

PARTICIPACIÓN DEL ACUERDO DE COMPETITIVIDAD Y CREACIÓN DEL  
COMITÉ LÁCTEO SUROCCIDENTE

EDWIN ALEXANDER MORENO CAICEDO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS  
PROGRAMA DE ZOOTECNIA  
SAN JUAN DE PASTO  
2015

PARTICIPACIÓN DEL ACUERDO DE COMPETITIVIDAD Y CREACIÓN DEL  
COMITÉ LÁCTEO SUROCCIDENTE

EDWIN ALEXANDER MORENO CAICEDO

Trabajo de grado presentado como requisito para  
optar al título de Zootecnista

Asesora:  
ROSA LILA PEREIRA TUPAZ  
Zootecnista, Esp, M.Sc.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS PECUARIAS  
PROGRAMA DE ZOOTECNIA  
SAN JUAN DE PASTO  
2015

“Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado son responsabilidad exclusiva de los autores”.

Artículo 1º del acuerdo N° 324 de octubre 11 de 1966 emanado del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

---

---

**ROSA LILA PEREIRA TUPAZ**  
Asesora

---

**OSCAR FERNANDO BENAVIDES**  
Jurado delegado

---

**EFRÉN GUILLERMO INSUASTY**  
Jurado

**San Juan de Pasto, agosto 2015.**

## **AGRADECIMIENTOS**

ROSA LILA PEREIRA TUPAZ. Zootecnista, Esp, M.Sc. por su apoyo como asesor de este trabajo.

GERARDO RAMÍREZ V. Esp. Zootecnista y WILLIAM ORLANDO NARVÁEZ M. Secretario Técnico de la Cadena Láctea, quienes confiaron en mí y me brindaron su colaboración, respaldo, apoyo y asesoría.

NUBIA TATAMUES E. Zootecnista, por su valiosa colaboración en el desarrollo de las diferentes actividades en la Secretaría de Agricultura y Medioambiente Departamental.

A la Facultad de Ciencias Pecuarias, Programa de Zootecnia de la Universidad de Nariño.

A todas las personas que participaron e hicieron posible este proyecto, muchas gracias por su apoyo y enseñanza.

## **DEDICATORIA**

*Dedico este trabajo a mis padres por ser el pilar más importante en mi vida, por su apoyo, comprensión y amor, quienes formaron mi carácter, principios y valores enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la calma. Con su empeño y perseverancia me dieron coraje para conseguir mis objetivos.*

*A mis hermanos, por estar siempre presentes, brindándome su apoyo y muchas veces poniéndose en el papel de padres, quienes continuaron depositando su confianza en mí.*

*A mi novia la madre de mis hijos, gracias por presionarme para terminar este trabajo, gracias por ayudarme con las correcciones, gracias por aguantarme, pero sobre todo gracias por enseñarme a creer en mí y motivarme hacer las cosas de la mejor manera.*

*A mis hijos, por quienes cada día tiene sentido y son la razón que me ha llevado a seguir adelante superándome día a día, en busca de un mejor futuro.*

**Edwin Alexander Moreno Caicedo.**

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	23
1. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	24
2. OBJETIVOS	25
2.1 OBJETIVO GENERAL	25
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
3. MARCO TEÓRICO	26
3.1 ACUERDO DE COMPETITIVIDAD	27
3.2 DIAGNÓSTICO COMPETITIVO DE LA CADENA	28
3.3 VISIÓN A FUTURO DE LA CADENA	28
3.4 PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD	28
3.5 ANTECEDENTES DE LA CADENA LÁCTEA DE NARIÑO	29
4. METODOLOGÍA	33
4.1 ENFOQUE MIXTO	33
4.2 TIPO DE ESTUDIO	33
4.3 DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO	33
4.4 UNIDADES DE ANÁLISIS	33
4.4.1 Visitas a municipios	36
4.4.2 Evaluación del proceso	37
4.5 DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO	37
4.5.1 Evaluación del proceso	38
4.6 DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO	38

4.6.1 Evaluación del proceso	38
5. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	39
5.1DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR LÁCTEO DE NARIÑO	39
5.1.1 Variable social.	39
5.1.1.1 Grupo etario.	39
5.1.1.2 Nivel de escolaridad.	42
5.1.1.3 Condiciones de vivienda y acceso a servicios públicos.	46
5.1.1.4 Seguridad social	63
5.1.1.5 Roles bajo perspectiva de género	72
5.1.1.6 Estado civil.	75
5.1.1.7 Etnia.	77
5.1.1.8 Ingresos económicos.	78
5.1.1.9 Asociatividad.	80
5.1.2 Variable económica.	89
5.1.2.1 Producción, precio y oferta de leche.	90
5.1.2.2 Acuerdos comerciales.	94
5.1.2.3 Oferta de derivados lácteos.	96
5.1.2.4 Ingresos y gastos generados por los diferentes actores de la cadena láctea del departamento de Nariño.	98
5.1.2.5 Actividades desarrolladas en las fincas lecheras.	114
5.1.2.6 Elementos, maquinaria y equipos.	119
5.1.2.7 Sanidad.	121

5.1.2.8 Importancia y participación de la producción generada por la cadena láctea dentro del sector primario y del PIB regional.	124
5.2 COMPILACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS COMPONENTES ESTRATÉGICOS: VISIÓN A FUTURO, PLAN ESTRATÉGICO PARA LA REALIZACIÓN DEL ACUERDO DE COMPETITIVIDAD	127
5.2.1 Visión a futuro.	127
5.2.2 Estrategias de desarrollo.	128
5.2.3 Plan de acción anual.	131
5.3 SOCIALIZACIÓN DEL ACUERDO DE COMPETITIVIDAD	135
5.3.1 Ejecución de actividades.	135
5.3.2 Entidades participantes.	137
5.3.3 Reconocimiento del comité lácteo Suroccidente ante el concejo nacional lácteo.	138
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	139
6.1 CONCLUSIONES	139
6.2 RECOMENDACIONES	141
BIBLIOGRAFÍA	142
ANEXOS	144

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Cronograma de visitas a municipios	37
Cuadro 2. Edad en años por eslabón	40
Cuadro 3. Moda rango de edad por eslabón	40
Cuadro 4. Rango de edad de empresas por eslabón	41
Cuadro 5. Moda nivel de escolaridad por eslabón	43
Cuadro 6. Moda nivel de escolaridad de empresas por eslabón	45
Cuadro 7. Vías de acceso por eslabón	46
Cuadro 8. Moda vías de acceso por eslabón	47
Cuadro 9. Tenencia de tierra por eslabón	48
Cuadro 10. Moda tenencia de tierra por eslabón	49
Cuadro 11. Tenencia de vivienda de los empleados por eslabón	49
Cuadro 12. Moda tenencia de vivienda de los empleados por eslabón	50
Cuadro 13. Uso de vivienda	51
Cuadro 14. Moda uso de vivienda por eslabón	51
Cuadro 15. Construcción de la vivienda	52
Cuadro 16. Moda construcción de la vivienda por eslabón	53
Cuadro 17. Pisos de la vivienda	53
Cuadro 18. Moda pisos de vivienda por eslabón	54
Cuadro 19. Tipo de sanitario de la vivienda	54
Cuadro 20. Moda tipo de sanitario de la vivienda por eslabón	55
Cuadro 21. Servicios públicos por eslabón	56

Cuadro 22. Moda acceso a servicios públicos por eslabón	57
Cuadro 23. Acceso a servicios públicos empresas por eslabón	60
Cuadro 24. Moda acceso a servicios públicos de empresas por eslabón	61
Cuadro 25. Régimen de salud por eslabón	63
Cuadro 26. Moda régimen de salud	64
Cuadro 27. Afiliación a salud empresas productoras	65
Cuadro 28. Moda afiliación a salud empresas productoras	65
Cuadro 29. Pensión por eslabón	66
Cuadro 30. Moda pensión por eslabón	67
Cuadro 31. Pensión por empresas	67
Cuadro 32. Moda pensión por empresas	68
Cuadro 33. Riesgos laborales por eslabón	69
Cuadro 34. Moda riesgos laborales por eslabón	70
Cuadro 35. Riesgos laborales por empresas	70
Cuadro 36. Moda riesgos laborales por empresas	71
Cuadro 37. Moda género por eslabón	73
Cuadro 38. Cargos en empresas por eslabón	74
Cuadro 39. Estado civil por eslabón	76
Cuadro 40. Moda estado civil por eslabón	76
Cuadro 41. Etnia por eslabón	77
Cuadro 42. Moda etnia por eslabón	77
Cuadro 43. Ingresos económicos por eslabón	78
Cuadro 44. Moda perteneciente a una asociación	81

Cuadro 45. Interés en asociarse	81
Cuadro 46. Moda interés en asociarse	82
Cuadro 47. Nivel de interés en asociarse	82
Cuadro 48. Moda nivel de interés en asociarse	83
Cuadro 49. Interés en asociarse por asistencia técnica	84
Cuadro 50. Moda interés en asociarse por asistencia técnica	84
Cuadro 51. Nivel de interés para asociarse por gestión empresarial	85
Cuadro 52. Moda nivel de interés para asociarse por gestión empresarial	86
Cuadro 53. Interés para asociarse por proceso de comercialización	86
Cuadro 54. Moda interés para asociarse por proceso de comercialización	87
Cuadro 55. Interés para asociarse por negociaciones y ventas	87
Cuadro 56. Moda interés para asociarse por negociaciones y ventas	88
Cuadro 57. Interés para asociarse por asistencia financiera	88
Cuadro 58. Moda interés para asociarse por asistencia financiera	89
Cuadro 59. Litro de leche producida	90
Cuadro 60. Oferta de leche con respecto al mercado de destino	91
Cuadro 61. Cantidad de litros ofertados	92
Cuadro 62. Razones por las cuales se cambia el destino de la oferta de la leche	93
Cuadro 63. Bonificaciones recibidas en la venta de leche	94
Cuadro 64. Establecer acuerdos comerciales con los compradores	94
Cuadro 65. Tipos de acuerdos establecidos con los compradores	95
Cuadro 66. Políticas de cobro	96
Cuadro 67. Forma a través de la cual se realiza la oferta de la leche	96

Cuadro 68. Productos ofertados por los pequeños transformadores de la cadena láctea del departamento de nariño	97
Cuadro 69. Productos ofertados por transformadores industriales de la cadena láctea del departamento de nariño	98
Cuadro 70. Ingreso mensual en fincas lecheras	99
Cuadro 71. Ingreso promedio mensual de los productores primarios	99
Cuadro 72. Ingreso mensual por concepto de venta de leche	100
Cuadro 73. Ingreso promedio mensual por concepto de venta de leche	100
Cuadro 74. Obligaciones financieras	101
Cuadro 75. Participación de entidades bancarias	102
Cuadro 76. Ingresos mensuales en empresas transformadoras	102
Cuadro 77. Ingresos promedio mensuales en empresas transformadoras	103
Cuadro 78. Ingresos promedio mensuales por venta de productos transformados	103
Cuadro 79. Ingresos provenientes del apalancamiento financiero en los transformadores	104
Cuadro 80. Entidades con las cuales los transformadores tienen obligación financiera	105
Cuadro 81. Otras fuentes de ingresos en los transformadores	105
Cuadro 82. Ingresos mensuales percibidos por comercializadores de la cadena láctea	106
Cuadro 83. Ingresos promedio mensuales por la comercialización de productos lácteos en el departamento de nariño	107
Cuadro 84. Actividades alternas a la comercialización	108
Cuadro 85. Ingreso promedio totales por eslabón	108
Cuadro 86. Ingreso promedio en actividad por eslabón	108

Cuadro 87. Participación de gastos en productores primarios del sector lácteo	109
Cuadro 88. Gastos mensuales de productores primarios del sector lácteo en el departamento de nariño	109
Cuadro 89. Gastos mensuales en los transformadores	110
Cuadro 90. Gastos promedios mensuales en empresas transformadoras	111
Cuadro 91. Participación de gastos de los transformadores de la cadena láctea	111
Cuadro 92. Gastos por transformación de productos lácteos	112
Cuadro 93. Comercializadores con obligaciones financieras	112
Cuadro 94. Gastos de las empresas comercializadoras	113
Cuadro 95. Gastos promedio mensuales de las empresas comercializadoras	113
Cuadro 96. Gastos mensuales de los comercializadores	113
Cuadro 97. Resumen comparativo de ingresos y gastos en los eslabones que conforman la cadena láctea en el departamento de nariño	113
Cuadro 98. Origen de la actividad desarrollada por los productores del departamento de nariño	114
Cuadro 99. Cantidad de ordeños al día realizados por los productores de leche del departamento de nariño	114
Cuadro 100. Horario de ordeño en la mañana	115
Cuadro 101. Horario de ordeño en la tarde	115
Cuadro 102. Razones del horario de ordeño	116
Cuadro 103. Método de ordeño	116
Cuadro 104. Sistemas de conservación de leche	116
Cuadro 105. Lugar en la que se realiza el ordeño	117
Cuadro 106. Productores que reciben asistencia	117
Cuadro 107. Periodicidad de la asistencia técnica	117

Cuadro 108. Entidades que brindan la asistencia técnica	118
Cuadro 109. Tipo de asistencia técnica pecuaria recibida	118
Cuadro 110. Tipo de profesional encargado de brindar asistencia técnica	118
Cuadro 111. Elementos, herramientas, maquinaria y equipo utilizado en la producción lechera	119
Cuadro 112. Maquinaria utilizada en las empresas transformadoras	120
Cuadro 113. Años de antigüedad de la empresa comercializadora de productos lácteos en el departamento de nariño	120
Cuadro 114. Manejo de riesgo epidemiológico	121
Cuadro 115. Manejo de riesgo al utilizar equipos en las empresas transformadoras	121
Cuadro 116. Saneamiento ambiental en las empresas transformadoras	121
Cuadro 117. Manejo sanitario de insumos en las empresas transformadoras	122
Cuadro 118. Control de condiciones sanitarias	122
Cuadro 119. Relación de los tres eslabones objeto de estudio de la cadena láctea en torno a vías	123
Cuadro 120. Relación de los tres eslabones objeto de estudio de la cadena láctea en torno a la tecnología dura	123
Cuadro 121. Relación de tres eslabones que conforman la cadena láctea en torno a la tecnología blanda	123
Cuadro 122. Producción de leche, por destino según 22 departamentos	125
Cuadro 123. Relación de participación de los eslabones de la cadena láctea frente al pib agropecuario regional	126
Cuadro 124. Plan estratégico para la cadena láctea	132
Cuadro 125. Integrantes al comité lácteo suroccidente	137

## LISTA DE GRÁFICAS

	<b>Pág.</b>
Gráfica 1. Nivel de escolaridad por eslabón	42
Gráfica 2. Nivel de escolaridad de empresas por eslabón	44
Gráfica 3. Género por eslabón	72
Gráfica 4. Moda ingresos económicos por eslabón	79
Gráfica 5. Perteneciente a una asociación	80
Gráfica 6. Precio de leche	90
Gráfica 7. Acuerdos de venta de leche teniendo en cuenta diferentes aspectos	95

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Ley 811 de 2003	145
Anexo B. Encuestas desarrolladas	156
Anexo C. Estatutos comité lácteo suroccidente	177
Anexo D. Actas de constitución y representatividad del comité lácteo suroccidente	188
Anexo E. Reconocimiento comité lácteo suroccidente	197

## GLOSARIO

**ACUERDO:** resolución que se toma en los tribunales, sociedades, comunidades u órganos colegiados.

**ASOCIACIÓN:** grupo de personas que entran en un acuerdo como voluntarios formando una organización para lograr un propósito conjunto.

**CADENA LÁCTEA:** relación entre ganaderos, acopiadores, cooperativas y empresas industriales procesadoras, vinculando a los protagonistas y actividades relacionadas en la entrega de la leche y subproductos lácteos al consumidor final.

**CADENA PRODUCTIVA:** conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico.

**CAPITAL:** factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo, se destina a la producción de bienes.

**COMERCIALIZADORES:** son aquellas personas o sociedades que, accediendo a las redes de transporte o distribución, tienen como función la venta de un producto.

**COMITÉ:** conjunto de personas elegidas para desempeñar una labor determinada, especialmente si tiene autoridad o actúa en representación de un colectivo.

**COMPETITIVIDAD:** es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos.

**CONCERTACIÓN:** acuerdo entre dos o más personas o entidades sobre un asunto.

**CONSEJO:** órgano colegiado con la función de informar al Gobierno o a la Administración sobre determinadas materias. *Consejo económico y social, de Estado, de Universidades, escolar.*

**CONSENSO:** acuerdo producido por consentimiento entre todos los miembros de un grupo o entre varios grupos.

**DECRETO:** tipo de acto administrativo emanado habitualmente del poder ejecutivo y que, generalmente, posee un contenido normativo reglamentario, por lo que su rango es jerárquicamente inferior a las leyes.

**DERIVADOS LÁCTEOS:** productos alimenticios cuya materia prima base es la leche, la cual sufre un proceso de transformación; además, de la adición de aditivos y otros insumos; por ejemplo, yogur, queso, crema, mantequilla, dulces, helados y otros.

**DIAGNÓSTICO:** recoge y analiza datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

**EGRESOS:** desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias.

**EMPRESA:** unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

**ENCUESTA:** conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho.

**ESLABÓN:** elemento necesario para el enlace de acciones, sucesos, etc.

**ESTRATEGIA:** conjunto de las acciones que realizan los grupos de trabajo de manera consensuada para la resolución de problemas o la mejora continua dentro de una organización.

**ETARIO:** perteneciente o relativo a la edad de una persona.

**GASTOS:** un gasto es un egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio.

**INGRESOS:** caudal que entra en poder de alguien, y que le es de cargo en las cuentas.

**INOCUIDAD:** condiciones y prácticas que preservan la calidad de los alimentos para prevenir la contaminación y las enfermedades transmitidas por el consumo de alimentos.

**LEY:** regla o norma establecida por una autoridad superior para regular, de acuerdo con la justicia, algún aspecto de las relaciones sociales.

**MERCADO:** conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público.

**MICROCUENCAS:** la microcuenca se define como “una pequeña cuenca de primer o segundo orden, en donde vive un cierto número de familias (Comunidad) utilizando y manejando los recursos del área, principalmente el suelo, agua,

vegetación, incluyendo cultivos y vegetación nativa, y fauna, incluyendo animales domésticos y silvestres.

**OBLIGACIONES FINANCIERAS:** son obligaciones contraídas por la empresa con el fin de obtener recursos para la operación de un negocio, a través de establecimientos de créditos o de otras instituciones financieras, ya sea del país o del exterior. Estas obligaciones por lo general generan intereses y otros rendimientos a favor del acreedor.

**PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB):** conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año.

**PLAN ESTRATÉGICO:** programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente.

**PRODUCTORES:** en la organización del trabajo, cada una de las personas que intervienen en la producción de bienes o servicios.

**PROPIEDAD TANGIBLE:** propiedad que puede ser percibida con los sentidos; incluye tierra, mejoras adheridas, mobiliario, mercancías, efectivo y otros conceptos de capital de trabajo empleados en una empresa.

**REGLAMENTACIÓN:** conjunto de reglas o normas referentes a cierta cosa o actividad.

**RESOLUCIÓN:** decreto, providencia, auto o fallo de autoridad gubernativa o judicial.

**SOSTENIBLE:** dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo.

**TECNOLOGÍA BLANDA:** tiene relación con el conocimiento, talento y aprendizaje aplicado en el proceso de obtener la modificación al medio, ya sea obteniendo un producto o servicio como resultado.

**TECNOLOGÍA DURA:** son los instrumentos que se ocupan de transformar los materiales, para producir o construir objetos o artefactos.

**TRANSFORMADORES:** persona encargada de elaborar productos derivados de una materia prima.

**VISIÓN A FUTURO:** esquema que se desarrolla para comprender las cosas acertadamente de modo que es posible prever algunos acontecimientos, tomar decisiones acertadas, etc.

## **RESUMEN**

El presente trabajo se construyó con el propósito de apoyar la gestión para el desarrollo del acuerdo de competitividad de la cadena láctea, como alternativa para mejorar las condiciones competitivas de productores de leche, transformadores, y comercializadores del departamento de Nariño.

Este documento contiene un diagnóstico en el cual se puede identificar la situación actual del sector lácteo de Nariño en el entorno social y económico, permitiendo describir, evaluar y analizar las variables cualitativas y cuantitativas de la realidad existente. Esperando que esté estudio sirva de referente para el desarrollo de proyectos productivos para el sector lácteo.

Posteriormente se desarrolló un conjunto de actividades de diálogo y concertación entre los actores de la cadena láctea con el fin de aplicar el enfoque y elaboración de la visión a futuro en conjunto con el plan estratégico de la misma, contribuyendo al desarrollo y mejoramiento de la competitividad del sector lácteo.

Entre los logros de este trabajo se culmina con la conformación de un comité de cadena para Nariño y Putumayo, con el propósito de mejorar el diálogo entre los diferentes actores y la intención de facilitar la identificación de problemas que afectan su competitividad y las posibles soluciones para superarlos obteniendo una transformación productiva para los actores de la cadena.

Palabras Claves: Cadena Láctea, Comité, Diagnóstico, Plan Estratégico, Visión a Futuro

## **ABSTRACT**

This work was built in order to support the management agreement for the development of competitiveness of the dairy chain, as an alternative to improve the competitive conditions of milk producers, processors and marketers of the department of Nariño.

This document contains a diagnosis in which you can identify the current situation of the dairy sector in Nariño in the social and economic environment, allowing describes, evaluate and analyze the qualitative and quantitative variables of existing reality. Waiting is the study serves as a reference for the development of productive projects for the dairy sector.

Then a set of activities for dialogue and consultation between stakeholders in the dairy chain to implement the approach and development of future vision together with the strategic plan it developed, contributing to the development and improvement of competitiveness the dairy sector.

Among the achievements of this work culminates with the formation of a chain committee, in order to improve dialogue between different actors, with the intention to facilitate the identification of issues affecting their competitiveness and possible solutions to overcome obtaining a Productivity Growth for chain actors.

Key words: Way chain, committee, diagnosis, Strategic plan, Vision for the Future.

## INTRODUCCIÓN

La agricultura y la ganadería en el departamento de Nariño son las bases económicas de esta región, siendo así la producción lechera una de las más importantes formas de trabajo de este sector. En la cual predomina una producción minifundista, con un bajo progreso en nivel tecnológico y limitada asistencia técnica, no obstante se ha intensificado la búsqueda de alternativas que incrementen el uso de sistemas armónicos en el ambiente productivo, social y económico, para lograr una actividad agropecuaria sostenible.

Con el rápido cambio tecnológico, la apertura de las fronteras comerciales a nivel mundial y al mismo tiempo con un mercado que exige un producto en óptimas condiciones de inocuidad, se requiere mayores niveles de competitividad para expandir su mercado. Y en este camino de globalización comercial, es necesaria la unión de todos los eslabones que desarrollan la actividad lechera en el departamento de Nariño para generar las condiciones óptimas que permitan competir en el mercado nacional e internacional.

Esto nos ha llevado ante la necesidad de ajustar las estrategias de acción a un entorno más competente, asumiendo un enfoque integrador con la intención de tener una perspectiva real sobre la competitividad de la cadena láctea, buscando una alternativa de desarrollo, que garantice el cumplimiento de un proyecto regional que formule la sostenibilidad del sector y mejore las condiciones de vida de los actores involucrados. A través de la reglamentación de la ley 811 de 2003 con la conformación de las cadenas productivas, de manera que éste se convierta en la carta de navegación para lograr, en el término previsto, la modernización y el desarrollo competitivo del sector.

Como resultado de un proceso de concertación entre todos los actores de la cadena láctea, se conforma el **COMITÉ LÁCTEO SUROCCIDENTE**.

## 1. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El 7 de julio de 1999 se creó el Consejo Nacional Lácteo como un espacio de diálogo para los distintos eslabones de la cadena láctea, a partir del año 2003, el gobierno Nacional por medio del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural plantea la necesidad de revisar los acuerdos de competitividad de las cadenas agro-productivas, con la expedición de la Ley 811, la cual habla de las organizaciones de cadena en el Sector agropecuario, Forestal, Acuícola y Pesquero y en su Artículo 101 estipula la creación de las organizaciones de cadena. Las organizaciones de cadena constituidas a nivel nacional, a nivel de una zona o región productora, por producto o grupos de productos, por voluntad de un acuerdo establecido y formalizado entre los empresarios, gremios y organizaciones más representativas tanto de la producción agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, como de la transformación, la comercialización, la distribución, y de los proveedores de servicios e insumos y con la participación del Gobierno Nacional y/o los gobiernos locales y regionales, serán inscritas como organizaciones de cadena por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural<sup>1</sup>.

Uno de los problemas que presenta el sector lechero en muchos de los departamentos de Colombia, como en el caso del departamento de Nariño es la ausencia de un marco normativo, que permita asegurar la estabilidad socioeconómica del sector lácteo del departamento y presenta la necesidad de implementar las medidas especificadas en la ley 811 de 2003. Para que defina las reglas y normas generales entre el sector público y privado, con el fin de llegar a un acuerdo e institucionalizar estas organizaciones a nivel Regional y Nacional, siendo un avance normativo importante para las organizaciones de la cadena láctea del departamento en el País.

El marco normativo de cadena láctea surge como una estrategia a través de la cual se establezca un comité en la región de Nariño, teniendo representatividad a nivel Regional y Nacional. Con el objetivo de promover e impulsar la competitividad de la cadena láctea en el departamento, formulando y ejecutando planes de acción conforme a los núcleos priorizados por la cadena en los acuerdos de competitividad y concertados con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, como organismo asesor del gobierno en materia de política lechera y promotor del desarrollo del sector lácteo Colombiano.

---

<sup>1</sup> Colombia. Congreso. Ley 811 de 2003, Junio 26, Por medio del cual... Bogotá: El Congreso; 2003.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 OBJETIVO GENERAL

- Participar en el **ACUERDO DE COMPETITIVIDAD PARA LA CADENA LÁCTEA DE NARIÑO**, como alternativa para mejorar las condiciones competitivas de productores de leche, transformadores, y comercializadores de la región de Nariño.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Coordinar la colección de información para actualizar el diagnóstico socioeconómico del sector lácteo para el año 2013.
- Compilación de la información de los componentes estratégicos: Visión a Futuro, Plan estratégico para la realización del Acuerdo de Competitividad.
- Socialización del Acuerdo de Competitividad.

### 3. MARCO TEÓRICO

El Consejo Nacional Lácteo (CNL) es un espacio de diálogo permanente entre los distintos eslabones de la cadena láctea, entre estos y el gobierno, con el propósito de asesorar y orientar al gobierno en el diseño de la política sectorial, de identificar, concertar soluciones adecuadas a los diversos problemas que afectan su desempeño y de coordinar a nivel nacional todas las actividades que propendan por su desarrollo integral y equitativo.

El Consejo Nacional Lácteo (CNL) fue creado el 7 de julio de 1999 por medio de la resolución 076 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) y reconocido a través de la resolución 082 del 24 de marzo de 2011 expedida por MADR como la organización de la cadena del sector lácteo Colombiano<sup>2</sup>.

El gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), planteó la necesidad de revisar los acuerdos de competitividad de las cadenas agro-productivas, a fin de actualizarlos teniendo como marco la ley 811 de 2003, que da origen a las organizaciones de cadena del sector agropecuario y que fue reglamentada a través del decreto 3800 de 2006 y de la resolución 186 de 2008 del MADR.

Adicionalmente y con el propósito de que la cadena láctea pueda afrontar los retos derivados de la firma de tratados de libre comercio con grandes exportadores de productos lácteos como Mercosur, Estados Unidos y la Unión Europea, y la importancia de aprovechar de manera efectiva los instrumentos de política del documento CONPES 3675 de 2010, por medio del cual se busca mejorar la competitividad del sector lácteo Colombiano, es de vital importancia formular un nuevo acuerdo de competitividad para la cadena<sup>3</sup>.

Según al artículo 2º de la resolución 082 de 2011, establece que los comités de cadenas regionales una vez inscritos ante la organización de la cadena nacional, son integrantes del Consejo Nacional Lácteo y la elección de sus representantes se hará conforme a lo señalado en el capítulo IX de los estatutos de la organización de la cadena láctea Colombiana<sup>4</sup>.

Del Reglamento interno o régimen estatutario inscrito en el artículo 6º de la resolución 186 de 2008. Determina que el reglamento interno o régimen estatutario

---

<sup>2</sup> CONSEJO NACIONAL LÁCTEO. Quiénes somos. Disponible en: <[http://www.cnl.org.co/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=22&Itemid=115](http://www.cnl.org.co/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=22&Itemid=115)> [con acceso el 10-09-2014].

<sup>3</sup> CONSEJO NACIONAL LÁCTEO. Acuerdo de competitividad de la cadena láctea Colombiana. Disponible en: <<http://www.cnl.org.co/images/docs/Acuerdo%20de%20Competitividad%20Cadena%20L%C3%A1ctea%202010.pdf>> [con acceso el 10-09-2014].

<sup>4</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Resolución 0082 (24, marzo, 2011). Por la cual se reconoce las organizaciones de cadena del sector lácteo Colombiano. Bogotá D.C.: El Ministerio, 2011. P. 2.

deberá desarrollar los fines de la organización de cadena en armonía con la ley 811 de 2003 y su decreto reglamentario 3800 de 2006, y contendrá:

- Denominación, domicilio y duración.
- Objeto social de la cadena.
- Estructura orgánica, constitución, procedimientos, funciones y atribuciones.
- Derechos y deberes de los integrantes.
- De los integrantes, condiciones para la admisión, retiro y exclusión y determinación del órgano competente para su decisión.
- Régimen de sanciones, casuales y procedimientos por incumplimiento de los acuerdos adoptados al interior de la cadena.
- Procedimientos para reforma de estatutos y expedición de reglamentos.
- Secretaria técnica, con determinación expresa de las facultades y funciones.
- Mecanismo de participación de los comités regionales de la cadena.
- Mecanismos para solucionar los conflictos derivados del acuerdo de competitividad.
- Constitución e incremento del patrimonio privado de la organización de cadena.
- Disposiciones sobre la destitución de los bienes del remanente de la organización de cadena, una vez disuelta y liquidada.
- Las demás disposiciones que determine la organización de cadena<sup>5</sup>.

De los acuerdos de competitividad en el artículo 7º de la resolución 186 de 2008. Determina que los acuerdos de competitividad actualmente vigentes, al interior de una organización de cadena deberán complementarse con los requisitos que enumera el artículo 1º de la ley 811 de 2003.

Con su párrafo el cual fija, que los nuevos acuerdos de competitividad, además de lo aquí señalado, deberán establecer: propósitos del acuerdo, diagnóstico, estructura, visión de futuro, estrategias, plan de acción, responsables, indicadores de seguimiento y de evaluación, y núcleos productivos regionales identificados<sup>6</sup>.

### **3.1 ACUERDO DE COMPETITIVIDAD**

Es un consenso dentro de los representantes de los empresarios de los distintos eslabones o engranajes de la cadena o del aparato agro productivo y de servicios, y el gobierno. Es una mesa donde participa el sector privado con todos sus agentes y el sector gobierno sobre tres aspectos fundamentales:

- Diagnóstico competitivo de la cadena
- Visión a futuro de la cadena
- Plan de acción para mejorar la competitividad

---

<sup>5</sup> COLOMBIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Resolución 0186 (11, Junio, 2008). Por la cual se reglamenta parcialmente la ley 811 de 2003 y el decreto 3800 de 2006... Bogotá D.C.: El Ministerio, 2008. 2 p.

<sup>6</sup> *Ibíd.*, 3 p.

### **3.2 DIAGNÓSTICO COMPETITIVO DE LA CADENA**

Tiene el propósito de identificar los elementos claves que determinan la situación actual de la cadena productiva de leche, es decir, desde la producción primaria, transformación y comercialización, en este caso dichos aspectos se relacionan con el entorno socioeconómico de cada uno de los actores de la cadena productiva de leche, estableciendo fortalezas y debilidades que favorecen el desarrollo competitivo de la cadena; y por otro lado muestra debilidades y amenazas que frenan este desarrollo, formando un conjunto de condiciones disponibles para la toma de decisiones.

### **3.3 VISIÓN A FUTURO DE LA CADENA**

Una visión a futuro deseable se logra formando una cadena productiva lechera competitiva en el mercado regional, nacional e internacional, contribuyendo al crecimiento del sector lácteo en armonía con el medio ambiente y el desarrollo socioeconómico de la región lechera del departamento, generando nuevas oportunidades de progreso y empleo de manera equitativa para los actores que conforman la cadena productiva de leche. Esto se logra mediante espacios de diálogo y concertación que permiten realizar acuerdos entre los actores que conforman la cadena productiva de leche con entidades públicas o privadas relacionadas con actividades del sector lácteo.

Estos acuerdos deben ser implementados para mejorar la competitividad y lograr el desarrollo sostenible de manera progresiva en el tiempo, estas acciones estratégicas deben responder a los objetivos planteados en los espacios de diálogo efectuados entre los actores de la cadena productiva de leche y las entidades públicas o privadas, con el fin de dar un cambio sustantivo hacia el futuro deseable.

### **3.4 PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD**

Para la toma de decisiones y elaboración de un plan de acción que permita el desarrollo socioeconómico de los actores de la cadena productiva de leche, se toma el estudio pertinente tomado del diagnóstico competitivo de la cadena y la visión de futuro, que permite de manera objetiva definir un plan de acción de corto, mediano o largo plazo para el mejoramiento de competitividad de la cadena productiva, permitiendo identificar factores críticos que limitan la competitividad en los diferentes eslabones de la cadena productiva; de esta manera el plan de acción se convierte en un instrumento que permite a los actores de la cadena productiva a priorizar acciones, orientándose a los cambios adecuados para un avance creciente y equitativo en la cadena productiva.

### 3.5 ANTECEDENTES DE LA CADENA LÁCTEA DE NARIÑO

A partir de la formación de los acuerdos de competitividad como política de gobierno, Nariño ha venido buscando el fortalecimiento de la cadena láctea, a través de acciones y acuerdos entre los diferentes actores que desarrollan una actividad económica y complementaria del sector lácteo. A continuación se toma como referencia proyectos que se realizaron para la formación de la cadena láctea de Nariño.

Dadas las particularidades existentes a nivel de regiones, se organizaron secretarías técnicas para coordinar los avances en los procesos planteados. Es así que para el nodo Nariño – Putumayo, CORPOICA asumió la coordinación del comité regional a partir del 2001, integrado por gremios, productores, industriales, cooperativas y gobierno, siendo una de sus primeras actividades, desarrollar un plan de acción para la reestructuración del acuerdo regional.

Para este fin se elaboró un taller<sup>7</sup> para priorizar en consenso con los actores, la problemática de la industria láctea en el departamento de Nariño y Putumayo. Como resultado se identificaron situaciones como: Falta de un centro de acopio y cadena de frío, precios bajos, falta de estudios de mercado, lejanía de los centros de consumo, desconocimiento de nuevas técnicas de transformación, vías de comunicación inadecuadas y falta de riego y energía.

Posteriormente se plantearon alternativas estratégicas con participación de diferentes instituciones y empresas de la industria, clasificadas por problemas tecnológicos, sociales, económicos, políticos, culturales, comerciales y de infraestructura. Del trabajo realizado se determinó como prioritario caracterizar el sistema de producción de leche del departamento de Nariño.

En un proceso similar la Universidad de Georgetown, Confecamaras y la Pontificia Universidad Javeriana desarrollaron un trabajo de identificación de perfiles productivos en el Sur Occidente Colombiano<sup>8</sup>, en el cual identificaron una serie de cadenas productivas en los departamentos de Cauca, Huila, Nariño, Tolima y Valle del Cauca.

Resultado del estudio se definió trabajar en el departamento de Nariño un proyecto piloto con pequeños y medianos productores de leche, incluyendo acopiadores y transformadores, titulado: **“Bases para el desarrollo social y**

---

<sup>7</sup> Identificación y priorización de la problemática del sector ganadero de leche del departamento de Nariño. 2001. Citado por YOSHIOKA V, Ana, *et al.* Bases para el desarrollo social y competitivo de la cadena láctea en el departamento de Nariño. Cali: 2003, p 15.

<sup>8</sup> Cano C, Peña E. Estudio para la determinación de perfiles de proyectos productivos empresariales de las cadenas productivas en los departamentos de Cauca, Huila, Nariño, Tolima y Valle del Cauca. Universidad de Georgetown, Confecamaras y la Pontificia Universidad Javeriana. 2002. Citado por YOSHIOKA V, Ana, *et al.* Bases para el desarrollo social y competitivo de la cadena láctea en el departamento de Nariño. Cali: 2003, p 15.

**competitivo de la cadena láctea en el departamento de Nariño**”, convergiendo por lo tanto con el proceso coordinado por CORPOICA y el comité regional de la cadena láctea<sup>9</sup>.

En base al documento desarrollado por la agencia de desarrollo local de Nariño con apoyo de agencia de estados unidos para el desarrollo internacional USAID organización internacional para las migraciones. A continuación se muestra la cadena láctea desde su perfil departamental con el fin de establecer su contexto, características y principales desafíos que de una u otra manera influyeron en el desarrollo operativo del programa de desarrollo lácteo propuesto para el departamento de Nariño en el año 2010.

La ganadería de leche en el departamento de Nariño es una actividad que ha mostrado una dinámica permanente en las dos últimas décadas. Durante el período 1990 – 2010 se pasó de una producción 445.200 litros día en 1990, a 891.220 litros día en el 2010. Lo cual representa una tasa de crecimiento del 3.53 % anual<sup>10</sup> y evidencia la importancia creciente de la actividad ganadera dentro del sector agropecuario regional.

El crecimiento de la producción lechera en sus inicios se explica por diversas razones, entre ellas se destacan: el cambio de utilización de las tierras, dedicadas anteriormente al cultivo de papa, trigo y cebada (cultivos afectados por proceso de apertura económica); el mejoramiento de las vías de comunicación y la apertura de la vía panamericana; el programa de asistencia técnica del gobierno Holandés que originó la creación de COLÁCTEOS; y el establecimiento de una importante red de centros de acopio, tanto por empresas compradoras del Valle del Cauca como por empresas productoras de lácteos regionales, incluyendo COLÁCTEOS. Estas situaciones de alguna manera posibilitaron a los pequeños productores la venta de su producto y estimularon el crecimiento de la producción. Antes del montaje de los Centros de Acopio, la producción estaba limitada a los consumos inmediatos de los pequeños mercados locales.

En el 2010. La producción de leche en el departamento de Nariño, fue de 891.218 litros día, con un promedio de litros diarios de 5.8. No obstante, dicha estadística no guarda correspondencia con las cifras nacionales establecidas por la encuesta nacional agropecuaria ENA 2010, adelantada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Corporación Colombia Internacional, bajo esta fuente el departamento de Nariño produce 685.015 litros diarios de leche con una población de 92.361 cabezas de ganado.

La producción de leche en el departamento de Nariño está presente en 57 de los 64 municipios que lo conforman. De acuerdo a las estadísticas al año 2010, por los

---

<sup>9</sup>YOSHIOKA V, Ana, *et al.* Bases para el desarrollo social y competitivo de la cadena láctea en el departamento de Nariño. Cali: 2003, p 16.

<sup>10</sup>OBANDO E, Álvaro, *et al.* Diagnóstico regional de la cadena láctea de Nariño. Pasto: 2013, p 40.

volúmenes de producción, en orden de importancia, se destacan los municipios de: Guachucal con 99.353 litros/día, Pasto con 48.990 litros/día, Ipiales con 71.424 litros/día, Cumbal con 126.000 litros/día, y Túquerres con 166.441 litros/día. En conjunto estos cinco municipios concentran el más del 55 % de la producción departamental.

Se considera que Nariño cuenta con buenas condiciones agroecológicas para la producción de leche. En algunas microcuencas, la buena calidad de los suelos y el aceptable nivel de pluviometría, son grandes aliados para lograr altas producciones. La zona de influencia de Pasto, se ubica a una altura que oscila entre los 2.000 y 3.000 msnm con suelos volcánicos, de una fertilidad media. La topografía en general es ondulada, teniendo inclinaciones fuertes en las estribaciones de la cordillera.

La región de la Provincia, con alturas superiores a 3.000 msnm, posee suelos de una fertilidad moderada a buena, dependiendo de la zona, con una excelente composición orgánica. La zona está expuesta a vientos fuertes. Los técnicos de la región argumentan que los suelos comienzan a presentar problemas de erosión y compactación. La Provincia, es en su mayoría plana, y presenta algunas ondulaciones hacia la cordillera, donde se también se produce leche.

En la cuenca en general, se encuentran tres tipos de productores. El minifundio está representado por población indígena y campesina. Estos son más del 80% de los productores que se caracterizan por utilizar sus recursos en forma; por otra parte, los pequeños productores no pueden generar excedentes que les permitan un adecuado nivel de reinversión en las fincas. Tampoco existen programas de créditos blandos o pagos de estos mediante descuentos a los pagos por venta de leche.

Según el último censo de FEDEGAN con el programa de vacunación contra la fiebre aftosa, en el departamento, se manejan 40.091 predios ganaderos; el 80% están dedicados a la producción de leche (32 073); El 15% a explotaciones ganaderas de doble propósito. (6.014); y el 5% son predios dedicados a la producción de carne (2.004).

De acuerdo a la misma fuente en Nariño existen: 28.087 hembras bovinas en edad reproductiva (2 a 3 Años); 136.126 hembras en producción (mayores a 3 Años); y 113.800 vacas participan de la producción diaria de leche.

Los pequeños productores tienen poco acceso a la comercialización formal a través de la industria, con excepción de ciertas organizaciones y asociaciones legalmente conformadas. Algunas con cadena de frío, puntos de recepción y programas de control de calidad. El pequeño productor no asociado y varios productores medianos, comercializan su leche informalmente con plantas de transformación de lácteos artesanales no referenciadas.

Los precios de compra del litro de leche informal, fluctúa entre \$500 a \$700, en tanto que el precio en pro compradores formales, incluidas bonificaciones voluntarias en el periodo octubre – diciembre de 2011 oscilo entre \$ 800 y \$ 850.

Con relación al eslabón industrial al igual que en el país, la oferta departamental se caracteriza por la convivencia de empresas industriales y artesanales. Las primeras, abastecen los supermercados con todos sus productos y a las tiendas de barrio con aquellos productos que tienen amplia aceptación por parte de los consumidores como leche pasteurizada, yogurt, kumis y queso campesino. Las segundas, abastecen el mercado a través de la venta directa al consumidor, tiendas de barrio y plazas de mercado; normalmente no poseen marca ni control de vencimientos.

Los principales productores industriales en el departamento de Nariño son: La Cooperativa de Productos Lácteos de Nariño (COLÁCTEOS), Lácteos Andinos, Lácteos La Victoria, Lácteos Bella Suiza y Los Pinos. La comercialización de sus productos la realizan a través de supermercados o de intermediarios mayoristas que abastecen a las tiendas de barrio. También existen empresas artesanales que han alcanzado un mayor desarrollo tecnológico y poseen segmentos de mercado en otras regiones del país, especialmente la ciudad de Cali<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> OBANDO E, Álvaro, *et al.* Diagnóstico regional de la cadena láctea de Nariño. Pasto: 2013, p 40-44.

## 4. METODOLOGÍA

### 4.1 ENFOQUE MIXTO

Por los propósitos al objeto de estudio la investigación enmarca la cuantificación de las características sociales y económicas de los actores en los diferentes eslabones de la cadena láctea del departamento de Nariño. Seguido de características cualitativas en la descripción y análisis de la visión a futuro y el plan estratégico para la cadena láctea.

### 4.2 TIPO DE ESTUDIO: CUANTITATIVO

Para especificar las propiedades estadísticas descriptivas importantes del objeto de estudio se recolectó, ordenó y analizó un conjunto de datos, con el objetivo de obtener el promedio, rango y moda de cada uno de ellos, con el fin de describir apropiadamente las características de este, permitiendo determinar que alternativa, gusto o preferencia de trabajo es usada en cada uno de los eslabones objeto de estudio de la cadena láctea, mediante una herramienta estadística denominada tabla de frecuencia relativa.

Las actividades que se llevaron a cabo para cumplir cada uno de los objetivos dentro del marco del acuerdo de competitividad para la cadena láctea de Nariño fueron los siguientes:

### 4.3 DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO

Coordinar la colección de información para actualizar el diagnóstico socioeconómico del sector lácteo para el año 2014.

- **Actividades desarrolladas.** Al inicio de la pasantía se revisó y estudio las encuestas socioeconómicas (Ver anexo B), formuladas por la secretaria técnica de la cadena láctea y dirigidas a productores primarios, transformadores y comercializadores de leche de los municipios más representativos de las tres subregiones de Nariño que son: Ex provincia de Obando, Sabana y Centro.<sup>12</sup> Con el fin de conocer la situación social y económica de la región de Nariño. Las encuestas se determinaron a partir de los siguientes criterios para obtener la población y muestra.

