

NOTA: la presente guía es valida por (1) un solo viaje sin responsabilidad para el importador por tachadura o emendadura.

FIRMA AUTORIZADA:  FIRMA COMPROMETIDA: 

IMEXFRON SAS
 IMPORTADORA Y EXPORTADORA
 NIT. 900966907-5

Calle 2E No. 2E - 54 Of. 102 Ipiales - Nariño -Col. Tel. 725 5819 Cel. 316 6179697 imexfron2016@gmail.com

455

XX

10 - 22

589

2.934.03

001

90.114.00

MILENIO 7736508 IPIALES

Apéndice D. Encuentro con representante de ASOEQ



Apéndice E. Almacenamiento de cebolla en bodega