### 4.4 UNIDADES DE ANÁLISIS

Productores primarios de leche en los municipios de: Pasto, Guachucal, Cumbal, Túquerres, Pupiales, Potosí, Tangua, Buesaco, Íles e Ipiales, registrados en el Programa de Erradicación de Fiebre Aftosa FEDEGAN – Fondo Nacional del

---

<sup>12</sup> COLOMBIA. GOBERNACIÓN DE NARIÑO. plan de desarrollo departamental Nariño mejor. Pasto: 2012, p24

ganado para el departamento de Nariño 2010 y consolidado agropecuario del departamento de Nariño 2010 , fuentes oficiales de información sobre el subsector lácteo.

De acuerdo a la información recolectada, en el año 2010, se registraron 21.873 predios productores de leche, los cuales producen 639,85 litros de leche/día, por lo tanto, las encuestas se aplicarán a productores de 378 predios:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * Q}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * Q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

p = Proporción de que el evento ocurra = 0.5

Q = Proporción de que el evento no ocurra = 0.5

Z = Valor en la tabla de la normal = 1.96

e = Error asumido = 0.05

$$n = \frac{21.873 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(21.872) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 378 Encuestas.

**Tabla 1. Distribución de Encuestas por Municipios**

<b>Municipios</b>	<b>Total predios *</b>	<b>No. de encuestas a aplicar por productores**</b>
Cumbal	4.086	71
Pasto	3.460	60
Ipiales	3.120	54
Guachucal	2.852	49
Túquerres	2.211	38
Pupiales	1.737	30
Potosí	1.432	25
Tangua	1.079	19
Buesaco	948	16
Íles	948	16
<b>TOTAL</b>	<b>21.873</b>	<b>378</b>

*Fuente: \*Consolidado agropecuario del departamento de Nariño. 2010.*

*\*\*Cálculo de encuestas a aplicar.*

Empresas productoras y transformadoras de productos lácteos pertenecientes al sector ubicado en el departamento de Nariño.

De acuerdo con las estadísticas de la cadena láctea de Nariño existen 87 Empresas artesanales dedicadas a la producción de derivados lácteos y 5 Empresas transformadoras de productos lácteos tecnificadas en el departamento de Nariño son: la Cooperativa de Productos Lácteos de Nariño (COLÁCTEOS), Lácteos Andinos, Lácteos la Victoria, Lácteos Bella Suiza y Los Pinos, se toma como fuente de referencia a las asociaciones formalmente constituidas ante cámara de comercio.

Con base en la información y la aplicación del muestreo se obtendría lo siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * Q}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * Q}$$

$$n = \frac{92 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(91) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 74 Encuestas a productores de empresas productoras y/o transformadoras.

**Tabla 2. Distribución de Encuestas por Empresas Productoras y/o Transformadoras**

<b>Empresas*</b>	<b>Total*</b>	<b>% de participación*</b>	<b>No. de encuestas a aplicar**</b>
Productoras Artesanales	87	95%	70
Productoras Tecnificadas	5	5%	4
<b>TOTAL</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>	<b>74</b>

*Fuente: \*Estadísticas de la cadena láctea del departamento de Nariño. 2010.*

*\*\* Cálculo de encuestas a aplicar.*

Empresas distribuidoras y comercializadoras de productos lácteos ubicados en el departamento de Nariño que se encuentran registrados por la cadena láctea de Nariño.

De acuerdo con las estadísticas de la cadena láctea de Nariño, existen 81 asociaciones dedicadas a la comercialización de leche en fresco a diferentes fuentes como queseros artesanales y la industria formal, entre estas empresas tenemos Alpina, Alquería y Parmalat. Realizando 67 encuestas de acuerdo con el muestreo.

Aplicando el muestreo probabilístico obtenemos lo siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * Q}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * Q}$$
$$n = \frac{81 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(80) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 67 Encuestas a productores de asociaciones dedicadas a la comercialización.

**4.4.1 Visitas a municipios.** Se realizó la coordinación y programación de cada salida tanto para productores primarios, transformadores y comercializadores.

Para productores primarios se aplicaron 378 encuestas en los municipios de: Pasto, Guachucal, Cumbal, Túquerres, Pupiales, Potosí, Tangua, Buesaco, Íles e Ipiales en el departamento de Nariño.

Se aplicaron 74 encuestas para el eslabón de transformación de derivados lácteos, de las 92 empresas, de las cuales 87 son artesanales y 5 tecnificadas, siendo estas: La Cooperativa de Productos Lácteos de Nariño (COLÁCTEOS), Lácteos Andinos, Lácteos La Victoria, Lácteos Bella Suiza y Los Pinos.

De 81 asociaciones legalmente constituidas dedicadas a la comercialización de leche. Se realizaron 67 encuestas de acuerdo con el muestreo.

Cada salida conto con once (11) encuestadores distribuidos en diferentes veredas de cada municipio, visitando a productores, transformadores y comercializadores registrados en las fuentes oficiales de información. (Ver cuadro 1).

El programa estadístico utilizado para la tabulación de encuestas fue el software estadístico SPSS versión 22, siendo una herramienta de análisis productivo y fácil de utilizar proporcionando técnicas efectivas ante problemas reales.

**Cuadro 1. Cronograma de visitas a municipios**

No.	Municipio	Vereda	Fecha estimada
1	Cumbal	Boyera, Cuetial, Cuaical, Cuaspud y Llanogrande	25 – 01 – 2014
		Panam, La Poma, Puzcuelan	
		Chiles, Nazate – Cristo Rey	
2	Tangua	Todas	26 – 01 – 2014
3	Pupiales	Pusialquer - Imbula	01 – 02 – 2014
		Comun	
4	Pasto	Catambuco Santa Bárbara	01 – 02 – 2014
		Rio Bobo - El Socorro	
		Cabrera – La Laguna	02 – 02 – 2014
		Botana	
		El Encano	
Otras			
5	Ipiales	Yaramal: Teques – Llano grandes – El Mirador	08 – 02 – 2014
		La Victoria, Salado, San José, San Antonio, Arrayan	
6	Buesaco	Todas	09 – 02 – 2014
7	Íles	Alto del Rey , San Francisco	15 – 02 – 2014
8	Potosí	Cárdenas, Mueses	15 – 02 – 2014
9	Guachucal	Todas	16 – 02 – 2014
10	Túquerres	Todas	16 – 02 – 2014

**4.4.2 Evaluación del proceso.** El acompañamiento de alcaldías, unidades municipales de asistencia técnica agropecuaria (UMATA) y asociaciones de los diferentes municipios, quienes apoyaron y guiaron en el recorrido para el desarrollo de las encuestas.

#### **4.5 DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO**

Compilación de la información de los componentes estratégicos: visión a futuro y plan estratégico para la realización del acuerdo de competitividad.

- **Actividades desarrolladas.** Ejecución de reuniones con los integrantes de la cadena láctea en un intercambio de información entre productores, transformadores, industriales, comercializadores, academia y gobierno. Abordando los temas concernientes en torno a los grandes problemas, objetivos, estrategias y líneas de acción señalados por el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea Colombiana.

**4.5.1 Evaluación del proceso.** Se realizó un trabajo conjunto entre los diferentes actores de la cadena láctea, con el propósito de articular percepciones para la toma de decisiones necesarias en la visión a futuro y plan estratégico de la cadena láctea.

#### **4.6 DESARROLLO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO**

Socialización del Acuerdo de Competitividad.

- **Actividades desarrolladas.** Mediante el desarrollo de un conjunto coordinado de actividades se convoca a productores y transformadores de leche de las subregiones; Sabana, Centro y Ex-provincia de Obando del departamento de Nariño, a productores y transformadores de leche del departamento del Putumayo, a entidades, instituciones y empresas que realizan actividades relacionadas con el sector lácteo con el fin de socializar y formalizar el Comité Lácteo del Suroccidente.

**4.6.1 Evaluación del proceso.** El producto final fue la conformación del Comité Lácteo del Suroccidente como resultado de las necesidades de la cadena, con el acompañamiento y asesoría del secretario técnico de la cadena láctea.

## 5. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados presentados en el desarrollo de la pasantía fueron los siguientes.

### 5.1 DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DEL SECTOR LÁCTEO DE NARIÑO

A continuación se presenta el análisis e interpretación de las variables sociales y económicas que hacen parte de esta investigación.

Para obtener los resultados se aplicaron dos instrumentos de recolección de información, que fueron: la encuesta por eslabones y la encuesta empresarial. Para ello la población encuestada fueron los productores primarios, transformadores y comercializadores de la cadena láctea del departamento de Nariño.

La metodología utilizada para el análisis correspondiente, se realizó de la siguiente forma. En primera instancia, cada variable aborda una lectura de datos por el eslabón; producción, transformación y comercialización. En segunda instancia, se presenta un esquema gráfico que muestra los datos estadísticos permitiendo comprender la situación social de los actores vinculados a los eslabones de la cadena láctea. Por último se realiza el análisis interpretativo de cada variable, para dar a conocer de forma general, las condiciones en las que se encuentran la población encuestada.

**5.1.1 Variable social.** El contexto social del departamento de Nariño está relacionado con una serie de factores como: grupo etario, nivel de escolaridad, condiciones de vivienda y acceso a servicios públicos, seguridad social, roles bajo perspectiva de género, estado civil, etnia, ingresos económicos y asociatividad.

**5.1.1.1 Grupo etario.** Uno de los primeros elementos indagados dentro de la población sujeto de estudio fue el grupo etario al cual pertenecen los actores de la cadena láctea del departamento de Nariño, dado que la edad representa la base para identificar la capacidad de trabajo, la disponibilidad, adaptación de las personas al cambio, a la innovación, y la realización de trabajo en equipo. Cabe resaltar que dichos aspectos influyen en las decisiones tomadas dentro del proceso productivo.

**Cuadro 2. Edad en años por eslabón**

Rango de edad					
Categoría	Rango	Frecuencia % productores	Rango	Frecuencia % transformadores	Frecuencia % comercializadores
1	de 16 a 35 años	19	de 19 a 38 años	35	21
2	de 36 a 55 años	45	de 39 a 58 años	50	61
3	de 56 a 75 años	30	de 59 a 78 años	15	18
4	de 76 a 95 años	6			

El rango de edad de la población encuestada para el eslabón de productores primarios en su mayoría es de un 45% el cual oscila en una edad entre los 36 a 55 años de edad, permitiendo ratificar para el caso del eslabón de transformación donde se observa que; el 50% de la población encuestada se ubica en un rango de edades comprendido entre los 39 a 58 años de edad; prevaleciendo la misma tendencia en cuanto al rango de edad de los comercializadores, debido a que el 61% de la población encuestada, se ubica en un rango de edad comprendido entre los 39 a 58 años. La información suministrada permite evidenciar una relación directa frente a la mayor parte de la actividad lechera en la etapa adulta dentro de los eslabones de estudio.

Con la anterior información se logró inferir que el rango de edad predominante en los tres eslabones es el de Adulto Intermedio, representado en el siguiente cuadro:

**Cuadro 3. Moda rango de edad por eslabón**

Rango de edad		
Categoría	Eslabón	Frecuencia %
1	Productores	35
2	Transformadores	34
3	Comercializadores	31

De esta manera, se evidencia claramente que los actores de la cadena láctea del departamento de Nariño se ubican dentro de la etapa de adultez intermedia comprendida en un rango de edades de 41 a 65 años de edad.

Ahora bien, el estudio no solo permitió conocer a partir de la encuesta la información de cada variable desde la opinión del productor primario, del transformador y del comercializador, sino también de la información de la empresa a partir de la encuesta empresarial aplicada también a los tres eslabones, con el fin de conocer la variable de grupo etario.

La edad es un elemento determinante dentro de los procesos de producción, transformación y comercialización pues permite determinar la experiencia y desempeño que tienen las personas en el desarrollo de las diferentes labores en el sector lechero. Es de esta manera que la edad se convierte en uno de los elementos fundamentales dentro de un contexto determinado, para este caso el sector lácteo, debido a que se encuentra estrechamente relacionado con el fortalecimiento del desarrollo humano sostenible.

**Cuadro 4. Rango de edad de empresas por eslabón**

Rango de edad				
Categoría	Rango	Frecuencia% empresas productoras	Frecuencia% empresas transformadoras	Frecuencia% empresas comercializadoras
1	De 19 a 38 años	24	28	29
2	De 39 a 58 años	53	59	63
3	De 59 a 78 años	23	13	8

El cuadro anterior, permite evidenciar que dentro del eslabón de productores, el 53% de los trabajadores se ubican en un rango de edad que va desde los 39 a 58 años de edad, seguido a ello los trabajadores de las empresas transformadoras y empresas comercializadoras muestran un porcentaje alto en el rango de 39 a 58 años con un 59 y 63 % respectivamente.

Con relación a lo prenombrado, se puede indicar que la mayoría de los trabajadores que hacen parte de las pequeñas empresas de los eslabones sujeto de estudio, se encuentra en un rango de edad comprendido entre los 39 a 58 años.

En este sentido las voces de los actores manifestaron que dentro del eslabón de productores, realizan actividades como: ordeño del ganado, transporte de la leche a los centros de acopio, manejo de forrajes, adecuación de cercas y aljibes, entre otras.

Continuando con el eslabón de transformación, la encuesta empresarial, destacó la siguiente información: en su mayoría se encuentra conformada por un núcleo familiar para el desarrollo de las actividades de transformación dentro del sector lácteo. En este sentido se evidencia que los grupos de familia ante la imposibilidad de contratar mayor personal para el desempeño de actividades laborales dentro de este proceso, se han visto forzados a incorporar al mercado de trabajo entre 2 y hasta más de 5 de sus integrantes, representado en este caso una mayoría significativamente importante.

Por lo tanto, los empleados pertenecientes al eslabón de comercialización se dedican a la ejecución de funciones tales como: la venta directa e indirecta de

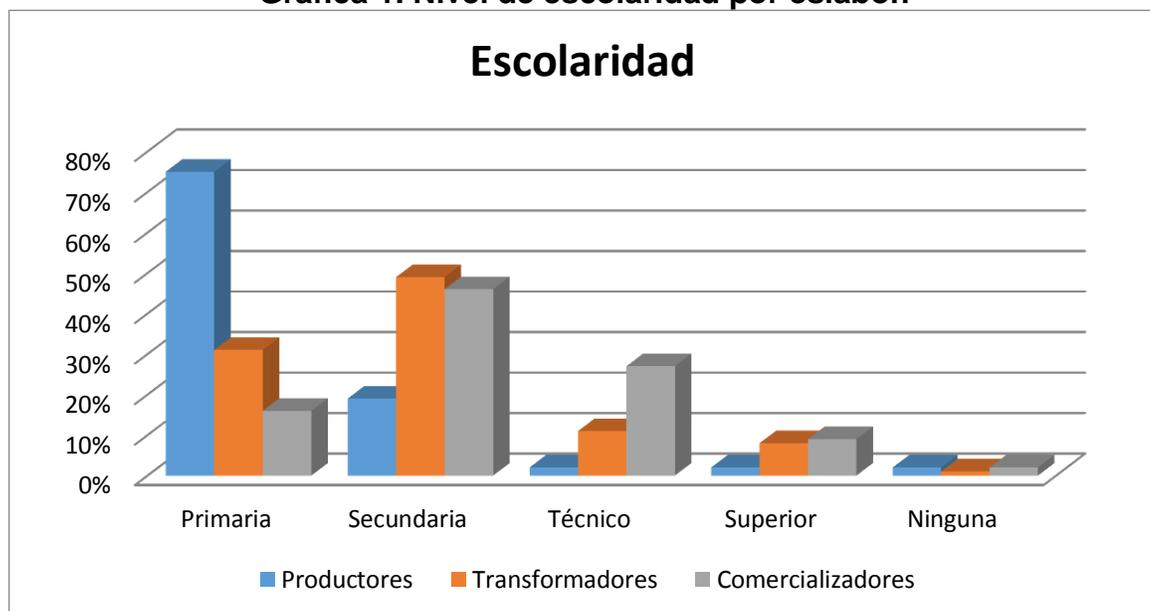
productos finales en este caso, productos lácteos y sus derivados. En cuanto a la venta indirecta, el producto puede pasar por intermediarios antes de llegar al consumidor final; mientras que, en la venta directa llega de manera inmediata al consumidor.

Con respecto a la comercialización de productos elaborados se logró evidenciar como las empresas dentro de este eslabón tienen lugares estratégicos para la distribución de sus productos en el mercado lácteo; los puntos de venta son el sitio principal de comercialización y en su mayoría se encuentran ubicados en las cabeceras municipales. En estos lugares se dan a conocer los productos y las ofertas. Cabe resaltar que estos sitios son puntos de micro distribución de los derivados de la leche, los cuales son destinados a las tiendas de barrio, hogares, supermercados, entre otros, siendo estos los lugares donde convergen los productos para el consumo humano.

Cuando se habla del sector pecuario específicamente se pueden encontrar personas generalmente adultas, es representativo un gran porcentaje de personas que sobre pasan los cuarenta y cinco años, lo cual indica que su nivel de conocimiento y manejos procesuales son de gran valor para la realización de las actividades dentro de este sector.

**5.1.1.2 Nivel de escolaridad.** La educación es una herramienta para el progreso del sector lácteo, donde da lugar a la tecnificación adecuada para el buen desarrollo productivo de la cadena láctea regional. A continuación se presenta el nivel de escolaridad de cada eslabón a partir de la información suministrada.

**Gráfica 1. Nivel de escolaridad por eslabón**



Respecto a la gráfica anterior las personas registradas dentro del eslabón de productores se evidencia que el 75% de los encuestados ha cursado algún grado de primaria, el 19% se encuentra en un nivel de secundaria, lo cual permite deducir que los productores obtuvieron acceso a una formación básica, adicionalmente el 2% posee un nivel técnico, el 2% de los sujetos de estudio accedieron a una educación superior, es decir universitaria relacionada con carreras agropecuarias y contables, tales como: zootecnia, medicina veterinaria, contaduría pública, e ingeniería agroforestal entre otras. Por su parte un 2% de la población indagada sostiene no haber recibido ningún tipo de educación formal, debido a la localización geográfica de las tierras y al interés por desarrollar actividades lucrativas que no requieren de formación educativa, pues se considera de mayor importancia la obtención de dinero para la manutención de sus hogares.

Ahora bien, los resultados del eslabón de transformadores arrojaron a partir del 100% de la muestra que el 31% de los encuestados, accedió a una formación básica primaria comprendida entre los niveles de primero a quinto grado, un 49% logró su básica secundaria. Cabe destacar que en este segundo eslabón el 11% ha tenido la oportunidad de cursar un nivel de educación técnico, el 8%, posee un nivel superior y finalmente con el 1% existe una población que no cuenta con ningún tipo de formación, estos datos estadísticos se observa que en comparación al anterior eslabón, los transformadores han mejorado sus condiciones educativas fortaleciendo estudios de tipo técnico y superior.

Para el caso del eslabón de comercializadores, el 46% de la población cuenta con formación secundaria, de igual manera se observa el 27% ha tenido la posibilidad de ingresar y culminar estudios técnicos, por su parte, el 16% de la población sujeto de estudio ha accedido a nivel educativo de básica primaria, un 9% cuenta con formación superior, el 2% restante afirma no tener ningún nivel formativo, al igual que el eslabón de transformación las estadísticas presentadas representan mayor nivel de formación secundaria, técnica y superior.

Los datos registrados, nos permiten también identificar la medida con mayor frecuencia en la cadena láctea, y determina así la moda (Mo) en esta variable por los tres eslabones.

**Cuadro 5. Moda nivel de escolaridad por eslabón**

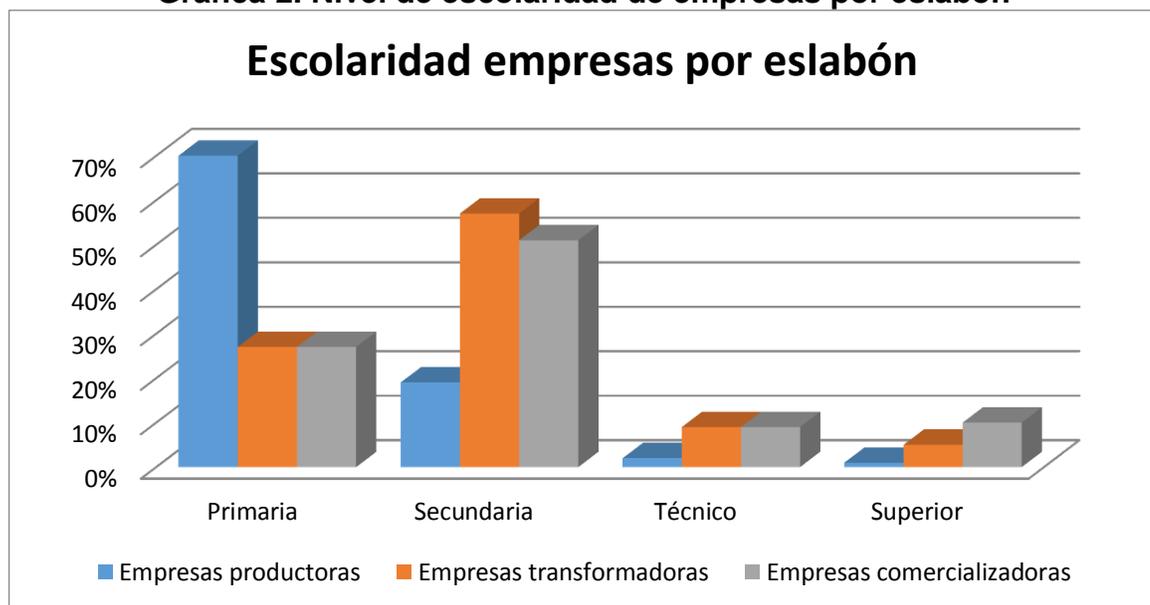
<b>Moda nivel de escolaridad</b>	
<b>Eslabón</b>	<b>Porcentaje</b>
Nivel de escolaridad primaria en productores	81%
Nivel de escolaridad secundaria en transformadores	10%
Nivel de escolaridad secundaria en comercializadores	9%

Se puede observar en los datos anteriores que hay una marcada prevalencia en el segundo y tercer eslabón respecto al nivel educativo de secundaria, en los que se encuentran las personas que lideran el proceso de comercialización y de transformación.

Por otra parte, y a diferencia de la tendencia central anterior, en el eslabón de productores el porcentaje más alto se lo lleva el nivel educativo de educación primaria.

El estudio no solo permitió conocer a partir de la encuesta la información de cada variable a partir de la opinión del productor primario, del transformador y del comercializador, sino también de la información de la empresa a partir de la encuesta empresarial y para el caso de los niveles de escolaridad se obtuvo lo siguiente:

**Gráfica 2. Nivel de escolaridad de empresas por eslabón**



Teniendo en cuenta la información anterior, el nivel de escolaridad de los empleados que se encuentran en el primer eslabón de productores es el de primaria, con el 70%. Por lo general y como se representa en la anterior variable, la mayoría de los empleados son del mismo grupo familiar y trabajan en las actividades de mayordomos, ordeñadores, operarios y servicio técnico. El 19% de los empleados poseen formación secundaria, el 8% no ha asistido a ningún plantel educativo de tipo formal, el 2% ha tenido acceso a una formación técnica, y en una cifra poco representativa el 1% cuenta con educación superior.

Con respecto a los trabajadores de las empresas transformadoras, se evidencia que cuentan con 348 trabajadores, de los cuales el 57% cuenta con un nivel de educación básica secundaria que contempla una educación de 6 años, seguido a

este se encuentra el 27% que ha tenido una formación educativa de primaria, el 9% de este grupo poblacional ha accedido a una educación técnica, mientras que el 5% presenta una educación de tipo profesional, es decir superior, y solo un 2% no ha recibido ningún tipo de estudios formales.

En las encuestas del nivel educativo de los trabajadores de las empresas comercializadoras se identificaron un total de 787 trabajadores que trabajan en el momento, de estos el 51% cuenta con formación secundaria, el 27% posee educación primaria, por su parte, el 10% afirma haber accedido a una formación superior, el 9% posee un tipo de educación técnica y el 3% restante corresponde a quienes no cuentan con algún tipo de formación.

Según la información que se obtiene con el estudio del nivel escolar en las empresas de la cadena láctea se logra obtener una medida de tendencia central:

**Cuadro 6. Moda Nivel de escolaridad de empresas por eslabón**

Moda nivel de escolaridad	
Eslabón	Porcentaje
Nivel de escolaridad primaria en empresas productoras	26%
Nivel de escolaridad secundaria en empresas transformadoras	25%
Nivel de escolaridad secundaria en empresas comercializadoras	49%

La relación de la información encontrada en la encuesta empresarial de los trabajadores que hacen parte de las empresas permite evidenciar los porcentajes más significativos que se encuentran en las empresas transformadoras y en las comercializadoras donde la formación de tipo secundaria es la cifra más representativa. Sin embargo, los trabajadores de las empresas familiares de producción primaria, se encuentran únicamente en el nivel de educación primaria.

Con estos resultados se puede concluir que la realidad educativa de los actores de la cadena láctea de Nariño está limitada por las necesidades prioritarias como el trabajar para mantener a la familia dejando a un lado el desarrollo educativo y limitándose al aprendizaje artesanal, sin la capacidad educativa para llegar a una tecnificación en la producción.

En conclusión la cadena puede romperse por el eslabón más débil, asociado con el nivel de educación y manejo de tecnología, por eso es vital conocer la situación educativa de los actores participantes en la cadena láctea del departamento para proponer estrategias de desarrollo integral que permitan mejorar la calidad de vida de estos actores.

**5.1.1.3 Condiciones de vivienda y acceso a servicios públicos.** El estudio de las condiciones de vivienda y acceso a servicios públicos de los actores que conforman la cadena láctea del departamento de Nariño, consta de tres dimensiones que son:

- Vías de acceso.
  - Características de la vivienda.
  - Servicios públicos.
- **Vías de acceso.** Es necesario tener en cuenta las vías de acceso con las que cuentan los diferentes actores de la cadena láctea, como instrumento para desarrollar las actividades dentro del proceso de producción, transformación y comercialización en Colombia las cuales son:
    - **Vías carreteables:** Vía sin pavimentar destinada a la circulación de vehículos.
    - **Camino veredal:** Estos caminos unen las aldeas y las poblaciones más pequeñas de mercado regional, y son los caminos terciarios, secundarios y de penetración. Normalmente, no son pavimentados, o tienen una capa delgada de asfalto; son más angostas y las curvas son más cerradas y las cuestas más empinadas que las de las carreteras.
    - **Carretera pavimentada:** Un camino público pavimentado que está dispuesto para el tránsito de vehículos. Por lo general se trata de vías anchas que permiten fluidez en la circulación.
    - **Otras:** como empalizadas.

**Cuadro 7. Vías de acceso por eslabón**

Vías de acceso			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Carreteable	58	36	40
Camino veredal	36	11	12
Pavimentada	3	49	48
Otra	3	4	0

El cuadro anterior presenta que los productores primarios ocupan el 58% en vías de acceso de tipo carreteable; seguido de caminos veredales con un 36%, el 3% tienen vías pavimentadas y el 3% restante afirman que las vías para llegar a las áreas de producción son de otra clase de ruta como; empalizadas.

Por lo tanto, esto evidencia que en el primer eslabón los actores cuentan con mayor presencia de vías carreteables y caminos veredales y son muy pocos los que tienen la posibilidad de contar con vías de acceso pavimentadas, lo cual dificulta u obstaculiza de alguna manera las actividades desempeñadas por ellos; debido a que, al no tener las vías en un buen estado implica: mayor tiempo para desplazarse de un lugar a otro, teniendo dificultades en la carga de materiales u objetos que requieran para sus labores al igual que no garantiza el acceso a la comunicación con otros lugares o sectores del Municipio; entre otros aspectos.

En el eslabón de transformadores se evidencia que predominan las vías pavimentadas con un 49%, luego con un 36% están las carreteables; el 11% cuentan con caminos veredales y el 4% de la población encuestada sostiene que su acceso se da por medio de otras vías como las de asfalto.

En las vías de acceso para los comercializadores, se encontró mayor presencia de carreteras pavimentadas con un 48%, vías carreteables con un 39%, caminos veredales con un 13%. Observando como en este eslabón hay mayor presencia de las vías pavimentadas; y menor uso de caminos veredales.

Al igual que en la otra variable, el estudio permitió obtener como una Medida de tendencia central la Moda (Mo) para encontrar las frecuencias en cada eslabón.

**Cuadro 8. Moda vías de acceso por eslabón**

Moda vías de acceso	
Eslabón	Porcentaje
Vías carretables productores	72%
Vías pavimentadas transformadores	12%
Vías pavimentadas comercializadores	16%

En esta variable los datos que arrojaron los promedios de las frecuencias halladas en cada eslabón, permiten verificar que la mayoría de los accesos en la región de Nariño son rutas carreteables en un 72% la cual no impide la compra de insumos para la transformación de la materia prima, así mismo este aspecto permite la distribución de los productos derivados de la leche.

- **Vivienda.** La identificación de los patrimonios (vivienda, lote o infraestructura) con los que cuentan los actores de la cadena láctea, donde se llevan a cabo las actividades de producción, transformación y comercialización en el departamento de Nariño, permiten hacer un balance de los recursos o las deficiencias que presentan en este aspecto. Para definir la tenencia de propiedad para estos resultados se tiene en cuenta la siguiente información:

- **Propiedad:** El poder directo e inmediato sobre un objeto o bien, por la que se atribuye a su titular la capacidad de disponer del mismo.

- **Arrendamiento:** Es la acción que consiste en alquilar (bajo contrato) una casa-habitación, un vehículo, o cualquier otro bien material, a una o varias personas físicas o jurídicas.
- **Aparcería:** El contrato de aparcería es aquel contrato por el cual el propietario (cedente aparcerero) de una finca rústica encarga a una persona física (cesionario aparcerero) la explotación agrícola de dicha finca a cambio de un porcentaje en los resultados.
- **Resguardo:** Territorio reconocido de una comunidad de ascendencia amerindia, con título de propiedad inalienable, colectiva o comunitaria.
- **Anticresis:** es una garantía en virtud de la cual el deudor entrega a su acreedor una cosa para el pago de un crédito insoluto con los frutos.

**Cuadro 9. Tenencia de tierra por eslabón**

Tenencia de tierra			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Propiedad	63	74	90
Arrendamiento	26	16	7
Aparcería	8	0	0
Resguardo	2	0	0
Anticresis	3	10	3

Con respecto a los tipos de tenencia indagados en la población sujeto de estudio, se determinan los siguientes aspectos, el 63% cuenta con tierras propias, seguido de este el 26% desarrolla sus actividades productivas en tierra arrendadas, el 8% afirma que las propiedades son producto de la aparcería, el 2% tiene tierras pertenecientes a un resguardo, y el 1% sostiene contar con otro tipo de tenencia.

Se puede identificar que la situación en el eslabón de productores es de mayor presencia de las tierras con tenencia propia, lo cual facilita la realización de sus actividades. Aun así falta mejorar la calidad de vida de los productores primarios que tienen que arrendar o asociarse para poder producir.

Según la información suministrada por la población encuestada, en el eslabón de los transformadores se logra identificar que el 74% de las tenencias son propias, donde desarrollan las actividades de transformación de productos lácteos para consumo humano, mientras que el 16% de los encuestados desarrollan los procesos en espacios donde se tiene que pagar cuotas por concepto de arrendamiento. No obstante, cabe destacar que el 10% de los encuestados frente a este ítem sostienen tener otro tipo de tenencia como; anticresis.

Teniendo en cuenta la tenencia en el eslabón de comercializadores se encontró que el 90% son de su propiedad, el 7% están en arrendamiento y el 3% restante sostiene tener otro tipo de tenencia como; anticresis.

Una vez se obtienen los datos estadísticos frente a una de las características de la vivienda como lo es la tenencia en cada uno de los eslabones de la cadena láctea del departamento de Nariño tanto en productores, en transformadores como también en comercializadores se puede establecer los datos más representativos obteniendo la siguiente información.

**Cuadro 10. Moda tenencia de tierra por eslabón**

Moda tenencia propia por eslabón	
Eslabón	Porcentaje
Productores	67%
Transformadores	16%
Comercializadores	17%

Con la información mencionada se puede concluir que los datos establecidos en la gráfica con mayor frecuencia es la tenencia de tipo propio, factor que de una u otra manera contribuye al desarrollo de las actividades que promueven el proceso productivo, dado que no genera egresos por este concepto. Sumado a esto, cabe destacar que el segundo porcentaje más alto corresponde a la tenencia de arrendamiento, esta situación se presenta en los productores, transformadores y comercializadores.

En este orden de ideas, se observa como la tenencia de aparcería y el resguardo que se da en los productores primarios; desaparece en los otros dos eslabones.

Una vez mencionada la tenencia de la propiedad por parte de los actores de la cadena láctea, se pasa a interpretar la información suministrada por la revisión documental en las empresas, en donde también se indaga la tenencia de las viviendas de los trabajadores, obteniendo la siguiente información:

**Cuadro 11. Tenencia de vivienda de los empleados por eslabón**

Tenencia de vivienda			
Categoría	Empresas productoras %	Empresas transformadoras %	Empresas comercializadoras %
Propiedad	78	62	58
Arrendamiento	14	27	27
Otra	8	11	15

Teniendo en cuenta la encuesta empresarial realizada a las empresas de productores primarios, se encontró que de sus 304 trabajadores, el 78 % tienen

vivienda propia, seguido a esto el 14 % de sus viviendas son arrendadas; y una menor proporción del 8% poseen otro tipo de tenencia de vivienda como el anticresis, el préstamo, o de herencia familiar.

Según la información suministrada por los encuestados, las empresas transformadoras cuentan con un total de 348 trabajadores. Los cuales 62 % de los empleados tienen vivienda propia, seguido con un 27% de quienes su tenencia es de arrendamiento. Y el 11 % corresponde a quienes poseen otro tipo de tenencia ya sea de anticresis o herencia familiar. Por consiguiente, se puede analizar que en los trabajadores predomina la presencia de viviendas propias y en segundo lugar se encuentran las viviendas arrendadas.

Una vez realizada la revisión documental a los empleados de empresas comercializadoras, se cuenta con un total de 787 trabajadores en las empresas; ellos afirmaron que con respecto a la tenencia de sus viviendas, el 58% cuentan con viviendas propias, el 27% están en arrendamiento y el 15 % corresponde a otro tipo de tenencia la cual puede ser: anticresis, prestada, o de herencia familiar.

Se puede concluir con la información suministrada que los trabajadores en las empresas de cada eslabón sujeto de estudio con respecto a la tenencia de vivienda, en un alto porcentaje tienen viviendas propias. Mientras, que en la menor representación se encuentran los trabajadores que cuentan con otro tipo de tenencia.

Adicionalmente se prosigue a determinar las frecuencias con mayor significancia con relación a la tenencia de la vivienda de los trabajadores pertenecientes a las empresas.

**Cuadro 12. Moda tenencia de vivienda de los empleados por eslabón**

<b>Moda tenencia de vivienda propia</b>	
<b>Eslabón</b>	<b>Porcentaje</b>
Empresas productoras	67%
Empresas transformadoras	16%
Empresas comercializadoras	17%

Con base en la variable de vivienda, en la encuesta empresarial se encontró que los diferentes trabajadores de los tres eslabones de la cadena láctea cuentan en un alto porcentaje con vivienda propia; debido a que se puede evidenciar claramente que en la relación porcentual 238 empleados pertenecientes al primer eslabón se caracterizan por contar con una tenencia de vivienda propia, a su vez para el caso de los trabajadores de transformadores su frecuencia con mayor representación es de 215 , y por último los empleados del eslabón comercializador cuentan con una frecuencia significativa de 459 personas que poseen este tipo de tenencia. En este mismo aparte de vivienda, se encuentra un aspecto también

importante y complementario como es el uso de la vivienda. Para el caso de los empleadores de los eslabones estudiados los resultados fueron los siguientes:

**Cuadro 13. Uso de vivienda**

Uso de vivienda			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Residencial	79	55	43
Mixto	18	45	57
Otra	3	0	0

Teniendo en cuenta la anterior información (ver cuadro 13). Se encontró que el 79% de los productores primarios el uso de la vivienda es residencial; es decir, solo utilizan sus viviendas para convivir con su familia. No obstante, el 18% de las personas afirman que sus casas sirven de residencia como también para el desarrollo de los procesos de producción de leche, y el 3% ocupan las viviendas para otro tipo de usos como bodegas o almacén de insumos y herramienta.

En el eslabón de transformadores se encontró que hay mayor presencia del uso residencial de las viviendas, con un porcentaje de 55%. Sin embargo, no es muy marcada la diferencia con respecto a las personas que afirman usar su vivienda de manera mixta; es decir, que ellos la utilizan para vivir y también para llevar a cabo sus diferentes labores y actividades relacionadas con la transformación de leche en sus diferentes derivados lácteos, teniendo que el 45% de la población le da este uso.

En el eslabón de comercializadores de la cadena láctea, se da mayor uso mixto a las viviendas, con un porcentaje de 57%. Entonces, se puede evidenciar que en esta población hay menor presencia del uso residencial, con el 43%.

Con la anterior información, el estudio permite calcular e identificar la Moda estadística relacionada con el uso de la vivienda.

**Cuadro 14. Moda uso de vivienda por eslabón**

Moda tenencia de vivienda	
Eslabón	Porcentaje
Uso residencial productores	79%
Uso residencial transformadores	11%
Uso mixto comercializadores	10%

A partir de lo expuesto, se puede analizar que el uso de la vivienda es diferente en los tres actores de la cadena. Esto se debe principalmente a que la situación, actividades y contexto en el cual se encuentran son distintos.

Esto justifica la presencia de mayores frecuencias en productores y transformadores que le dan uso a sus viviendas solo para estar con su familia. Por su parte, los comercializadores en un porcentaje representativo utilizan las viviendas como residencia; pero, también como lugar de trabajo; en donde llevan a cabo sus actividades correspondientes a su labor de comercializadores de la cadena láctea.

Otro aspecto importante y analizado en el tema de vivienda es el tipo de construcción. Para el primer eslabón se tiene los siguientes datos:

**Cuadro 15. Construcción de la vivienda**

Construcción de la vivienda			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Ladrillo	63	92	82
Adobe	21	4	6
Tapia	7	1	5
Mixto	8	3	7
Otros	1	0	0

Con base a los resultados obtenidos, se encontró que las viviendas de los productores en un 63% son construidas en ladrillo, el 21% por adobe, material hecho a base de arcilla, arena y paja, la cual es mezclada y moldeada para posteriormente secarla al sol; el 8% es de tipo mixto, el 7% de tapia y otros tipos como madera es del 1%. Así pues, se puede analizar como en este eslabón prevalece la construcción a base de ladrillo y en un porcentaje algo significativo en adobe. Esto se debe al lugar a que aún se conservan algunos aspectos de las viviendas tradicionales de la cultura Nariñense.

En el eslabón de transformadores se presenta un alto porcentaje de viviendas en construcciones a base de ladrillo con un 92%, tan solo el 4% tiene sus viviendas hechas en adobe, seguido a esto un 3% afirma contar con viviendas edificadas en materiales mixtos como: adobe, tapia, ladrillo, finalmente el 1% de los encuestados sostuvo que su casa es de tapia.

Los comercializadores tienen mayor frecuencia en la construcción hecha de ladrillo con un 82%. Por su parte, el 6% son de adobe seguido con un 7% de construcciones donde se utilizaron materiales mixtos y construcción en tapia de un 5%. Entonces, se puede concluir que en este eslabón sigue la mayor presencia de construcciones en ladrillo, ya que para lograr mayor eficacia en la comercialización de los productos lácteos se habían adecuado los espacios porque estos bienes hacen parte de la seguridad alimentaria y por tanto se deben adecuar según las normas de salubridad exigidas para mantener los productos lácteos.

**Cuadro 16. Moda construcción de la vivienda por eslabón**

Moda construcción de vivienda en ladrillo	
Eslabón	Porcentaje
Construcción de vivienda productores	66%
Construcción de vivienda transformadores	19%
Construcción de vivienda comercializadores	15%

En relación, se puede evidenciar un aspecto de gran importancia, el cual refiere que en los tres eslabones de la cadena láctea del departamento de Nariño, prevalecen los datos referidos al tipo de construcción de vivienda a base de ladrillo. Otro indicador de esta dimensión son los pisos de las viviendas. Para el caso de los tres eslabones sujeto de estudio:

**Cuadro 17. Pisos de la vivienda**

Pisos de la vivienda			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Cerámica	15	34	37
Baldosa	7	28	31
Cemento	52	24	21
Tierra	17	1	0
Madera	3	3	0
Mixtos	6	10	11

Teniendo en cuenta la información ofrecida por la población encuestada, se encontró que en las viviendas del eslabón de productores cuentan en un 52% con pisos en cemento, seguido de los pisos de tierra con un 17%; después, se encuentra el de cerámica con 15%, un 7% son de baldosa, un 6% tiene mixtos tales como: cemento baldosa, baldosa y cerámica, tierra y cemento, finalmente el 3% refiere contar con pisos en madera.

Con respecto al eslabón de los transformadores, se evidencia que en las viviendas de esta población predominan los pisos de cerámica con un 34%, seguido de los de baldosa con un 28%, los de cemento están en un 24%, con un 10% se presentan aquellas personas que utilizaron materiales mixtos como: cerámica y baldosa, cerámica y cemento, con un 3% están los encuestados que cuentan con pisos hechos en madera, y finalmente con un 1% se encuentran los que afirmaban tener sus pisos en tierra. Esto permite expresar que el uso de materiales varía en este eslabón como lo sostenían las personas encuestadas; se deben adecuar las condiciones de la vivienda para poder realizar los procesos de transformación de leche en sus derivados.

Por otra parte, en los comercializadores predominan las viviendas con piso de cerámica con un 37%, seguido de este se encuentra que el 31% de las personas cuenta con piso de baldosa, el 21% sostienen que están elaborados con cemento, y el 11% de los sujetos de estudio cuentan en sus viviendas con pisos mixtos.

Según esta información se puede determinar que para la transformación y producción de los productos lácteos, a los actores implicados se les exige mejorar las condiciones de las viviendas, como pisos, cocinas y acabados ya que de eso depende la inocuidad del sitio de trabajo.

Teniendo en cuenta los datos obtenidos es pertinente identificar la moda en los datos, es decir la mayor representatividad en los materiales de construcción de los pisos por los tres eslabones, obteniendo:

**Cuadro 18. Moda pisos de vivienda por eslabón**

Moda pisos de vivienda	
Eslabón	Porcentaje
Pisos de cemento productores	83%
Pisos de cerámica transformadores	11%
Pisos de cerámica comercializadores	6%

En el cuadro antepuesto se observa que con mayor porcentaje se encuentra el eslabón de productores con pisos en cemento y mientras tanto, los eslabones de transformadores y comercializadores cuentan con pisos de cerámica.

Ahora bien, otro indicador de la vivienda en los diferentes eslabones, es el tipo de sanitario que utilizan.

**Cuadro 19. Tipo de sanitario de la vivienda**

Sanitarios de la vivienda			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Baño	70	93	85
Batería sanitaria	11	7	13
Letrina	16	0	2
Pozo séptico	3	0	0

En el cuadro anterior se observa que el 70% de los productores primarios cuentan con baño en sus viviendas, el 16% tienen letrina, el 11% batería sanitaria y finalmente tan solo el 3% cuentan con pozo séptico. Por tanto, se puede analizar como en un alto porcentaje cuentan con baño y letrina para satisfacer sus necesidades.

Con respecto al eslabón de transformadores, se tiene que en un 93% las viviendas cuentan con baño y solo el 7% cuentan con batería sanitaria. Por tanto, se puede evidenciar como en este eslabón prevalece con un alto porcentaje en la modernización de las instalaciones sanitarias por exigencias de las normas de salubridad.

En el eslabón de los comercializadores, se encontró que en un 85% sus viviendas tienen baño, el 13% batería sanitaria y solo el 2% letrina. Entonces, se puede concluir que en un alto porcentaje de los actores encuestados cuentan con baño, para poder trabajar en condiciones de salubridad.

Es importante señalar que la población en cierta forma se encuentra dividida; es decir, unos cuentan con servicios públicos tales como acueducto municipal o veredal y alcantarillado; por tanto, pueden tener baño en sus viviendas. Sin embargo, la otra parte, no tiene acceso a estos servicios; por ende, utilizan otros medios como la letrina, batería sanitaria y pozos sépticos. Sumado a esto, en este aspecto es relevante mencionar que las viviendas que no cuentan con baño, no solamente se debe a la falta de algunos servicios; si no también a las características culturales de los actores; es decir, a las tradiciones culturales y estilos de vida que ellos tienen.

La moda estadística en este indicador es:

**Cuadro 20. Moda tipo de sanitario de la vivienda por eslabón**

Moda tipo de sanitario	
Eslabón	Porcentaje
Vivienda con baño productores	68%
Vivienda con baño transformadores	18%
Vivienda con baño comercializadores	14%

A partir del cuadro anterior. Se puede analizar que las viviendas de los productores, transformadores y comercializadores disponen de un baño para sus necesidades, este componente es de suma importancia para cumplir con las condiciones básicas de salubridad. Aunque se evidencia en un bajo porcentaje la falta de aporte por parte del gobierno para mejorar la calidad de vida de los campesinos que aun utiliza pozos sépticos o letrinas.

- **Servicios públicos.** El acceso a servicios públicos es la variable, la cual a su vez tiene como indicador el acceso y, como índices se encuentran los diferentes servicios públicos tales como: energía, acueducto, alcantarillado, gas, teléfono, internet y recolección de basuras.

**Cuadro 21. Servicios públicos por eslabón**

Servicios públicos						
Categoría	Productores		Transformadores		Comercializadores	
	Si %	No %	Si %	No %	Si %	No %
Energía eléctrica	98	2	99	1	99	1
Gas	67	33	76	24	81	19
Acueducto municipal	19	81	60	40	49	51
Acueducto veredal	81	19	78	22	51	49
Alcantarillado	21	79	21	79	72	28
Internet	1	99	24	76	13	87
Recolección de basuras	17	83	86	14	85	15
Teléfono fijo	5	95	28	72	13	87
Telefonía celular	78	22	72	28	90	10

A partir de la información representada en el cuadro antepuesto. Se puede observar que el eslabón de productores primarios con relación al acceso a los servicios públicos, cuentan con un 98% con el servicio de energía eléctrica, el 67% con el servicio de gas, el 81% con acueducto veredal y finalmente, el 78% tienen acceso a la telefonía celular. Por tanto, se puede concluir que estos servicios son los que mayor cobertura tienen en este primer eslabón de la cadena láctea.

Sin embargo, se evidencia que en mínima presencia, los productores tienen la posibilidad de acceder a servicios como alcantarillado, recolección de basuras, internet, acueducto municipal y telefonía fija; puesto que, tan solo el 21% tiene alcantarillado en sus viviendas, el 17% cuentan con recolección de basuras, el 1% tienen internet. Así mismo, el 19% tiene acueducto municipal y por último, tan solo el 5% cuenta con telefonía fija. Entonces, es así como se puede analizar que la falta de estos servicios se debe algunos factores relacionados con los recursos económicos, contexto y lugar en donde se encuentran ubicados, entre otros aspectos.

De otro modo, en el eslabón de transformadores se evidenció que la mayor representatividad se encuentra en el acceso a servicios tales como: energía eléctrica, gas, acueducto veredal, recolección de basuras y telefonía celular. Donde el 99% tiene energía eléctrica, el 76% cuenta con el servicio de gas, el 78% tiene acueducto veredal. De la misma manera, el 86% cuenta con recolección de basuras y finalmente, el 72% tiene telefonía celular. Es decir, los actores pertenecientes a este eslabón tienen la posibilidad de que sus viviendas cuenten con el acceso a estos cinco servicios públicos.

No obstante, se logra observar que en bajos porcentajes la población encuestada tiene acceso a servicios como alcantarillado, telefonía fija, acueducto municipal e internet; debido a que, del 100% de la población, tan solo el 21% cuenta con

alcantarillado, el 28% con telefonía fija, el 60% acueducto municipal y por último, el 24% tiene internet en sus viviendas. Por consiguiente, cabe señalar que en este eslabón se presentan dificultades para acceder a estos servicios; por tanto, son muy pocas las personas que logran tener acceso.

Por su parte, en el eslabón de comercializadores se encontró que los servicios que más prevalecen en este eslabón son: energía eléctrica, gas, acueducto veredal, alcantarillado, recolección de basuras y telefonía celular. En donde, el 99% tiene acceso a energía eléctrica, el 81% cuenta con el servicio de gas, el 51% tiene acueducto veredal. Así mismo, el 72% cuenta con alcantarillado, el 85% tiene recolección de basuras y finalmente, el 90% cuenta con telefonía celular. Entonces, cabe destacar que en este último eslabón de la cadena láctea, los actores tienen mayor acceso a estos seis servicios públicos.

Sin embargo, se logra evidenciar que de la población encuestada, tan solo el 13% tiene internet, el 13% cuenta con telefonía fija y por último, el 49% cuenta con acueducto municipal. Por consiguiente, se puede analizar que son pocos los actores que tienen la posibilidad de acceder a servicios como internet, telefonía fija y acueducto municipal; no obstante cabe mentar que en este último servicio, la diferencia entre acueducto municipal y veredal no es tan marcada; puesto que, están en porcentajes similares.

**Cuadro 22. Moda acceso a servicios públicos por eslabón**

Moda servicios públicos			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Energía eléctrica	98	99	99
Gas	98	76	81
Acueducto municipal	19	60	49
Acueducto veredal	81	78	51
Alcantarillado	21	21	79
Internet	1	24	13
Recolección de basuras	17	86	85
Teléfono fijo	5	28	13
Telefonía celular	78	72	90

Por tanto, en la población encuestada se encontró que en un alto porcentaje cuentan con el servicio de energía; según la Ley 142 de 1994 en su capítulo III se concibe como: *el servicio de transporte de energía eléctrica desde las redes regionales de transmisión hasta el domicilio del usuario, incluida su conexión y medición*<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Colombia. Congreso. Ley 142 de 1994, Julio 11, Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso; 1994.

El servicio de gas, según la Ley 142 de 1994 es definido en el Capítulo III como: El conjunto de actividades ordenadas a la distribución de gas combustible, por tubería u otro medio, desde un sitio de acopio de grandes volúmenes o desde un gasoducto central hasta la instalación de un consumidor final, incluyendo su conexión y medición. También se aplicará esta Ley a las actividades complementarias de comercialización desde la producción y transporte de gas por un gasoducto principal, o por otros medios, desde el sitio de generación hasta aquel en donde se conecte a una red secundaria<sup>14</sup>.

Teniendo en cuenta los resultados encontrados se puede analizar que el acceso al servicio de gas presenta cambios y mejoras progresivas del primer hasta el último eslabón. Es decir, el acceso a este servicio se incrementa; siendo los productores primarios los que menos cuentan con este servicio en sus viviendas; mientras que los comercializadores son los actores que más acceso tienen a este servicio.

El tercer servicio público indagado es el acceso al acueducto municipal, el cual con base en el artículo 3<sup>o</sup>. Del Decreto 302 del 2000, se define como: *la distribución de agua potable para el consumo humano, incluida su conexión y medición. También forman parte de este servicio las actividades complementarias tales como captación de agua, procesamiento, tratamiento, almacenamiento y transporte*<sup>15</sup>. Entonces, centrándonos en la población sujeto de estudio se obtuvo que en el primer eslabón prevalezca la presencia de acueductos veredales. De otro lado, las características de los transformadores son distintas a las del primer eslabón; ya que, en este se da mayor igualdad en el acceso a este servicio.

Luego, se tienen el servicio de alcantarillado; donde la Ley 142 de 1994 menciona en el Capítulo III. Es el servicio de recolección municipal de residuos, principalmente líquidos, por medio de tuberías y conductos. También se aplicará esta Ley a las actividades complementarias de transporte, tratamiento y disposición final de tales residuos<sup>16</sup>. Ahora bien, teniendo en cuenta los resultados encontrados, se evidencia que los productores en un alto porcentaje no cuentan con acceso a alcantarillado.

Por consiguiente, esto permite analizar que en el primer y segundo eslabón de la cadena láctea se presentan insuficiencias al momento de acceder al servicio, hecho que puede afectar el desarrollo de las actividades es preciso mencionar que esto se debe en gran medida a que un alto porcentaje de la población se encuentra ubicada en áreas rurales. Sumado a esto, es fundamental destacar que

---

<sup>14</sup> *Ibíd.*

<sup>15</sup> Colombia. Ministerio. Decreto 302 de 2000, Febrero 25, Por el cual se reglamenta a Ley 142 de 1994, en materia de prestación de los servicios públicos... Bogotá: El Ministerio; 2000

<sup>16</sup> Colombia. Congreso. Ley 142 de 1994, Julio 11, Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso; 1994.

los productores primarios no tienen las mismas posibilidades de acceso y cobertura de este servicio; frente a los transformadores y comercializadores.

Es decir, que uno de los principales factores que causan esta situación, está íntimamente relacionado con el lugar en donde se encuentran ubicadas las viviendas de las personas; puesto que, los actores que viven en la cabecera municipal tienen mayores posibilidades de acceder a este servicio; mientras que, los que residen en las veredas o lugares retirados, se les dificulta poder acceder a alcantarillado. De igual manera, el factor económico ejerce un papel importante porque este permite o imposibilita que un determinado individuo pueda o no acceder a los diferentes servicios públicos.

Otro servicio que se indagó fue el servicio público de aseo, según el capitulo III de la ley 142 de 1994. Es el servicio de recolección municipal de residuos, principalmente sólidos. También se aplicará esta ley a las actividades complementarias de transporte, tratamiento, aprovechamiento y disposición final de tales residuos<sup>17</sup>.

Frente a estos planteamientos es importante precisar que en esta necesidad básica los productores en su mayoría no cuentan con el servicio de recolección de basuras esto debido a la ubicación en áreas rurales, así mismo los valores en el segundo y tercer eslabón denotan representatividad a contar con acceso.

Por otro lado, se tiene el servicio de telefonía fija y móvil celular, donde la Ley 142 de 1994 en su Capítulo III dice; Servicio público domiciliario de telefonía pública básica conmutada. Es el servicio básico de telecomunicaciones, uno de cuyos objetos es la transmisión conmutada de voz a través de la red telefónica conmutada con acceso generalizado al público, en un mismo municipio. También se aplicará esta Ley a la actividad complementaria de telefonía móvil rural y al servicio de larga distancia nacional e internacional. Exceptúese la telefonía móvil celular<sup>18</sup>. La cual se rige con la Ley 37 de 1993 la cual decreta en su artículo 1<sup>o</sup>. La telefonía móvil celular es un servicio público de telecomunicaciones, no domiciliario, de ámbito y cubrimiento nacional, que proporciona en sí mismo capacidad completa para la comunicación telefónica entre usuarios móviles y, a través de la interconexión con la red telefónica pública conmutada (RTPC), entre aquellos, y usuarios fijos, haciendo uso de una red de telefonía móvil celular, en la que la parte del espectro radioeléctrico asignado constituye su elemento principal<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Ibíd.

<sup>18</sup> Ibíd.

<sup>19</sup> Colombia. Congreso. Ley 37 de 1993, Enero 6, Por la cual se regula la prestación del servicio de telefonía móvil celular, la celebración de contratos de sociedad y... Bogotá: El Congreso; 1993.

Teniendo en cuenta la información obtenida, se puede analizar que el acceso al servicio de teléfono fijo en los tres eslabones de la cadena láctea, es insuficiente y tiene una mínima cobertura; en donde, son pocas las personas que tienen la posibilidad de acceder a este servicio. Por su parte, el teléfono celular si tiene gran cobertura en los tres eslabones que componen la cadena láctea. Sumado a esto, en este servicio se evidencia que hay mayor igualdad en el acceso al servicio; puesto que, en los tres eslabones se presentan porcentajes similares, sin grandes variaciones entre unos y otros. Como ya se mencionó anteriormente, un soporte valioso a las encuestas, lo constituye la encuesta empresarial, la cual se les implementó a los actores que conforman los tres eslabones de la cadena láctea

Por último, se encuentra el recurso de internet, para la presente investigación es importante conocer si la población sujeto de estudio cuenta o no con este recurso siendo este; según la Ley 1341 de 2009 el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes<sup>20</sup>, que faciliten el desarrollo integral de una empresa.

Por consiguiente, se observa como en un gran porcentaje los actores que conforman estos tres eslabones no cuentan con internet; por lo cual se puede analizar que con respecto a este servicio la cadena láctea del departamento de Nariño presenta grandes insuficiencias y desventajas; ya que, este factor puede incidir en aspectos tales como: competitividad en el mercado, mejoramiento de los procesos productivos, mejores condiciones de vida de los actores, crecimiento y desarrollo de la cadena láctea, entre otros, de la cual se obtiene la siguiente información de esta variable:

**Cuadro 23. Acceso a servicios públicos empresas por eslabón**

Servicios públicos			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Electricidad	43	35	43
Gas	29	25	30
Acueducto	12	9	12
Recolección de basuras	7	6	7
Alcantarillado	5	14	5
Otros	4	11	3

El eslabón de productores primarios, expresaron que del total de sus trabajadores (304). El 44% tienen energía eléctrica en sus viviendas, el 30% cuentan con gas, el 12% tienen acceso a acueducto veredal por la ubicación de sus viviendas en las áreas rurales, recolección de basuras tiene un porcentaje del 7%, frente al servicio

<sup>20</sup> Colombia. Congreso. Ley 1341 de 2009, Julio 30, Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y... Bogotá: El Congreso; 2009.

de alcantarillado el 5%, de las personas que participan en los procesos productivos no tiene sistemas de manejo de aguas residuales, es decir alcantarillado, frente a otros servicios se evidencia que el 2% cuenta con acceso a medios de telefonía e internet.

Con respecto a los trabajadores de las empresas transformadoras, afirmaron que de (348) empleados, el 35% cuentan con energía eléctrica en sus viviendas, el 25 % tienen acceso a gas, el 9 % tienen acueducto. Por otro lado, el 6% cuentan con un sistema de recolección de basuras, el 14% cuentan con el sistema de manejo de aguas residuales y el 11 % manifiestan que tienen otro tipo de servicios tales como: internet y telefonía celular.

Entonces, se puede inferir que en los trabajadores predomina el acceso a servicios tales como energía eléctrica y gas. Sin embargo, se evidencia ausencia de servicios como recolección de basuras, alcantarillado y acueducto.

Por otra parte, con relación al ítem de acceso a servicios públicos; el eslabón de comercializadores expreso que de los (784) trabajadores, el 43% tienen energía eléctrica en sus viviendas, el 30% cuentan con gas, el 12 % tienen acceso a acueducto. Mientras que, en menor presencia el 5 % tienen la posibilidad de contar con alcantarillado en sus viviendas, el 7 % cuentan con recolección de basuras y por último, el 3% tienen acceso a otros servicios entre los cuales se puede encontrar. Internet, telefonía celular y fax.

Tomando como base la anterior información, el acceso de los tres eslabones se puede sintetizar en el siguiente cuadro:

**Cuadro 24. Moda acceso a servicios públicos de empresas por eslabón**

<b>Moda servicios públicos</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Productores %</b>	<b>Transformadores %</b>	<b>Comercializadores %</b>
Energía eléctrica	43	35	43
Gas	30	24	30
Acueducto	12	9	12
Recolección de basuras	7	6	7
Alcantarillado	5	15	5
Otros	3	11	3

A partir del cuadro anterior, se puede analizar que el acceso a servicios públicos que tienen los empleados de los eslabones de transformación y comercialización es algo similar en algunas situaciones tales como el acceso a energía eléctrica y gas; ya que, los dos presentan los mayores porcentajes en cuanto al acceso a estos servicios.

Sin embargo, se difiere en servicios como acueducto; porque, se evidencia que en los comercializadores este se constituye en el tercer servicio con el que más cuenta los empleados; mientras que, en los transformadores el acueducto está en el puesto número quinto en el orden de los mayores servicios que tiene la población.

En el mismo orden de ideas, se observa que el alcantarillado es el servicio con menor cobertura en el eslabón de transformadores; no obstante, en los empleados de los comercializadores se identifica que en menor porcentaje se encuentra otros tipos de servicios y no, alcantarillado como sucede en el anterior.

Finalmente, cabe destacar que la revisión documental permite conocer que, a diferencia de la situación de cada productor, transformador y comercializador; los trabajadores que ellos tienen en su tierra o empresa; no cuentan con servicios como internet, telefonía fija y celular.

En conclusión con el estudio realizado se observa que la mayoría de los actores pertenecientes a los diferentes eslabones de la cadena láctea, no cuentan con los recursos necesarios para adquirir una vivienda con condiciones favorables. Esta situación se deriva de muchos factores, entre los cuales se encuentran: falta de recursos económicos por parte de las personas encuestadas, escasa intervención de los entes gubernamentales, desinterés del sector privado y público, falta de estudios e investigaciones que tengan como foco central la situación social de los actores de la cadena láctea del departamento de Nariño, proyectos aislados y desintegrados, entre otros.

Por otra parte, con respecto a la revisión documental, se encontró que los trabajadores pertenecientes a las empresas productoras, transformadoras y comercializadoras, en un alto porcentaje tienen viviendas propias y en menor presencia, viviendas anticresadas y arrendadas. De otro lado, frente al acceso a servicios públicos se destaca que los empleados en mayor cantidad, tienen en sus viviendas energía eléctrica y gas; no obstante, se les dificulta acceder a servicios como alcantarillado, recolección de basuras y acueducto.

Finalmente, se concluye que los tres eslabones con relación al acceso de servicios públicos presentan situaciones similares; en donde los tres en un alto porcentaje cuentan con servicios tales como energía eléctrica, gas, teléfono celular y acueducto municipal. Sin embargo, frente a otros servicios la situación cambia de un eslabón a otro, sobre todo en los productores primarios; quienes en su mayoría no cuentan con acceso a alcantarillado, recolección de basuras e internet. No obstante, los transformadores y comercializadores en mayor porcentaje si tienen estos servicios.

**5.1.1.4 Seguridad social.** Dando continuidad al análisis de los factores sociales que influyen en los actores que conforman los diferentes eslabones de la cadena láctea del departamento de Nariño, es preciso abordar la situación de acceso a seguridad social. Donde se abordan tres dimensiones; que son; salud, pensión y riesgos laborales; los cuales a su vez contemplan unos indicadores e índices, dado que estos elementos permiten que los actores de la cadena Láctea puedan desarrollar sus actividades de producción, transformación y comercialización en buenas condiciones de salubridad; previniendo cualquier situación que coloque en riesgo su bienestar.

Partiendo de lo planteado en primera instancia se analiza cual es la situación encontrada frente al acceso a salud por cada uno de los eslabones, los planteamientos representan los hallazgos encontrados en el proceso investigativo, dando discernimiento a lo establecido a continuación se muestra la dimensión de salud.

- **Salud.** El sistema de salud hace parte del Sistema de Seguridad Social de Colombia regulada por la Ley 100 de 1993. La cual en su parágrafo 1. Tiene como objetivo garantizar los derechos irrenunciables de la persona y la comunidad para obtener la calidad de vida acorde con la dignidad humana, mediante la protección de las contingencias que la afecten.

El sistema comprende las obligaciones del Estado y la Sociedad, las instituciones y los recursos destinados a garantizar la cobertura de las prestaciones de carácter económico, de salud y servicios complementarios, materia de esta ley, u otras que se incorporen normativamente en el futuro<sup>21</sup>.

Retomando aspectos para el análisis de la situación que se presenta frente al componente de salud en la cadena láctea, es importante precisar en dos indicadores: la afiliación al régimen de salud, contributivo o subsidiado.

**Cuadro 25. Régimen de salud por eslabón**

Régimen de salud			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Subsidiado	87	65	75
Contributivo	8	27	24
Ninguno	5	8	1

<sup>21</sup> Colombia. Congreso. Ley 100 de 1993, diciembre 23, Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso; 1993.

La información suministrada (ver cuadro 25), permite identificar que el 87% de las personas encuestadas en el eslabón de productores tienen vinculación al régimen subsidiado por cuanto relacionan que sus ingresos son insuficientes para el pago de un servicio particular.

Esta información es común que se presente en este eslabón, debido a los bajos ingresos económicos y estar en condiciones de vulnerabilidad, a la ubicación geográfica de las tierras en que trabajan. Por otro lado, se encuentra que solo un 8% de los productores cuentan con afiliación al régimen contributivo y por último con una mínima representatividad del 5% se encuentran quienes no cuentan con ningún tipo de afiliación

En el caso del eslabón de transformadores se observa claramente que el 65% de la población se ubica dentro del régimen subsidiado; Por otra parte se encuentra el régimen contributivo, al cual se deben afiliar las personas que tienen una vinculación laboral, es decir, con capacidad de pago; tal es el caso de trabajadores formales e independientes, pensionados entre otros. En este sentido se identifica que el 27% de la población de transformadores cuentan con afiliación al régimen contributivo y un 8% de estos no tiene ningún tipo de afiliación.

Según la información obtenida para el eslabón de comercialización, se observa en la gráfica que el 75% de la población encuestada se encuentra vinculado al régimen subsidiado, seguido a ello con un 24% refiere ser afiliados al régimen contributivo, y por último, con una mínima representatividad el 1% de la muestra no cuentan con ningún tipo de afiliación a Salud.

A partir de lo estipulado, se logra determinar las respuestas con mayor frecuencia en los tres eslabones de la cadena láctea, frente a los indicadores de salud.

**Cuadro 26. Moda régimen de salud**

<b>Régimen de salud subsidiado</b>	
<b>Eslabón</b>	<b>Porcentaje</b>
Productores	77%
Transformadores	11%
Comercializadores	12%

Respecto a la afiliación en los tres eslabones: productores, transformadores y comercializadores se observa que el régimen subsidiado es el que mayor representación tiene dentro de la cadena láctea del departamento de Nariño, ello permite inferir que en su totalidad el sector lechero se beneficia del sistema de salud estatal.

Ahora bien, una vez realizado un acercamiento a la realidad frente a la dimensión de salud en los actores de los tres eslabones sujeto de estudio que conforman la

cadena láctea, es importante analizar la situación que se presenta con respecto a la afiliación a salud de los empleados de cada uno de los procesos productivos; esto en caso de contar con un personal para el desarrollo de las actividades laborales, pues una de las características que se identificó en el presente estudio es que en el eslabón de producción algunos encuestados realizan actividades como: cuidado del ganado, ordeño y entrega de la materia prima con el apoyo de los integrantes de la familia.

**Cuadro 27. Afiliación a salud empresas productoras**

Afiliación a salud		
Eslabón	Si	No
Empresas productoras	92%	8%
Empresas transformadoras	97%	3%
Empresas comercializadoras	99%	1%

La población encuestada en el eslabón de productores afirman que el 92% de las personas que participan en las actividades de cuidado, manejo y ordeño del ganado tienen afiliación a una empresa prestadora de servicios, por su parte un bajo porcentaje del 8% de la población no cuenta con incorporación al sistema de salud.

Al indagar a 67 personas del eslabón de transformación de la cadena láctea del departamento de Nariño sobre si sus empleados tienen afiliación a EPS o no, se denota que el 97% si cuenta con el servicio de acceso a salud, mientras que el 3% de los empleadores no tenían en cuenta esta información al momento de responder la encuesta empresarial.

Al abordar la afiliación con la que cuentan los empleados de las empresas comercializadoras y distribuidoras de productos lácteos se indica una alta tendencia de un 99% de trabajadores con afiliación a una empresa prestadora de servicios, solo el 1% de este grupo poblacional no cuenta con acceso a servicios de salud.

A partir de la información anterior, se logra determinar la moda de cada eslabón frente a la afiliación de sus empleados a las empresas prestadoras de servicios, así pues se identifica los siguientes aspectos con mayor frecuencia.

**Cuadro 28. Moda afiliación a salud empresas productoras**

Moda afiliación a salud	
Eslabón	Porcentaje
Empresas productoras	20%
Empresas transformadoras	24%
Empresas comercializadoras	56%

Se toma como referencia la frecuencia más representativa presente en los tres eslabones respecto al conocimiento de la afiliación de las personas que trabajan en las empresas productoras, transformadoras y comercializadoras (ver cuadro 28). Se determina que existe una alta tendencia por la vinculación a salud en las distintas empresas prestadoras de servicios, si bien es cierto esta dimensión es un derecho para quienes participan en los procesos de manipulación de la materia prima; obtención, conversión y distribución, es también un deber contar con ella, pues este tipo de prácticas garantizan una adecuada seguridad alimentaria.

Continuando con el análisis descriptivo correspondiente a la variable de seguridad social de la cadena láctea; sigue la afiliación al sistema de pensiones.

- **Pensión.** Después de hacer el análisis de la dimensión en salud es pertinente abordar el aspecto de cotización frente al sistema de pensiones donde la alta informalidad laboral dificulta la permanencia activa e impide alcanzar a cumplir con los requisitos de tiempo y monto para pensionarse

En Colombia hay 22 millones de trabajadores, de los cuales 7.7 millones cotizan o ahorran activamente en el sistema general de pensiones, que tiene dos regímenes: régimen de prima media (RPM) y régimen de ahorro individual solidario (RAIS); y de los que en la situación actual sólo se van a pensionar 2.000.000. Es decir que el 90% se quedan por el camino<sup>22</sup>.

Partiendo de lo planteado a continuación se presentan los resultados frente a afiliación al sistema de pensiones por cada eslabón a partir de la información tabulada de la encuesta.

**Cuadro 29. Pensión por eslabón**

Pensión por eslabón		
Eslabón	Si	No
Productores	2%	98%
Transformadores	12%	88%
Comercializadores	11%	89%

Tomando como referencia los datos estadísticos frente a la cotización de pensión en el primer eslabón sujeto de estudio, se identificó que de los productores primarios encuestados un 98% no realizan este tipo de cotización, mientras que un bajo porcentaje del 2% de esta población si cotiza, pues considera que es importante tener un ahorro para su futuro.

<sup>22</sup> MINISTERIO DE TRABAJO. Pensiones. Disponible en: <<http://www.mintrabajo.gov.co/pensiones.html>> [con acceso el 24-03-2015].

El indicador de afiliación al sistema de pensiones en los actores del eslabón de transformación, el cual se encuentra marcado por un 88% de personas que no cotizan pensión, mientras, que solo el 12% del total de los encuestados afirman estar afiliados al sistema.

El 89% de los actores que conforman el eslabón de comercializadores de la cadena láctea no cotizan pensión por diferentes circunstancias relacionadas con ingresos, desconocimiento, e indiferencia al tema, no obstante el 11% de los encuestados se encuentran afiliados a pensión por cuanto contribuye en el momento de presentarse el cese de actividades laborales.

Al indagar a los (378) productores, (74) transformadores y (67) comercializadores respecto a que si fuera de contar con un régimen de salud ellos se encuentran afiliados al sistema de pensión, se observó una fuerte tendencia por una respuesta, lo que permitió la identificación de la moda en la cadena láctea.

**Cuadro 30. Moda pensión por eslabón**

Moda pensión por eslabón	
Eslabón	Porcentaje
Productores	75%
Transformadores	13%
Comercializadores	12%

Referente a la afiliación a los fondos de pensiones, en los sujetos que hacen parte de la cadena láctea del departamento de Nariño; se denota que existe una marcada población del sector lácteo que no se encuentra afiliada, pues en algunos de los casos encontrados se evidenció desconocimiento y apatía en cuanto a prever situaciones futuras que les impidan desarrollar sus actividades laborales.

Una vez se tiene un panorama acerca de los actores de la cadena láctea del departamento de Nariño frente al sistema de afiliación en cuanto a pensión; es de interés del presente estudio acoger los resultados de la encuesta empresarial aplicada a los tres eslabones, esto a fin de que sean los propietarios directos quienes suministren información de las características del personal de apoyo con el que cuentan, así pues se registra la siguiente información.

**Cuadro 31. Pensión por empresas**

Pensión por empresas		
Eslabón	Si	No
Empresas productoras	0%	100%
Empresas transformadoras	24%	76%
Empresas comercializadoras	41%	59%

Las cifras estadísticas (ver cuadro 31). Indican que el 100% de la población de interés, que prestan sus servicios de mano de obra en la producción lechera no cuentan con afiliación al sistema de pensión, por cuanto los (378) productores encuestados sostuvieron que ninguno de sus colaboradores se encuentra adscrito al régimen pensional, esto es debido al grado de desconocimiento y la informalidad de las labores desempeñadas la no existencia de labores realizadas de manera formal, sumado a que algunas de las relaciones laborales son de tipo familiar.

Por su parte la afiliación a pensión de las personas que desarrollan actividades de transformación en las empresas siguen presentando tendencia a la no cotización, pues el 76% de estos refiere no hacerlo, frente a un bajo porcentaje del 24% que sostienen si realizarlo, estas cifras ponen de manifiesto cómo el sector afronta dificultades frente a la prevención de situaciones de cese de actividades laborales en un edad adulta o por pérdida de su capacidad en ejercicio del trabajo.

Es importante insistir que en este eslabón las cifras frente a la cotización ascienden con respecto a productores esto debido a la presencia de mayor organización de pequeñas y medianas empresas que contratan talento humano asegurando su bienestar.

En el eslabón de comercializadores sigue prevaleciendo la no afiliación al sistema de pensiones, pues estadísticamente el 62% no cuenta con este servicio, sin embargo, es preciso aludir que el 38% si lo hace, debido a que cuentan con una vinculación laboral establecida por un contrato, los procesos realizados en este eslabón se llevan a cabo desde instituciones que cuentan con mayor organización.

**Cuadro 32. Moda pensión por empresas**

<b>Moda pensión empresas</b>	
<b>Eslabón</b>	<b>Porcentaje</b>
Empresas productoras	36%
Empresas transformadoras	10%
Empresas comercializadoras	54%

Con la investigación realizada a los empresarios con respecto al pago o adquisición del sistema de pensión, se puede observar que en la mayoría de los tres eslabones, los trabajadores de estas empresas no cuentan con este servicio, ni tienen un plan de emergencia con respecto a la invalidez o muerte de uno de los empleados. Cabe resaltar que la mayoría de estas empresas es constituida por familias. Sin embargo, la mayor parte de los actores no tienen un plan a futuro debido a la informalidad en la que trabajan.

- **Riesgos laborales.** Según la Ley 1562 de 2012, decreta en el Artículo 1<sup>o</sup>. Definiciones: Sistema General de Riesgos Laborales: Es el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan. Las disposiciones vigentes de salud ocupacional relacionadas con la prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades laborales y el mejoramiento de las condiciones de trabajo, hacen parte integrante del Sistema General de Riesgos Laborales<sup>23</sup>.

La ley traída a mención es la que modificó el concepto de riesgos profesionales a riesgos laborales, brindando de esta manera mecanismos para prevenir y proteger a las personas empleadas de cualquier Accidente de Trabajo o Enfermedad Profesional.

Aunque este componente del SGSS es una herramienta que posibilita a la población trabajadora contar con mecanismos que le permiten prever cualquier situación que obstaculice o ponga en riesgo su capacidad laboral se observa que no siempre quienes trabajan se encuentran afiliados a este, más aun cuando se tiene las percepciones que las actividades pequeñas o las que no requieren mayor esfuerzo puedan implicar un factor de riesgo para sus vidas.

Evidenciando lo anterior en el estudio de cadena láctea, la información acerca de riesgos laborales en los productores primarios fue la siguiente:

**Cuadro 33. Riesgos laborales por eslabón**

Riesgos laborales por eslabón		
Eslabón	Si	No
Productores	0%	100%
Transformadores	12%	88%
Comercializadores	90%	10%

En cuanto a protección a Riesgos Laborales se denota que frente a otras prestaciones diferentes al sistema de salud hay un alto grado de desinterés o desconocimiento encontrando un 100% de la población encuetada en el eslabón de productores, quienes sostuvieron no tomar este servicio en las aseguradoras de riesgos laborales, por cuanto existe un desconocimiento. Además de ser considerada no necesaria para la realización de actividades del sector rural por cuanto generan gastos que no pueden asumir. Cabe resaltar que esta forma de pensar se debe a la informalidad en la que trabaja la mayoría de los productores.

<sup>23</sup> Colombia. Congreso. Ley 1562 de 2012, Julio 11, por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional. Bogotá: El Congreso; 2012.

Con relación al aspecto de riesgos profesionales en el eslabón de transformación, se puede analizar que el 88% de los actores que conforman este eslabón no cotizan riesgos profesionales. En algunas ocasiones se presentan por actitudes de indiferencia, desconocimiento o bajos recursos económicos, solo un 12% del total de la población encuestada expresa cotizar riesgos profesionales, debido a que la organización de sus empresas lo requiere.

En el caso de los comercializadores el 90% de la población encuestada afirma no contar con afiliación al sistema de riesgos laborales y solo un 10% del total accede a este. Las cifras indican porcentajes muy altos frente a la no cotización de este componente del SGSS. Así confirma que la informalización de los eslabones de la cadena láctea de Nariño ha repercutido en varios aspectos socioeconómicos.

A partir de la información anterior, se logra determinar la mayor tendencia hacia la no afiliación a riesgos laborales de cada eslabón donde se obtiene que:

**Cuadro 34. Moda riesgos laborales por eslabón**

Moda riesgos laborales	
Eslabón	No afiliados
Productores	74%
Transformadores	14%
Comercializadores	12%

La realidad planteada en cuanto a la afiliación al sistema de riesgos laborales no es una situación ajena a la cadena láctea de Nariño, ya que las cifras marcan una notable tendencia a no cotizar en los tres eslabones estudiados, pues las relaciones porcentuales más representativas lo ostentan, por su parte algunos productores, transformadores y comercializadores encuestados coincidían en sostener que las actividades que desarrollan dentro del proceso productivo no tienen ningún riesgo que justifique el pago a una entidad aseguradora, además como se pudo establecer en los componentes de salud contributiva la afiliación al sistema de pensiones, la no vinculación a riesgos también se complementa con la dimensión de los ingresos, pues ciertos actores del estudio manifiestan que los ingresos son bajos e imposibilitan cubrir este tipo de aspectos.

**Cuadro 35. Riesgos laborales por empresas**

Riesgos laborales por empresa		
Eslabón	Si	No
Empresas productoras	0%	100%
Empresas transformadoras	24%	76%
Empresas comercializadoras	41%	59%

Como se ha declarado a lo largo del análisis de la variable de seguridad social. La no afiliación a los sistemas que requieren de cotizaciones monetarias sigue prevaleciendo, pues en el caso de los riesgos laborales el 100% de las personas que desempeñan actividades de trabajo dentro de la cadena productiva no cuentan con afiliación a este sistema, (ver cuadro 35).

De modo similar con los datos establecidos en el anterior eslabón, en el área de producción se identifica que el 76 % del personal que desarrolla actividades de transformación dentro de la cadena láctea no posee afiliación al sistema de riesgos laborales, a pesar de esta alta cifra encontrada hay un 24 % que si cuenta con este servicio.

Paralelamente a los datos estadísticos manejados en el cuadro anterior se sigue presentado la misma situación cuando se hace referencia a la afiliación al sistema de pensión y de riesgos laborales, puesto que al cuestionar a los comercializadores sobre si sus trabajadores cuentan con afiliación a riesgos profesionales se indica que él 59% del grupo poblacional mencionado no posee este servicio de prevención ante algún riesgo ocasionado en desarrollo de sus actividades laborales, sin embargo, se identifica que un 41% si cotiza por este concepto.

Retomando las cifras estadísticas por cada uno de los eslabones de la cadena láctea en relación a si las personas que desempeñan actividades laborales lideradas por los productores, transformadores y comercializadores directos cuentan con afiliación a riesgos laborales, se logró evidenciar una fuerte tendencia hacia una opción de respuesta permitiendo así establecer la moda estadística.

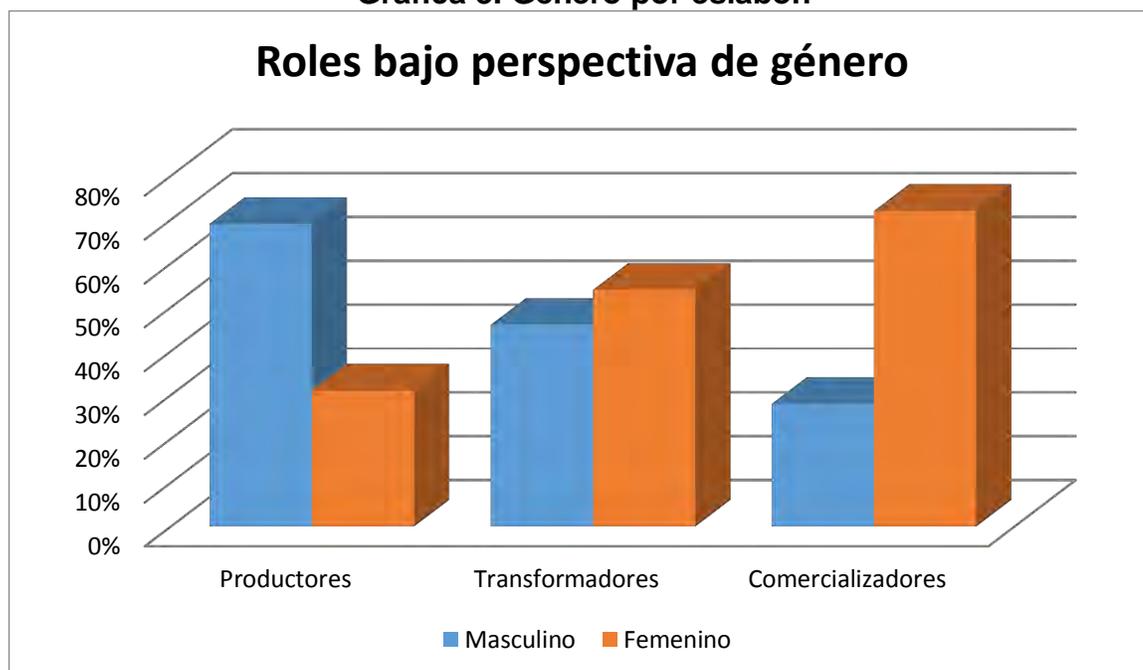
**Cuadro 36. Moda riesgos laborales por empresas**

<b>Moda riesgos laborales</b>	
<b>Eslabón</b>	<b>No afiliados</b>
Empresas productoras	29%
Empresas transformadoras	26%
Empresas comercializadoras	45%

En la moda establecida en la variable de riesgos laborales, se puede observar una notable tendencia a no contar con los servicios de una aseguradora de riesgos laborales por parte de las personas que trabajan en cada uno de los eslabones, estadísticamente se habla de una mayoría a no contar con afiliación al sistema de prevención de accidentes de trabajo o enfermedades profesionales, esto debido a circunstancias encontradas en el medio en el que se desempeñan y los ingresos bajos que presentan.

**5.1.1.5 Roles bajo perspectiva de género.** Otra variable a indagar que contempla en la matriz de operacionalización; en donde se establece que esta variable, se compone por tres dimensiones, que aluden a: división social, división genérica y aspecto económico. De este mismo modo, cada una de estas dimensiones contemplan unos indicadores, los cuales hacen alusión a sexo, estado civil, etnia, ingreso, roles reproductivos, productivos y comunitarios. A continuación se dará a conocer los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta a la población sujeto de estudio y especialmente en el eslabón de productores primarios.

**Gráfica 3. Género por eslabón**



Teniendo en cuenta la información contemplada anteriormente, se logra resaltar que en el eslabón de productores, hay mayor presencia del género masculino, representado con un porcentaje de 69%; sin embargo, con menor representatividad con un 31% son mujeres. Según esta información se puede afirmar que el género masculino predomina en el sector lechero de Nariño desarrollando las actividades propias de la producción, mientras tanto la mujer se dedica a actividades propias del hogar y de atención a los integrantes de la familia.

Consecuentemente en el eslabón de los transformadores, se puede observar que la mujer juega un papel importante, ya que aquí desempeña acciones operativas en la empresa correspondientes a la tecnificación y transformación del producto (leche) para su debida comercialización; por tanto, se tiene mayor presencia del género femenino, con un 54%. No obstante, la presencia del género masculino no difiere en gran medida del femenino, porque, el 46% de los encuestados son

hombres; lo cual quiere decir que no es muy marcada la diferencia entre la cantidad de mujeres y hombres que componen este segundo eslabón.

Entonces, con respecto a los hombres, se logró identificar que algunas de las actividades desempeñadas por ellos dentro de este proceso de producción, aluden principalmente a la transformación de la materia prima, en los productos que posteriormente se ofrecerán en el mercado.

Así mismo, en el eslabón de comercializadores, se observa que predomina el género femenino con un 72%; mientras que, se da menor presencia del género masculino, tan solo con el 28%. Por consiguiente, se puede analizar que en este eslabón predomina la representación femenina, realizando labores encaminadas principalmente a las acciones de comercialización, administración y gerencia de las empresas comercializadoras de productos lácteos.

Por otro lado, en cuanto al género masculino se logra evidenciar que algunas de las actividades realizadas por ellos están dirigidas principalmente a los diferentes procesos que se llevan a cabo durante la etapa de comercialización del producto; no obstante, hay menor presencia de actividades de administración y gerencia, con relación al género opuesto.

Por consiguiente, se puede inferir que la presencia y empoderamiento del género femenino, aumenta en los diferentes eslabones; ya que, en los productores son los hombres los que tienen mayor representatividad; mientras que, en transformadores y comercializadores esta situación toma un giro diferente; porque, la mujer ejerce mayor presencia.

Ahora bien, la anterior información nos permite obtener como medida estadística la Moda del Género en los tres eslabones así:

**Cuadro 37. Moda género por eslabón**

<b>Moda roles bajo perspectiva de género</b>	
<b>Eslabón</b>	<b>Porcentaje</b>
Productores masculino	75%
Transformadores femenino	11%
Comercializadores femenino	14%

A partir de la moda estadística en los eslabones de producción, transformación y comercialización, con referencia al género más prevalente dentro de los diferentes eslabones de la cadena, se puede observar que el género femenino predomina con frecuencias considerables en transformadores y comercializadores, no obstante en productores se observa que el hombre domina el sector.

Lo anterior, permite analizar que las mujeres del sector rural han ido implicándose en acciones de participación en diferentes ámbitos de trabajo, con objetivos hacia el acceso a oportunidades de crecimiento a nivel laboral, personal, familiar y social.

De forma complementaria a esta dimensión, se identifican a continuación los cargos que desempeñan hombres y mujeres que trabajan en las empresas, y cuya fuente son los datos que proporcionó la encuesta empresarial.

**Cuadro 38. Cargos en empresas por eslabón**

Cargo empresas por eslabón										
Categoría	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino
Empresas productoras	Jornalero		Mayordomo		Ordeñador		Oficios varios		Otros	
	23%	22%	5%	7%	46%	48%	13%	13%	13%	10%
Empresas transformadoras	Directivos		Administrativos		Operativos		Servicios generales		Otros	
	22%	37%	35%	20%	22%	19%	13%	15%	8%	9%
Empresas comercializadas	23%	24%	29%	23%	21%	28%	14%	12%	13%	13%

Según la información obtenida se puede afirmar que en el eslabón de producción de la cadena láctea del departamento de Nariño, los cargos desempeñados por los empleados (hombres), el 23% ocupa el cargo de jornalero el cual labora por día en la propiedad, el 5% de los empleados son mayordomos y realizan el cuidado general de la finca ganadera, en otra instancia los empleados que efectúan el ordeño del ganado es equivalente al 46%, de este modo los trabajadores que son ayudantes en las labores del ordeño diario para la producción de leche, se refleja en el 13% respectivamente, y concluyendo el 13% de la población manifiesta realizar oficios varios en este eslabón.

Así mismo en relación a las obligaciones desempeñadas por las empleadas mujeres, alude que el 22% realiza el trabajo de jornalero por día en la finca, en otro lugar en una participación menos representativa del 7% se dedica al cuidado de la finca ganadera perteneciente al cargo de mayordomo, en cuanto a las mujeres que son ordeñadoras con una alta frecuencia de 64 correspondiente al 48% realizan la mayor producción de leche, así mismo el 13% son ayudantes para las labores de ordeño y el 10% ejecuta oficios varios dentro de la finca ganadera.

En cuanto a los diferentes cargos ejecutados por los empleados (hombres) del eslabón de transformadores, el 22% de los hombres desempeña el trabajo más significativo referente a la dirección de la empresa para su respectivo crecimiento, el 35% de los hombres se encarga de la administración de la organización

transformadora, así mismo en un porcentaje del 22% efectúa acciones operativas para la transformación de la leche en diferentes productos lácteos para respectiva comercialización; por otra parte un equivalente al 13% asume servicios generales dentro y fuera de la empresa; y el 8% ejecuta otras actividades diferentes a las de empleo formal.

Con respecto al género femenino se puede apreciar que el 37% ocupa la dirección de la empresa transformadora, del mismo modo el 20% establece la administración de este sector lácteo, en el mismo orden de ideas el 19% cumple labores operativas para la transformación, manipulación y transporte de la leche; en otra instancia un porcentaje del 15% manifiesta que se dedica a realizar servicios generales, y en una pequeña representatividad del 9% se dedica a otras diligencias laborales dentro del eslabón.

En las empresas comercializadoras se puede observar que los empleados (hombres): el 23% obtiene el cargo directivo de la empresa, el 29% administra la organización comercializadora láctea; ahora bien con relación a las actividades operativas que son ejecutadas por hombres se refleja en el 21% de los empleados; el 14% elabora servicios generales concernientes a una distribución de responsabilidades diversas; y por último el 13% asume otras actividades diferentes a la comercialización.

Con referencia al género femenino, desempeña un rol trascendental en estos cargos empresariales, ya que la dirección de la empresa la ocupa un 24% de las empleadas; seguido de esto el 23% asume la administración de la empresa, así también el 28% se le atribuyen responsabilidades concernientes a tareas operativas para la comercialización de los productos; del mismo modo se ubica el 12% de las mujeres, que se les encomiendan la realización de servicios generales; también hay personal que se dedica a hacer otras labores diferentes a las anteriores, por ello se demuestra en el 13%.

En cuanto a la división del trabajo se observa, que la población económicamente activa femenina ha incrementado su participación en cargos administrativos de las empresas transformadoras y comercializadoras, asumiendo roles directivos y de ventas.

**5.1.1.6 Estado civil.** Otro aspecto a indagar, ya que da lugar a una identificación social más profunda, analizando al actor desde su entorno social, ambiental, económico, individual y familiar, comprendiendo así su participación asertiva en el desarrollo de actividades dentro de los tres eslabones que comprende la cadena láctea en el departamento: productor, transformador y comercializador. De esta forma se reconoce a continuación el estado civil en los diferentes eslabones objeto de estudio que conforma la cadena láctea.

**Cuadro 39. Estado civil por eslabón**

Estado civil			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Casado	69	65	68
Soltero	19	20	20
Separado	2	3	3
Unión libre	6	7	9
Viudo	4	5	0

Referente al estado civil de los productores primarios, se hace visible que resalta notablemente el estado civil casado con un 69%, el segundo porcentaje con mayor frecuencia es el estado civil de soltero con un 19%, el estado civil unión libre representado en un porcentaje del 6%, los productores que refieren asumir el estado civil de separado, presentan el 2% de la población; y por último en una relación menos representativa, se encuentra el 4%, quienes manifiestan tener un estado civil de viudez, (ver cuadro 39).

Con relación al eslabón de transformadores es posible observar, que de igual forma que en el eslabón de productores prevalece el estado civil casado con el 65%; con respecto al estado civil de soltero que forman parte el 20% de los transformadores encuestados. Por otra parte, se sitúa el estado separado con una participación del 3%, el 7% de los transformadores encuestados expresan tener el estado civil unión libre, y el 5% de los encuestados afirman ser viudos.

El 68% de la población encuestada del eslabón de comercializadores afirman estar casados; el 20% de los actores son solteros. De otro modo, el estado civil de separado tiene menos representación en el sector de comercialización con el 3%; de igual manera, el 9% de los encuestados tienen una relación de unión libre. Por último, es importante mencionar que en este eslabón no hay presencia de personas con estado civil de viudez.

**Cuadro 40. Moda estado civil por eslabón**

Moda estado civil	
Eslabón	Casado
Productores	73%
Transformadores	14%
Comercializadores	13%

Según el estudio realizado, se observa que el estado civil de los actores de los tres eslabones, demuestra que el estado civil: casados, presentan altos niveles tras la moda estadística, reflejada en altas frecuencias, a su vez los cuatro estados civiles restantes soltero, separado, unión libre y viudo, no manifiestan mayor representación.

**5.1.1.7 Etnia.** Otra dimensión a indagar dentro de esta variable, es el grupo étnico al cual pertenecen los actores de los diferentes eslabones de la cadena láctea del departamento de Nariño. Para la presente investigación, es importante analizar este aspecto porque permite conocer y comprender las diferentes manifestaciones culturales que tienen la población sujeto de estudio. Sumado a esto, cabe mencionar que la etnia se constituye en un elemento fundamental para conocer y comprender los diferentes comportamientos, acciones y roles que adoptan los actores de la cadena láctea.

**Cuadro 41. Etnia por eslabón**

Etnia			
Categoría	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
Indígena	28	20	16
Mestizo	28	43	51
Otros	44	37	33

En el eslabón de productores, el 28 % de los actores, pertenecen a la etnia indígena, el 28% de los productores pertenecen a la etnia mestiza, el 44% de la población pertenece a otras etnias.

En el eslabón de los transformadores el 43% corresponde a la etnia mestiza; el 20% corresponden a la etnia indígena; finalmente el 37% de los actores pertenecen a otras etnias.

En el eslabón de los comercializadores, se encontró que el 16 %, son indígenas, manifestando así cada vez más la disminución de esta etnia en el último eslabón por su cercanía al área urbana; en cuanto a la etnia mestiza gran parte de los comercializadores indagados son pertenecientes a esta, constituido en el 51%, por ello se puede concluir que en la población encuestada, se da mayor presencia de la etnia mestiza; en último lugar, el 33% de los actores expresan pertenecer a otras etnias.

**Cuadro 42. Moda etnia por eslabón**

Moda etnia		
Eslabón	Indígena	Mestizo
Productores	62%	
Transformadores		18%
Comercializadores		20%

Se infiere que la etnia mestiza prevalece en los diferentes eslabones de la cadena láctea del departamento de Nariño, reconociendo relevantes porcentajes en los actores en cuanto a la moda estadística.

**5.1.1.8 Ingresos económicos.** Los ingresos económicos, como es natural emerge el desarrollo social y estabilidad económica necesarios para la persona, ya que este crea una base socioeconómica básica para tener un nivel y calidad de vida satisfactoria, por eso se puede decir que se consolida, como la fuerza de trabajo que asumen los actores del sector lácteo para la producción.

En relación a los ingresos devengados por los actores de la cadena láctea, se procederá a dar a conocer las diferentes formas de ingresos que tienen estas personas, tras la realización de su actividad productiva, por ello dentro del eslabón de producción se comprobó que:

**Cuadro 43. Ingresos económicos por eslabón**

Estado civil				
Categoría	Productores %	Categoría	Transformadores %	Comercializadores %
Menos de 1 SMLV	70	Menos de 50 SMLV	81	94
Entre 1 y 10 SMLV	24	Entre 50 y 60 SMLV	11	6
Más de 10 SMLV	3	Entre 60 y 70 SMLV	1	0
Ninguno	3	Entre 70 y 80 SMLV	3	0
		Entre 80 y 90 SMLV	1	0
		Más de 90 SMLV	3	0

Los resultados proyectados en el esquema muestran que el 70% de los productores encuestados ganan menos de un salario mínimo legal vigente, permitiendo así que la persona obtenga ingresos menores a 500.000 pesos por mes, de esta forma se observa un desequilibrio en el aspecto económico, que obstaculiza la satisfacción adecuada de necesidades básicas y por ende el acceso a servicios, (acceso a educación, salud, vivienda, alimentación entre otras), afectando a la población del área rural.

Por otro lado el 24% devengan ingresos entre 1 y 10 SMLV por venta de leche, accediendo a tener recursos económicos considerables, para la sostenibilidad de su núcleo familiar y el crecimiento de su actividad productiva, y solo un 3% de la población obtienen ingresos mayores a 10 SMLV, finalmente el 3% de los productores devengan un salario económico diferente, al rango de salarios tomados por la investigación.

Con respecto a los ingresos brutos mensuales de las empresas transformadoras, se puede examinar que el 81% posee un ingreso mensual menor de cincuenta

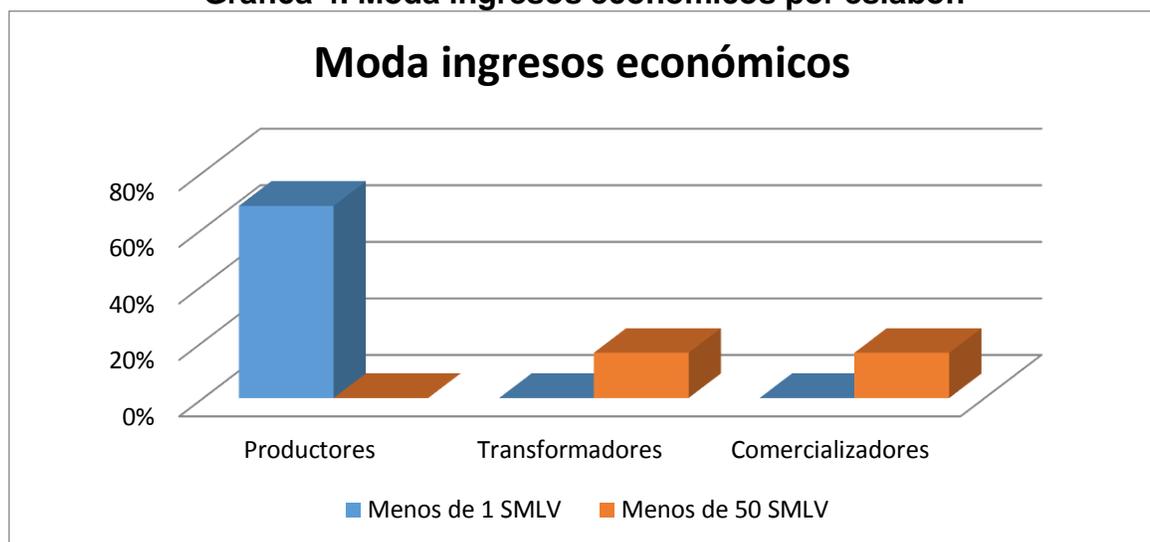
salarios mínimos legales vigentes, cabe agregar que el 11 %, ostentan un ingreso económico entre cincuenta y sesenta salarios mínimos, también se allá en un porcentaje menos representativo del 1% que devenga entre los sesenta y setenta salarios mínimos. Seguidamente el 3% adquiere un ingreso entre setenta y ochenta salarios mínimos no obstante el 1% retribuyen un salario mínimo entre ochenta y noventa salarios en definitiva, tan solo el 3% asumen un ingreso mayor de noventa salarios mínimos.

En lo que se refiere a los salarios de las empresas transformadoras, permite analizar cómo estas empresas hay mayor presencia de un ingreso inferior a cincuenta salarios mínimos, no obstante, se ubica en segundo lugar los ingresos superiores a noventa salarios mínimos mensuales, como resultado, se identifica que los actores encuestados en el eslabón de transformación, cuentan con ingresos económicos precisos, que les permiten su desarrollo y crecimiento como empresa.

Así mismo es importante mentar que en un porcentaje considerable las empresas transformadoras ejecutan actividades y labores de comercialización y sus recursos económicos y participación dentro del sistema de producción son muy significativos.

En el eslabón de comercialización el 94 % de las empresas que distribuyen comercialmente productos lácteos, mantiene un ingreso bruto mensual menor de cincuenta salarios mínimos y tan solo el 6 % manifiestan adquirir ingresos superiores a los cincuenta y sesenta SMLV, en consecuencia se puede diferir que las empresas que conforman este eslabón de comercialización, se constituyen entre pequeñas y medianas empresas, que tienen estrecha relación con sus ingresos mensuales.

**Gráfica 4. Moda ingresos económicos por eslabón**

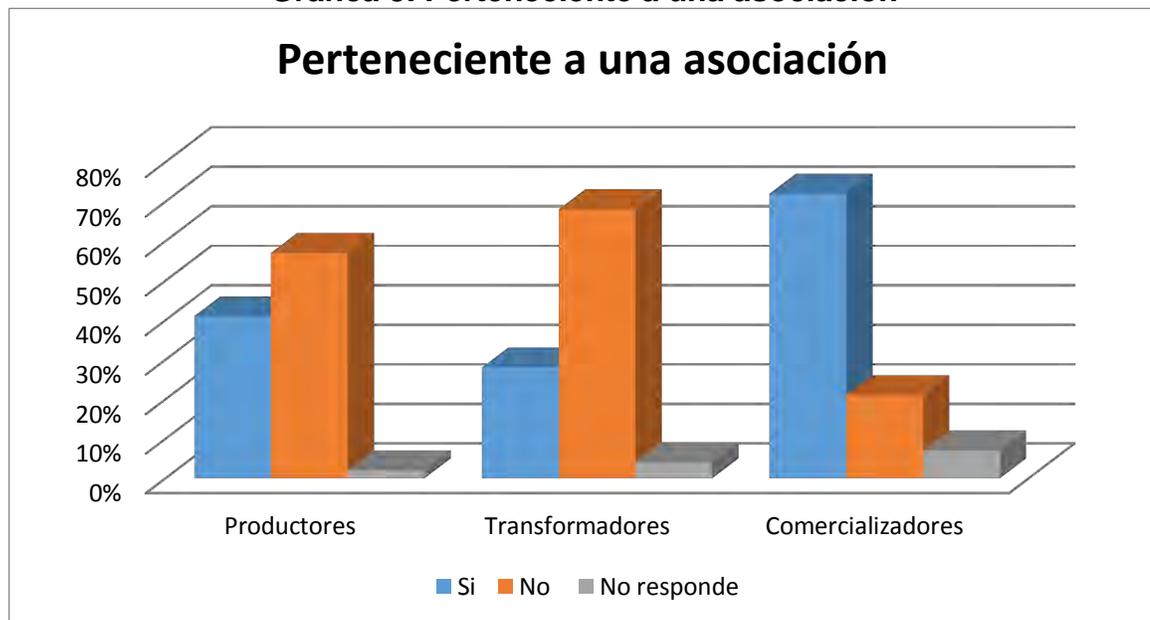


Según la moda en los tres eslabones sujeto de estudio (ver gráfica 4), con respecto al ingreso promedio que generan, se puede observar que los productores obtienen bajos ingresos económicos por debajo de un salario mínimo legal vigente, que tiene consecuencias a la hora de cubrir necesidades básicas del hogar. Con respecto a las empresas de transformación y comercialización, se pudo observar que cada una de las empresas obtienen ingresos brutos en un rango menor de cincuenta salarios mínimos legales vigentes, demostrando como resultado mayor desarrollo económico por su organización lo que da lugar a la sostenibilidad y permanencia en el sector lácteo.

**5.1.1.9 Asociatividad.** A continuación, se da a conocer el enfoque que reconoce la importancia estratégica del trabajo conjunto de los actores de la cadena láctea. Contemplada en la operacionalización de variables donde hacen referencia a: redes de cooperación, articulación comercial, alianza en cadenas productivas, alianza en Clusters, Joint Venture, y consorcios.

Para estos resultados se tiene en cuenta: pertenecer a una asociación, el interés por pertenecer a alguna asociación y los factores determinantes para que tomen la decisión de asociarse.

**Gráfica 5. Perteneciente a una asociación**



Teniendo en cuenta la información obtenida, se puede observar que el 57% de los productores encuestados no está afiliado a ninguna asociación; el 41% si pertenece a una asociación y tan solo el 2% no respondieron.

Según la información recolectada el 68% de los transformadores no está vinculada a ninguna asociación; el 28% si pertenece a alguna asociación, y el 4% no responde a la pregunta formulada.

En la información suministrada por los comercializadores se pudo observar una mayor vinculación a una asociación con un porcentaje del 72%; el 21% de los comercializadores no se encuentran vinculados a una asociación; y el 7% no respondió.

Teniendo en cuenta la información anterior se logra determinar la moda de pertenencia a las asociaciones de los tres eslabones.

**Cuadro 44. Moda Perteneciente a una asociación**

Moda nivel de asociación		
Eslabón	Si	No
Productores		69%
Transformadores		16%
Comercializadores	15%	

Partiendo de la información obtenida según la moda de pertenencia a una asociación de los tres eslabones se puede observar que los comercializadores son los que presentan relación con una asociación, a diferencia de los productores y transformadores que presentaron menor cantidad de afiliados o asociados.

Por otra parte, se identificó en la población sujeto de estudio acerca del interés que tienen los actores de la cadena láctea del departamento de Nariño con relación asociarse, por tanto se obtuvo la siguiente información:

**Cuadro 45. Interés en asociarse**

Interés en asociarse			
Eslabón	Si	No	No responde
Productores	71%	14%	15%
Transformadores	40%	22%	38%
Comercializadores	8%	10%	82%

Según la información suministrada por el eslabón de productores, existe un mayor interés en asociarse con un porcentaje del 71%, los encuestados afirman que al asociarse se obtienen garantías y mayores beneficios para sus procesos productivos, el 14% respondieron que no les interesa asociarse, el 15% que no sabe o no responde a este ítem, puesto que afirmaron no tener claro que beneficios les traería el asociarse, o si por el contrario podría perjudicarse.

En los transformadores predomina el interés por asociarse con un 40%, el 38% de los encuestados no respondieron o afirmaron no conocer realmente las funciones de una asociación y los servicios que ésta presta en cuanto a su labor productiva. Sumado a esto, el 22 % de la población no refiere un interés por asociarse puesto que asumían una posición de que para ellos es mejor trabajar de forma individual ya que obtenían mayores ganancias sin necesidad de intermediarios.

En el eslabón comercializador existe poco interés por asociarse tan solo el 8%, asume una posición de interés acerca de esta pregunta, el 10% de la población no tienen interés por pertenecer alguna asociación y el 82%, no asume ninguna posición frente a este ítem, es decir en este eslabón se da una marcada tendencia al desinterés y poca preocupación por trabajar de manera asociativa.

**Cuadro 46. Moda interés en asociarse**

Moda interés en asociarse		
Eslabón	Si	No responde
Productores	76%	
Transformadores	8%	
Comercializadores		16%

Con la información recolectada se pudo observar que los productores tienen mayor interés en trabajar colectivamente, en el eslabón transformador existía una parte de la población que si pertenecía a una asociación, y en el momento de preguntarle por el interés en asociarse se observa mayor interés. Sobre el interés por pertenecer a una asociación por parte de los comercializadores se hizo notorio el desinterés y la poca importancia que algunos le daban dado que muchos no respondieron a este ítem.

Como complemento a esta variable el estudio también permitió conocer de los actores que están interesados en asociarse, cuáles eran los principales motivos para hacerlo y la importancia que le daban a los ítems planteados la cual se calificó de uno a seis, en donde uno es el menor valor y seis es el máximo valor de calificación a los ítems. Los resultados fueron los siguientes:

**Cuadro 47. Nivel de interés en asociarse**

Interés en asociarse			
Rango	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
1	32	27	22
2	7	4	2
3	7	3	3
4	11	6	0
5	11	1	5
6	14	1	0
No sabe no responde	18	58	68

Según el resultado de la encuesta se pudo observar que el 32% califica este ítem con un nivel 1 de importancia lo que es relativamente bajo el interés de asociarse de los productores, siguiendo con el 7% de los encuestados califico un nivel de importancia de 2 en interés por asociarse, el 7% con un nivel de importancia de 3 en interés por asociarse, el 11% con un nivel de importancia de 4 en interés por asociarse, el 14% con un nivel de importancia de 6 en interés por asociarse. También otro valor que se rescata es de aquellas personas que no conocían o no sabían si asociarse les permitiría realizar compras beneficiosas, este aspecto se evidencia en el 18% de la población.

En los transformadores el 58% evade dar respuesta a esta pregunta, esta característica se presenta sobre todo porque a través del trabajo de campo realizado, muchas de la personas encuestadas expresaron no considerar importante asociarse debido a que no tenían claro si esto les serviría para desarrollar de mejor manera sus actividades productivas, es importante destacar que en este eslabón se da un marcado desinterés de asociarse por esta razón, puesto que el 27% de ellos califican con un nivel de 1.

En el eslabón comercializador un 22% le atribuye la calificación de nivel 1 de importancia de asociarse por dicha razón. Cabe resaltar que el 68%, de la población encuestada, evade o no da respuesta a esta pregunta, evidenciando un desinterés o prestándole poca importancia a este aspecto.

**Cuadro 48. Moda nivel de interés en asociarse**

Moda interés en asociarse			
Rango	Productores	Transformadores	Comercializadores
1	57%		
No sabe no responde		21%	22%

En este ítem muchas de las personas encuestadas afirmaban que no les interesaba asociarse para este fin, puesto que consideraban que podían obtener mayores ganancias si sus ventas las hacían de manera individual, porque así no debían “rendirle cuentas a nadie”. Por otro lado, muchos evaden la pregunta y se limitaban a no contestar porque expresaban no tener conocimiento acerca de que si al vincularse a una asociación, esta les permitiría realizar ventas y en qué condiciones se daban dichos procesos de negociación de productos, preguntándose así, si esto les podría traer desventajas a futuro en sus respectivos procesos productivos o de comercialización.

**Cuadro 49. Interés en asociarse por asistencia técnica**

Interés en asociarse			
Rango	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
1	34	19	15
2	15	5	9
3	7	1	4
4	6	10	2
5	9	3	0
6	11	1	0
No sabe no responde	18	61	70

Al eslabón de productores es a quienes más les interesa asociarse por esta razón, el 34 % le da una puntuación de 1, aquí ya se puede encontrar un tanto de mayor interés ya que hay variedad de calificaciones destacándose entre ellas, que el 11% le dieron la puntuación de 6 a este ítem; además el 9% de la población también atribuye una calificación significativa equivalente a 5, lo cual denota cierto grado de aceptación por vincularse teniendo en cuenta este aspecto. Sin embargo, se presenta que el 18% no responde a la pregunta, referenciando el trabajo de campo, este factor se hace evidente puesto que muchos desconocen lo que implica tener una adecuada asistencia técnica y la contribución a sus procesos.

En los transformadores el 61% no dan respuesta a la pregunta, se reitera el patrón de darle poca importancia al ítem, incluso se da por desconocimiento de cómo influye la asistencia técnica en su proceso productivo, puesto que algunos asimilaban que ello no tenía relación con su sector. Seguido a esto un porcentaje del 19% la califica pero con nivel de 1 de importancia.

En los comercializadores el 70% no responde la pregunta, cabe aclarar que en este eslabón no se da por desconocimiento, sino que ellos daban a conocer a través del trabajo de campo, que este no sería un factor relevante, puesto que al llegar a tener un negocio o lugar de comercialización se tienen que cumplir con unos requisitos por tanto, el estar o no asociado no influye puesto que seguirían realizándose los mismos procesos, Por su parte, el 15%, califican este aspecto con el nivel de uno, volviendo a reiterarse la poca valides o significancia que le dan a este aspecto.

**Cuadro 50. Moda interés en asociarse por asistencia técnica**

Moda interés en asociarse			
Rango	Productores	Transformadores	Comercializadores
1	58%		
No sabe no responde		21%	21%

El desinterés o desconocimiento de las oportunidades y beneficios que les puede brindar una asociación predomina en mayor parte de los eslabones encuestados o no dan una respuesta a la pregunta, por tanto se puede deducir que la calidad de los productos lácteos es mínima, puesto que en ausencia de una asistencia técnica efectiva la calidad de los productos baja notablemente. Además se encontró que las personas no tienen una educación en cuanto a las ventajas y fortalezas de asociarse, es por ello que le prestan poco interés ya que al desconocer no pueden identificar si este ítem es de gran relevancia para su proceso productivo.

**Cuadro 51. Nivel de interés para asociarse por gestión empresarial**

Interés en asociarse			
Rango	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
1	29	16	15
2	8	7	10
3	7	4	2
4	7	3	3
5	15	4	0
6	15	3	1
No sabe no responde	19	63	69

En el eslabón de productores se observa que el 29% califica a este ítem con un valor de 1 de importancia, pero también se dan dos tendencias con más porcentaje en un 15 % las personas encuestadas califican este ítem en un nivel de 5 y 6 de importancia al interés de asociarse por gestión empresarial.

En los transformadores se encuentra como resultado la opción de no responder al ítem, con un 63% de las personas encuestadas, es decir la mayoría, sin embargo existe otro porcentaje y es el de 16%, quienes califican a este aspecto con valor a uno de importancia. Los otros valores restantes obtienen frecuencias muy bajas y de igual manera sus porcentajes.

En este ítem, los comercializadores vuelve a repetirse que la mayoría de la población no responde con un 69%, dado que al encuestarlos, ellos inferían que la gestión la realiza la empresa comercializadora y dado el caso de utilizar un intermediario como la asociación, se perdería su función como empresa y por ello se identifica que la calificación que más predomina después de la abstinencia de respuesta es del 15% con un calificativo de nivel 1 pero de manera muy baja.

**Cuadro 52. Moda Nivel de interés para asociarse por gestión empresarial**

Moda interés en asociarse			
Rango	Productores	Transformadores	Comercializadores
1	54%		
No sabe no responde		23%	23%

En este ítem de interés es evidente que el desinterés o desconocimiento de las oportunidades y beneficios que les puede brindar la gestión empresarial como la actividad que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios.

**Cuadro 53. Interés para asociarse por proceso de comercialización**

Interés en asociarse			
Rango	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
1	34	24	18
2	7	6	3
3	9	3	4
4	7	5	2
5	11	0	2
6	14	1	1
No sabe no responde	18	61	70

En el eslabón de los productores, el 34% lo califican con un nivel de importancia de uno, seguido del 18% que no dan respuesta. Pero cabe destacar que el 14% de la población le da una calificación en un nivel 6, el 11% de un nivel 5, 9% en un nivel 3 y el 7% nivel 2 y 4, lo cual evidencia el interés de los productores por asociarse teniendo en cuenta esta característica.

En los transformadores se da la tendencia a no responder, con un 61%, en este aspecto los transformadores decían no tener en cuenta qué beneficios obtendrían al pertenecer a una asociación por este aspecto, por tanto se limitaban a contestar, el 24% que lo califican con valor de uno y aquí se reitera la visión que tienen al no conocer realmente cómo influiría la asociación en este aspecto.

En el caso de los comercializadores el 70% no responde al planteamiento, puesto que refieren que ellos mismos como eslabón son quienes desarrollan la actividad de comercializar sus productos. Sin embargo, algunos el 18% solo califican a este ítem con un nivel de uno de importancia, ya que en ocasiones pueden dificultarse las labores de comercialización y requerirían de ayuda.

**Cuadro 54. Moda interés para asociarse por proceso de comercialización**

Moda interés en asociarse			
Rango	Productores	Transformadores	Comercializadores
1	59%		
No sabe no responde		20%	21%

La mayoría de las personas encuestadas en los tres eslabones de la cadena láctea no quisieron responder al Ítem del Interés en asociarse por proceso de comercialización ya que ellos tienen la convicción de que no les conviene que otras personas conozcan sobre sus labores productivas ya sea por desconfianza o simplemente porque no les interesa que estén pendientes del desarrollo de las actividades que ejecutan. Y por otro lado, existían personas que pese a no calificar muy alto al ítem manifestaban que en ocasiones, dejar que otra persona intervenga en sus procesos productivos, podría ayudar a identificar qué falencias existen en sus procesos y de esta manera poder corregirlas a tiempo y no obtener pérdidas económicas.

La asociatividad, también puede ser utilizada para realizar negociaciones o ventas, este factor fue de mayor acogimiento por parte de la comunidad encuestada, por tanto se obtuvo los siguientes resultados:

**Cuadro 55. Interés para asociarse por negociaciones y ventas**

Interés en asociarse			
Rango	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
1	40	31	19
2	9	3	2
3	4	6	3
4	6	4	3
5	10	0	2
6	15	1	1
No sabe no responde	16	55	70

Para los productores, este ítem fue acogido con mayor auge, dado que se obtuvieron resultados significativos con un 40% de la población calificó con un valor de 1 el interés, seguido de un 15% para quienes es bastante importante asociarse por esta razón, puesto que la calificación fue con un valor a seis en el rango de importancia. Aunque se presenta una tendencia a la no respuesta, ya es menor que en anteriores ítems con el valor de un 16%.

En cuanto, a los transformadores pese a seguir presentándose poca receptividad a los ítems planteados, para este caso el 55% no responde a la pregunta y le prestan poca atención, solo el 31 % responde con un nivel de uno de importancia al interés de asociarse por negociaciones y ventas.

En el eslabón de los comercializadores se observó poca receptividad al contestar este ítem. Ya que el 70% no respondió, asumiendo la posición que la empresa gestiona negociaciones y ventas para que no se vean afectados sus productos y el 19% calificó con un nivel de importancia de uno al responder este ítem.

**Cuadro 56. Moda Interés para asociarse por negociaciones y ventas**

Moda interés en asociarse			
Rango	Productores	Transformadores	Comercializadores
1	63%		
No sabe no responde		17%	20%

Al igual que en los anteriores Ítem de Interés por asociarse en los diferentes eslabones se presentó la misma característica del poco interés en contestar esta pregunta ya que piensan que al asociarse, divulgarán la información que adquirieron ellos al desarrollar sus actividades tanto en producción como transformación y comercialización, demostrando que las convicciones de los actores de la cadena láctea de Nariño no permiten el avance en el progreso del sector lácteo.

Otro de los ítems indagados se encuentra relacionado con el interés de asociarse respecto a la asistencia financiera, en la cual se presentaron los siguientes resultados:

**Cuadro 57. Interés para asociarse por asistencia financiera**

Interés en asociarse			
Rango	Productores %	Transformadores %	Comercializadores %
1	36	26	18
2	7	3	3
3	2	3	0
4	5	1	3
5	8	4	3
6	25	4	4
No sabe no responde	17	59	69

En el cuadro anterior. El eslabón de productores presentó que el 36% de los encuestados califica con un nivel de uno de importancia de este ítem, pero en contraste con este resultado, se dio que el 25% le dio un nivel de seis de importancia al momento de asociarse por asistencia financiera.

En el eslabón de los transformadores el 59% no califica o no quiere responder este ítem, debido a que para ellos, es muy difícil obtener una asistencia financiera por parte del estado y menos aún que la reciban de la asociación, sin embargo el 27% le dio un nivel de uno de importancia a este aspecto.

En los comercializadores el 69% no respondieron, en el trabajo de campo ellos refirieron que no le prestan atención a este ítem, ya que son empresas que han aprendido a financiarse con las ventas de sus productos creyendo que pueden continuar así sin ningún cambio ni progreso. Y solo el 18% le da una calificación de nivel uno al ítem.

**Cuadro 58. Moda interés para asociarse por asistencia financiera**

Moda interés en asociarse			
Rango	Productores	Transformadores	Comercializadores
1	59%		
No sabe no responde		20%	21%

En cuanto al análisis descriptivo de la variable clases de asociatividad, para el eslabón de productores primarios se hace evidente mayor interés de asociarse por este ítem en particular, tomando como referencia el trabajo de campo realizado, el eslabón de productores es el que se encuentran en las condiciones más precarias dado que no tienen recursos económicos que les ayuden a solventar sus necesidades, mucho menos para desarrollar procesos productivos que sean realmente adecuados, por tanto, requiere de un subsidio o ayuda financiera, para salir adelante y seguir desarrollando sus actividades productivas en las fincas.

Por otro lado, los transformadores se limitaban a no responder, puesto que consideraban que al asociarse es muy difícil que se brinde una asistencia financiera, debido a que la asociación está integrada por los mismos habitantes de la región y se sostiene por las contribuciones que ellos realizan.

Por su parte, los comercializadores miraban aún más lejana la posibilidad de la asistencia financiera, a no ser de que puedan provenir del gobierno, mas no de la misma asociación. Sin embargo, expresaban no tener confianza en las políticas que genera el gobierno Nacional, puesto que en muchas ocasiones pueden brindar subsidios, pero es muy difícil acceder a ellos.

**5.1.2 Variable económica.** El contexto económico del departamento de Nariño está relacionado con una serie de factores como: producción, precio, oferta de leche, acuerdos comerciales, oferta de derivados lácteos, ingresos, gastos, actividades desarrolladas, maquinarias y equipos.

### 5.1.2.1 Producción, precio y oferta de leche.

**Cuadro 59. Litro de leche producida**

Producción de leche		
Categoría	Rango litros	Frecuencia %
1	1 a 100 l	91
2	101 a 200 l	6
3	201 a 300 l	0
4	301 a 400 l	1
5	401 a 500 l	1
6	501 a 600 l	0
7	No responde	1

Según los datos obtenidos de los productores del primer eslabón de la cadena láctea del departamento de Nariño, se puede observar en el cuadro anterior que la mayoría producen en pequeñas cantidades, es decir en un rango de 1 a 100 litros diarios, lo que representa el 91% de los productores, seguido del 6% que producen de 101 a 200 litros de leche por día.

Teniendo en cuenta que el departamento de Nariño se caracteriza por tener producciones minifundistas, además de trabajar con costos de producción altos, teniendo una alta dependencia de insumos externos, o sea que no son producidos en la finca, como; concentrados, sales mineralizadas, abonos y su limitada organización, lo cual reprime una mayor producción y calidad de la leche.

**Gráfica 6. Precio de leche**



La relación del precio de leche (ver gráfica 6). Se ve reflejada con la calidad de la misma, así mismo se observa que un 35% de los productores venden entre \$600 pesos y \$700 pesos por litro de leche, siendo este el porcentaje más alto y con un mínimo porcentaje de 0.3%, el precio máximo al cual se está vendiendo el litro de leche esta entre \$1.100 pesos y \$1.200.

**Cuadro 60. Oferta de leche con respecto al mercado de destino**

Oferta de leche	
Categoría	Porcentaje
Plantas	37%
Intermediarios	48%
Consumidores	2%
Cooperativas	8%
Otros	5%

La leche es ofertada con destino a diferentes mercados; entre los que se encuentran los intermediarios con un 48% teniendo la participación más alta, lo que puede ser tomado de forma negativa, ya que los Intermediarios no aseguran el precio de la leche para el productor, ocasionando una disminución en los ingresos generados por la venta del producto, además de este también se comercializa la leche en plantas procesadoras que representan un 37% del mercado existente, además de estos mercados se encuentra con menor participación las cooperativas con un 8%, y la oferta que se hace directamente al consumidor con un 2%.

El cuadro anterior muestra la cantidad de litros de leche que es ofertada por los productores primarios, a los diferentes destinos, encontrando la venta de leche a plantas procesadoras con 31% en un rango de 1 a 100 litros diarios; a partir de 101 a 300 litros el porcentaje reduce notoriamente y en adelante se muestra que la capacidad de oferta por parte de los productores primarios con destino a las diferentes plantas tiene un porcentaje de 0.3%. Demostrando así que la producción diaria de estos productores está por debajo de los 100 litros diarios, además se puede identificar que el 65% del producto ofertado no va con destino a este tipo de plantas, debido a las exigencias en cuanto a calidad sanitaria que se exige por parte de las plantas procesadoras.

**Cuadro 61. Cantidad de litros ofertados**

Cantidad en litros ofertados				
Categoría	Rango litros	Frecuencia % plantas procesadoras	Rango litros	Frecuencia % intermediarios
1	1-100 l	31	1-20 l	31,0
2	101-200 l	1,2	21-40 l	12,0
3	201-300 l	1	41-60 l	3,0
4	301-400 l	0,3	61-80 l	3,0
5	401-500 l	0,3	81-100 l	1,0
6	501-600 l	0	101-120 l	0,3
7	601-700 l	0,3	No venden	50,0
8	701-800 l	0,3		
9	801-900 l	0,3		
10	900-1000 l	0,3		
11	No venden	65		
Categoría	Rango litros	Frecuencia % consumidores directos	Rango litros	Frecuencia % otros clientes
1	1-5 l	1	1-50 l	3
2	6-10 l	0,3	6-10 l	1
3	No venden	98,7	No venden	96
Categoría	Rango litros	Frecuencia % cooperativas	Rango litros	Frecuencia % autoconsumo
1	1-50 l	6	1-3 l	79
2	51-100 l	2	4-6 l	11
3	101-400	1	7-9 l	1
4	No venden	91	No deja	9

En cuanto a la comercialización de leche a intermediarios, predomina un mercado de pequeños productores por la cantidad de litros ofertados en su mayoría de 1 a 20 litros por día con un 31%, el 12% entre 21 litros y 40 litros, disminuyendo gradualmente de los 41 a 120 litros, destacando que el 50% de los productores prefieren no vender a los intermediarios.

La oferta con destino a consumidores directos se hace en pequeñas cantidades, en el rango de 1 a 5 litros de leche diarios representa el 1% de este tipo de mercado, y en un menor porcentaje se encuentra el rango de 6 a 10 litros con destino al consumidor lo que representa el 0.3% del mercado y el 98.7% de los productores prefieren no vender al consumidor directamente.

Se aprecia que es poco frecuente la acogida con destino a cooperativas, ya que se observa que la oferta de 1 a 50 litros es del 6%, de 51 a 100 litros es del 2% y de 201 a 300 litros es del 1% de mercado. Con estos resultados se puede

observar que el 91% de los productores prefieren no vender a cooperativas u otras asociaciones.

En la comercialización de leche se puede apreciar que la oferta a otros clientes es baja representando un 3% en un rango de 1 a 5 litros, mostrando un alto porcentaje que decide no vender a otros clientes con un 96%. Con lo cual se puede determinar que el productor enfoca su productividad según el mercado al que piensa ofertar.

La mayoría de los productores del departamento de Nariño dejan leche para el consumo diario de su familia ya que este es un alimento esencial. En un rango de 1 a 3 litros el cual representa el 79% de la población encuestada, entre tanto el 9% de los productores prefiere no dejar leche para el autoconsumo.

En base a lo anterior se pudo observar el comportamiento del mercado de destino de la producción de leche del departamento de Nariño. Además Según el criterio del que ofrece, existen diferentes tipos de motivaciones por las cuales se puede cambiar el mercado de destino las cuales se clasifican de la siguiente manera:

**Cuadro 62. Razones por las cuales se cambia el destino de la oferta de la leche**

Destino de leche	
Categoría	Porcentaje
Exigencia de calidad	2%
Exigencia de cantidad	0,0%
Mejores precios	6%
Oferta anticipos	1,0%
Pagos anticipados	1,0%
Otras razones	1%
No cambia	86,0%
No responde	3,0%

Con respecto al cambio de destino que hacen los productores al momento de vender, el 86% de los productores prefieren no cambiar de clientes, el 3% prefirieron no responder a este ítem y la variedad de razones por las cuales los productores del departamento de Nariño cambian de clientes, se puede observar en el cuadro anterior; un 2% de los productores cambian de comprador por exigencias de calidad, el 6% de ellos cambian de compradores por la posibilidad de mejorar los precios, que es lo que la mayoría de productores buscan, además ellos aseguran que las exigencias de calidad se imponen, pero estas no se reflejan en un mejor precio por litro de leche vendido, en oferta de anticipos es representado en un 1%, pagos anticipados 1% y finalmente por otras razones con el 1%.

**Cuadro 63. Bonificaciones recibidas en la venta de leche**

<b>Bonificaciones de leche</b>	
<b>Categoría</b>	<b>Porcentaje</b>
Sólidos totales	0,8%
Porcentaje de grasa	0,3%
Porcentaje de proteínas	0,3%
Tiempo de reductasa	0,5%
Frio	0,3%
Unidades formadoras de colonias	0,3%
No recibe bonificaciones	68,5%
No sabe	29,1%

En el cuadro anterior se puede observar que una pequeña parte de los productores reciben algún tipo de bonificación por la venta de la leche, el 0.8% de los productores recibe bonificación por sólidos totales, por otro lado el 0.5% de ellos recibe bonificación por tiempo de reductasa, y las demás bonificaciones existentes están en un rango de 0.3%, esto deja ver claramente que dentro del sector lácteo no se viene desarrollando estrategias para la mejora del producto y para que el productor se incentive en perfeccionar el proceso productivo, ya que en muchos de los casos no se tiene conocimiento de las bonificaciones existentes debido a que el 29.1% de las personas no sabe si recibe algún tipo de bonificación por la venta del producto. Entre tanto el 68.5% de los productores no recibe ningún tipo de bonificación.

#### **5.1.2.2 Acuerdos comerciales.**

**Cuadro 64. Establecer acuerdos comerciales con los compradores**

<b>Establece acuerdos</b>	
<b>Categoría</b>	<b>Porcentaje</b>
Si establece	77,5%
No establece	14,8%
No responde	7,7%

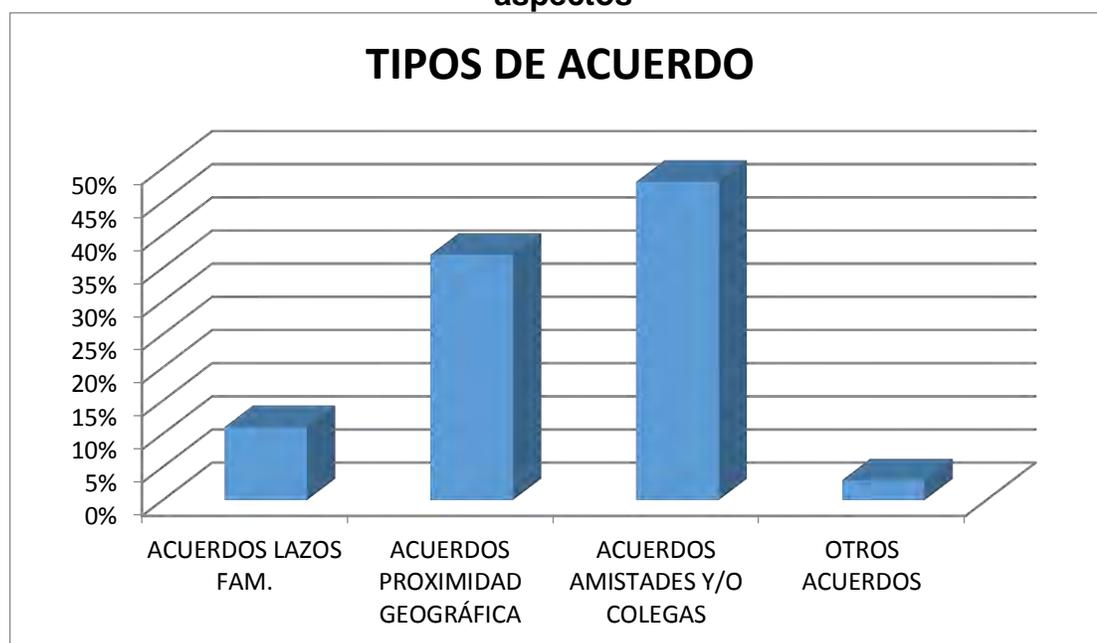
El cuadro anterior muestra que un 77.5% de los productores establecen algún tipo de acuerdo comercial, dado que para ellos es importante el desarrollar acuerdos que mejoren varios aspectos a la hora de vender; como el precio, cantidad, condiciones y formas de pago, entre otros; por otra parte el 14.8% no establecen acuerdos, lo que ocasiona falencias e inconformidad en las negociaciones existentes y el 7.7% de los productores no responden a este ítem.

**Cuadro 65. Tipos de acuerdos establecidos con los compradores**

Tipos de acuerdo	
Categoría	Porcentaje
Formal	68,4%
Informal	31,6%

Según el tipo de acuerdo que escogen los productores a la hora de hacer negocios como se observa en el cuadro antepuesto, es del 68.4% de los productores prefiere establecer acuerdos formales con sus compradores, entre tanto el 31.6% de ellos define acuerdos pero de tipo informal, por lo cual se puede afirmar que para la mayoría de ellos es importante establecer relaciones formales en la venta del producto, por medio de un contrato, debido a que con este documento existe la posibilidad de contraer derecho y obligaciones para cada una de las partes, lo cual brinda seguridad en las negociaciones.

**Gráfica 7. Acuerdos de venta de leche teniendo en cuenta diferentes aspectos**



De acuerdo con la gráfica anterior, el 11% de los productores escogen realizar negociaciones familiares, el 37% de los productores realizan la venta a sus compradores debido a la proximidad geográfica, lo que facilita de alguna manera el transporte de la leche; con un porcentaje mayor de 49%, se encuentra los que realizan este tipo de acuerdo con vínculos de amistad o colegas de trabajo, entre otras razones se encuentran los que realizan la venta por la seriedad del comprador frente al cumplimiento de las negociaciones pactadas, representada en un 3% de los productores.

**Cuadro 66. Políticas de cobro**

Políticas de cobro	
Categoría	Porcentaje
Al contado	53%
Crédito 15 días	20%
Crédito 30 días	24%
Crédito 45 días	2%
Otros	1%

Como se observa anteriormente. El 53% de los productores realizan la venta de la leche al contado, la política de venta con crédito a 15 días de plazo se encuentra en el 20% de las ventas realizadas, en un 24% se hallan las ventas a crédito a 30 días y por último se encuentra en un 2% las ventas realizadas con un pago correspondiente a 45 días y finalmente otras formas de cobro son del 1%.

Las ventas a crédito se regulan con un contrato en el cual se establece el precio de venta y el sistema de pagos. Al extenderse el plazo de cobro se refleja un aumento en el riesgo que el valor del dinero a recuperar puede disminuir con el tiempo, lo cual afecta de manera directa los ingresos del productor, así mismo mayor incertidumbre en la realización de los cobros de las ventas de manera exitosa.

**Cuadro 67. Forma a través de la cual se realiza la oferta de la leche**

Oferta de leche	
Categoría	Porcentaje
Venta individual	67%
Venta asociativa	31%
No responde	2%

En el cuadro anterior, se puede observar que el 67% de los productores de la cadena láctea del departamento de Nariño realizan la venta de leche de una forma individual, el 31% realiza la venta de una forma asociativa, lo que permite organizarse a la hora de hacer negociaciones y el 2% de los productores no respondieron a este ítem.

**5.1.2.3 Oferta de derivados lácteos.** El eslabón de los transformadores utiliza la leche como materia prima de producción, para el proceso de transformación a nivel industrial o artesanal de los derivados lácteos. En los diferentes municipios del departamento de Nariño existen pequeños productores de derivados lácteos, los cuales tienen su nicho de mercado en cierto segmento urbano y principalmente en las ciudades intermedias hacia donde destinan sus productos. Por lo tanto se considera que existe un oligopolio porque el procesamiento se realiza en pequeña

escala y la producción es colocada entre los consumidores y una gran cantidad de intermediarios comercializadores.

Dentro del portafolio de los productos ofertados se tiene: el queso casero, queso fundido, quesadillas, cuajada, yogurt y mantequilla entre otros. Entre estos productos se encuentra:

**Cuadro 68. Productos ofertados por los pequeños transformadores de la cadena láctea del departamento de Nariño**

Producto	Presentación comercial	Precio	Cantidades producidas mensualmente
Queso casero	Torta x 1000 g.	\$3.000	2500 unidades
	Torta x 500 g.	\$1.500	1000 unidades
Queso fundido	Bloque rectangular x 3 kg. (peso variable)	\$6.000	200 unidades
Quesadillas	Pequeña torta x 80 g.	\$800	100 unidades
Cuajada	Cuña x 1000 g.	\$2.500	250 unidades
Yogurt	Vaso de 150 g	\$500	120 unidades
	Garrafa x 750 g.	\$3.000	60 unidades
	Garrafa x 1750 g.	\$5.000	40 unidades
Mantequilla	Unidad x 125 g.	\$1.000	180 unidades
	Unidad x 500 g.	\$4.000	180 unidades

El cuadro anterior muestra los productos ofertados mensualmente por las pequeñas empresas transformadoras, donde se puede identificar la variedad de derivados lácteos que se producen en este eslabón, comercializados a través de los diferentes canales de distribución en los departamentos de Nariño, Cauca y Valle.

Existiendo una desventaja ya que los productos dentro del mercado tiene precios bajos, los cuales no alcanzan a cubrir los costos en los que han incurrido dentro del proceso de transformación, y debido a que son procesados en su mayoría de manera artesanal y no pueden penetrar en otros mercados ya que no cuentan con las condiciones necesarias para ser competitivos, esto es una limitante para competir en el mercado nacional o internacional y por tal razón la mayor parte de los productos son ofrecidos dentro de la región.

Los derivados lácteos son productos ya conocidos en el mercado, y forman parte de la canasta familiar, en el caso del departamento de Nariño, existen marcas que son reconocidas por el consumidor, por la frecuencia de consumo, y cuyos productos son elaborados por empresas transformadoras con larga trayectoria y reconocimiento, como lo son la Cooperativa de Productos Lácteos de Nariño (COLÁCTEOS), Lácteos Andinos de Nariño, Lácteos la Victoria, que han logrado

establecerse en el mercado, con una variedad de productos amplia y se oferta en diferentes presentaciones en el mercado Nariñense, junto con el promedio de precios a los cuales son vendidos a consumidores mayoristas, minoristas y detallistas:

**Cuadro 69. Productos ofertados por transformadores industriales de la cadena láctea del departamento de Nariño**

Producto	Periodicidad de venta mensual	Vr. Unitario	Vr. Total Mensual
Arequipe	168	\$ 1.800	\$ 302.400
Bebida láctea	280	\$ 3.000	\$ 840.000
Cereal	28	\$ 4.580	\$ 128.240
Crema de leche	28	\$ 4.650	\$ 130.200
Cuajada	196	\$ 4.600	\$ 901.600
Leche	420	\$ 780	\$ 327.600
Quesadilla	28	\$ 1.300	\$ 36.400
Queso	336	\$ 6.200	\$ 2.083.200
Queso campesino	100	\$ 3.700	\$ 370.000
Queso casero	364	\$ 13.200	\$ 4.804.800
Queso doble crema	364	\$ 4.500	\$ 1.638.000
Queso molido	28	\$ 6.500	\$ 182.000
Yogurth	280	\$ 1.910	\$ 534.800
Yogurth con cereal	84	\$ 1.500	\$ 126.000
Kumis	308	\$ 1.930	\$ 594.440
Mantequilla	364	\$ 3.690	\$ 1.343.160
Queso parmesano	224	\$ 2.500	\$ 560.000
Lonchas de queso	140	\$ 3.000	\$ 420.000
Queso Holandés gouda comino	56	\$ 9.600	\$ 537.600
Leche deslactosada	112	\$ 3.500	\$ 392.000
Total			\$ 16.252.440

#### 5.1.2.4 Ingresos y gastos generados por los diferentes actores de la cadena láctea del departamento de Nariño.

- **Ingreso mensual en fincas lecheras.** El ingreso mensual en las fincas lecheras es adquirido por la obtención diaria de la leche y esta depende de la calidad del producto e inocuidad en la producción. Además de los ingresos procedentes de la producción de la leche, los productores tienen otras fuentes de ingresos como son la agricultura, la venta de animales, el desarrollo de diferentes profesiones, por trabajos independientes y otros por ser empleados. Esta situación se presenta ya que los ingresos generados por la producción de leche no logran satisfacer las necesidades de los productores primarios.

**Cuadro 70. Ingreso mensual en fincas lecheras**

Intervalo (pesos)	
Categoría	Porcentaje
\$ 15.000 a \$3.707.623	91,0%
\$3.707.624 a \$7.400.248	4,0%
\$7.400.248 a \$11.092.871	0,5%
\$11.092.872 a \$14.875.495	0,3%
\$14.785.496 a \$18.478.119	0,5%
\$18.478.119 a \$22.863.366	0,5%
\$25.863.367 a \$29.555.990	0,3%
No responden	2,9%

Como se puede observar en el cuadro anterior, el 91% de los productores en el eslabón primario obtienen ingresos promedio entre \$15.000 a \$3.707.000 pesos, representado un porcentaje máximo alcanzado respecto al ingreso promedio mensual, seguido del 4% que representa a los productores que tienen como ingreso un valor entre \$3.707.000 a \$7.400.248 pesos, y en los demás casos los ingresos están por debajo de estos promedios. Finalmente el 2,9% de los encuestados no respondieron a esta pregunta.

A continuación se presenta el ingreso promedio mensual, recibido por los productores primarios del sector lácteo.

**Cuadro 71. Ingreso promedio mensual de los productores primarios**

NC	Intervalos		Frecuencia	Marca De Clase (Xj)	Xj. F
1	15.000	3.707.623	344	1.861.312	640.291.328
2	3.707.624	7.400.247	15	5.553.935	83.309.025
3	7.400.248	11.092.871	2	9.246.559	18.493.118
4	11.092.872	14.785.495	1	12.939.184	12.939.184
5	14.785.496	18.478.119	2	16.631.807	33.263.614
6	18.478.120	22.170.743	2	20.324.431	40.648.862
7	22.170.744	25.863.366	0	24.017.055	0
8	25.863.367	29.555.990	1	27.709.678	27.709.678
9	No responde		11	0	0
	TOTAL		378	118.283.961	856.654.809

Utilizando la fórmula correspondiente de acuerdo a los datos de la tabla presentada anteriormente  $x = \sum x_j \cdot f / n$  ( $856.654.809 / 378$ ) el ingreso promedio de los productores primarios es **\$2.266.283**, este es mayor a un salario mínimo (para el año 2013 \$589.500), resultando de las diferentes fuentes de ingresos que tienen los productores primarios, ya que en ocasiones el solo vender leche no logra satisfacer las necesidades de los mismos.

De igual forma teniendo en cuenta la fórmula  $S = \sqrt{\sum F (X_j - X) / N}$  ( $\sqrt{378*(118.283.961-2.266.283) / 378}$ ) donde la desviación típica o estándar arroja un resultado de **\$10.771**, es decir que este es el valor al cual tienden alejarse los valores concretos del promedio en la distribución presentada anteriormente.

Teniendo en cuenta el ingreso promedio total de los productores primarios del sector lácteo **\$2.266.283**, en la siguiente tabla se presenta el ingreso mensual por concepto de venta de leche, teniendo en cuenta el porcentaje que designaron los productores en la respectiva encuesta<sup>24</sup>.

**Cuadro 72. Ingreso mensual por concepto de venta de leche**

Intervalo (pesos)		
Categoría		porcentaje
\$339.942 a \$657.222		3,40
\$679.884 a \$997.164		2,60
\$1.019 .827 a \$1.337.106		11,40
\$1.359.769 a \$1.677.049		6,60
\$1.699.712 a \$2.016.991		6,10
\$2.039.654 a \$2.266.283		64,60
No responde		5,30

Como se observa en el cuadro anterior, el mayor ingreso en venta de leche por un mes esta entre \$2.039.654 a \$2.266.283 de pesos con un porcentaje de 64.6%, seguido de \$1.019 .827 A \$1.337.106 de pesos con un porcentaje de 11,40% de ingresos en el mes, el resto de los ingresos están por debajo del 7% y los encuestados que prefirieron no responder a esta pregunta tiene un porcentaje de 5,30%.

**Cuadro 73. Ingreso promedio mensual por concepto de venta de leche**

NC	Intervalo		Frecuencia	Marca De Clase (Xj)	Xj. F
1	339.942	657.222	13	498.582	6.481.569
2	679.885	997.165	10	838.525	8.385.247
3	1.019.827	1.337.107	43	1.178.467	50.674.088
4	1.359.770	1.677.049	25	1.518.410	37.960.240
5	1.699.712	2.016.992	23	1.858.352	42.742.097
6	2.039.655	2.266.283	244	2.152.969	525.324.399
7	No responde		20	0	0
	TOTAL		378	8.045.305	671.567.641

<sup>24</sup> ERAZO C, Ruby, *et al.* Análisis de factores económicos que influyen en los actores que conforman los eslabones de la cadena láctea en el departamento de Nariño. Pasto: 2014, p 94.

Utilizando la fórmula correspondiente de acuerdo a los datos de la tabla presentada anteriormente  $x = \sum x_j \cdot f / n$  (671.567.641/ 378) el ingreso promedio de los productores primarios por el concepto de venta de leche es \$1.776.633 , este es mayor a un salario mínimo para el año 2013 (\$589.500).

De igual forma teniendo en cuenta la fórmula  $S = \sqrt{\sum F (X_j - X) / N}$  ( $\sqrt{378 \cdot (8.045.305 - 1.776.633) / 378}$ ) donde la desviación típica o estándar arroja un resultado de \$ 2.503, es decir que este es el valor al cual tienden alejarse los valores concretos del promedio en la distribución presentada anteriormente.

Además de los ingresos mensuales que reciben los productores, cabe resaltar que muchas veces estos no cubren en su totalidad los gastos que estos generan, por tal razón los productores a falta de recursos para cubrir totalmente los gastos recurren a entidades financieras para solicitar créditos bancarios siendo esta una alternativa para dar solución a los problemas que frenan el desarrollo de iniciativas en los productores de leche. Cada vez son más las opciones de créditos bancarios que se ofrecen facilitando así el acceso a quien los quiera adquirir.

En el siguiente cuadro se observa el porcentaje de los productores que tienen obligaciones financieras, según información tomada de los productores del eslabón primario<sup>25</sup>.

**Cuadro 74. Obligaciones financieras**

Obligaciones financieras	
Categoría	Porcentaje
Tiene	51%
No tiene	46%
No responde	3%

Como se observa en el cuadro preliminar, las obligaciones financieras, el 46% de los productores no presentan endeudamientos con entidades financieras, el 51% de los productores si tienen obligaciones financieras y tan solo el 3% no quiso responder. Es decir que los ingresos recibidos no son suficientes para cubrir los gastos en los que incurren, por lo tanto optan por tomar un crédito bancario, generando este un gasto adicional para los actores del sector lácteo.

Con la información suministrada por los productores encuestados se puede identificar (ver cuadro 74). Que la mayoría de ellos acceden a créditos bancarios en el BANCO AGRARIO con un 33,41%. Ya que esta entidad otorga créditos para ser utilizados con fines agropecuarios, otra entidad reconocida por el apoyo a proyectos agropecuarios es CONTACTAR, con un 19,5% de participación, FUNDACIÓN MUNDO MUJER tiene un porcentaje de 17,3%, FINAMÉRICA con el 10,6% de intervención, BANCOLOMBIA Y BANCO CAJA SOCIAL tienen un porcentaje del 6,1 y 4,7% respectivamente. Y finalmente otras entidades como son

<sup>25</sup> Ibid., p 95.

DAVIVIENDA, BANCO DE OCCIDENTE, BANCO POPULAR, BBVA, BANCO DE BOGOTÁ y otras formas de solicitar crédito financiero tienen un porcentaje del 8,4%.

**Cuadro 75. Participación de entidades bancarias**

Entidades bancarias	
Categoría	Porcentaje
Banco agrario	33,41%
Bancolombia	6,10%
Banco caja social	4,70%
Contactar	19,50%
Fundación mundo mujer	17,30%
Finamérica	10,60%
Otros	8,40%

- **Ingresos mensuales transformadores.** Los ingresos en el eslabón de los transformadores son producto del proceso de transformación de la leche a los diferentes derivados lácteos.

**Cuadro 76. Ingresos mensuales en empresas transformadoras**

Intervalo (pesos)	
Categoría	Porcentaje
Menos de \$28.885.500	27%
\$28.885.500 a \$29.475.000	15%
\$29.475.001 a \$35.370.000	12%
\$35.370.001 a \$41.265.000	10%
\$41.265.001 a \$47.160.000	11%
\$47.160.001 a \$53.055.000	8%
Más de \$53.644.501	7%
No responde	10%

Los ingresos adquiridos en las empresas transformadoras tienen un mayor porcentaje en los ingresos mensuales menores de \$28.885.500 pesos con el 27% de los encuestados, seguido del 15% de las empresas transformadoras que adquieren ingresos de \$28.885.500 a \$29.475.000 de pesos, el 12% entre \$29.475.000 a \$35.370.000, el 10% entre \$35.370.000 a \$41.265.000, el 11% entre \$41.265.000 a \$47.160.000, el 9% entre \$47.160.000 a \$53.055.000 y con un 8% obtienen ingresos superiores a \$53.055.000, finalmente el 7% de los encuestados respondieron ganar más de \$53.644.501 de pesos. El 10% de los encuestados prefirieron no responder.

**Cuadro 77. Ingresos promedio mensuales en empresas transformadoras**

NC	Intervalos		Frecuencia	Marca de clase (Xj)	Xj. F
1	100.000	7.709.305	20	3.904.653	78.093.052
2	7.809.306	15.518.610	43	11.663.958	501.550.199
3	15.518.611	23.227.915	1	19.373.263	19.373.263
4	23.227.916	30.937.220	2	27.082.568	54.165.136
5	30.937.221	38.646.525	1	34.791.873	34.791.873
6	38.646.526	46.355.830	2	42.501.178	85.002.356
7	46.355.831	54.065.135	2	50.210.483	100.420.966
8	54.065.136	61.774.440	3	57.919.788	173.759.364
	<b>Total</b>		<b>74</b>	<b>247.447.764</b>	<b>1.047.156.210</b>

Para determinar el ingreso promedio mensual adquirido por los transformadores se hace uso de la siguiente fórmula estadística:

$$X = \sum X_j \cdot F / N$$

$$X = 1.047.156.210 / 74 = \$ 14.150.760$$

El ingreso promedio de los transformadores es de **\$ 14.150.760** equivalente a 24 salarios mínimos legales vigentes donde para el año 2013 fue de \$589.500, esto es bueno para el eslabón porque demuestra que la transformación de productos permite mejorar considerablemente las condiciones económicas de las empresas, como también mejorar la calidad de vida de los actores y los empleados. Además para obtener estos ingresos los actores acuden a otras fuentes de financiamiento para aumentar el monto de los ingresos como es el apalancamiento financiero por lo tanto es importante determinar los ingresos obtenidos únicamente por el desarrollo de venta de productos transformados.

Teniendo en cuenta la siguiente fórmula  $S = \sqrt{\sum F (X_j - X)^2} / N$  se puede calcular la desviación típica o estándar la cual permite observar si se apartan los datos de su media o no,  $S = (\sqrt{74 * (247.447.764 - 14.150.760)^2} / 74) = 15.274^{26}$

**Cuadro 78. Ingresos promedio mensuales por venta de productos transformados**

NC	Ingresos en SMMLV		Frecuencia	Porcentaje	Marca de clase (Xj)	Xj. F
1	589.500	17.685.000	59	81	9.137.250	539.097.750
2	17.685.001	23.580.000	4	5	20.632.501	82.530.002
3	23.580.001	29.475.000	1	1	26.527.501	26.527.501
4	29.475.001	35.370.000	1	1	32.422.501	32.422.501
5	35.370.001	41.265.000	5	7	38.317.501	191.587.503
6	41.265.001		4	5	20.632.501	82.530.002
	<b>Total</b>		<b>74</b>	<b>100</b>	<b>147.669.753</b>	<b>954.695.258</b>

<sup>26</sup> Ibid., p 98.

Para el análisis de la información de la tabla el valor del salario mínimo mensual legal vigente para el año 2013 corresponde a quinientos ochenta y nueve mil quinientos pesos (\$589.500); respecto a los ingresos mensuales adquiridos en las empresas transformadoras por el desarrollo de sus actividades que es la transformación de derivados lácteos, el 80% obtienen un ingreso mensual a treinta salarios mínimos mensuales legales vigentes, el 5% adquiere entre treinta y cuarenta salarios mínimos, posteriormente un 1% adquiere entre cuarenta y cincuenta salarios mínimos seguidamente con un mismo porcentaje del 1% devenga entre cincuenta y sesenta salarios mínimos siendo así los menos representativos, además un 7% ostentan entre sesenta y setenta salarios mínimos y finalmente un 5% devenga más de setenta salarios mínimos

La anterior información demuestra que el 80% de los transformadores obtiene ingresos netamente por la actividad de transformación respecto de los ingresos totales; por tanto las empresas cuentan con recursos económicos básicos para el desarrollo normal de sus operaciones y para lograr estabilidad dentro del mercado acuden a los créditos bancarios.

Para determinar el ingreso promedio por la actividad de transformación se hace uso de la siguiente fórmula:  $X = \sum X_j \cdot F / N$

$$X = 954.695.258 / 74 = \$ 12.901.287$$

Los ingresos promedios obtenidos por la actividad netamente de transformación corresponden a \$ 12.901.287, es decir corresponde a 22 salarios mínimos legales vigentes lo cual es bueno para el eslabón porque esta actividad es la que mayores ingresos genera, y para algunos actores constituye la única fuente de ingresos; además teniendo en cuenta la siguiente fórmula  $S = \sqrt{\sum F (X_j - X)^2} / N$  se puede calcular la desviación típica o estándar la cual permite observar si se apartan los datos de su media.  $S = (\sqrt{74 * (147.669.753 - 12.901.287^2) / 74}) = 11.609^{27}$

#### Cuadro 79. Ingresos provenientes del apalancamiento financiero en los transformadores

Obligaciones financieras	
Categoría	Porcentaje
Tiene	61%
No tiene	35%
No responde	4%

El 61% de las empresas transformadoras dependen de su deuda a fuentes de financiamiento para reestructurar su capital, ampliar una línea de producción, o simplemente financiar la estabilidad de la labor, el 35% no acuden al apalancamiento financiero porque sus ingresos son lo suficiente para mantener una empresa sostenible. Y el 4% de los encuestados no respondieron.

<sup>27</sup> Ibid., p 99,100.

**Cuadro 80. Entidades con las cuales los transformadores tienen obligación financiera**

Entidades bancarias	
Categoría	Porcentaje
Banco agrario	23%
Bancolombia	14%
Caja social	7%
Contactar	4%
Mundo mujer	12%
Finamérica	5%
BBVA	7%
Banco de Bogotá	5%
Davivienda	3%
Occidente	1%
Popular	1%
Particular	1%
Varios	1%

En el caso de los transformadores las entidades a las cuales acuden para solicitar un crédito son las siguientes: Con un mayor porcentaje está el BANCO AGRARIO con el 23% de actores que acuden a esta entidad, el 14% de los actores acuden a BANCOLOMBIA, el 7% a los BANCO CAJA SOCIAL y el mismo porcentaje el BANCO BBVA, el 4% a CONTACTAR, el 12% a MUNDO MUJER, el 5% a FINAMÉRICA y BANCO DE BOGOTÁ, el 3% a DAVIVIENDA, y de 1% de los actores que solicitan préstamo a las diferentes entidades como el BANCO DE OCCIDENTE, BANCO POPULAR, PARTICULAR Y VARIAS ENTIDADES.

**Cuadro 81. Otras fuentes de ingresos en los transformadores**

Actividad	
Categoría	Porcentaje
Agrícola	6%
Comercializador	6%
Industrial	1%
Política	1%
Transformador	86%

El 86% de los transformadores trabajan netamente en el área de transformación de los productos lácteos, el 6% de los actores además de trabajar en la actividad de transformación también desarrolla actividades agrícolas y el mismo porcentaje para los que desarrollan la actividad de comercialización, y tan solo el 1% en actividades industriales como también en política.

- **Ingresos de los comercializadores.** Los ingresos que reciben los comercializadores de los productos lácteos, depende de la capacidad comercializadora del actor para vender el producto y llevarlo hasta los puntos más cercanos y con precios accesibles al consumidor.

**Cuadro 82. Ingresos mensuales percibidos por comercializadores de la cadena láctea**

NC	Ingresos totales		Frecuencia	Porcentaje	Marca de clase (Xj)	(Xj.f)
1	1.179.000	30.064.500	65	97%	\$ 15.621.750	\$ 1.015.413.750
2	30.064.501	35.959.500	1	1%	\$ 33.012.001	\$ 33.012.001
3	35.959.501	41.854.500	1	1%	\$ 38.907.001	\$ 38.907.001
	Total		67	100%	\$ 87.540.751	\$ 1.087.332.751

Los ingresos totales que devengan en promedio mensualmente las empresas comercializadoras.

El promedio se obtuvo por medio de la fórmula:  $X = \sum X_j \cdot F / N$ ; en donde:  
 $X = 1.087.332.751 / 67 = \$ 16.228.847$

El ingreso promedio corresponde de este eslabón corresponde a 28 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Por otra parte se hace necesario el cálculo de la desviación típica por medio de la siguiente fórmula:  $S = \sqrt{\sum F (X_j - X) / N}$ ; en donde

$$S = \sqrt{(67 (87.540.751 - 16.228.847) / 67)}$$

$$S = 8.445$$

Lo cual indica que se apartan los ingresos de la media en 8.445, es decir que hay comercializadores que perciben ingresos muy por debajo de la media o promedio o muy por encima de la media.

Para el análisis de la información anterior, se toma el salario mínimo legal mensual vigente del año 2013, equivalente a \$ 589.500, lo que permite concluir que el 97% de los comercializadores de productos lácteos en Nariño, devenga entre \$ 1.179.000 y \$ 30.640.500 pesos, y el 2 % restante devenga entre 30.064.500 en adelante.

Lo anterior deja concluir que sobre los ingresos totales mensuales percibidos el 97 % de comercializadores no devenga los ingresos suficientes para la realización de las actividades que exigen la manutención y solvencia de la comercialización del producto, por ende se ven en la necesidad de buscar actividades alternas al comercio, sin embargo continúan siendo insuficientes para cubrir las necesidades

no solo de la actividad de comercialización, sino también aquellas como alimentación, salud, educación, vivienda, entre otras”<sup>28</sup>

**Cuadro 83. Ingresos promedio mensuales por la comercialización de productos lácteos en el departamento de Nariño**

NC	Intervalos		Frecuencia	Marca de clase (Xj)	(Xj.f)
1	589.500	29.475.000	65	\$ 15.032.250	\$ 977.096.250
2	30.064.500	35.370.000	1	\$ 32.717.250	\$ 32.717.250
3	35.959.500	41.265.000	1	\$ 38.612.250	\$ 38.612.250
	Total		67	\$ 86.361.750	\$ 1.048.425.750

Los ingresos que devengan en promedio mensualmente las empresas comercializadoras son quince millones seiscientos cuarenta y ocho mil ciento cuarenta y seis pesos (\$ 15.648.146).

El promedio se obtuvo por medio de la fórmula:  $X = \sum X_j \cdot F / N$ ; en donde:

$$X = 1.048.425.750 / 67 = \$ 15.648.146$$

El ingreso promedio corresponde de este eslabón corresponde a 26 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Por otra parte se hace necesario el cálculo de la desviación típica por medio de la siguiente fórmula:  $S = \sqrt{\sum F (X_j - X)^2 / N}$ ; en donde

$$S = \sqrt{(67 (86.361.750 - 15.648.146)^2 / 67)}$$

$$S = 8.409$$

Esto indica que se apartan los ingresos de la media en 8.409, es decir que hay comercializadores que perciben ingresos muy por debajo de la media o promedio o muy por encima de la media.

En cuanto a los ingresos mensuales percibidos por la comercialización de productos lácteos, se encontró que el 65 de los 67 comercializadores encuestados (equivalentes al 97% del total de encuestados) percibe entre 589.000 pesos y 29.475.000 pesos y solo el 3% restante percibe 30.064.500 pesos en adelante. Los datos anteriores muestran que los comercializadores de productos lácteos en el departamento de Nariño devengan un promedio de 26 salarios mínimos, una suma equivalente a \$15.648.146 pesos. Al realizar un paralelo entre los ingresos devengados y los gastos deducibles, se encuentra que los ingresos son mucho más elevados a los gastos, pero la desviación estándar indica que son solo unos pocos comercializadores los que pueden cubrir las obligaciones que devengan sus establecimientos y destinar un excedente para otros eventos (ahorro), lo que obliga a los comercializadores a buscar actividades alternativas para cubrir tanto las necesidades básicas de salud, educación, vivienda, alimentación, como también los gastos que aún falta por cubrir en el desarrollo de la actividad comercial.

<sup>28</sup> Ibid., p102,103

En el cuadro siguiente se presenta el porcentaje de actores que se dedican a realizar actividades alternas a la comercialización de lácteos en Nariño<sup>29</sup>

**Cuadro 84. Actividades alternas a la comercialización**

Actividad	
Categoría	Porcentaje
Agrícola	7%
Otros productos	3%
productos y derivados lácteos	60%
Otra actividad	30%

Con respecto a las actividades alternas que realizan los comercializadores de la cadena láctea se encontró que el 7% de los actores realizan como actividad extra la agricultura, el 3% realiza trabajos de comercialización de otros productos, el 60% realiza actividades netamente de la comercialización en productos y derivados lácteos, y el 30% desarrolla otras actividades.

**Cuadro 85. Ingreso promedio totales por eslabón**

Ingresos promedio	Productores	Transformadores	Comercializadores
	2.266.283	14.150.760	16.228.847
Desviación típica	10.771	15.274	8.445

**Cuadro 86. Ingreso promedio en actividad por eslabón**

Ingresos promedio	Productores	Transformadores	Comercializadores
	1.776.633	12.901.287	15.648.146
Desviación típica	2.503	11.609	8.409

Con respecto al ingreso promedio que devengan los actores pertenecientes a los tres eslabones de la cadena láctea como el eslabón de producción, transformación y comercialización, a nivel general y por la actividad que desarrollan los diferentes actores, da lugar a concluir que los productores primarios obtienen bajos ingresos económicos aproximados a cuatro salario mínimos legales vigentes, con los cuales deben cubrir diferentes necesidades como: gastos dentro del núcleo familiar, gastos en la actividad que desarrollan como es la producción de leche cruda, como además cubrir el apalancamiento financiero al que tienen acceso, y es así de esta manera como los productores tiene que distribuir sus ingresos.

Por su parte los eslabones de transformación y comercialización, devengan ingresos altos, debido a la actividad a la que se dedican, obteniendo ingresos entre veinticuatro y veintisiete salarios mínimos legales vigentes, demostrando como resultado de sus actividades, mayor crecimiento económico, sostenibilidad y

<sup>29</sup> Ibid., p 103,104.

permanencia en el mercado, lo cual es bueno para la cadena láctea en general porque genera estabilidad suficiente dentro de la economía; porque el sector lácteo es uno de los que tiene mayor importancia en la generación de empleo.

- **Gastos de los productores primarios de la cadena láctea del departamento de Nariño.** Los gastos que requieren hacer los actores de la cadena láctea son generados por las necesidades que tienen estos para mantener a sus familias y mantener un nivel de producción constante, haciendo de esto un círculo económico que por un lado sale dinero, con el que se puede obtener bienes y servicios, y así mismo se podrá obtener ingresos de la actividad económica que realizan estos actores.

Para determinar el costo de la producción de la leche se debe tener en cuenta los gastos directos e indirectos (arrendamientos, mano de obra, insumos, luz, agua, créditos bancarios y otros).

**Cuadro 87. Participación de gastos en productores primarios del sector lácteo**

Gastos	
Categoría	Porcentaje
Gastos generales	30%
Gastos relacionados con la actividad productiva	45%
Gastos financieros	15%
Ahorros	10%

En el cuadro se puede observar que los gastos generales tienen un porcentaje del 30%, con un mayor porcentaje los gastos relacionados con la actividad productiva tienen el 45% de los gastos en las actividades de los actores en este eslabón, el 15% son los gastos financieros y finalmente el 10% son ahorros.

**Cuadro 88. Gastos mensuales de productores primarios del sector lácteo en el departamento de Nariño**

NC	Intervalo gastos		Frecuencia	Marca de clase (Xj)	Xj. F
1	100.000	487.105	27	293.552	7.925.912
2	487.106	874.210	2	680.658	1.361.316
3	874.211	1.261.316	1	1.067.764	1.067.764
4	1.261.317	1.648.421	1	1.454.869	1.454.869
5	1.648.422	2.035.527	256	1.841.975	471.545.528
6	2.035.528	2.422.633	87	2.229.080	193.929.988
7	No responde		4	0	0
	Total		378	7.567.898	677.285.376

Utilizando la fórmula correspondiente de acuerdo a los datos de la tabla presentada anteriormente que corresponde a los gastos en los que incurren los productores

primarios tenemos  $x = \sum x_j \cdot f / n$  (677.285.376/ 378) donde el gasto promedio de los productores es **\$1.791.760**, este promedio es mayor a un salario mínimo (para el año 2013 \$589.500), estos gastos representan los gastos generales, gastos para el desarrollo de la actividad agropecuaria, en este caso los productos que son demandados para poder producir una leche de buena calidad como son las vitaminas, minerales, forrajes, vacunas, entre otros, y también se encuentra los gastos financieros los cuales resultan de la adquisición de un crédito, debido a los intereses que este genera, como se dijo anteriormente muchas veces los ingresos que obtienen los productores no son los suficientes para poder cubrir los gastos en los que estos incurrir.

De igual forma teniendo en cuenta la fórmula  $S = \sqrt{\sum F (X_j - X) / N}$  ( $\sqrt{378*(7.567.898-1.791.760) / 378}$ ) donde la desviación típica o estándar nos arroja un resultado de **\$2.403**, es decir que este es el valor al cual tienden alejarse los valores concretos del promedio en la distribución presentada anteriormente<sup>30</sup>

- **Gastos en los transformadores de la cadena del departamento de Nariño.** Con respecto a los gastos que los transformadores realizan estos hacen lo mismo que la mayoría de los actores de la cadena láctea, priorizan la inversión a la parte productiva como compra de insumos, compra de la leche, mano de obra, para tener un mejor nivel de calidad productiva en este caso para producir los derivados de la leche y así poder obtener mayores ingresos. Además de los gastos que deben cubrir en su núcleo familiar.

**Cuadro 89. Gastos mensuales en los transformadores**

Gastos	
Categoría	Porcentaje
Menos de 50 SMLV	83%
Entre 60 y 70 SMLV	3%
Entre 70 y 80 SMLV	3%
Entre 80 y 90 SMLV	1%
Más 90 SMLV	5%
No responde	5%

Como se observa en el cuadro los gastos que mayor porcentaje tienen los transformadores de la cadena láctea son menores de 50 SMLV con el 83%, con respecto al salario mínimo legal vigente en el tiempo en que se realizaron las encuestas en el año 2014 equivale a: \$616.000 de pesos mensuales.

<sup>30</sup> *Ibíd.*, p 110,111.

**Cuadro 90. Gastos promedios mensuales en empresas transformadoras**

NC	Intervalos		Frecuencia	Marca de clase (Xj)	Xj. F
1	589.500	9.192.458	48	4.890.979	234.766.995
2	9.192.459	18.384.916	13	13.788.688	179.252.940
3	18.384.917	27.577.374	2	22.981.146	45.962.291
4	27.577.375	36.769.832	1	32.173.604	32.173.604
5	36.769.833	45.962.290	3	41.366.062	124.098.186
6	45.962.291	55.154.749	3	50.558.520	151.675.560
7	55.154.750	64.347.207	3	59.750.978	179.252.934
8	64.347.208	73.539.665	1	68.943.436	68.943.436
	Total		74	294.453.412	1.016.125.946

Para determinar los gastos promedios mensuales en los transformadores se hace uso de la siguiente fórmula:  $X = \sum X_j \cdot F / N$

$$X = 1.016.125.946 / 74 = \$ 13.731.432$$

Los gastos promedios en los transformadores corresponden a **\$13.731.432** aproximadamente corresponde a 23 salarios mínimos legales vigentes donde para el año 2013 fue de \$589.500, esto no está ventajoso para el eslabón porque demuestra que los ingresos son proporcionales a los gastos y no se obtiene los dividendos correspondientes para que los actores tengan capacidad suficiente de ahorro por la actividad que desarrollan en las empresas, por tanto como se menciona anteriormente se ven obligados a acudir a otras fuentes de financiamiento como es a las entidades bancarias para lograr estabilidad dentro del mercado con los diferentes derivados lácteos.

Además teniendo en cuenta la siguiente fórmula  $S = \sqrt{\sum F (X_j - X)^2} / n$  se puede calcular la desviación típica o estándar la cual permite observar si se apartan los datos de su media o no,  $S = (\sqrt{74 * (294.453.412 - 13.731.432)^2} / 74) = 16.754^{31}$

**Cuadro 91. Participación de gastos de los transformadores de la cadena láctea**

Gastos	
Categoría	Porcentaje
Gastos núcleo familiar	35%
Gastos proceso de transformación	45%
Gastos financieros	20%

En el caso de los gastos que realizan los transformadores el 45% son gastos del proceso transformación, el 35% son gastos del Núcleo familiar y el 20% son gastos financieros.

<sup>31</sup> *Ibíd.*, p 112.

**Cuadro 92. Gastos por transformación de productos lácteos**

Gastos	
Categoría	Porcentaje
Materia prima	53%
Departamento administrativo	7%
Mantenimiento de planta	27%
Departamento operario	13%

Como se puede observar en el cuadro anterior, el 53% de los gastos por transformación de los productos lácteos es por materia prima, el 7% de los gastos es en el departamento administrativo, el 27% de los gastos es en el mantenimiento de la planta y el 13% es en el departamento operario (trabajadores).

- **Gastos de los comercializadores de la cadena láctea del departamento de Nariño.** En este eslabón los comercializadores incurren en: gastos propios de la actividad económica, y gastos diferentes a la actividad económica, asumiendo gastos en el desarrollo de actividades secundarias como: compra de insumos, fertilizantes, semillas, equipos especializados, pago de jornales, entre otros. La comercialización de los productos lácteos, tiene un componente importante de informalidad, ya que se asocia con una mayor proporción de población rural, con altos índices de desempleo o de subempleo

Otro gasto es el de los intereses generados por las deudas adquiridas, a entidades financieras y particulares, más de la mitad de los actores de este eslabón poseen pasivos, como se muestra a continuación:

**Cuadro 93. Comercializadores con obligaciones financieras**

Obligaciones financieras	
Categoría	Porcentaje
Tiene	51%
No tiene	43%
No responde	6%

Como se observa en el cuadro anterior, los comercializadores con obligaciones financieras con varias entidades como: BANCO AGRARIO, MUNDO MUJER, FINAMÉRICA, DAVIVIENDA, BANCO DE COLOMBIA Y PARTICULARES, es del 51%. El 43% de los actores no tienen obligaciones financieras y el 6% de los encuestados prefirieron no responder a este ítem.

**Cuadro 94. Gastos de las empresas comercializadoras**

Gastos	
Categoría	Porcentaje
Menos de 50 SMLV	97%
Entre 50 y 60 SMLV	1,5%
Entre 70 y 80 SMLV	1,5%

Los gastos generados por los las empresas comercializadoras son del 97% con gastos menores de 50 SMLV, el 1,50% con gastos entre 50 y 60 SMLV y el 1,50% con gastos entre 70 y 80 SMLV.

**Cuadro 95. Gastos promedio mensuales de las empresas comercializadoras**

NC	Intervalos		Frecuencia	Marca de clase (Xj)	(Xj.f)
1	589.500	23.580.000	65	12.084.750	785.508.750
2	29.475.001	29.475.000	1	29.475.001	29.475.001
3	29.475.001	35.370.000	1	32.422.501	32.422.501
	Total		67	73.982.251	847.406.251

**Cuadro 96. Gastos mensuales de los comercializadores**

Gastos	
Categoría	Porcentaje
Menos de 1 SMLV	84%
Entre 2 y 5 SMLV	6%
Entre 6 y 10 SMLV	4%
Más de 10 SMLV	4%
No responde	2%

Entre los gastos realizados por los comercializadores esta el 84% que generan gastos menores de 1 SMLV, el 6% generan gastos entre 2 y 5 SMLV, el 4% generan gastos entre 6 y 10 SMLV, el 4% generan más de 10 SMLV y finalmente el 2% de los encuestados no responde a este ítem.

**Cuadro 97. Resumen comparativo de ingresos y gastos en los eslabones que conforman la cadena láctea en el departamento de Nariño**

Concepto	Productores primarios	Transformadores	Comercializadores
Ingreso promedio mensual	\$ 2.266.283	\$ 14.150.760	\$ 16.228.847
Desviación típica	\$10.771	15.274	8.445
Gasto promedio mensual	\$ 1.791.760	\$ 13.731.432	\$ 12.647.854
Desviación típica	2.403	16.754	7.832

Con la información obtenida se puede identificar que con respecto a los ingresos obtenidos, por los productores primarios de la cadena láctea es mucho menor que los ingresos de los transformadores y comercializadores y que sus gastos son equitativamente iguales, con respecto a los transformadores los ingresos son superiores a los productores y menores con respecto a los comercializadores, así mismo los gastos son equitativos a sus ingresos y en el caso de los comercializadores sus ingresos superan en un nivel mucho mayor a los productores y transformadores y los gastos respectivamente.

**Cuadro 98. Origen de la actividad desarrollada por los productores del departamento de Nariño**

Origen de actividad	
Categoría	Porcentaje
Tradición	86%
Nueva	10%
No responde	4%

El origen de la actividad en los actores de la cadena láctea se da con el 86% de forma tradicional, el 10% de los actores son nuevos en esta actividad de la producción, transformación y comercialización de la cadena láctea y el 4% de los actores no respondieron a este ítem.

#### 5.1.2.5 Actividades desarrolladas en las fincas lecheras.

**Cuadro 99. Cantidad de ordeños al día realizados por los productores de leche del departamento de Nariño**

Ordeños diarios	
Categoría	Porcentaje
Un ordeño al día	50%
Dos ordeños al día	49,2%
Más de dos ordeños al día	0,3%
No responde	0,5%

Como se observa en el cuadro anterior, el 50% de los actores respondieron que realizan un ordeño al día, el 49,2% de los encuestados respondieron que realizan dos ordeños por día, el 0,3% más de dos ordeños y el 0,5% prefirió no responder.

**Cuadro 100. Horario de ordeño en la mañana**

Horario de ordeño	
Categoría	Porcentaje
A partir de las 3 am	1,1%
A partir de las 4 am	6,9%
A partir de las 5 am	29,9%
A partir de las 6 am	42,1%
A partir de las 7 am	13,8%
A partir de las 8 am	5,3%
A partir de las 9 am	0,5%
No responde	0,5%

El horario de ordeño en la mañana, que manejan los productores de la cadena láctea es a partir de las 3 de la mañana con un porcentaje de 1,1% de los productores que ordeñan a partir de esa hora, el 6,9% ordeñan a partir de las 4 de la mañana, el 29,9% ordeñan a las 5 de la mañana, el 42,1% ordeñan a partir de las 6 de la mañana, el 13,8% ordeñan a partir de las 7 de la mañana, el 5,3% ordeñan a partir de las 8 de la mañana, el 0,5% ordeñan a las 9 de la mañana y el 0,5% de los encuestados prefirió no responder a este ítem. El horario de esta labor se debe a que las actividades en el campo inician desde tempranas horas, con base en la programación de trabajo, recorrido de camiones, horario de acopio de leche, entre otros.

**Cuadro 101. Horario de ordeño en la tarde**

Horario de ordeño	
Categoría	Porcentaje
A partir de las 1 pm	0,26%
A partir de las 2 pm	3,97%
A partir de las 3 pm	16,40%
A partir de las 4 pm	18,25%
A partir de las 5 pm	8,73%
A partir de las 6 pm	1,85%
A partir de las 7 pm	0,26%
No realiza	50,26%

El horario de ordeño en la tarde, que manejan los productores de la cadena láctea es a partir de las 1 de la tarde con un porcentaje de 0,26% de los productores que ordeñan a partir de esa hora, el 3,97% ordeñan a partir de las 2 de la tarde, el 16,40% ordeñan a partir de las 3 de la tarde, el 18,25% ordeñan a partir de las 4 de la tarde, el 8,73% ordeñan a partir de las 5 de la tarde, el 1,85% ordeñan a partir de las 6 de la tarde, el 0,26% ordeñan a las 7 de la noche y el 50,26% de los encuestados no realiza el ordeño en horas de la tarde.

**Cuadro 102. Razones del horario de ordeño**

Razones horario de ordeño	
Categoría	Porcentaje
Indicación técnica	10%
Costumbre	39%
Recorrido de camiones	29%
Programación de trabajo	22%

El horario de ordeño que manejan los productores es según la preferencias que tenga este para realizarlas en el caso de realizarlas por indicación técnica tiene un porcentaje del 10%, el 39% de los encuestados maneja su horario por costumbre, el 29% de los actores maneja el horario por el recorrido de los camiones que pasan recogiendo la leche y el 22% de los actores manejan el horario según la programación de trabajo.

**Cuadro 103. Método de ordeño**

Métodos de ordeño	
Categoría	Porcentaje
Manual con ternero	52,6%
Manual sin ternero	45,8%
Ordeño mecánico	1,6%

Según la metodología que practican los productores para ordeñar es del 52,6% de los actores utiliza el método manual con ternero, el 45,8% de los productores utiliza el método manual sin ternero, y tan solo el 1,6% de los productores utiliza maquinaria para realizar el ordeño.

**Cuadro 104. Sistemas de conservación de leche**

Sistemas	
Categoría	Porcentaje
Nevera	7%
Poceta	46%
Otros	10%
Ninguno	37%

Con respecto a los sistemas de conservación que los productores utilizan para conservar la leche se encontró que el 7% de los productores guarda la leche en nevera, el 46% en poceta, el 10% utiliza otros sistemas de conservación y el 37% de los productores no utiliza ningún sistema de conservación.

**Cuadro 105. Lugar en la que se realiza el ordeño**

Lugar	
Categoría	Porcentaje
Potrero	95%
Establo móvil	2%
Establo fijo	3%
Sala de ordeño	1%

El lugar de ordeño que manejan los productores es del 95% en potrero, este proceso no permite desarrollar condiciones higiénicas óptimas, dificulta la obtención de rendimientos más elevados y además este ambiente no permite la utilización de equipos limpios en la extracción de la leche, el 2% en un establo móvil, el 3% en un establo fijo y el 1% en una sala de ordeño.

- **Asistencia técnica.** La asistencia técnica es un componente fundamental para el desarrollo sostenible de las actividades agrícolas, pecuarias, acuícolas y forestales, porque permite un acompañamiento integral a los productores, facilitando el incremento en sus índices de productividad y competitividad.

- 

**Cuadro 106. Productores que reciben asistencia**

Asistencia técnica	
Categoría	Porcentaje
Si recibe asistencia técnica	44%
No recibe asistencia técnica	53%
No responde	3%

Con respecto a la asistencia técnica que deben recibir los productores el 44% respondió que si recibe la asistencia, el 53% de los productores respondió que no recibe la asistencia técnica y el 3% no quiso responder a este ítem.

**Cuadro 107. Periodicidad de la asistencia técnica**

Asistencia técnica	
Categoría	Porcentaje
Ocasional	95%
Permanente	5%

El periodo que manejan los productores en tomar la asistencia técnica pecuaria es en el 95% ocasional y tan solo el 5% de los productores toman la asistencia técnica con un periodo permanente.

**Cuadro 108. Entidades que brindan la asistencia técnica**

Entidades	
Categoría	Porcentaje
Casas comerciales	5%
Entidades privadas	38%
Entidades del estado	33%
Cooperativas	11%
Otros	13%

Las entidades que brindan asistencia técnica en capacitación para mejorar la capacidad productiva de los productores de la cadena láctea son el 5% casa comerciales, el 38% entidades privadas, el 33% entidades del estado, el 11% cooperativas y el 13% otras entidades.

**Cuadro 109. Tipo de asistencia técnica pecuaria recibida**

Tipos	
Categoría	Porcentaje
Integral	15%
Reproducción	7%
Sanitaria	14%
Nutrición	6%
Praderas	3%
Administración	1%
Otras	2%
No recibe	52%

Con respecto al tipo de asistencia técnica pecuaria que reciben los actores de la cadena láctea el 15% es asistencia integral, el 7% de los actores recibe asistencia de reproducción, el 14% de los productores recibe asistencia sanitaria, el 6% de los productores recibe asistencia en nutrición, el 3% recibe asistencia en praderas, el 1% recibe asistencia en administración, el 2% recibe asistencia en otras capacidades y con un porcentaje elevado el 52% no recibe asistencia.

**Cuadro 110. Tipo de profesional encargado de brindar asistencia técnica**

Tipos	
Categoría	Porcentaje
Veterinario	18%
Técnico en veterinaria	11%
Zootecnista	3%
No sabe	66%

Se observa que el tipo de profesional encargado de capacitar o dar asistencia técnica pecuaria a los actores de la cadena láctea (ver cuadro 110). Es el 18% Veterinario, el 11% Técnico, siendo estos enviados del SENA para el aprendizaje y prácticas en el trabajo de campo, lo que no genera un costo por la prestación del servicio, el 3% Zootecnista siendo un porcentaje bajo ya que, el zootecnista cuenta con los conocimientos necesarios con la administración, producción y mejoramiento de un hato lechero y por último el 66% de los actores no saben qué tipo de profesional los capacitó.

**5.1.2.6 Elementos, maquinaria y equipos.** El adecuado manejo de equipos y herramientas utilizados en la producción lechera es de gran importancia en la labor del cuidado del hato. Si el productor cuenta con todos los elementos necesarios y hace un buen manejo de ellos lograra mejorar la productividad y la calidad de la leche, llegando ser más competitivo y eficiente en el mercado. A continuación se muestra un listado de herramientas y equipos, junto con su funcionamiento en la utilización de las labores relacionadas.

**Cuadro 111. Elementos, herramientas, maquinaria y equipo utilizado en la producción lechera**

Herramientas maquinaria y equipo	Si	No	Cantidad		
			1 a 5	6 a 10	11 en adelante
Establo	5,30%	94,80%	X		
Corral	17,20%	82,80%	X		
Saladeros	32,00%	68,00%			X
Bebedores	47,90%	50,10%			X
Aljibes	22,00%	78,00%	X		
Cercas	58,50%	41,60%			X
Vehículos	22,00%	78,00%	X		
Tractor	2,90%	97,10%	X		
Arado	11,10%	88,90%	X		
Guadaña	16,10%	83,90%	X		
Motosierra	3,40%	96,60%	X		
Motobomba	18,30%	81,70%	X		
Bomba de espalda	18,30%	81,70%			X
Brete	6,60%	93,40%	X		
Planta eléctrica	9,30%	90,70%	X		

Como se puede observar en el cuadro anterior. Los elementos, herramientas, maquinaria y equipo utilizado en la producción primaria de la cadena láctea del departamento de Nariño son indispensables para el desarrollo de la actividad productiva. Sin embargo con los datos obtenidos se puede observar que a la mayoría de las fincas productoras le hace falta gran cantidad de estos elementos.

**Cuadro 112. Maquinaria utilizada en las empresas transformadoras**

Maquinaria	
Categoría	Porcentaje
Artesanales	50%
Equipo mecánico	31%
Equipo industrial	17%
Sistematizado	2%

El cuadro anterior muestra que el 50% de los actores realizan el procedimiento de manera artesanal, el 31% con equipos mecánicos, el 17% lo hace a través de maquinaria industrial y el 2% restante utiliza equipos sistematizados. Esto no es equitativo para el eslabón de los transformadores porque la producción artesanal desarrolla la producción a pequeña escala, y casi todo el procedimiento es manual, además los productos hechos de esta forma no siempre son iguales, son más laboriosos de hacer y llevan más tiempo, lo que hace que el producto no sea competitivo en cuanto a precios y calidad frente a otras empresas de otras regiones.

A continuación se encuentra una tabla en el que se puede visualizar la antigüedad de las empresas comercializadoras de productos lácteos en el departamento de Nariño.

**Cuadro 113. Años de antigüedad de la empresa comercializadora de productos lácteos en el departamento de Nariño**

Años de antigüedad	Frecuencia	Frecuencia acumulada	%	% Acumulado
(1-8)	14	14	21%	21%
(9-16)	17	31	25%	46%
(17-24)	9	40	13%	60%
(25-32)	15	55	22%	82%
(33-40)	5	60	7%	90%
(41-48)	2	62	3%	93%
(49-56)	3	65	4%	97%
(57-64)	2	67	3%	100%
Total	67		100%	

Del 100% de los comercializadores encuestados el 46% afirma que su empresa comercializadora tiene un antigüedad igual o menor a 16 años, el 35 % afirma que su empresa posee una antigüedad en el mercado entre 17 y 32 años, el 7% posee una antigüedad en el mercado de 33 a 40 años, el 3 % tiene una antigüedad que va entre los 41 y 48 años y el 7% restante posee una trayectoria que supera los 50 años.

### 5.1.2.7 Sanidad.

**Cuadro 114. Manejo de riesgo epidemiológico**

Manejo		
Categoría	Transformadores	Comercializadores
Si maneja	31%	24%
No maneja	69%	76%

El cuadro anterior. Muestra que el 31% de los transformadores cumple con un plan de riesgos epidemiológicos, el 69% no realiza este técnica a causa de la falta de conocimiento, esto implica que el personal este expuesto a enfermedades por la exposición a micro-organismos u otros agentes contaminantes.

De la población encuestada solo un 24% de los comercializadores afirman tener control contra riesgos epidemiológicos, el 76% restantes afirmar no utilizar controles sanitarios por desconocimiento de la normatividad. Conduciendo a una baja competitividad ya que las políticas de restricciones sanitarias les impiden llegar a mercados internacionales.

**Cuadro 115. Manejo de riesgo al utilizar equipos en las empresas transformadoras**

Manejo	
Categoría	Porcentaje
Si maneja	35%
No maneja	65%

Un 35 % de los transformadores tiene un manual de funciones para el manejo de los equipos dentro del proceso de transformación de los derivado lácteos, el 65% restante no tiene en cuenta los riesgos al manipular la maquinaria corriendo el riesgo de que las personas que operen estén expuestas a cualquier tipo de accidente dentro de la empresa.

**Cuadro 116. Saneamiento ambiental en las empresas transformadoras**

Saneamiento	
Categoría	Porcentaje
Si realiza	51%
No realiza	49%

El 51% de estas empresas contribuye con el saneamiento ambiental en los lugares donde residen, con una baja propagación de micro - organismos que causen enfermedades, evitando afectar la salud de la comunidad. El 49% restante no contribuye a mejorar las condiciones de vida de su núcleo familiar, empleados y comunidad afectando notoriamente al eslabón de transformación.

**Cuadro 117. Manejo sanitario de insumos en las empresas transformadoras**

Saneamiento	
Categoría	Porcentaje
Si realiza	78%
No realiza	22%

El cuadro preliminar. Muestra que el 78% de los actores hacen un adecuado manejo sanitario de los insumos y elementos para elaborar los diferentes productos lácteos, promoviendo productos de calidad, con las mejores prácticas para ser entregados al consumidor final y ser competitivos dentro del mercado; el 22% restante no realiza este procedimiento por falta de concientización y capacitación que ayudarían a mejorar la cadena láctea del departamento.

**Cuadro 118. Control de condiciones sanitarias**

Control		
Categoría	Transformadores	Comercializadores
Si maneja	58%	34%
No maneja	42%	66%

La información adquirida permite identificar que un 58% de las empresas transformadoras lleva a cabo controles sanitarios para evitar que el consumidor adquiera productos contaminados, contando dentro de la empresa con formación del personal para la manipulación de los insumos y equipos, limpieza y desinfección, plan de mantenimiento higiénico de las instalaciones, entre otros; el 42% no ejecuta controles sanitarios lo que no permite que el eslabón crezca de una manera adecuada ya que no cuentan con los recursos y capacitación necesaria, desconociendo la normatividad para llevar a cabo estos procedimientos.

El 34% de los comercializadores de productos lácteos maneja controles de sanidad, por otro lado el 66% no lo usa y posiblemente no sabe que existen, mostrando una situación similar al caso anterior, por lo tanto no se puede decir que el consumidor está seguro adquiriendo estos productos, por el bajo control de las entidades correspondientes a este eslabón de la cadena.

El inicio de una actividad exportadora implica evaluar las limitaciones en cuanto a las regulaciones técnicas y las medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) impuestas por los gobiernos para proteger la salud y la seguridad de sus ciudadanos y el medio ambiente, de los cuales las empresas Nariñenses no cuentan, teniendo dos opciones: fusionarse con otra o simplemente desaparecer del mercado.

Los eslabones objeto de estudio están integrados por: productores primarios, transformadores y comercializadores. A continuación se presenta una relación de los tres eslabones, en relación a algunos aspectos de competitividad.

**Cuadro 119. Relación de los tres eslabones objeto de estudio de la cadena láctea en torno a vías**

Vías	Productores	Transformadores	Comercializadores
Carreteables	58%	37%	34%
Veredal	36%	13%	12%
Pavimentada	3%	49%	49%
<b>Estado</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Bueno</b>
Porcentaje	49%	45%	42%

**Cuadro 120. Relación de los tres eslabones objeto de estudio de la cadena láctea en torno a la tecnología dura**

Productores		Transformadores			Comercializadores
Ordeño manual	97%	Equipos	Tipo de maquinaria		Equipo
Lugar de ordeño		Filtros	Artesanal	50%	Cuarto frío
Potrero	95%	Marmitas			Refrigeradores
Sistema de conservación		Cuartos de maduración	Mecánico	31%	Mostradores
Nevera	75%	Refrigeradores			
Poceta	46%	Calentadores	Industrial	17%	Medio de transporte
Ninguna	38%	Utensilios de cocina	Sistematizado	2%	

**Cuadro 121. Relación de tres eslabones que conforman la cadena láctea en torno a la tecnología blanda**

Prácticas	Productores	Transformadores	Comercializadores
Manejo de riesgos epidemiológicos	Fincas con asistencia técnica 44%, de manera permanente 5%	31%	24%
Manejo de riesgos en la utilización de equipos		35%	33%
Saneamiento ambiental		51%	34%
Manejo de alimentos		78%	81%
Control de condiciones sanitarias		58%	63%
<b>Estudios de los actores</b>			
Primaria	73,80%	45%	63%
Secundaria	19,60%	34%	22%
Técnico	1,60%	11%	9%
Superior	1,90%	8%	3%
Especialización	0%	1%	1%

En cuanto a los factores referidos (ver cuadro 121). El más afectado es el primer eslabón conformado por los productores, quienes cuentan con vías precarias y en regulares condiciones, en este aspecto transformadores y comercializadores comparten similares condiciones en las vías por las cuales transitan, teniendo más ventaja al trasportar los productos. En general el no poseer vías en excelentes condiciones en estos eslabones hace que se refleje en la calidad de los productos y eficiencia en el transporte de los mismos.

Se presenta desconocimiento frente a las condiciones sanitarias, seguridad y manejo de riesgo epidemiológico, debido a los escasos recursos siendo pocos los actores de la cadena que cuentan con los recursos y condiciones idóneas para la producción, transformación y comercialización de leche y subproductos lácteos, todos estos factores limitan una buena producción impidiendo una cadena productiva organizada y competitiva en el mercado.

Un gran porcentaje de la población encuestada ha realizado estudios de básica primaria, teniendo un porcentaje bajo con estudio de educación superior y especialización. No obstante se encuentra población con un grado mayor de escolaridad lo cual es bueno ya que cuentan con los conocimientos y preparación básica para actuar de la mejor manera en la labor que desempeñan.

**5.1.2.8 Importancia y participación de la producción generada por la cadena láctea dentro del sector primario y del PIB regional.** El producto interno bruto (PIB) en esta investigación permite medir el valor total de la producción, transformación y comercialización de los productos y subproductos lácteos listos para el consumo en el departamento de Nariño.

Según FEDEGAN, la cadena láctea en el departamento de Nariño es de gran importancia dentro de la economía regional; tanto en el eslabón relacionado con la producción de leche, como en su etapa de transformación y comercialización. La ganadería de leche se ha reconocido como una actividad que ha mostrado una dinámica permanente, durante el período 1990- 2010 se pasó de una producción 445.200 litros/día, a 891.220 litros/día, lo cual representa una tasa de crecimiento del 3,53% anual. La producción de leche en el departamento de Nariño está presente en 57 de los 64 municipios que lo conforman. De acuerdo a las estadísticas, al año 2010, por los volúmenes de producción, en orden de importancia, se destacan los municipios de: Guachucal con 99.353 litros/día, Pasto con 48.990 litros/día, Ipiales con 71.424 litros/día, Cumbal con 126.000 litros/día, y Túquerres con 166.441 litros/día. En conjunto, estos cinco municipios concentran más del 55% de la producción departamental<sup>32</sup>.

En cuanto a su importancia económica y social, FEDGAN resalta que la producción de leche del departamento de Nariño, aporta aproximadamente el 27%

---

<sup>32</sup> FEDERACIÓN COLOMBIANA DE GANADEROS (FEDEGAN). Cartilla gira Nariño., p 13. Disponible en: <<http://es.slideshare.net/Fedegan/2013-05-28cartilla-gira-nario>> [con acceso: 15/11/2014].

del PIB del sector agropecuario. En el campo social, considerando que la actividad relaciona a 39.862 productores, lo que implica la vinculación de 159.448 personas de forma directa en la producción de leche; simultáneamente, se registra un total de 115 empresas asociativas e individuales, lo que genera 8.100 empleos directos adicionales, en donde más del 50% es ocupado por mujeres<sup>33</sup>.

- **Producción de leche a nivel nacional.** A nivel nacional, Nariño ocupa el octavo lugar de los veintidós departamentos productores de leche, con un volumen de producción de 599.129 litros por diarios; volumen de producción que solo es superado por los departamentos de Cundinamarca, Antioquia, Boyacá, Magdalena, Cesar, Bolívar, y Córdoba, permitiendo observar la importante participación de la producción del departamento con un 4,6%.

**Cuadro 122. Producción de leche, por destino según 22 departamentos**

Departamento	Total Vacas En Ordeño	Participación	Total Leche Producida Día Anterior	Participación	Productividad
Cundinamarca	275.037	10.2	2.412.848	18.6	8.8
Antioquia	254.007	9.4	2.183.740	16.8	8.6
Boyacá	249.086	9.2	1.497.697	11.5	6.0
Magdalena	280.006	10.4	1.002.950	7.7	3.6
Cesar	237.494	8.8	847.581	6.5	3.6
Bolívar	238.024	8.8	722.769	5.6	3.0
Córdoba	223.102	8.3	663.103	5.1	3.0
<b>Nariño</b>	<b>91.717</b>	<b>3.4</b>	<b>599.129</b>	<b>4.6</b>	<b>6.5</b>
Santander	142.842	5.3	498.578	3.8	3.5
Sucre	159.505	5.	412.396	3.2	2.6
La Guajira	76.457	2.8	325.905	2.5	4.3
Huila	86.488	3.2	313.287	2.4	3.6
Tolima	70.861	2.6	219.417	1.7	3.1
V. Del Cauca	39.995	1.5	212.685	1.6	5.3
N. Santander	48.251	1.8	172.911	1.3	3.6
Atlántico	43.599	1.6	159523	1.2	3.7
Caldas	35.421	1.3	151.338	1.2	4.3
Cauca	34.788	1.3	146.051	1.1	4.2
Casanare	35.940	1.3	113.870	0.9	3.2
Quindío	8.119	0.3	65.762	0.5	8.1
Risaralda	7.782	0.3	55.419	0.4	7.1
<b>Total</b>	<b>2.693.155</b>	<b>100.0</b>	<b>12.985.016</b>	<b>100.0</b>	<b>4.8</b>

Fuente: DANE-ENA 2012.

<sup>33</sup> Ibíd., p 13.

**Cuadro 123. Relación de participación de los eslabones de la cadena láctea frente al PIB agropecuario regional**

<b>Eslabones</b>	<b>% de participación frente a la cadena láctea</b>	<b>% de participación frente al PIB agropecuario regional</b>
Productores primarios	27%	7%
Transformadores	34%	9%
Comercializadores	39%	11%
Total	100%	27%

La participación láctea frente a la cadena es de un 27% del PIB agropecuario regional, siendo representativa e influyente para la economía de la región. De los eslabones más significativos que la conforman, los productores tienen un porcentaje de participación del 7%, frente al PIB agropecuario regional, lo que permite concluir que a pesar de que Nariño es reconocido a nivel nacional como un departamento lechero, su porcentaje de participación es el más bajo frente al PIB regional, no por la calidad del producto producido, sino por el bajo valor agregado sobre el producto, lo que implica una baja percepción de ingresos por producción y un bajo nivel de vida para los productores.

seguido de este, se encuentra el eslabón de transformación quien representa el 9% del PIB agropecuario regional, su participación es un poco más representativa debido al valor agregado existente al momento de transformar la materia prima en un producto listo para ser consumido, sin embargo; es preciso afirmar que dentro de la cadena láctea, el eslabón de transformación aun no maneja altos niveles de industrialización, la materia prima se transforma a través de procedimientos artesanales, trayendo como consecuencia la falta de competitividad frente a otras industrias que hacen parte del mercado lácteo tanto a nivel regional como nacional.

Por último se encuentra el eslabón de comercialización con un porcentaje de participación del 11% frente al PIB regional. Este eslabón posee el porcentaje más elevado de toda la cadena debido a que lleva como valor agregado, no solo la comercialización del producto como tal, sino también los procesos llevados a cabo por los eslabones que lo anteceden, es por esta razón que debe, no solo mantener políticas de comercio que capten la atención del cliente, sino también mantener a los ya existentes y capturar la atención de las nuevas generaciones de clientes que día a día buscan mayor variedad, innovación y calidad en el producto adquirido. Además, los porcentajes de participación reflejan coherentemente la estructura propia del departamento de Nariño.

## 5.2 COMPILACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LOS COMPONENTES ESTRATÉGICOS: VISIÓN A FUTURO, PLAN ESTRATÉGICO PARA LA REALIZACIÓN DEL ACUERDO DE COMPETITIVIDAD

Las siguientes consideraciones constituyen la visión a futuro y plan estratégico para la cadena láctea, las cuales fueron formuladas, plasmadas y concertadas por los participantes del acuerdo, en diferentes eventos los cuales se llevaron a cabo en las regiones de estudio para la cadena láctea como: Pasto, Guachucal, Cumbal, Túquerres, Pupiales, Potosí, Tangua, Buesaco, Íles e Ipiales.

### 5.2.1 Visión a futuro.

- **Alcances de la intervención.** Los alcances de la intervención se plasman en un objetivo general y unos objetivos específicos definidos a partir del sueño deseado de revertir los principales problemas que afectan la productividad de la cadena.
- **Objetivo general de la visión a futuro.** Mejorar la productividad de la cadena láctea en Nariño con la implementación de un propio modelo de producción, el conocimiento y la disminución de los costos de producción y el mejoramiento de la calidad de la leche a fin de propiciar las bases para alcanzar una adecuada competitividad en el mercado nacional e internacional.
- **Objetivos específicos de la visión a futuro**
  - Contribuir a la implementación de adecuados sistemas de transporte y acopio a fin de contribuir al mantenimiento de la calidad de leche.
  - Implementar un modelo de producción de leche adaptado a las condiciones agroecológicas del departamento de Nariño.
  - Implementar acciones tendientes al conocimiento y reducción de los costos de producción en los diferentes eslabones de la cadena láctea en Nariño.
  - Implementar adecuadas prácticas para el mejoramiento de la calidad de la leche de los micros y pequeños productores.
- **Estrategias.** El cumplimiento de los objetivos de intervención para el mejoramiento de la productividad de la cadena láctea en Nariño se basa en el desarrollo de una serie de estrategias orientadas a confrontar las causas de los principales problemas que se han identificado como limitantes para este propósito.

Bajo este marco se identifica lo siguiente:

- Promover la coordinación institucional con el fin de lograr una mayor cobertura e impacto sobre las acciones realizadas en torno al mejoramiento productivo de la cadena láctea en Nariño.

- Ampliar la cobertura de los programas de asistencia técnica y transferencia tecnológica orientados a pequeños productores en los eslabones primario e industrial de la cadena.
- Generar y/o fortalecer los procesos de asociatividad en los productores de leche para intervenir en los procesos de transporte, acopio e industrialización de la leche.
- Influir en la adecuada aplicación de las normas en transporte acopio y comercialización de leche.
- Realizar acciones tendientes al fortalecimiento de la infraestructura para la cadena de frío.
- Promover la implementación de un sistema de medición de la calidad composicional de la leche acorde con las expectativas de productores y compradores.
- Promover el incremento de la capacidad de acopio y transformación de la industria regional.
- Lograr una adecuada interacción entre la academia y el sector productivo en el campo de la investigación para el desarrollo de la cadena productiva.
- Incorporar el uso de las TICs para el mejoramiento de la gestión empresarial en la producción lechera y en la transformación industrial.
- Contribuir a la adecuada implementación de la gestión contable y financiera a fin de lograr el conocimiento y tratamiento de los costos de producción.
- Lograr la coordinación interinstitucional para el mejoramiento del nivel de escolaridad en los pequeños productores.
- Identificar y realizar acciones tendientes a lograr la disminución de los costos de producción.
- Transferir tecnologías orientadas al desarrollo de buenas prácticas de manejo, ordeño y cultivo de forrajes en los pequeños productores.

### **5.2.2 Estrategias de desarrollo.**

- **Líneas de desarrollo.** Como base para lograr el mejoramiento de la productividad de la cadena láctea y su competitividad se identifican cuatro líneas estratégicas.
  - **Producción de leche rentable mediante el mejoramiento de la calidad de la leche.** Los alcances del programa se relacionan en el desarrollo de un conjunto de acciones tendientes a mejorar las prácticas de manejo y ordeño, así como también el mejoramiento de la calidad de los pastos. De manera general es posible también la implementación de acciones tendientes a mejorar de manera integral el sistema de producción lechera.
  - **Incremento del consumo de leche y reducción de costos de producción.** Esta línea estratégica se fundamenta en la promoción al consumo de leche y sus derivados con un componente regional orientada a promocionar los productos nariñenses, combinada con acciones tendientes al conocimiento y

manejo y reducción de los costos de producción como estrategia de competitividad para los productores regionales.

➤ **Investigación e Innovación en el modelo de producción y productividad de la cadena.** Bajo este programa se agrupan las acciones tendientes a desarrollar procesos de investigación relacionados con la estructuración de un modelo producción apropiada para el departamento de Nariño considerando sus condiciones agroecológicas específicas

➤ **Fortalecimiento organizacional y competitividad en los diferentes eslabones de la cadena.** Bajo esta línea estratégica se concentran las acciones tendientes a preservar la calidad de la leche en el proceso de transporte y acopio, así como también al fortalecimiento de los procesos de industrialización para la incorporación de un mayor valor agregado a la producción regional. Se concibe que estos procesos deban estar basados en la asociatividad como impulsora de los proyectos que se requieren para alcanzar la competitividad.

• **Plan estratégico.** En este esquema de acciones los diferentes actores de la cadena muestran sus compromisos, reflejando cual será la destreza a seguir para fortalecer y proyectar estrategias que respondan a los problemas, desafíos y oportunidades que enfrenta la cadena láctea regional. Por ello el plan estratégico trata de aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo.

Esta programación se plasma en un documento de consenso entre los diferentes actores de la cadena láctea donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión que nos permita alcanzar nuestra visión, convirtiendo nuestros proyectos en acciones.

• **Acciones para la intervención.** El desarrollo de las líneas estratégicas identificadas se plasma en un conjunto de acciones que las integran. Dichas acciones fueron identificadas con la participación de los actores de la cadena como solución a los principales problemas que se enfrenta en los eslabones de producción de leche, transporte y acopio e industrialización. Una vez identificadas fueron clasificadas de acuerdo a su pertinencia con las Líneas Estratégicas planteadas. Las actuaciones identificadas son las siguientes.

• **Producción de leche rentable mediante el mejoramiento de la calidad de la leche.**

➤ Asistencia técnica integral en certificación de hatos a pequeños productores.

➤ Implementación de buenas prácticas agrícolas y ganaderas.

➤ Desarrollo de un programa de alimentación del ganado.

- Garantizar la red de frío para las zonas productoras.
  - Desarrollar mecanismos para la financiación de la producción.
  - Desarrollar políticas y estrategias para la diferenciación de precios por calidad de leche.
  - Oferta educativa que fortalezca el arraigo territorial y la identidad cultural.
- **Incremento del consumo de leche y reducción de costos de producción.**
    - Asociatividad para la compra de insumos.
    - Capacitación y asesoría en aspectos de mercadeo, administrativos, contables y tributarios.
    - Creación de una empresa de empaques plásticos.
    - Proyecto de producción regional de materias primas e insumos.
    - Promoción del consumo de leche y sus derivados.
    - Desarrollo de campañas de consumo de leche.
    - Desarrollo de campañas que incentivan el consumo de leche.
- **Investigación e Innovación en el modelo de producción y productividad de la cadena.**
    - Centro regional de mejoramiento genético bovino.
    - Desarrollo de investigación y transferencia de tecnología en especies forrajeras.
    - Realización de estudios de mercado a nivel nacional e internacional.
    - Proyectos de innovación y desarrollo de productos y procesos.
- **Fortalecimiento organizacional y competitividad en los diferentes eslabones de la cadena.**
    - Fortalecimiento del comité regional de la cadena láctea y dar operatividad de la secretaria técnica.
    - Fortalecimiento y ampliación del sistema de monitoreo e información.
    - Construcción de plantas piloto de industrialización y procesamiento de lácteos en las zonas de frontera.
    - Desarrollar un proceso asociativo para exportación.
    - Formación en buenas prácticas de manufactura.
    - Maquila de productos con la industria local con control de calidad y acompañamiento técnico.
    - Facilitar el acceso a tecnologías de información y comunicación, con la creación de núcleos de capacitación rural.
    - Proyecto marca sombrilla.

### 5.2.3 Plan de acción anual.

- **Marco lógico para la intervención.** Con el fin de implementar la propuesta orientada al mejoramiento productivo de la cadena láctea en Nariño, (ver cuadro 124). Se presenta su desarrollo bajo la matriz de marco lógico para el programa. Las estrategias que corresponden a los proyectos identificados, los eslabones, con el fin de alcanzar una mayor competitividad de la cadena para su permanencia en el tiempo frente a las amenazas de la nueva realidad nacional establecidas en los acuerdos de libre comercio.

De igual forma, se anexan las actividades priorizadas por los actores locales y las propuestas regionales existentes en el departamento que contribuyen al logro de los objetivos propuestos.

**Cuadro 124. Plan estratégico para la cadena láctea**

ESTRATEGIA	ESLABON	PROYECTOS	ACTIVIDADES	META	TIEMPO
Investigación e Innovación en el modelo de producción y desarrollo de productos lácteos.	Productores de leche.	Investigación y transferencia tecnológica: Implementación de un Centro Regional de Investigación Bovina: Especies Forrajeras – Sistemas Productivos.	Infraestructura y dotación para investigación en los eslabones de la cadena láctea.	Centros de investigación CI Corpoica Obonuco, CI Mira y Udenar con investigación orientada para el sector lácteo.	5 años
		Transferencia y masificación del Modelo Animal para la competitividad del sector lácteo adecuado a las condiciones de Nariño.	*Transferencia genética del modelo animal a los productores de leche del departamento. *Dotación del Centro Genético.	Nariño mejora la producción de leche con un modelo propio adaptado al Trópico Alto Ecuatorial.	5 años
Producción de leche rentable y sostenible.	Productores de leche.	Programa de Mejoramiento de la alimentación del ganado a través de la siembra de pastos y conservación de forrajes en la Costa Pacífica y los Municipios de la zona sur del departamento	Implementación de pasto y forrajes en Tumaco. Implementación de canola en los municipios de la zona sur del departamento.	* 1000 Has. De maíz para ensilaje. * Incremento de la capacidad de carga por finca del 1.5 a 3 Unidades de gran ganado UGG. * Disminución del 50% del consumo de concentrados.	5 años
		Implementación de Buenas Prácticas Ganaderas BPG	Inversión en equipamiento e infraestructura por predio. (Ordeño, cercas eléctricas, carpa de ordeño.) Asistencia técnica y manejo ambiental.	* 60% predios certificados en BPG. * 40000 productores de leche de Nariño en proceso de certificación en BPG. * 100% de asistencia técnica.	5 años
		Desarrollo, sostenimiento e intensificación del Plan sanitario	Fortalecimiento del programa de vacunación para aftosa. Vacunación para brúcela y Certificación sanitaria de predios libres. Muestreo serológico para brucelosis.	Nariño libre de aftosa, brúcela y tuberculosis. 10000 predios certificados	5 años

			Muestreo para tuberculosis.			
		Fondos autogestionados de ahorro y Alianzas productivas para producción y compra insumos	Alianzas para producción de insumos a nivel regional.	Al menos el 30% de las organizaciones de productores con fondos autogestionados de ahorro para insumos.	5 años	
Fortalecimiento organizacional, formalización empresarial y desarrollo de infraestructura para la competitividad.	Comercializadores de leche.	Programa de formalización y acompañamiento integral a los comercializadores de leche cruda y transformadores artesanales.	Asesoría y acompañamiento para formalización.	Formalización de la actividad comercial de leche cruda y transformación artesanal.		
	Productores de leche.	Promoción de la <b>asociatividad</b> y desarrollo de redes de frío en departamento de Nariño.	* Dotación de tanques, carro tanques y construcción de infraestructura. * Dotación de laboratorios.	El 100% de las asociaciones de productores de leche con redes de frío que garantizan la calidad de la leche.		
	Transformadores Artesanales e Industriales.	<b>Transformadores Artesanales</b>				
			Programa de formación e implementación de buenas prácticas de manufactura. BPM.	Asistencia técnica y certificación en BPM	El 100% de los transformadores artesanales han implementado BPM.	5 años
			Mejorar las condiciones de producción y comercialización de los transformadores artesanales del departamento de Nariño.	Montaje de 10 plantas de procesamiento de derivados lácteos.	Los transformadores artesanales producen derivados lácteos con el 100% de inocuidad.	5 años
		<b>Transformadores Industriales.</b>				
			Construcción de la planta de procesamiento de lácteos en el Municipio de Pasto para la Cooperativa de Productos Lácteos de Nariño - Colectaos	Infraestructura y dotación de planta.	Una planta con capacidad para 100000 litros/día construida	2 años
			Construcción de la planta de procesamiento de lácteos de la	Infraestructura y dotación de planta.	Una planta con capacidad para 40000 litros construida	

		Frontera.			
		Innovación social y productiva a través de la pulverización y transformación de subproductos de la leche con alto valor comercial.	Infraestructura y dotación de planta.	Una planta con capacidad para 120000 litros de suero construida. 20 empleos directos y permanentes.	2 años
		Construcción de la planta de procesamiento de derivados cárnicos.	Infraestructura y dotación de planta.	Una planta complementaria a la actividad ganadera.	2 años
	<b>Sistema de seguimiento, evaluación y monitoreo</b>	La cadena láctea de Nariño cuenta con un sistema eficiente de seguimiento a los avances y logro de objetivos.	Sistema de seguimiento.		
<b>Incremento del consumo de leche saludable y apertura de mercados.</b>	<b>Productores de leche.</b>	Desarrollo de una estrategia comunicativa orientada a la promoción, prevención y sensibilización a los diferentes actores de los eslabones de la cadena láctea	Estrategias de Información, Educación y Comunicación.		5 años
	<b>Transformadores y productores Artesanales e Industriales.</b>	Creación, promoción y sostenimiento de la marca regional conjunta.		Los derivados lácteos de Nariño con presencia en mercados nacionales e internacionales.	5 años
		Realización de estudios de mercado a nivel nacional e internacional.			2 años

<b>Transversales</b>	Fortalecer los entes competentes para la inspección, vigilancia y control de los procesos relacionados con la cadena láctea.
	Habilitar el Puerto de Tumaco para la entrada de insumos y alternativa Puerto Interoceánico.
	Revisión de costos de energía - tratamiento especial para tecnificar el campo.
	Ampliación de la convocatoria de alianzas productivas.

## 5.3 SOCIALIZACIÓN DEL ACUERDO DE COMPETITIVIDAD

### 5.3.1 Ejecución de actividades.

- **Difusión y adelanto del proyecto.** Con esta actividad se propone involucrar y comprometer a los actores de los diferentes eslabones de la cadena láctea, a formar un equipo de trabajo idóneo para asumir los retos planteados en este proyecto. Este proceso se inicia a partir de eventos realizados con los productores, transformadores, industriales, comercializadores, organizaciones y demás actores de la cadena láctea, a quienes se les da a conocer los objetivos y ventajas que tiene crear el comité regional lácteo en la región.
- **Convocatoria y conformación del comité regional de la cadena láctea.** Se convocó a productores, transformadores, industriales, comercializadores, organizaciones y demás actores de la cadena láctea a una reunión, el día 19 de mayo de 2014 en la ciudad de Ipiales. En la cual participo el secretario técnico del Consejo Nacional Lácteo quien dio a conocer los lineamientos de la política nacional para el sector. Además se dio a conocer los componentes estratégicos y el reglamento legal por el cual se regula el funcionamiento del comité, subsiguientemente se determinaron los representantes a la junta directiva con el propósito de constituir el comité departamental lácteo.

A continuación se citó a los representantes de los diferentes eslabones del sector lácteo a una reunión en la ciudad de pasto el día 25 de julio de 2014 con la intención de socializar los avances, estrategias y proyectos para el desarrollo y conformación del comité, dando a conocer los estatutos o reglamentos legales del comité, conjuntamente con el propósito de establecer formalmente los miembros de la junta directiva del comité regional lácteo y comprometer a los representantes a conformar el **COMITÉ REGIONAL LÁCTEO DE NARIÑO “CRL NARIÑO”**.

El día 15 de octubre de 2014 se convocó a reunión a los miembros del comité, con el fin de revisar la posibilidad que el Comité Regional Lácteo de Nariño incluya al departamento del Putumayo a este comité y se puedan acompañar a los actores de leche, especialmente del alto Putumayo en las estrategias concertadas con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a través del Consejo Nacional Lácteo.

Esta reunión contó con la presencia del secretario técnico del Consejo Nacional Lácteo, quien dio a conocer la propuesta de integrar a la región de Nariño y Putumayo en un solo comité, con el fin de tener un mayor impacto en las estrategias concertadas ante el gobierno Nacional. Posteriormente se dio a conocer los avances en la conformación del Comité Regional Lácteo de Nariño a los representantes del departamento de Putumayo, entre ellos los estatutos (ver anexo C) del comité en el cual se analizaron y desarrollaron los cambios para el vínculo del departamento del Putumayo al comité lácteo, constituyéndose como;

**COMITÉ LÁCTEO SUROCCIDENTE “CL SUROCCIDENTE”.** Definiendo las acciones a seguir para presentar los documentos al Consejo Nacional Lácteo.

Conforme a lo establecido en la normatividad vigente sobre las organizaciones de cadena en el sector agropecuario y las directrices del Consejo Nacional Lácteo, la documentación solicitada por el CNL es la siguiente:

- Acta de constitución del Comité Lácteo Suroccidente. CL Suroccidente.
- Acta de acreditación de la representatividad de los integrantes de la Junta directiva del Comité Lácteo Suroccidente.
- Certificados de existencia y representación Legal de los gremios que conforman la junta directiva del Comité Lácteo Suroccidente.
- Cartas de delegación de los representantes de las organizaciones que conforman la junta directiva del Comité Lácteo Suroccidente.
- Estatutos del Comité Lácteo Suroccidente.

El día 17 de diciembre de 2014 se dio lugar a la reunión en la ciudad de Pasto, con el objetivo de definir la conformación de la junta directiva del comité de la cadena láctea del suroccidente, con todos sus integrantes y representaciones definidas, y se dejó constancia a través de actas de; constitución y representatividad (ver anexo D) de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 3° de la Resolución 0186 de 2008 expedida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, reglamentaria de la Ley 811 de 2003 y por lo establecido por el Consejo Nacional Lácteo en Acta número 10 de 2011.

Donde el Comité Lácteo Suroccidente servirá como órgano interinstitucional encargado de ejecutar y velar por la realización de las actividades propuestas que le permitan a la cadena obtener recursos y desenvolver acciones para lograr un posicionamiento internacional.

Entre las funciones del comité se tienen las siguientes:

- Definir el plan de acción anual para el comité regional lácteo el cual debe ajustarse a lo establecido en la Ley 811 de 2003, sus modificatorios y el Acuerdo de competitividad de la cadena.
- Tomar decisiones sobre el funcionamiento del comité.
- Representar a los miembros del comité.
- Conformar comités regionales.
- Promover que todos los eslabones pertenecientes a la cadena láctea formen parte del acuerdo de competitividad.
- Servir como órgano de consulta y asesor de la cadena en los diferentes ámbitos.

- Concertar objetivos y estrategias que beneficien la productividad de la cadena.
- Adelantar las actividades que permitan la conformación de bases de datos estadísticas de todos los eslabones de la cadena.
- Desarrollar y ejecutar los planes, programas y resoluciones acordadas por comité regional lácteo.
- Decidir el ingreso de cualquier entidad pública, privada y/o mixta que facilite los procesos del comité regional lácteo.
- Las demás funciones que se requieran para el cabal cumplimiento de los objetivos de la cadena.

**5.3.2 Entidades participantes.** Teniendo en cuenta la propuesta que se presenta para el desarrollo de la cadena, se ha considerado importante definir un comité, el cual participa de manera voluntaria con el único propósito de lograr el mejoramiento de la cadena, en este sentido se han definido las siguientes entidades participantes:

**Cuadro 125. Integrantes al comité lácteo suroccidente**

Comité lácteo suroccidente			
No	Eslabón	Nombre	Empresa
1	Productores primarios	Milton Rosero.	Prolenn.
2		Artemio Angan.	Prolesa.
3		Liliana Moran.	Asolacteos San Antonio.
4		Cristóbal Cuastumal.	Asoprocomun.
5		Luis Carlos Rúales.	Presidente Cabildo de Colimba.
6		Eudoro Bravo R.	Director Ejecutivo Sagan.
7		Franco Mera.	Asogasib.
8		Diego Orozco.	Cogamayo.
9	Transformación y comercialización	Iván Caviedes.	Colácteos Gerente.
10		Byron Ramos.	Colácteos Director Planeación.
11		Marco Tulio Murillo.	Asociación de Queseros Del Espino.
12		Rosa Lima.	
13	Antonio Mayoral.	Lácteos Mayoral.	
14	Gobierno departamental	Nubia Tatamues E.	Secretaría de Agricultura Y Medioambiente Nariño.
15		Ricardo Mateus.	Secretaría de Desarrollo Agropecuario Y Medio Ambiente Putumayo.
16	Representante de la academia	Henry Jurado G.	Universidad de Nariño.
17		Marisol Gonzales.	Instituto Tecnológico del Putumayo.

Representantes suplentes			
No	Eslabón	Nombre	Empresa
1	Productores primarios	Ovidio Potosí.	Coafucar.
2		José Manuel Tatalchá.	Asoprocolyda.
3		Patricia Rodríguez.	Fedegan.
4		Rud Mariela Jurado.	Asogasan.
5		Liderman Salazar.	Cogamayo.
6	Transformación y comercialización	Salvador Escobar.	Lácteos Andinos.
7		Alba Marina Pérez.	Asolacteos Santander.
8		William Moreno.	Agancol.
9	Gobierno departamental	Mario López E.	Secretaría de Agricultura Y Medio Ambiente Departamental Nariño.
10		Sonia Medicis.	Secretaría de Desarrollo Agropecuario Y Medio Ambiente Putumayo.

**5.3.3 Reconocimiento del comité lácteo Suroccidente (CL Suroccidente) ante el concejo nacional lácteo.** La organización de cadena del sector lácteo Colombiano, por medio del acuerdo No. 013 de marzo de 2015, reconoce al CL Suroccidente como comité de cadena láctea de los departamentos de Nariño y Putumayo (Ver anexo E).

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 CONCLUSIONES

De acuerdo con las variables y relaciones descritas se resaltan las siguientes conclusiones:

- Los actores de la cadena láctea del departamento de Nariño cuentan con experiencia en la actividad agropecuaria, ubicándolos dentro de la etapa de adultez intermedia en un rango de 41 a 65 años, permitiéndoles tener mayor dedicación laboral y mejores condiciones para desenvolver ideas productivas de negocio.
- El nivel de escolaridad de los actores vinculados a las actividades lácteas es muy bajo, alcanzando niveles de primaria incompleta en el eslabón de productores, logrando un ligero avance en los eslabones de transformación y comercialización en cuanto a formación técnica y profesional, sin embargo hay un nivel alto de formación básica secundaria.
- Frente a las tres dimensiones de salud, pensión y riesgos profesionales, los actores tienen pleno ejercicio de su derecho a salud, pues en su mayor participación cuentan con un carné subsidiado por el estado. Por otra parte, la vinculación a seguridad social arrojó debilidades en la parte de prevención de contingencias, ya que los actores no se encuentran realizando aportes al sistema de pensión y riesgos profesionales.
- Se encuentra diversificación en cuanto a roles asumidos por las mujeres en las diferentes actividades lácteas, identificando en el primer eslabón que el rol de la mujer aun es de ama de casa, reflejando que el rol de la mujer en los otros eslabones es más participativo, sin dejar a un lado el hogar.
- Referente a las clases de asociatividad se identifica un modelo de alianzas en cadena productiva, por lo tanto muestra una realidad preocupante, reconociendo algún nivel de interacción entre los actores de leche en la región de Nariño, sin embargo se evidencia la falta de cobertura organizacional, existiendo un desconocimiento acerca de las asociaciones y poco interés por agruparse.
- La vocación lechera de la región, se sustenta en su mayoría con producciones en pequeñas cantidades en un 91%. Reflejando despreocupación en la calidad y el precio de la misma.
- En el estudio se puede identificar que no integra en su totalidad la gran variedad de productos de derivados lácteos que son ofertados en el mercado como por ejemplo: dulces de leche, manjar blanco, cortado de leche y productos combinados como: derivados de lácteos con frutas y helado.

- El bajo interés de interacción entre los actores del sector lácteo conlleva negativamente el acceso de insumos necesarios para la producción de leche y derivados lácteos, reflejados con los altos costos en relación con el poder adquisitivo de los actores, en especial productores de leche y transformadores (artesanales), encontrándose en la asociatividad un impacto positivo para la productividad de la región.
- En los productores de leche y transformadores (artesanales) se presentan desventajas económicas derivadas de los bajos ingresos, causados por la baja visión empresarial, falta de asesoría técnica como financiera, y además de esto no cuentan con la infraestructura, maquinaria y equipo adecuados para realizar los procesos productivos.
- La calidad e inocuidad en la producción de leche y sus derivados es un punto inquietante a la hora de ver los resultados de este estudio ya que tiene un porcentaje muy bajo en asistencia técnica, falta de interés y manejo de recursos económicos para mejorar las producciones, afectando directamente al consumidor.
- La importancia de la conformación de la cadena láctea se ve plasmada y concertada por los participantes del acuerdo, con el fin de cambiar los principales problemas que afectan la productividad de la cadena.
- Se ve reflejado el compromiso de los diferentes actores de la cadena en torno a las destrezas que fortalecen el sector lácteo, proyectando estrategias y oportunidades para enfrentar los desafíos y acciones hacia una gestión que permita alcanzar un mejor progreso del sector lácteo de Nariño.
- Las estrategias que corresponden a la visión a futuro y el plan estratégico contribuyen al alcance de los objetivos planteados por los actores de la cadena láctea de Nariño.
- La conformación del Comité Lácteo Suroccidente involucra y compromete a los actores de la cadena en un equipo de trabajo, que permite la interacción de los diferentes eslabones que hacen parte de la cadena láctea, asumiendo los retos que lleven a un mejor desarrollo y permanencia productiva alrededor de las acciones establecidas por los acuerdos de libre comercio.
- El funcionamiento del Comité Lácteo Suroccidente, está ejercido por normativas internas y la conformación de una junta directiva, encargada de velar y ejecutar las acciones y estrategias concertadas ante el Consejo Nacional Lácteo.

## 6.2 RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta la importancia de la cadena láctea y su influencia dentro del departamento de Nariño se recomienda:

- Promover campañas o actividades que permitan disminuir la tendencia de trabajo individual, fortaleciendo el trabajo colectivo y el interés por asociarse.
- Es importante aumentar la comunicación directa entre los diferentes actores que intervienen en la cadena láctea, para lograr una mejor ejecución e interacción entre cada uno de los eslabones.
- Ampliar el estudio a un perfil productivo y de comercialización ya que juegan un papel vital para la economía regional, y de esta manera lograr una información más detallada y precisa de la situación actual del sector lácteo de Nariño.
- Prolongar y continuar con las actividades encomendadas al comité lácteo, con el fin de mantener y ejecutar nuevas acciones que permitan el desarrollo productivo de la cadena láctea de Nariño.
- Gestionar dentro del plan de acción del Comité Lácteo Suroccidente, planes que permitan a los actores de la cadena láctea en especial al adulto joven acceder a un plan educativo más alto con el fin de responder a las necesidades del contexto y al interés de los eslabones por seguir cualificándose, en especial en lo técnico y tecnológico.
- Promover capacitaciones en la producción y elaboración de derivados lácteos que pueden servir como fortaleza para fomentar el trabajo a mediano y largo plazo en el departamento de Nariño.
- Con el propósito de lograr el mejoramiento de la cadena láctea, se propone vincular a los proveedores de insumos agropecuarios en el comité lácteo, ya que, intervienen de una manera indirecta en el funcionamiento de la producción y comercialización de leche y sus derivados, con el fin de llegar a acuerdos comerciales que sirvan para un desarrollo integral de los actores de la cadena láctea
- Se considera importante involucrar al consumidor final dentro del estudio, para poder optimizar los métodos estadísticos y mostrar la importancia que tienen en la economía lechera del departamento de Nariño.

## BIBLIOGRAFÍA

ARCOS Z, Sandra *et al.* Análisis de los factores sociales que influyen en los actores que conforman los diferentes eslabones de la cadena láctea en el departamento de Nariño. Pasto.: universidad mariana. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Programa de Trabajo Social, 2014.

COLOMBIA. CONGRESO. Ley 37. (6, enero, 1993). Por la cual se regula la prestación del servicio de telefonía móvil celular, la celebración de contratos de sociedad y... Bogotá: El Congreso; 1993.

COLOMBIA. CONGRESO. Ley 100. (24. Diciembre, 1993). Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso; 1993.

COLOMBIA. CONGRESO. Ley 142. (11, julio, 1994). Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso; 1994.

COLOMBIA. CONGRESO. Ley 811. (26, junio, 2003). Por medio del cual se modifica la ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las sociedades agrarias de transformación, SAT, y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso; 2003.

COLOMBIA. CONGRESO. Ley 1341. (30, julio, 2009). Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones (TIC), se crea la agencia nacional de espectro y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso; 2009.

COLOMBIA. CONGRESO. Ley 1562. (11, julio, 2012). Por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional. Bogotá: El Congreso; 2012.

COLOMBIA. GOBERNACIÓN DE NARIÑO. Plan de desarrollo departamental Nariño mejor. Pasto: 2012, 24 p.

COLOMBIA. MINISTERIO. Decreto 302. (25, febrero, 2000). Por el cual se reglamenta a Ley 142 de 1994, en materia de prestación de los servicios públicos domiciliarios de acueducto y alcantarillado. Bogotá: El Ministerio; 2000

COLOMBIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Resolución 0082 (24, marzo, 2011). Por la cual se reconoce las organizaciones de cadena del sector lácteo Colombiano. Bogotá D.C.: El Ministerio, 2011. P. 2.

COLOMBIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Resolución 0186 (11, Junio, 2008). Por la cual se reglamenta parcialmente la ley 811 de 203 y el

decreto 3800 de 2006 sobre la inscripción de las organizaciones de cadena en el sector agropecuario, forestal, acuícola y pesquero ante el ministerio de agricultura y desarrollo rural. Bogotá D.C.: El Ministerio, 2008. 2 p.

COLOMBIA. SUPERINTENDENCIA INDUSTRIA Y COMERCIO. Sistema de pago de la leche cruda. Bogotá, 2013. Disponible en: <<http://www.sic.gov.co/documents/10157/a992a23f-c5f0-4cdf-abdb-5d5ee35c901>> [con acceso el 08-15-2014].

CONSEJO NACIONAL LÁCTEO. Acuerdo de competitividad de la cadena láctea Colombiana. Disponible en: <<http://www.cnl.org.co/images/docs/Acuerdo%20de%20Competitividad%20Cadena%20L%C3%A1ctea%202010.pdf>> [con acceso el 10-09-2014].

CONSEJO NACIONAL LÁCTEO. Quienes somos. Disponible en: <<http://www.cnl.org.co/index.php?option=comcontent&view=category&layout=blog&id=22&Itemid=115>> [con acceso el 10-09-2014].

ERAZO C, Ruby, *et al.* Análisis de factores económicos que influyen en los actores que conforman los eslabones de la cadena láctea en el departamento de Nariño. Pasto.: universidad mariana. Facultad de ciencias contables, económicas y administrativas. Programa de contaduría pública, 2014. 94 - 117 p.

FEDERACIÓN COLOMBIANA DE GANADEROS (FEDEGAN). Cartilla gira Nariño., p 13. Disponible en: <<http://es.slideshare.net/Fedegan/2013-05-28cartilla-gira-nario>> [con acceso: 15/11/2014].

GOBERNACIÓN DEL HUILA. Asistencia técnica agropecuaria. Huila 2015, disponible en: < <http://www.huila.gov.co/asistencia-tecnica-agropecuaria.html>> [con acceso 30-03.2015].

ISAZA C, Jairo, cadenas productivas enfoques y precisiones conceptuales. Disponible en: <<http://conectarural.org/sitio/sites/default/files/documentos/Cadenas%20productivas%20C%20enfoques%20y%20precisiones%20conceptuales.pdf>> [con acceso el 18-11-2014]

MINISTERIO DE TRABAJO. Pensiones. Disponible en: <<http://www.mintrabajo.gov.co/pensiones.html>> [con acceso el 24-03-2015].

OBANDO E, Álvaro, *et al.* Diagnóstico regional de la cadena láctea de Nariño. Pasto: 2013. 40p.

YOSHIOKA V, Ana, *et al.* Bases para el desarrollo social y competitivo de la cadena láctea en el departamento de Nariño. Cali: 2003. 15 – 16p.

# **ANEXOS**

## **Anexo A. Ley 811 de 2003.**

LEY 811 DE 2003  
(Junio 26)

Diario Oficial No. 45.236 de 2 de julio de 2003

RAMA LEGISLATIVA - PODER PÚBLICO

Por medio de la cual se modifica la Ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las Sociedades Agrarias de Transformación, SAT, y se dictan otras disposiciones.

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

ARTÍCULO 1o. La Ley 101 de 1993 tendrá un capítulo nuevo y quedará así:

CAPITULO XIV.

DE LAS ORGANIZACIONES DE CADENA EN EL SECTOR AGROPECUARIO,  
FORESTAL, ACUÍCOLA Y PESQUERO.

Artículo 101. Creación de las organizaciones de cadena. Las organizaciones de cadena constituidas a nivel nacional, a nivel de una zona o región productora, por producto o grupos de productos, por voluntad de un acuerdo establecido y formalizado entre los empresarios, gremios y organizaciones más representativas tanto de la producción agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, como de la transformación, la comercialización, la distribución, y de los proveedores de servicios e insumos y con la participación del Gobierno Nacional y/o los gobiernos locales y regionales, serán inscritas como organizaciones de cadena por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, siempre y cuando hayan establecido entre los integrantes de la organización, acuerdos, como mínimo, en los siguientes aspectos:

1. Mejora de la productividad y competitividad.
2. Desarrollo del mercado de bienes y factores de la cadena.
3. Disminución de los costos de transacción entre los distintos agentes de la cadena.
4. Desarrollo de alianzas estratégicas de diferente tipo.
5. Mejora de la información entre los agentes de la cadena.
6. Vinculación de los pequeños productores y empresarios a la cadena.
7. Manejo de recursos naturales y medio ambiente.
8. Formación de recursos humanos.
9. Investigación y desarrollo tecnológico.

PARÁGRAFO 1o. Para efectos de la presente ley, se entiende por cadena el conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente desde el inicio de la producción y elaboración de un producto agropecuario hasta su comercialización final. Está conformada por todos los agentes que participan en la producción, transformación, comercialización y distribución de un producto agropecuario.

Estos agentes participan en la producción, transformación, comercialización y distribución de materias primas, insumos básicos, maquinaria y equipos, productos intermedios o finales, en los servicios y en la distribución, comercialización y colocación del producto final al consumidor.

La organización de cadena, es un espacio de diálogo y su misión surge de una libre decisión de sus integrantes de coordinarse o aliarse para mejorar su competitividad, después de un análisis del mercado y de su propia disposición para adecuarse a las necesidades de sus socios de cadena. Los integrantes de una organización de cadena ponen a disposición de esta sus organizaciones y sus estrategias, que en lugar de confrontarse se coordinan con el fin de obtener un mejor desempeño económico a su vez colectivo e individual.

PARÁGRAFO 2o. Para los efectos de la presente ley, el conjunto de acuerdos adoptados por una organización de cadena a que hace referencia el presente artículo, se denomina Acuerdo de Competitividad.

Artículo 102. Inscripción de las organizaciones de cadena. No puede ser inscrita ante el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural más de una organización de cadena por producto o grupo de productos. Cuando una organización nacional es inscrita, las organizaciones de zona o región productora de la misma cadena serán comités de la organización nacional y tienen derecho a la representación en el seno de esta.

PARÁGRAFO 1o. Las organizaciones de cadenas inscritas se constituyen en cuerpos consultivos del Gobierno Nacional respecto a las orientaciones y medidas de política que les conciernen, así mismo serán órganos de concertación permanente entre los distintos eslabones de las cadenas y entre estos y el Gobierno.

PARÁGRAFO 2o. Solo serán inscritas las organizaciones de cadena cuya reglamentación prevea un mecanismo para solucionar los conflictos derivados de la aplicación de los acuerdos señalados en el artículo 101 de la presente ley.

Artículo 103. Competencia del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Las condiciones y requisitos para la inscripción y la cancelación de la inscripción de las organizaciones de cadena, serán fijadas por resolución del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Artículo 104. Acuerdos en materia comercial. Los acuerdos en una organización de cadena, relativos a un producto o grupo de productos específicos, orientados a regular su comercio, deberán constar por escrito y someterse a los principios,

derechos y obligaciones que rigen la contratación. Estos acuerdos se notificarán, antes de su entrada en vigencia, al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, al Ministerio de Hacienda y Crédito Público y a la Superintendencia de Industria y Comercio, entidades que verificarán las condiciones y términos pactados dentro del marco de sus competencias y conforme a lo dispuesto en la presente ley. Igualmente serán publicados en un periódico de amplia circulación nacional o regional, según el caso.

PARÁGRAFO. Los acuerdos en materia comercial, concertados dentro de las organizaciones de cadena, serán verificados por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y su cumplimiento será vigilado por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Artículo 105. Aceptación de los acuerdos por los miembros de la cadena. La obligatoriedad de los acuerdos está subordinada a la adopción de sus disposiciones por parte de los miembros de la organización de la cadena, por decisión unánime. Los acuerdos que no involucren a todas las partes podrán ser adoptados siempre y cuando la parte no involucrada no se oponga de manera explícita a ello.

Artículo 106. Refrendación de los acuerdos de competitividad. Los acuerdos de competitividad refrendados por el Gobierno, se incorporarán a las políticas y presupuestos gubernamentales, con el fin de adelantar las acciones acordadas como compromiso del sector público. De la misma manera, el Gobierno dará prioridad en el acceso a los incentivos establecidos a los miembros de las organizaciones de cadena inscritas.

Artículo 107. Financiación de la operación de las organizaciones de cadena. Las organizaciones de cadena quedan habilitadas para recibir aportes de sus miembros, destinados a sufragar los costos de su funcionamiento.

PARÁGRAFO. Los fondos parafiscales, que posean activos aptos para desarrollar las actividades necesarias para la realización del Acuerdo de Competitividad, o hayan desarrollado estudios o desarrollen actividades que generen información específica para los propósitos del mismo, podrán destinarlos a los fines de la Organización de Cadena. Así mismo, se faculta el uso de recursos de los Fondos Parafiscales para contribuir a cubrir los gastos de funcionamiento de las organizaciones de cadena.

Artículo 108. Información suministrada por las organizaciones de cadena. Las organizaciones de cadena deberán suministrar al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural un informe anual de sus actividades que deben incluir:

1. Informe de actividades y las actas de las reuniones.
2. Informe de ingresos y gastos.
3. Balance de realizaciones y de ejecución de los acuerdos.

Deberán también suministrar a las autoridades administrativas competentes toda la información que estas soliciten por escrito para el cumplimiento de sus funciones de

control. Las organizaciones de cadena podrán constituir o hacer parte de sociedades creadas para fines comerciales, de desarrollo tecnológico y otros.

ARTÍCULO 2o. La ley 101 de 1993 tendrá un capítulo nuevo y quedará así:

## CAPITULO XV.

### DE LAS SOCIEDADES AGRARIAS DE TRANSFORMACIÓN, SAT.

Artículo 109. Creación, naturaleza y registro. Créase las Sociedades Agrarias de Transformación, en adelante SAT, que tendrán por objeto social desarrollar actividades de postcosecha y comercialización de productos perecederos de origen agropecuario y la prestación de servicios comunes que sirvan a su finalidad.

Las SAT son sociedades comerciales constituidas como empresas de gestión, sometidas a un régimen jurídico y económico especial. La Sociedad una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados.

Serán normas básicas de constitución, funcionamiento y disolución de las SAT las disposiciones de la presente ley y, con carácter subsidiario, las que sean de aplicación a las demás sociedades comerciales.

La Constitución de las SAT se llevará a cabo por escritura pública, en la cual se expresarán los aspectos previstos en el Código de Comercio, en cuanto no se opongan a los dispuesto en esta ley.

El registro de las SAT se radicará en el registro mercantil de las Cámaras de Comercio, de conformidad con los artículos 28 y 29 del Código de Comercio.

Las SAT gozarán desde su constitución legal y registro en la Cámara de Comercio, de personalidad jurídica y plena capacidad de obrar en el cumplimiento de su finalidad siendo su patrimonio independiente del de sus socios.

Artículo 110. Fines generales de las SAT. Las sociedades agrarias de transformación tienen como fines generales, los siguientes:

1. Facilitar la enajenación de los productos de que trata el artículo anterior, así como su preparación y comercialización con destino al consumidor final.
2. Facilitar el incremento de los niveles de ganancia de los productores primarios de alimentos, contribuyendo al desarrollo económico y social del país y a la consolidación de los pilares de equidad, consagrados en la Constitución Nacional.
3. Facilitar la organización de los productores alrededor de propósitos económicos comunes.
4. Facilitar la integración de los procesos de producción, postcosecha y comercialización y la participación en ellos de los productores directos.
5. Contribuir al abastecimiento de los mercados de alimentos con productos agropecuarios.
6. Contribuir a la estabilización de los precios para productores y consumidores.

7. Facilitar el desarrollo e implementación de regímenes de inversión, crédito y asistencia técnica para sus socios.

PARÁGRAFO. Los fines que este artículo enumera servirán de guía para la reglamentación, interpretación y ejecución de la presente ley.

Artículo 111. Denominación, domicilio y duración. El nombre o razón social de las SAT será el que libremente acuerden sus socios pero no podrá ser igual o inducir a confusión con el de otra anteriormente constituida. En la denominación se incluirá necesariamente al final la abreviatura SAT.

El domicilio de las SAT se establecerá en el municipio del lugar donde se radique su actividad principal, y en él estará centralizada la documentación social y contable requerida en la presente ley.

Salvo contraria determinación expresada en el acto de constitución, la duración de las SAT será indefinida.

Artículo 112. Documentación social. La documentación social de la SAT se ajustará a los reglamentos que se expidan con base en el artículo 44 de la Ley 222 de 1995, siempre que no contradigan la naturaleza y fines de las SAT.

Artículo 113. Asociación de SAT. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 260 del Código de Comercio, las SAT para las mismas actividades y fines a que se refiere la presente ley, podrán asociarse o integrarse entre sí, constituyendo una agrupación de SAT, con responsabilidad jurídica y capacidad de obrar, cuya responsabilidad frente a terceros, por las deudas sociales será siempre limitada. Así mismo podrán participar en su calidad de socios de las SAT, en los términos previstos en el artículo 114 de la presente ley.

Artículo 114. De los socios. Podrán asociarse para promover la constitución de una SAT, quien posea y demuestre una de las siguientes calidades:

1. Ser persona natural y ostentar la condición de titular de explotación agraria, en calidad de propietario, poseedor, tenedor o arrendatario con un contrato de explotación no menor a 5 años.
2. Ser persona natural y ostentar la condición de trabajador agrícola; y
3. Las personas jurídicas de carácter privado dedicadas a la comercialización de productos perecederos.

El número mínimo de socios necesarios para la constitución de una SAT será de tres (3).

PARÁGRAFO. En todo caso, el número de socios, como personas naturales, deberá ser superior al número de socios como personas jurídicas.

Artículo 115. Retiro de los socios. Los estatutos sociales, además de lo establecido en el artículo 127 de esta ley, regularán necesariamente las condiciones de ingreso

de los socios así como las causales de retiro y sus efectos, sin perjuicio de lo previsto en la presente ley y en el Código de Comercio.

Sin perjuicio de lo establecido sobre el derecho de retiro en el Capítulo III del Título I de la Ley 222 de 1995, serán en todo caso, causales de retiro de un socio:

1. El hecho de perder las calidades exigidas por el artículo 114 de esta ley.
2. La transmisión total de su participación por acto inter vivos.
3. La separación voluntaria.
4. La exclusión forzosa de acuerdo con los artículos 296, 297 y 298 del Código de Comercio.

El retiro de un socio implicará la liquidación definitiva de su participación en el patrimonio social en la cuantía que le corresponda, previa la cancelación de las obligaciones contraídas a su cargo y a favor de la sociedad.

PARÁGRAFO. Los estatutos sociales establecerán el régimen aplicable a la liquidación que se refiere el inciso primero de este artículo y también señalarán los supuestos en que la Asamblea General pueda acordar la exclusión forzosa de algún socio, siendo necesario para este supuesto el voto favorable de la mayoría absoluta de los socios.

Artículo 116. Derechos de los socios. Los socios de las SAT tendrán derecho a:

1. Tomar parte en la asamblea general y participar con voz y voto en la adopción de sus acuerdos.
2. Elegir y ser elegidos para desempeñar los cargos de los órganos de gobierno de la sociedad.
3. Exigir información sobre la marcha de la sociedad a través de los órganos de su administración y en la forma en que reglamentariamente se determine.
4. Recibir las ganancias o beneficios comunes, proporcionales a su participación.
5. Impugnar los acuerdos sociales que sean contrarios a las leyes o estatutos de la sociedad o que sean lesivos para los intereses de esta en beneficio de algún socio.
6. Decidir sobre el retiro y exclusión de socios.
7. Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas así como la admisión de nuevos socios.
8. Fiscalizar la gestión de las SAT.
9. Todos los demás derechos reconocidos en esta ley y en los Estatutos Sociales.

Artículo 117. Deberes de los socios. Los socios de las SAT tendrán los siguientes deberes:

1. Los Socios están obligados a participar en las actividades de la SAT en los términos previstos en sus estatutos sociales.
2. Acatar los acuerdos válidamente adoptados por los órganos de Gobierno.
3. Satisfacer puntualmente su cuota de participación en el capital social y las demás obligaciones de contenido personal o económico que los Estatutos Sociales impongan, y

4. Los que en general se deriven de su condición de socios, al tenor de la presente ley o que estén determinados en sus Estatutos Sociales.

Artículo 118. Sanciones por incumplimiento de los socios. En caso de incumplimiento de los socios tanto en los aportes dinerarios como en los aportes en especie, si estos se estipulan, se podrá optar por excluir de la sociedad al socio incumplido, sin perjuicio de las demás acciones pre vistas en la ley.

En todos los casos, el socio incumplido pagará a la sociedad intereses moratorios. Tratándose de aportes en especie, el interés moratorio se establecerá con base en el avalúo del respectivo aporte.

Artículo 119. Responsabilidad. Las SAT serán de responsabilidad limitada. Para los efectos de este artículo se limita la responsabilidad de los socios al valor de sus aportes y la responsabilidad de las SAT para con terceros, al monto del patrimonio social.

Artículo 120. Capital social y participaciones.

1. El capital social de las SAT estará constituido por el valor de los aportes realizados por los socios, en el acto de constitución o en virtud de posteriores aumentos de capital. El capital social podrá aumentarse o disminuirse en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada y formalizada conforme a la ley.

2. El reavalúo de activos no implica aumento del capital social.

3. No podrá constituirse SAT alguna que no tenga su capital social suscrito y pagado al menos en un veinticinco por ciento (25%). El resto se desembolsará conforme se determine, en un plazo máximo de seis (6) años.

4. El importe total tanto de los aportes como de la participación de un socio en el capital social, no podrá exceder de un treinta y tres por ciento (33%) del mismo. Para los socios que sean personas jurídicas, el monto total de los aportes realizados por el conjunto de ellas no superará en ningún caso del cuarenta y nueve por ciento (49%) del capital social.

5. El capital social se dividirá en cuotas de igual valor nominal. A cada parte le corresponderá un voto en la asamblea general.

Artículo 121. Distribución de excedentes. Las SAT no tienen por objeto la obtención de utilidades para ser distribuidos entre los socios. No obstante lo anterior, la asamblea general con la aprobación del setenta y cinco por ciento (75%) de los votos, podrá disponer el reparto de las utilidades provenientes de la enajenación de activos, en cuyo caso la distribución se hará en forma proporcional a la participación en el capital social.

Artículo 122. Aportes en especie.

1. Los aportes podrán ser dinerarios o no dinerarios, debiendo fijarse en dinero la valorización de estos últimos previa la aprobación de todos los socios.

2. Se podrán aportar a la SAT el derecho real de usufructo sobre bienes muebles o inmuebles, que se valorará de acuerdo con los criterios establecidos por la ley comercial.

3. El incumplimiento en la entrega de aportes y todo lo relacionado con los aportes en especie, se regirá por los artículos 126 y 127 del Código de Comercio y por las demás normas pertinentes.

Artículo 123. Aportes industriales. De conformidad con el artículo 137 del Código de Comercio, podrá ser objeto de aportación la industria o trabajo personal de un asociado, sin que tal aporte forme parte del capital social.

Artículo 124. Reservas y utilidades del ejercicio.

1. Las SAT tendrán ejercicios anuales. Al término de cada ejercicio se cortarán las cuentas y se elaborará el balance, el inventario y el estado de resultados.

2. Si del ejercicio resultaren excedentes, estos podrán aplicarse en todo o en parte, en la forma como lo determinen los estatutos o la asamblea general. Sin perjuicio de lo anterior estos excedentes se aplicarán en primer término a compensar pérdidas de ejercicios anteriores. También podrán destinarse a la revalorización de aportes, teniendo en cuenta las alteraciones en su valor real, o destinarse a un fondo para amortización de aportes de los socios.

3. Cuando la reserva de protección de los aportes sociales se hubiere empleado para compensar pérdidas, la primera aplicación del excedente será para restablecer la reserva al nivel que tenía antes de su utilización.

4. Las SAT podrán crear, por decisión de la asamblea general, otras reservas y fondos con fines determinados. Igualmente podrán proveer en sus presupuestos y registrar en su contabilidad incrementos progresivos de las reservas y fondos, con cargo al ejercicio anual.

5. La relación entre los precios de adquisición de las SAT y los imperantes en el mercado, podrán generar déficit o superávit. Para determinar la situación y proceder en consecuencia las SAT podrán hacer cortes de cuentas frecuentes, adecuadas a las necesidades de cada actividad, cuya periodicidad será señalada por la junta directiva.

PARÁGRAFO. Ningún socio podrá adquirir productos elaborados por la SAT, con ánimo de lucrarse en su reventa.

Artículo 125. Estructura orgánica. La estructura orgánica de las SAT estará constituida por:

1. La Asamblea General, órgano supremo de expresión de la voluntad de los socios, la Junta Directiva, órgano permanente de administración que podrá estar constituido hasta por once (11) miembros e igual número de suplentes y el Gerente o Presidente como órgano Unipersonal de administración y representación legal de la Sociedad.

2. Las SAT podrán establecer en sus estatutos sociales otros órganos de gestión, asesoramiento o control, determinando expresamente el modo de elección de sus miembros, su número, causales de remoción y las competencias.

3. Las funciones y atribuciones de los órganos sociales serán los determinados por los estatutos sociales y la ley.

4. Se considerarán atribuciones implícitas de la Junta Directiva las no asignadas expresamente a otros órganos por la ley o los estatutos.

Artículo 126. Acuerdos sociales.

1. Todos los socios quedan sometidos a los acuerdos de la asamblea general, sin perjuicio de su facultad de impugnarlos ante la jurisdicción competente.
2. Solo están legitimados para impugnar los acuerdos sociales, los socios asistentes a la asamblea general que hubiesen hecho constar en el acta su oposición al acuerdo impugnado y los que hayan sido privados ilegítimamente del derecho a emitir su voto.
3. En cuanto a los socios ausentes, se aplicarán en lo pertinente las reglas del Código de Comercio.

Artículo 127. Estatutos sociales. Los socios elaborarán y aprobarán los estatutos sociales, teniendo en cuenta lo siguiente:

1. El Estatuto Social de la SAT, será acordado libremente por los socios para regir la actividad de la sociedad, en cuanto no se oponga a esta la ley, al Código de Comercio o a las demás disposiciones jurídicas de necesaria aplicación.
2. El Estatuto Social consignará las estipulaciones que considere necesarias para el normal desenvolvimiento funcional de la SAT, sin perjuicio de las que se deriven de las prescripciones de la presente ley que necesariamente deberá fijar:
  - a) Denominación, objeto, domicilio y duración de la SAT;
  - b) Normas de disolución y liquidación de la SAT;
  - c) Representaciones o quórum requeridos, personales o de capital, para la aprobación de acuerdos en la Asamblea General, con expresión concreta de cuáles de estos acuerdos requerirá según su materia votación especial;
  - d) Facultades del gerente, y de los órganos previstos en el artículo 125 de esta ley, con determinación expresa de las facultades que la Junta Directiva pudiera delegarles;
  - e) Régimen económico y contable;
  - f) Los demás aspectos contemplados en el artículo 110 del Código de Comercio en lo pertinente.
3. La asistencia de la mitad de los socios hábiles o de los delegados o apoderados, si es el caso, constituirá quórum para deliberar y adoptar decisiones válidas en la asamblea general; sus decisiones se tomarán por mayoría absoluta de los votos de los asistentes a la respectiva reunión.

Artículo 128. Disolución y liquidación. Se regirá por lo previsto en los estatutos sociales y en las normas establecidas en los artículos 218, 219 y 220 del Código de Comercio.

Con la disolución de la SAT, se inicia el proceso de liquidación durante el cual la sociedad conserva su personalidad de conformidad con el artículo 222 del Código de Comercio. Para tales efectos deberá añadir a su nombre y número la frase -en liquidación-.

La liquidación del patrimonio social de la SAT se llevará a cabo de conformidad con las disposiciones civiles y comerciales vigentes que no sean contrarias a su naturaleza jurídica.

Artículo 129. En la regulación sobre retención en la fuente sobre transacciones de productos perecederos de origen vegetal y/o animal sin transformación antes de su consumo, el Gobierno Nacional propenderá para que aquellas <sic> se realicen a través de las SAT legalmente constituidas queden exentas de dicha retención.

Artículo 130. Régimen contable.

1. A las SAT por ser sociedades obligadas a llevar libros contables, les son aplicables las normas de contabilidad previstas en el Decreto Reglamentario 2649 de 1993 (Reglamento General de la Contabilidad) y las demás que lo modifiquen o adicionen.

2. Además se sujetarán a las normas especiales que para las cooperativas expida la autoridad competente encargada de su inspección, vigilancia y control, sin que vayan en contravía de los principios de contabilidad generalmente aceptados.

3. En lo no previsto en esta ley se aplicarán las normas pertinentes del Código de Comercio y del Estatuto Tributario, en cuanto no se opongan a su naturaleza jurídica.

4. En materia de revisoría fiscal se regirán por las normas previstas en el Estatuto Mercantil, en la Ley 43 de 1990 y en las demás normas que lo modifiquen o adicionen, así como por las normas especiales emanadas del Gobierno o del organismo que las vigile.

Artículo 131. Inspección y vigilancia. Las sociedades agrarias de transformación estarán sujetas a la inspección, vigilancia y control por parte del Departamento Administrativo Nacional de Economía Solidaria, de acuerdo a lo establecido en las normas que regulen su organización y funcionamiento.

Inicio

ARTÍCULO 3o. La ley 101 de 1993 tendrá un capítulo nuevo del siguiente tenor:

#### CAPITULO XVI.

#### DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO DE FINAGRO.

Artículo 132. Operaciones de financiamiento a través de inversión. Para los efectos establecidos en el numeral octavo del artículo 49 de la Ley 101 de 1993, Finagro podrá estimular la creación y fortalecimiento de empresas productoras, comercializadoras y de transformación primaria de productos agropecuarios y pesqueros, efectuando inversiones en proyectos específicos que las mismas realicen o a través de aportes en su capital, operaciones que serán administradas por Finagro con excedentes de liquidez, distintos de los provenientes de los títulos de desarrollo agropecuario.

La participación de Finagro cesará una vez las empresas respectivas logren, a juicio de esa entidad, niveles de competitividad y solidez patrimonial.

Para tal efecto, Finagro podrá recibir otros recursos a cualquier título, de otras entidades públicas o privadas, nacionales o internacionales.

Artículo 133. El artículo 26 de la Ley 101 de 1993, quedará así:

Objetivo de Finagro. El objetivo de Finagro será la financiación de actividades rurales y de producción en sus distintas fases y comercialización del sector agropecuario, a través del redescuento de las operaciones que hagan las entidades pertenecientes al Sistema Nacional de Crédito Agropecuario u otras instituciones bancarias, financieras, fiduciarias y cooperativas, debidamente autorizadas por la Superintendencia Bancaria o mediante la celebración de convenios con tales instituciones, en los cuales se podrá pactar que el riesgo sea compartido entre Finagro y la entidad que accede al redescuento.

Finagro podrá, a través de convenios celebrados con entidades públicas o privadas, administrar recursos para la ejecución de programas de financiamiento en el sector agropecuario y rural.

Artículo 134. Adiciónase el artículo 24 de la Ley 101 de 1993, con los siguientes párrafos:

PARÁGRAFO 1o. Cuando se presenten, en igualdad de condiciones, inscripciones para la elegibilidad de proyectos productivos que aspiren a recibir recursos del Incentivo a la Capitalización Rural, tendrán prelación aquellos que sean presentados por asociaciones de productores, organizadas bajo cualquiera de las modalidades reguladas por las normas de la economía solidaria o por alianzas estratégicas conforme a la definición del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

PARÁGRAFO 2o. Por lo menos el cuarenta por ciento (40%) de los recursos apropiados y situados por el Gobierno Nacional para el incentivo a la capitalización rural se otorgarán y pagarán a proyectos inscritos por pequeños productores.  
Inicio

ARTÍCULO 4o. PUBLICACIÓN DE UN SOLO TEXTO. De conformidad con el artículo 195 de la Ley 5ª de 1992, deberá publicarse en un solo texto la Ley 101 de 1993 que incorpore las presentes modificaciones.

Inicio

ARTÍCULO 5o. VIGENCIA. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL  
PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dada en Bogotá, D. C., a 26 de junio de 2003.

## Anexo B. Encuestas desarrolladas.

### ENCUESTA A PRODUCTORES PRIMARIOS DE LA CADENA LÁCTEA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO.

Señores Productores del sector lácteo la presente encuesta tiene como propósito fundamental recolectar información sobre la situación socioeconómica de los diferentes eslabones de cadena láctea en el Departamento de Nariño. Su participación proporcionando la información requerida es de vital importancia para proponer estrategias de desarrollo integral que fortalezcan la política láctea del Departamento de Nariño. Los datos obtenidos a partir de la presente encuesta son exclusivamente de carácter investigativo. Agradecemos su amable colaboración									
<b>Número de la Encuesta:</b>				<b>Fecha:</b>					
<b>Nombres y apellidos del Ganadero:</b>									
<b>Teléfono de contacto</b>									
<b>DATOS GENERALES</b>									
1.1. Municipio				Vereda					
1.2. Edad (años)				1.3. Género		M	<input type="checkbox"/>	F	<input type="checkbox"/>
1.4. Escolaridad del propietario:		1.4.1. Primaria		<input type="checkbox"/>	Años				
		1.4.2. Secundaria		<input type="checkbox"/>	Años				
		1.4.3. Técnica		<input type="checkbox"/>	Años				
		1.4.4. Superior		<input type="checkbox"/>	Años				
		1.4.5. Especialización		<input type="checkbox"/>	Años				
		1.4.6. Ninguna		<input type="checkbox"/>					
		1.4.7. Otras		<input type="checkbox"/>					
1.5. Estado civil		1.5.1. Casado				<input type="checkbox"/>			
		1.5.2. Soltero				<input type="checkbox"/>			
		1.5.3. Separado				<input type="checkbox"/>			
		1.5.4. Divorciado				<input type="checkbox"/>			
		1.5.5. Viudo				<input type="checkbox"/>			
		1.5.6. Unión libre				<input type="checkbox"/>			
1.6. Etnia		1.6.1. Indígena				<input type="checkbox"/>			
		1.6.2. Afrocolombiano				<input type="checkbox"/>			
		1.6.3. Mestizos				<input type="checkbox"/>			
1.7. Régimen de salud		1.7.1. Contributivo		<input type="checkbox"/>	1.7.2. Nombre de la EPS				
		1.7.3. Subsidiado		<input type="checkbox"/>					
		1.7.4. Ninguno		<input type="checkbox"/>					
1.8. ¿Usted cuentan además con?		1.8.1. Pensión (Vejez, Invalidez, Enfermedad)		<input type="checkbox"/>					
		1.8.2. Protección de Riesgos Profesionales		<input type="checkbox"/>					
		1.8.3. Otra		<input type="checkbox"/>	Cual?				
1.9. ¿Cuál es su ingreso promedio mensual en la finca? \$ _____									
1.10. Determine el porcentaje de ingreso mensual por concepto de venta de leche ____ %									
1.11. Además de la actividad Agropecuaria, ¿qué otra desempeña?(Opción múltiple)									
1.11.1. Comerciante		<input type="checkbox"/>	1.11.2. Otra profesión		<input type="checkbox"/>				
1.11.3. Industrial		<input type="checkbox"/>	1.11.4. Otra actividad		<input type="checkbox"/>	Cual?			

1.11.5. Política	<input type="checkbox"/>	1.11.6. Ninguna	<input type="checkbox"/>	
1.12. Origen de la actividad Agropecuaria				
1.12.1. Tradición	<input type="checkbox"/>			
1.12.2. Nueva	<input type="checkbox"/>			
1.13. Tipo de tenencia de la tierra				
1.13.1. Propiedad	<input type="checkbox"/>			
1.13.2. Arrendamiento	<input type="checkbox"/>	¿Cuánto paga por arrendamiento? \$____/(hectárea)		
1.13.3. Aparcería	<input type="checkbox"/>			
1.13.4. Resguardo	<input type="checkbox"/>			
1.13.5. Otra	<input type="checkbox"/>	¿Cuál?		
1.14. ¿Cuánto hace que tiene la finca? (años)				
1.15. ¿Cuánto tiempo hace que trabaja en la finca? (años)				
1.16. ¿Cuál es el área total de la finca? (has)				
1.17. Las vías de acceso de la cabecera municipal a la finca, corresponden a:				
Tipo de vía	Estado			
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
1.17.1. Carreteable				
1.17.2. Camino veredal				
1.17.3. Pavimentada				
1.17.4. Otra				
1.18. Características de la vivienda				
1.18.1. Uso	1.18.1.1. Residencial			<input type="checkbox"/>
	1.18.1.2. Mixto (Comercio - vivienda)			<input type="checkbox"/>
	1.18.1.3. Otro?			<input type="checkbox"/>
1.18.2. Construcción	1.18.2.1. Ladrillo			<input type="checkbox"/>
	1.18.2.2. Adobe			<input type="checkbox"/>
	1.18.2.3. Tapia			<input type="checkbox"/>
	1.18.2.4. Mixto			<input type="checkbox"/>
1.18.3. Pisos	1.18.3.1. Cerámica			<input type="checkbox"/>
	1.18.3.2. Baldosa			<input type="checkbox"/>
	1.18.3.3. Cemento			<input type="checkbox"/>
	1.18.3.4. Tierra			<input type="checkbox"/>
	1.18.3.5. Mixtos			<input type="checkbox"/>
	1.18.3.6. Otro, Cual?			
1.18.4. Sanitario	1.18.4.1. Baño			<input type="checkbox"/>
	1.18.4.2. Batería sanitaria			<input type="checkbox"/>
	1.18.4.3. Letrina			<input type="checkbox"/>
	1.18.4.4. Otro Cual?			
1.18.5. Servicios públicos <b>(Opción múltiple)</b>	1.18.5.1. Energía Eléctrica			<input type="checkbox"/>
	1.18.5.2. Gas			<input type="checkbox"/>
	1.18.5.3. Acueducto Municipal			<input type="checkbox"/>
	1.18.5.4. Acueducto veredal			<input type="checkbox"/>
	1.18.5.5. Alcantarillado			<input type="checkbox"/>
	1.18.5.6. Internet			<input type="checkbox"/>

	1.18.5.7.	Recolección de Basuras	<input type="checkbox"/>
	1.18.5.8.	Teléfono fijo	<input type="checkbox"/>
	1.18.5.9.	Teléfono celular	<input type="checkbox"/>
	1.18.5.10.	Otros ¿Cuales?	
<b>2. PRODUCCIÓN</b>			
2.1. ¿Cuántos ordeños realiza diariamente?			
2.1.1.	Un ordeño		<input type="checkbox"/>
2.1.2.	Dos ordeños		<input type="checkbox"/>
2.1.3.	Más de dos ordeños		<input type="checkbox"/>
2.2. ¿A qué horas está realizando el ordeño?			
2.2.1.	Mañana de	a	
2.2.2.	Tarde de	a	
2.2.3.	Otra de	a	
2.3. ¿Por qué ordeña usted a esas horas?(Opción múltiple)			
2.3.1.	Indicación técnica		<input type="checkbox"/>
2.3.2.	Costumbre		<input type="checkbox"/>
2.3.3.	Recorrido de camiones		<input type="checkbox"/>
2.3.4.	Programación de trabajo		<input type="checkbox"/>
2.3.5.	Otros		<input type="checkbox"/> ¿Cuál?
2.4. ¿Cómo practica el ordeño?(Opción múltiple)			
2.4.1.	Manual con ternero		<input type="checkbox"/>
2.4.2.	Manual sin ternero		<input type="checkbox"/>
2.4.3.	Ordeño mecánico		<input type="checkbox"/>
2.5. ¿En qué lugar realiza el ordeño?(Opción múltiple)			
2.5.1.	En el potrero		<input type="checkbox"/>
2.5.2.	Establo móvil		<input type="checkbox"/>
2.5.3.	Establo fijo		<input type="checkbox"/>
2.5.4.	Sala de ordeño		<input type="checkbox"/>
2.6. ¿Cuanta leche produce diariamente en litros en la ?			
2.6.1.	A.M.	P.M.	Litros.
2.7. ¿Cuántos litros deja para el consumo diario de la casa? Litros			
2.8. ¿A quien vende la leche?(Opción múltiple)			
2.8.1.	Planta		<input type="checkbox"/> Cuantos litros?
2.8.2.	Intermediario		<input type="checkbox"/> Cuantos litros?
2.8.3.	Directamente a consumidores		<input type="checkbox"/> Cuantos litros?
2.8.4.	Cooperativas		<input type="checkbox"/> Cuantos litros?
2.8.5.	Otros		<input type="checkbox"/> ¿Cuál? Cuantos litros?
2.9. ¿Cambia con frecuencia de comprador? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
<i>Si la respuesta es Sí, continúe en la pregunta 2.10.1, si la respuesta es No, continúe con la pregunta 2.11.</i>			
2.10. ¿Cuáles son las principales razones para cambiar de comprador?(Opción múltiple)			
2.10.1.	Exigencias de calidad		<input type="checkbox"/>
2.10.2.	Exigencias de cantidad		<input type="checkbox"/>
2.10.3.	Mejores precios		<input type="checkbox"/>
2.10.4.	Oferta de anticipos		<input type="checkbox"/>
2.10.5.	Pagos anticipados		<input type="checkbox"/>
2.10.6.	Otras		<input type="checkbox"/> ¿Cuáles?
2.11. ¿Qué tipo de conservación para la leche posee en su finca?(Opción múltiple)			



2.17.4. Nutrición	<input type="checkbox"/>					
2.17.5. Praderas	<input type="checkbox"/>					
2.17.6. Administración	<input type="checkbox"/>					
2.17.7. Otra	<input type="checkbox"/>					
2.18. La frecuencia de las visitas es de _____ vez (veces) al mes.						
2.19. ¿Cuál es el área dedicada a Ganadería? (has)						
2.20. ¿Qué áreas de tierra tiene en otros usos?	2.21. Cultivos (has)					
	2.22. Bosques (has)					
	2.23. Reservorios (has)					
	2.24. Infraestructura (casa, bodega, establo, silo, abrevaderos, cuarto de herramientas) (has)					
	2.25. Otra					
<b>3. INFRAESTRUCTURA, MAQUINARIA Y EQUIPO</b>						
3.1. Describa la infraestructura, maquinaria y el equipo de su finca:						
Elemento	Si	No	Cantidad			
Casa						
Establo						
Corral						
Saladeros						
Bebedores						
Aljibes						
Cercas						
Vehículo						
Tractor						
Arado						
Rastra						
Rastrillo						
Guadaña						
Motosierra						
Motobomba						
Bomba de espalda						
Brete						
Planta eléctrica						
Otros						
<b>4. GESTIÓN EMPRESARIAL</b>						
4.1. Vende la leche de manera: <b>(Opción múltiple)</b> Individual <input type="checkbox"/> Asociativa <input type="checkbox"/>						
4.2. ¿Usted como productor pertenecen a alguna Asociación? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>						
4.3. ¿Le interesa asociarse a una organización de productores? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>						
4.4. Para cuál de las siguientes actividades le parece que es urgente asociarse? Priorice de 1 a 6, siendo UNO la <i>más</i> urgente, y SEIS la menos urgente.						
<b>Criterios</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Realización de compras.						
Asistencia técnica.						
Gestión Empresarial.						

Proceso Productivo						
Negociaciones y Ventas						
Asistencia Financiera						
Otra. ¿Cuál?						
<b>4.5. Estado financiero</b>						
4.5.1 Tiene obligaciones financieras	Si	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		
<b>4.6. Con que entidad tiene usted obligaciones financieras</b>						
4.6.1. Banco Agrario		<input type="checkbox"/>				
4.6.2. Bancolombia		<input type="checkbox"/>				
4.6.3. Caja Social		<input type="checkbox"/>				
4.6.4. Contactar		<input type="checkbox"/>				
4.6.5. Fundación Mundo Mujer		<input type="checkbox"/>				
4.6.6. Finamérica		<input type="checkbox"/>				
4.6.7. Otro ¿Cuál?						
4.7. Ha recibido capacitación financiera	Si	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		

**REVISION DOCUMENTAL A PRODUCTORES PRIMARIOS DE LA CADENA LÁCTEA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO.**

**1. INFORMACION GENERAL**

<b>Nombre de la Empresa</b>	<b>Fecha:</b>	
<b>Nombres y apellidos del Ganadero:</b>		

**2 RECURSO HUMANO**

**2.1. Personal que labora en la finca:**

Personal	¿Cuántos?	¿Parentesco?	Escolaridad (años)					
			Primaria	Secundaria	Técnica	Profesional	Ninguna	

**2.2. ¿Cuál es el género y la edad de sus trabajadores?**

Personal	Género		Edad								
	M	F	Menos de 12 Años	12 - 18	19-25	26 -32	33 - 39	40 - 46	47 - 53	54 - 60	Más de 60



Personal	¿Cuántos?	Tipo de afiliación				
		EPS	ARP	Pensión	Otra	Ninguna

## ENCUESTA A TRANSFORMADORES DE LA CADENA LÁCTEA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO

Señores Transformadores del sector lácteo la presente encuesta tiene como propósito fundamental recolectar información sobre la situación socioeconómica de los diferentes eslabones de cadena láctea en el Departamento de Nariño. Su participación proporcionando la información requerida es de vital importancia para proponer estrategias de desarrollo integral que fortalezcan la política láctea del Departamento de Nariño. Los datos obtenidos a partir de la presente encuesta son exclusivamente de carácter investigativo. Agradecemos su amable colaboración

<b>Número de la encuesta</b>		<b>Fecha de Entrevista:</b>	
<b>Nombres y apellidos del empresario transformador:</b>	<b>(a)</b>	<b>Teléfono de contacto</b>	
<b>1 DATOS GENERALES</b>			
1.1. Municipio		Corregimiento	
1.2. Edad (años)		1.3. Género	M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>
1.4. Escolaridad del Empresario/transformador:	1.4.1. Primaria	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.2. Secundaria	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.3. Técnica	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.4. Superior	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.5. Especialización	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.6. Ninguna	<input type="checkbox"/>	
	1.4.7. Otras	<input type="checkbox"/>	
1.5. Estado civil	1.5.1. Casado		<input type="checkbox"/>
	1.5.2. Soltero		<input type="checkbox"/>
	1.5.3. Separado		<input type="checkbox"/>
	1.5.4. Divorciado		<input type="checkbox"/>
	1.5.5. Viudo		<input type="checkbox"/>
	1.5.6. Unión libre		<input type="checkbox"/>
1.6. Etnia	1.6.1. Indígena		<input type="checkbox"/>
	1.6.2. Afrocolombiano		<input type="checkbox"/>
	1.6.3. Mestizos		<input type="checkbox"/>
1.7. Régimen de salud	1.7.1. Contributivo	<input type="checkbox"/>	1.7.2. Nombre de la EPS
	1.7.3. Subsidiado	<input type="checkbox"/>	
	1.7.4. Ninguno	<input type="checkbox"/>	
1.8. ¿Usted cuentan además con?	1.8.1. Pensión (Vejez, Invalidez, Enfermedad)		<input type="checkbox"/>
	1.8.2. Protección de Riesgos Profesionales		<input type="checkbox"/>
	1.8.3. Otra	<input type="checkbox"/>	Cual?
1.9. Cuál es su ingreso promedio mensual en la empresa?	\$ _____		

1.10. Además de la actividad de Transformación, ¿qué otra desempeña?(Opción múltiple)				
1.10.1. Agrícola	<input type="checkbox"/>	1.10.2. Comercializador	<input type="checkbox"/>	
1.10.3. Industrial	<input type="checkbox"/>	1.10.4. Ninguna	<input type="checkbox"/>	
1.10.5. Política	<input type="checkbox"/>	1.10.7. Otra actividad	<input type="checkbox"/>	Cual?
1.10.6 Otra profesión	<input type="checkbox"/>			

1.11. Las vías de acceso a la empresa, corresponden a:				
Tipo de vía	Estado			
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
1.11.1. Carreteable				
1.11.2. Camino veredal				
1.11.3. Pavimentada				
1.11.4. Otra				
1.12. Características de la vivienda del empresario/transformador				
1.12.1. Uso	1.12.1.1. Residencial		<input type="checkbox"/>	
	1.12.1.2. Mixto (Comercio – vivienda)		<input type="checkbox"/>	
	1.12.1.3. Otro?		<input type="checkbox"/>	
1.12.2. Construcción	1.12.2.1. Ladrillo		<input type="checkbox"/>	
	1.12.2.2. Adobe		<input type="checkbox"/>	
	1.12.2.3. Tapia		<input type="checkbox"/>	
	1.12.2.4. Mixto		<input type="checkbox"/>	
1.12.3. Pisos	1.12.3.1. Cerámica		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.2. Baldosa		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.3. Cemento		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.4. Tierra		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.5. Mixtos		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.6. Otro, Cual?			
1.12.4. Sanitario	1.12.4.1. Baño		<input type="checkbox"/>	
	1.12.4.2. Batería sanitaria		<input type="checkbox"/>	
	1.12.4.3. Letrina		<input type="checkbox"/>	
	1.12.4.4. Otro Cual?			
1.12.5. Servicios públicos (Opción múltiple)	1.12.5.1. Energía Eléctrica		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.2. Gas		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.3. Acueducto Municipal		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.4. Acueducto veredal		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.5. Alcantarillado		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.6. Internet		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.7. Recolección de Basuras		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.8. Teléfono fijo		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.9. Teléfono celular		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.10. Otros ¿Cuáles?			

<b>GESTIÓN EMPRESARIAL</b>			
2.1. Origen de la actividad de transformación:			
2.1.1. Tradición <input type="checkbox"/>			
2.1.2. Nueva <input type="checkbox"/>			
2.2. Tipo de tenencia de la empresa:			
2.2.1. Propiedad		<input type="checkbox"/>	
2.2.2. Arrendamiento		<input type="checkbox"/>	¿Cuánto paga por arrendamiento? \$
2.2.3. Otra		<input type="checkbox"/>	¿Cuál?
2.3. ¿Cuánto hace que tiene la empresa? (años)			
2.4. ¿Cuánto tiempo hace que trabaja en la empresa? (años)			
2.5. Señale los procedimientos que se usted lleva a cabo en su empresa:		Manejo de riesgo epidemiológico.	<input type="checkbox"/>
		Manejo de riesgo al utilizar equipos	<input type="checkbox"/>
		Saneamiento ambiental	<input type="checkbox"/>
		Manejo de Alimentos	<input type="checkbox"/>
		Control de condiciones sanitarias mínimas	<input type="checkbox"/>
		Otra. ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>
2.6 ¿Usted como empresario transformador pertenece a alguna Asociación?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
2.7 Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo se llama la Asociación?			
2.8 Si su respuesta es negativa: ¿Le gustaría pertenecer a alguna Asociación?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
2.9 ¿Para cuál de las siguientes actividades le parece que es urgente asociarse? <b>Priorice de 1 a 6, siendo UNO la más urgente, y SEIS la menos urgente</b>		Realización de compras	<input type="checkbox"/>
		Asistencia técnica.	<input type="checkbox"/>
		Gestión Empresarial.	<input type="checkbox"/>
		Proceso de comercialización	<input type="checkbox"/>
		Negociaciones y Ventas	<input type="checkbox"/>
		Asistencia Financiera	<input type="checkbox"/>
		Otra. ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>

<b>3. CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA</b> Demanda y oferta			
3.1.1 ¿Cuál(es) es (son) el (los) producto(s) que Usted oferta en el mercado?			
PRODUCTO	CANTIDAD EN GRAMOS (semanal)	PRECIO PROMEDIO / Unidad	MERCADO DESTINO



3.1.7.1.3 Entre 6 y 10	
3.1.7.1.4 Más de 10	

SMLV \$589.500.oo

3.1.7.2 ¿A cuánto ascienden sus gastos totales mensuales?	
Valor en SMLV	Si
3.1.7.2.1 Menos 1	
3.1.7.2.2 Entre 2 y 5	
3.1.7.2.3 Entre 6 y 10	
3.1.7.2.4 Más de 10	

SMLV \$589.500.oo

3.1.7.3 ¿A cuánto asciende en su empresa el ingreso total mensual?			
Valor en SMLV	Si	Valor en SMLV	Si
3.1.7.3.1 Menos 50		Entre 50 y 60	
3.1.7.3.2 Entre 60 y 70		Entre 70 y 80	
3.1.7.3.3 Entre 80 y 90		A más de 90	

SMLV \$589.500.oo

3.1.7.4 ¿A cuánto asciende en su empresa el gasto total mensual?			
Valor en SMLV	Si	Valor en SMLV	Si
3.1.7.4.1 Menos 50		Entre 50 y 60	
3.1.7.4.2 Entre 60 y 70		Entre 70 y 80	
3.1.7.4.3 Entre 80 y 90		A más de 90	

SMLV \$589.500.oo

3.1.7.5 En porcentajes ¿cuánto destina de sus ingresos a gastos en?:	
GASTOS	%
3.1.7.5.1 Vivienda	
3.1.7.5.2 Transporte	
3.1.7.5.3 Educación	
3.1.7.5.4 Salud	
3.1.7.5.5 Alimentación	
3.1.7.5.6 Servicios Públicos	
3.1.7.5.7 Vestuario	
3.1.7.5.8 Otros	Cuales?

3.2. ¿Se ha beneficiado su empresa con la implementación de alguna política por parte del gobierno regional o nacional?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
---	-----------------------------	-----------------------------

3.2.1 ¿Qué políticas lo han beneficiado?
4.2.2 Políticas del gobierno Departamental:
_____
_____
4.2.3 Políticas del gobierno Nacional

<b>4. INFRAESTRUCTURA, MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	
4.1 Los medios de trabajo (Maquinaria y equipo) que se utilizan en el proceso de transformación en su empresa, ¿de qué tipo son?	
4.1.1 Artesanales (Manipulados por las manos del hombre)	<input type="checkbox"/>
4.1.2 Mecánicos (Maquinas manipuladas por la fuerza física del hombre o animales)	<input type="checkbox"/>
4.1.3 Industriales (Maquinas impulsadas por energía eléctrica o por combustión)	<input type="checkbox"/>
4.1.4 Sistematizados o Automatizado (Máquinas electrónicas y computarizadas)	<input type="checkbox"/>
4.1.5 Otro <input type="checkbox"/>	Cuál?:

### ENCUESTA A COMERCIALIZADORES DE LA CADENA LÁCTEA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO.

Señores Comercializadores del sector lácteo la presente encuesta tiene como propósito fundamental recolectar información sobre la situación socioeconómica de los diferentes eslabones de cadena láctea en el Departamento de Nariño. Su participación proporcionando la información requerida es de vital importancia para proponer estrategias de desarrollo integral que fortalezcan la política láctea del Departamento de Nariño. Los datos obtenidos a partir de la presente encuesta son exclusivamente de carácter investigativo. Agradecemos su amable colaboración

<b>Número de la encuesta</b>		<b>Fecha de Entrevista:</b>	
<b>Nombres y apellidos del comercializador:</b>		<b>Teléfono de contacto</b>	
<b>DATOS GENERALES</b>			
1.1. Municipio		Corregimiento	
1.2. Edad (años)		1.3. Género	M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>
1.4. Escolaridad del propietario:	1.4.1. Primaria	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.2. Secundaria	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.3. Técnica	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.4. Superior	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.5. Especialización	<input type="checkbox"/>	Años
	1.4.6. Ninguna	<input type="checkbox"/>	
	1.4.7. Otras	<input type="checkbox"/>	
1.5. Estado civil	1.5.1. Casado		<input type="checkbox"/>
	1.5.2. Soltero		<input type="checkbox"/>
	1.5.3. Separado		<input type="checkbox"/>
	1.5.4. Divorciado		<input type="checkbox"/>
	1.5.5. Viudo		<input type="checkbox"/>
	1.5.6. Unión libre		<input type="checkbox"/>
1.6. Etnia	1.6.1. Indígena		<input type="checkbox"/>
	1.6.2. Afrocolombiano		<input type="checkbox"/>
	1.6.3. Mestizos		<input type="checkbox"/>

1.7. Régimen de salud	1.7.1. Contributivo	<input type="checkbox"/>	1.7.2. Nombre de la EPS
	1.7.3. Subsidiado	<input type="checkbox"/>	
	1.7.4. Ninguno	<input type="checkbox"/>	
1.8. ¿Usted cuentan además con?	1.8.1. Pensión (Vejez, Invalidez, Enfermedad)	<input type="checkbox"/>	
	1.8.2. Protección de Riesgos Profesionales	<input type="checkbox"/>	
	1.8.3. Otra	<input type="checkbox"/>	Cual?
1.9.	Cuál es su ingreso promedio mensual en la empresa? \$ _____		
1.10. Además de la actividad de comercialización, ¿qué otra desempeña? <b>(Opción múltiple)</b>			
1.10.1. Agrícola	<input type="checkbox"/>	1.10.2. Otra profesión	<input type="checkbox"/>
1.10.3. Industrial	<input type="checkbox"/>	1.10.4. Otra actividad	<input type="checkbox"/>
1.10.5. Política	<input type="checkbox"/>	1.10.6. Ninguna	<input type="checkbox"/>

1.11. Las vías de acceso a la empresa, corresponden a:				
Tipo de vía	Estado			
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
1.11.1. Carreteable				
1.11.2. Camino veredal				
1.11.3. Pavimentada				
1.11.4. Otra				
1.12. Características de la vivienda del comerciante				
1.12.1. Uso	1.12.1.1. Residencial		<input type="checkbox"/>	
	1.12.1.2. Mixto (Comercio – vivienda)		<input type="checkbox"/>	
	1.12.1.3. Otro?		<input type="checkbox"/>	
1.12.2. Construcción	1.12.2.1. Ladrillo		<input type="checkbox"/>	
	1.12.2.2. Adobe		<input type="checkbox"/>	
	1.12.2.3. Tapia		<input type="checkbox"/>	
	1.12.2.4. Mixto		<input type="checkbox"/>	
1.12.3. Pisos	1.12.3.1. Cerámica		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.2. Baldosa		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.3. Cemento		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.4. Tierra		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.5. Mixtos		<input type="checkbox"/>	
	1.12.3.6. Otro, Cual?			
1.12.4. Sanitario	1.12.4.1. Baño		<input type="checkbox"/>	
	1.12.4.2. Batería sanitaria		<input type="checkbox"/>	
	1.12.4.3. Letrina		<input type="checkbox"/>	
	1.12.4.4. Otro Cual?			
1.12.5. Servicios públicos <b>(Opción múltiple)</b>	1.12.5.1. Energía Eléctrica		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.2. Gas		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.3. Acueducto Municipal		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.4. Acueducto veredal		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.5. Alcantarillado		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.6. Internet		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.7. Recolección de Basuras		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.8. Teléfono fijo		<input type="checkbox"/>	
	1.12.5.9. Teléfono celular		<input type="checkbox"/>	

	1.12.5.10. Otros ¿Cuales?	
--	---------------------------	--

**2. GESTIÓN EMPRESARIAL**

2.1. Origen de la actividad de comercialización:

2.1.1. Tradición

2.1.2. Nueva

2.2. Tipo de tenencia de la empresa:

2.2.1. Propiedad

2.2.2. Arrendamiento  ¿Cuánto paga por arrendamiento? \$

2.2.3. Otra  ¿Cuál?

2.3. ¿Cuánto hace que tiene la empresa? (años)

2.4. ¿Cuánto tiempo hace que trabaja en la empresa? (años)

2.5. Señale los procedimientos que se usted llevan a cabo en su empresa:	Manejo de riesgo epidemiológico.	<input type="checkbox"/>
	Manejo de riesgo al utilizar equipos	<input type="checkbox"/>
	Saneamiento ambiental	<input type="checkbox"/>
	Manejo de Alimentos	<input type="checkbox"/>
	Control de condiciones sanitarias mínimas	<input type="checkbox"/>
	Otra. ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>

2.6 ¿Usted como comerciante pertenece a alguna Asociación? SI  NO

2.7 Si su respuesta es afirmativa: ¿Cómo se llama la Asociación?

2.8 Si su respuesta es negativa: ¿Le gustaría pertenecer a alguna Asociación? SI  NO

2.9 ¿Para cuál de las siguientes actividades le parece que es urgente asociarse? <b>Priorice de 1 a 6, siendo UNO la mas urgente, y SEIS la menos urgente</b>	Realización de compras	<input type="checkbox"/>
	Asistencia técnica.	<input type="checkbox"/>
	Gestión Empresarial.	<input type="checkbox"/>
	Proceso de comercialización	<input type="checkbox"/>
	Negociaciones y Ventas	<input type="checkbox"/>
	Asistencia Financiera	<input type="checkbox"/>
	Otra. ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>

**3. CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA**

3.1. Demanda y oferta

3.1.1 ¿Cuál(es) es (son) el (los) producto(s) que Usted comercializa en el mercado?

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO PROMEDIO / Unidad

3.1.2 ¿Cuál es la periodicidad con la que comercializa su(s) producto(s) en el mercado?

Producto(s)	Periodicidad
-------------	--------------

	Diaria	Semanal	Mensual	Trimestra l	Semestral	Anual	Otro
3.1.3 ¿Su producto(s) tiene(n) sustitutos en el mercado?				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
Si su respuesta es afirmativa responda el siguiente cuadro:							
<b>PRODUCTOS</b>				<b>SUSTITUTOS</b>			
3.1.4 De acuerdo a su proceso de comercialización, identifique:							
Tipo de producto	Proveedores	Calidad del producto					
		Alta Calidad	Mediana Calidad	Baja Calidad			
3.1.5 Estado financiero							
3.1.5.1 Tiene obligaciones financieras				Si	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
3.1.5.2 Con que entidad tiene usted obligaciones financieras							
3.1.5.2.1 Banco Agrario						<input type="checkbox"/>	
3.1.5.2.2 Bancolombia						<input type="checkbox"/>	
3.1.5.2.3 Caja Social						<input type="checkbox"/>	
3.1.5.2.4 Contactar						<input type="checkbox"/>	
3.1.5.2.5 Fundación Mundo Mujer						<input type="checkbox"/>	
3.1.5.2.6 Finamérica						<input type="checkbox"/>	
3.1.5.2.7 Otro ¿Cuál?							
3.1.6 Ha recibido capacitación financiera				Si	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
3.2 Ingresos y Gastos							
3.2.1 ¿A cuánto asciende su ingreso total mensual?							
<b>Valor en SMLV</b>						<b>Si</b>	

3.2.1.1 Menos 1	
3.2.1.2 Entre 2 y 5	
3.2.1.3 Entre 6 y 10	
3.2.1.4 Más de 10	

SMLV \$589.500.00

3.2.2 ¿A cuánto ascienden sus gastos totales mensuales?	
Valor en SMLV	Si
3.2.2.1 Menos 1	
3.2.2.2 Entre 2 y 5	
3.2.2.3 Entre 6 y 10	
3.2.2.4 Más de 10	

SMLV \$589.500.00

3.2.3 ¿A cuánto asciende en su empresa el ingreso total mensual?			
Valor en SMLV	Si	Valor en SMLV	Si
3.2.3.1 Menos 50		Entre 50 y 60	
3.2.3.2 Entre 60 y 70		Entre 70 y 80	
3.2.3.3 Entre 80 y 90		A más de 90	

SMLV \$589.500.00

3.2.4 ¿A cuánto asciende en su empresa el gasto total mensual?			
Valor en SMLV	Si	Valor en SMLV	Si
3.2.4.1 Menos 50		Entre 50 y 60	
3.2.4.2 Entre 60 y 70		Entre 70 y 80	
3.2.4.3 Entre 80 y 90		A más de 90	

SMLV \$589.500.00

3.2.5 En porcentajes ¿cuánto destina de sus ingresos a gastos en?:	
GASTOS	%
3.2.5.1 Vivienda	
3.2.5.2 Transporte	
3.2.5.3 Educación	
3.2.5.4 Salud	
3.2.5.5 Alimentación	
3.2.5.6 Servicios Públicos	
3.2.5.7 Vestuario	
3.2.5.8 Otros	Cuales?
4. ¿Se ha beneficiado su empresa con la implementación de alguna política por parte del gobierno regional o nacional?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
4.1 ¿Qué políticas lo han beneficiado?	
4.1.1 Políticas del gobierno Departamental:	
_____	
_____	

4.1.2 Políticas del gobierno Nacional	
<b>5. INFRAESTRUCTURA, MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	
5.1 Los medios de trabajo (Maquinaria y equipo) que se utilizan en el proceso de comercialización en su empresa, ¿de qué tipo son?	
5.1.1 Artesanales (Manipulados por las manos del hombre)	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Mecánicos (Maquinas manipuladas por la fuerza física del hombre o animales)	<input type="checkbox"/>
5.1.3 Industriales (Maquinas impulsadas por energía eléctrica o por combustión)	<input type="checkbox"/>
5.1.4 Sistematizados o Automatizado (Maquinas electrónicas y computarizadas)	<input type="checkbox"/>
5.1.5 Otro <input type="checkbox"/>	Cual?:

**REVISION DOCUMENTAL A TRANSFORMADORES Y COMERCIALIZADORES DE LA CADENA LÁCTEA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO.**

**1. INFORMACION GENERAL**

<b>Nombre de la Empresa</b>		<b>Fecha:</b>	
<b>Nombres y apellidos del Transformador</b>			
<b>1. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA</b>			
1.1 Cuál es el nombre de la empresa? (Razón Social)			
1.2 Cuál es NIT?			
1.3 Cuál es el domicilio?			
1.4 Cuál es el No. telefónico?			
1.5 Cuál es el No. del Fax?			
1.6 Cuál es el correo electrónico de la empresa?			
1.7 Cuál es la Pagina Web?			
1.8 Cuál es el nombre del Gerente General?			
1.9 En qué año se creó la empresa?			
1.10 A qué gremio o cadena pertenece la empresa?			
1.11 Cuál es la forma de propiedad? (tipo sociedad)			
1.12 Cuál es el valor de la inversión en capital?			
1.13 Cuál es No de trabajadores?			
1.14 Cómo está compuesto en % el capital de la empresa?			
1.14.1 Privado %		1.14.2 Extranjero %	1.14.3 Público %
1.15 Qué departamentos funcionales tiene la empresa?	1.15.1 Talento Humano		<input type="checkbox"/>
	1.15.2 Financiero		<input type="checkbox"/>
	1.15.3 Administrativo		<input type="checkbox"/>
	1.15.4 Mercadeo		<input type="checkbox"/>
	1.15.5 Producción		<input type="checkbox"/>
	1.15.6 I&D		<input type="checkbox"/>
	1.15.7 Logística		<input type="checkbox"/>
	1.15.8 Almacén (Inventarios)		<input type="checkbox"/>
	1.15.9 Comercial		<input type="checkbox"/>

	1.15.10 Comercio Internacional	<input type="checkbox"/>
	1.15.11 Otro	<input type="checkbox"/>
	Cual?	<input type="checkbox"/>
<b>2. CARACTERIZACIÓN SOCIAL</b>		
2.1 Cuántas personas de las que laboran en su empresa tienen:		
Escolaridad	No. De trabajadores	
	Completa	Incompleta
2.2.1 Primaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2.2 Secundaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2.3 Nivel Técnico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2.4 Nivel Tecnólogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2.5 Nivel Profesional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2.6 Especialistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2.7 Magíster	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2.8 Doctores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3 Grupo etéreo		
2.3.1 Cuántas personas de las que laboran en su empresa tienen?		
Edades	No. De Trabajadores	
2.3.1.1 Menos de 12 Años		
2.3.1.2 12 – 18		
2.3.1.3 19 - 25		
2.3.1.4 26 – 32		
2.3.1.5 33 – 39		
2.3.1.6 40 – 46		
2.3.1.7 47 – 53		
2.3.1.8 54 - 60		
2.3.1.9 Más de 60 Años		
TOTAL		
2.4 Género		
2.4.1 Cuántas personas que laboran en su empresa son?		
2.3.1 HOMBRES	No. De Trabajadores	
2.3.2 MUJERES	No. De Trabajadores	
TOTAL		
2.5 ¿Cuántos de los hombres que laboran en su empresa desempeñan cargos?		
<b>CARGOS</b>	<b>No. De Hombres.</b>	
2.5.1 DIRECTIVOS		
2.5.2 ADMINISTRATIVOS		
2.5.3 OPERATIVOS		
2.5.4 DE SERVICIOS GENERALES		
2.5.5 OTROS		
¿Cuáles?:		
2.6 ¿Cuántas de las mujeres que laboran en su empresa desempeñan cargos?		

<b>CARGOS</b>	<b>No. De Mujeres.</b>
2.6.1 DIRECTIVOS	
2.6.2 ADMINISTRATIVOS	
2.6.2 OPERATIVOS	
2.6.3 DE SERVICIOS GENERALES	
2.6.4 OTROS	
2.6.5 ¿Cuáles?:	
TOTAL	
<b>2.7 Vivienda y servicios públicos</b>	
<b>2.7.1 ¿Cuántos de sus trabajadores tienen vivienda?</b>	
<b>TIPO DE VIVIENDA</b>	<b>No. De Trabajadores.</b>
2.7.1 Propia	
2.7.2 Arrendada	
2.7.3 Anticresada	
2.7.4 ¿Otra?	¿Cuál?
<b>2.8 ¿Cuántos de sus trabajadores viven en sitios de habitación dotados de?:</b>	
<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	<b>No. De Trabajadores.</b>
2.8.1 Energía Eléctrica	
2.8.2 Gas	
2.8.3 Acueducto	
2.8.4 Alcantarillado	
2.8.5 Recolección de Basuras	
2.8.6 ¿Otros?	
<b>2.9 ¿Cuántos de sus trabajadores comparten su vivienda con?:</b>	
<b>PERSONAS</b>	<b>No. De Trabajadores.</b>
2.9.1 Menos de 3 personas.	
2.9.2 Entre 4 y 6 personas.	
2.9.3 Entre 7 y 9 personas.	
2.9.4 Entre 10 y 12 personas	
2.9.5 Más de 12 personas	
<b>2.10 Salud</b>	
<b>2.10.1 ¿Cuántos de sus trabajadores cuentan con?:</b>	
<b>CRITERIOS</b>	<b>No. De Trabajadores.</b>
Afiliación a Salud.	
Pensión (Vejez, Invalidez, Enfermedad)	
Protección de Riesgos Profesionales.	
Otra. ¿Cuál?	
TOTAL	
<b>3. INFORMACION ECONOMICA DE LA EMPRESA</b>	
<b>3.1 ¿Cuántos Comercializadores de productos lácteos conoce Usted que en el mercado distribuyen los mismos bienes que comercializa su empresa?</b>	
<b>NÚMERO DE EMPRESAS</b>	
3.1.1 Entre 1 y 10 empresas	<input type="checkbox"/>
3.1.2 Entre 11 y 20 empresas	<input type="checkbox"/>
3.1.3 Entre 21 y 30 empresas	<input type="checkbox"/>
3.1.4 Entre 31 y 40 empresas	<input type="checkbox"/>
3.1.5 Entre 41 y 50 empresas	<input type="checkbox"/>
3.1.6 Entre 51 y 60 empresas	<input type="checkbox"/>

3.1.7 Más de 60 empresas	<input type="checkbox"/>	
<b>3.2 ¿Con que tipo de recursos cuenta usted para destinarlos a la inversión? (OPCION MULTIPLE)</b>		
<b>Tipo de recursos</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Activos fijos		
Financieros		
Pago en Especie		
De Crédito		
Bancos		
Otros	Cuáles:	
<b>3.3 Del siguiente listado señale los aspectos en los cuales su empresa invierte (OPCION MULTIPLE)</b>		
<b>Inversión en:</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
3.3.1 Capacitación general del talento humano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.2 Capacitación en prácticas y procedimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.3 Capacitación en manejo de alimentos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.4 Capacitación en técnicas Administrativas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.5 Capacitación en el área contable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.6 Capacitación en Mercadeo y Ventas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.7 Capacitación en Atención al Cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.8 Capacitación en organización del trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.9 Compra de Herramientas Manuales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.10 Compra de Aparatos Mecánicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.11 Compra de Maquinaria que funciona con energía eléctrica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.12 Compra de Maquinaria electrónica y/o computarizada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3.13 Compra de Software	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## **Anexo C. Estatutos Comité Lácteo Suroccidente.**

### **ESTATUTOS DEL COMITÉ DE CADENA LÁCTEA DE SUROCCIDENTE**

#### **CAPITULO I NATURALEZA, DENOMINACION Y DOMICILIO**

**ARTICULO 1º. NATURALEZA:** El Comité de la Cadena Láctea del Suroccidente es un espacio de diálogo abierto para todas las organizaciones relacionadas con la cadena láctea de los departamentos de Nariño y Putumayo, creado bajo los lineamientos del Consejo Nacional Lácteo – CNL, y de acuerdo con lo establecido por la Ley 811 de 2003, y el Decreto 3800 de 2006, la Resolución 186 de 2008 y la Resolución 082 de 2011, expedidas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

**ARTICULO 2º. DENOMINACIÓN:** Mediante estos estatutos se reglamenta el Comité de la Cadena Láctea del Suroccidente, en adelante también se denominará: CL SUROCCIDENTE.

**ARTÍCULO 3º. DOMICILIO:** El CL SUROCCIDENTE tiene como sede principal y domicilio la ciudad de Pasto, Departamento de Nariño, República de Colombia, y su radio de acción se extiende a los departamentos de Nariño y Putumayo.

#### **CAPITULO II OBJETO SOCIAL DEL CL SUROCCIDENTE**

**ARTÍCULO 4º.** El CL SUROCCIDENTE surge como un espacio de diálogo para buscar la articulación de todos los eslabones de la cadena productiva láctea de Nariño y Putumayo, hacia el desarrollo y el conocimiento, dentro de los parámetros de la productividad, competitividad, sostenibilidad y equidad. Además tendrá como objeto principal la representación y defensa de los intereses de los integrantes de la cadena láctea, y la coordinación a nivel departamental de todas las actividades que propendan por el desarrollo integral y equitativo de la ganadería de leche y su agroindustria, en términos de política y normatividad.

El CL SUROCCIDENTE se constituye en cuerpo consultivo del CNL y del gobierno departamental, respecto a las orientaciones y medidas de política que le conciernen, así mismo será órgano de concertación permanente entre los distintos eslabones de la cadena, y entre estos y el gobierno departamental. Por consiguiente, sin perjuicio de la amplitud del objeto así definido, desarrollará su actividad entre otras, en los siguientes campos:

1. Dar cumplimiento al acuerdo establecido por el artículo 1º de la ley 811 de 2003 sobre organizaciones de cadena en el sector agropecuario, forestal, acuícola y pesquero, y demás normas que lo adicionen, modifiquen o complementen, así como a los acuerdos de competitividad establecidos.
2. Efectuar análisis permanentes de la oferta y la demanda de leche, productos, subproductos y derivados lácteos en los departamentos de Nariño y Putumayo
3. Evaluación continua de la situación del mercado lácteo.

4. Examinar los alcances que se estén dando, por los diferentes entes que participen en actividades directas o complementarias de la cadena láctea.
5. Recomendar y evaluar estrategias para el fomento del consumo de la leche y sus derivados producidos en Colombia.
6. Gestionar ante el CNL y los gobiernos departamentales la expedición de políticas que propendan por el mejoramiento del nivel de vida de la población vinculada a la cadena.
7. Incentivar el mejoramiento de la calidad higiénica, sanitaria y composicional de la leche y sus derivados.
8. Propender por una mayor competitividad de los productores de leche de los departamentos de Nariño y Putumayo en el mercado nacional e internacional.
9. Impulsar la formalización de la cadena láctea en los departamentos de Nariño y Putumayo
10. Velar por el manejo adecuado de recursos naturales y medio ambiente en los departamentos de Nariño y Putumayo.
11. Evaluar y dar a conocer a los integrantes del CL SUROCCIDENTE las políticas, programas e instrumentos para el sector lácteo.
12. Actuar como instancia de concertación de políticas que propendan por la mayor eficiencia en la asignación de recursos para la cadena láctea en los departamentos de Nariño y Putumayo.
13. Participar activamente en el análisis de la política lechera departamental y nacional.
14. Adoptar y divulgar las acciones planteadas por el CNL.
15. Fortalecer y apoyar las iniciativas relacionadas con la investigación, desarrollo tecnológico, transferencia de tecnología e innovación para la cadena láctea.

### **CAPITULO III CONFORMACIÓN Y FUNCIONAMIENTO**

**ARTICULO 5º.MIEMBROS DEL CL SUROCCIDENTE:** Podrán ser miembros las instituciones públicas y las personas jurídicas que expresen por escrito, ante la Junta Directiva, su voluntad de ser parte del CL SUROCCIDENTE; Las personas jurídicas que quieran ser parte del CL SUROCCIDENTE deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Certificado vigente de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio, donde se establezca que su actividad está relacionada con la cadena láctea de los departamentos de Nariño y Putumayo
- Cuando el designado no sea el representante legal de la persona jurídica, deberá anexar una carta de delegación de la organización a la que representa, ante el CL SUROCCIDENTE.

**ARTICULO 6º. DERECHOS Y DEBERES DE LOS MIEMBROS DEL CL SUROCCIDENTE:**

Los miembros del CL SUROCCIDENTE tienen derecho a:

- Ser representados ante las entidades públicas, privadas y/o mixtas de su competencia dentro de la jurisdicción departamental y ante el CNL.
- Ser convocados a las reuniones plenarias del CL SUROCCIDENTE.
- Participar en las reuniones plenarias del CL SUROCCIDENTE según el reglamento establecido por la Junta Directiva para tal fin.
- Ser representado en la Junta Directiva de acuerdo al reglamento del CL SUROCCIDENTE
- Conocer las actas aprobadas de las reuniones plenarias del CL SUROCCIDENTE.
- Conocer las actas aprobadas de las reuniones de la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE.
- Acceder a los incentivos a los cuales el gobierno dé prioridad a los miembros de las organizaciones de cadena inscritas.

Los miembros del CL SUROCCIDENTE tienen los siguientes deberes:

- Mantener actualizados sus datos de contacto ante la Secretaría Técnica del CL SUROCCIDENTE.
- Mantenerse informado sobre los avances del plan de acción de las actividades de la Junta Directiva.
- Asistir a las reuniones plenarias del CL SUROCCIDENTE.

**ARTICULO 7º. INSTANCIAS DE FUNCIONAMIENTO:** El CL SUROCCIDENTE funcionará a través de las siguientes instancias: Reuniones Plenarias, Junta Directiva, Presidencia y Secretaría Técnica.

**ARTICULO 8º. REUNIONES PLENARIAS:** A las reuniones plenarias del CL SUROCCIDENTE serán convocados los miembros inscritos y aprobados de acuerdo a los presentes estatutos.

**Parágrafo 1º:** Las reuniones plenarias tienen por objetivo, proponer y analizar los temas y políticas de relevancia de la cadena láctea del departamento, evaluar los avances del plan de acción, establecer las directrices para la labor de la Junta Directiva, aprobar o reprobado las modificaciones a los estatutos y la elección de la Junta Directiva cada dos años.

**Parágrafo 2º:** El CL SUROCCIDENTE tendrá reuniones plenarias mínimo dos veces al año.

**ARTICULO 9º. FINANCIACIÓN DEL COMITÉ:** La financiación para el funcionamiento, desarrollo y actividad del CL SUROCCIDENTE puede provenir de:

- Aportes de sus integrantes y de entidades públicas y/o privadas, siempre y cuando no comprometan la independencia del CL SUROCCIDENTE, en las decisiones que allí se tomen.
- Excedentes que queden de las operaciones de ejercicios anteriores.
- Donaciones, herencias, legados, auxilios o subvenciones que se asignen al CL SUROCCIDENTE.

**Parágrafo 1º:** El presupuesto de operación será aprobado por la Junta Directiva y en caso de ser necesario el CL SUROCCIDENTE podrá contar con una entidad administradora de sus recursos, la cual será elegida por la Junta Directiva.

**Parágrafo 2º:** El CL SUROCCIDENTE podrá constituir reservas ocasionales o permanentes, siempre y cuando tengan destinación específica y estén debidamente justificadas.

## **CAPITULO IV JUNTA DIRECTIVA**

**ARTICULO 10º. CONSTITUCIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA:** La elección de la Junta Directiva se hará en reunión plenaria del CL SUROCCIDENTE por un período de dos años, con posibilidad de reelección de sus miembros. La Junta Directiva deberá estar constituida por representantes de los diferentes eslabones de la cadena láctea que sean parte del CL SUROCCIDENTE, buscando la representatividad de los siguientes eslabones:

- Producción de leche.
- Acopio e intermediación de leche.
- Procesamiento o fabricación de productos lácteos.
- Insumos y servicios para la cadena láctea.
- Academia, investigación y capacitación.
- Institucionalidad pública.

**Parágrafo 1º.** El número de miembros de la Junta Directiva deberá reflejar los sectores productivos que componen la cadena así como el equilibrio entre el sector primario, la industria y otros sectores de la cadena.

**Parágrafo 2º.** De acuerdo al número y calidad de asistentes a la reunión plenaria, bajo los lineamientos del CNL y con la coordinación de la Institucionalidad pública, se definirá el mecanismo de selección de los representantes de los diferentes eslabones a la Junta Directiva.

**Parágrafo 3º.** La Junta Directiva tendrá miembros principales y miembros suplentes, los miembros principales tienen voz y voto y los suplentes solo voz. Pero los suplentes podrán tener voto si ningún delegado del miembro principal asiste a la reunión.

**Parágrafo 4º.** Los miembros de la Junta Directiva serán mínimo nueve (9) máximo once (11).

**Parágrafo 5º.** La Junta Directiva podrá contar con entidades de apoyo como invitados permanentes con voz pero sin voto, que podrán ser entidades públicas, privadas y/o mixtas que tengan alta relevancia para la cadena láctea del departamento.

**Parágrafo 6°.** Cuando así lo estime conveniente la Junta Directiva o su Secretario Técnico, podrán invitar ocasionalmente, con voz pero sin voto, a otros representantes, tanto del sector público como privado, que tengan injerencia con el asunto o tema a tratar en la respectiva reunión de la plenaria o de la Junta Directiva.

**ARTICULO 11°. REPRESENTATIVIDAD DE LOS INTEGRANTES DE LA JUNTA DIRECTIVA:** Los miembros de la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE, actuarán a través de sus representantes legales o delegados. La calidad de representatividad de cada uno de los integrantes de la Junta Directiva será verificada por el CNL, con el certificado vigente de existencia y representación legal expedida por la Cámara de Comercio, y a través de un acta de acreditación, donde se establece el aval de todas las demás organizaciones representadas en la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE.

**ARTICULO 12°. PRESIDENCIA:** Se contará con un Presidente elegido por la Junta Directiva, por un periodo de un año con posibilidad de reelección. El Presidente será elegido entre los miembros de la Junta Directiva, principales o suplentes, que representen los eslabones relacionados directamente con la producción, procesamiento o comercialización de leche o productos lácteos.

El Presidente tendrá las funciones de supervisión a la ejecución del plan de acción y del presupuesto, coordinación y moderación de las reuniones Plenarias y de la Junta Directiva, y colaborará en la veeduría y entrega de los estados financieros e informes técnicos realizados por el Secretario Técnico del CL SUROCCIDENTE.

Cuando el CL SUROCCIDENTE no cuente con Secretario Técnico por proceso de elección o por otra situación, será el presidente del CL SUROCCIDENTE quien tome su lugar y continuará con el plan de acción hasta que se elija el Secretario Técnico o este se reintegre a sus labores.

**ARTICULO 13°. REUNIONES.** Las reuniones ordinarias de la Junta Directiva se realizarán como mínimo cada dos meses para examinar la ejecución de su plan de acción, y serán convocados tanto principales, como suplentes, cuya asistencia deberá ser de carácter obligatorio. El Secretario Técnico del CL SUROCCIDENTE citará las reuniones ordinarias de la Junta Directiva en coordinación con el Presidente del CL SUROCCIDENTE, o según el cronograma acordado por la propia Junta Directiva.

La Junta Directiva podrá reunirse de manera extraordinaria cuando lo exijan las necesidades del CL SUROCCIDENTE, por solicitud de cualquiera de sus integrantes principales o del Secretario Técnico del CNL. La convocatoria la efectuará el Secretario Técnico del CL SUROCCIDENTE, mediante comunicación por correo electrónico. En el aviso o citación para reuniones extraordinarias, se indicarán necesariamente los asuntos sobre los que deliberarán los integrantes de la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE.

**Parágrafo 1°.** Los miembros de la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE confirmarán con anticipación su asistencia o en caso contrario, el motivo de esta no participación mediante comunicación escrita.

**ARTICULO 14º.DECISIONES:** Para las decisiones de la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE se buscará el consenso entre los integrantes de la misma.

Cuando no se llegue al consenso en decisiones administrativas, que incluyen la elección del Presidente, Secretario Técnico y ejecución presupuestal, se hará una votación por los miembros de la Junta, y se tomará la decisión por mayoría simple. Todo miembro de la Junta Directiva tendrá derecho al voto.

Cuando no se llegue al consenso en decisiones sobre propuestas o posiciones del CL SUROCCIDENTE frente a temas del sector lácteo, se dejará constancia de las diferentes posiciones, de tal manera que se puedan presentar y explicar ante el CNL o el gobierno departamental.

**ARTICULO 15º.-** Para la toma de decisiones por parte de la Junta Directiva se requiere que esté presente el representante principal de cada uno de los eslabones que se eligieron; en caso de que no asista el representante principal, automáticamente se acreditará la participación de su respectivo suplente quien tendrá voz y voto.

**ARTICULO 16º.-** El miembro de la Junta Directiva, principal o suplente, que a pesar de haber sido citado en debida forma, falte a dos reuniones consecutivas o no, y no haya informado las causas de su inasistencia, perderá su carácter y será reemplazado automáticamente por su suplente hasta concluir el período.

**ARTICULO 17º.ACTAS:** De todos los actos y deliberaciones realizadas en las reuniones de la Junta Directiva, se dejará constancia en actas numeradas consecutivamente cuya responsabilidad de archivo y custodia le corresponde al Secretario Técnico. Las actas serán sometidas a la aprobación de la Junta y posteriormente firmadas por el Presidente y el Secretario Técnico.

**Parágrafo 1º.** El Secretario Técnico enviará el acta de cada reunión efectuada, a cada miembro de la Junta Directiva dentro de los 5 días hábiles después de su ejecución y deberá ser devuelta por cada uno de los miembros de la Junta Directiva en un término no mayor a 5 días hábiles, en caso de no haber comentarios en este lapso de tiempo se dará como aceptado el contenido de la respectiva acta y quedarán para lectura y aprobación en próxima reunión.

#### **ARTICULO 18º. FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA:**

1. Propender porque todos los eslabones pertenecientes a la cadena láctea formen parte del CL SUROCCIDENTE.
2. Presentar ante el CNL, las Gobernaciones de los departamentos de Nariño y Putumayo, y/o la Plenaria del CL SUROCCIDENTE las decisiones de sus miembros, las propuestas o recomendaciones que sirvan como base para la actualización normativa o de la política sectorial.
3. Servir de órgano consultor y asesor del CNL y del gobierno departamental en los diferentes ámbitos.
4. Servir como órgano de consulta, revisión, discusión y socialización de normas que tengan injerencia en la cadena productiva láctea.

5. Actuar como facilitador en orden a concertar los objetivos y estrategias con la institucionalidad pública y privada, a fin de llegar a acuerdos que beneficien la productividad de la cadena.
6. Adelantar las actividades que permitan la conformación de bases de datos estadísticas de todos los eslabones de la cadena con su información relevante con el fin de proveer los elementos de juicio necesarios para la toma de decisiones.
7. Propender por que se desarrollen políticas encaminadas a la protección del medio ambiente.
8. Apoyar la formación, capacitación y actualización del recurso humano en los diferentes eslabones de la cadena con el fin de mejorar la productividad, competitividad y calidad de vida de todos los miembros y sus afiliados.
9. Servir como divulgador de proyectos de investigación y desarrollo tecnológico que generen las instituciones públicas, privadas o de cualquier índole, que puedan afectar y que resulten de interés para la cadena láctea.
10. Elegir al Secretario Técnico del CL SUROCCIDENTE.
11. Nombrar al Presidente de la Junta Directiva.
12. Crear y promover los cargos que para el buen funcionamiento del CL SUROCCIDENTE se hagan necesarios, sean estos temporales o definitivos y señalar su remuneración.
13. Reunirse en las sesiones ordinarias y/o extraordinarias cuando sea convocada para tal efecto de acuerdo a lo establecido en este reglamento.
14. Aprobar el presupuesto del CL SUROCCIDENTE, el cual debe planearse garantizando el cubrimiento y cumplimiento de lo establecido en el plan de acción propuesto para cada año.
15. Definir el valor que debe aportar cada miembro y la fecha para cancelación de este aporte a la entidad que administra los recursos, en caso de establecer dicho aporte.
16. Definir el Plan de Acción anual para el CL SUROCCIDENTE, el cual debe ajustarse a lo establecido en la Ley 811 de 2003, sus modificatorios y el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea Colombiana.
17. Decidir el ingreso de cualquier entidad pública, privada y/o mixta que facilite los procesos del CL SUROCCIDENTE, ya sea como miembro de este Comité o como invitado.
18. Disponer sobre todo lo referente a la formación de subcomités y mesas de trabajo, locales o regionales para el desarrollo y ejecución de la política sectorial.
19. Solicitar información a las entidades públicas y privadas sobre temas que tengan relación directa o indirecta con el desarrollo, objetivos y finalidades de la cadena.
20. Definir las sanciones a que haya lugar para alguno de los miembros del CL SUROCCIDENTE que incumpla con los deberes y derechos expuestos en estos estatutos, sean estas sanciones de índole disciplinario o las que den a lugar.
21. Presentar ante las Gobernaciones de los departamentos de Nariño y Putumayo y ante el CNL, los informes técnicos y financieros de acuerdo al plan de trabajo anual del CL SUROCCIDENTE. Las demás funciones que se requieran para el cabal cumplimiento de los objetivos de la cadena.
22. Elaborar su propio reglamento interno.

## **ARTICULO 19º. DERECHOS DE LOS INTEGRANTES DE LA JUNTA DIRECTIVA:**

1. A ser escuchados en las reuniones de la Junta, y dado el caso, presentar el correspondiente proyecto, queja, sugerencia o petición.
2. A ser convocados a las reuniones, sean estas ordinarias o extraordinarias.
3. A conocer los informes de gestión que presente el Secretario Técnico.
4. A convocar a reuniones ordinarias o extraordinarias cuando así lo consideren necesario.
5. A participar en las reuniones donde los principales tendrán voz y voto, previo cumplimiento de lo establecido en estos estatutos.
6. A conocer los informes financieros que entregue la entidad encargada para la administración de los recursos y a su debida explicación.
7. A ser partícipes en las diferentes alianzas estratégicas generadas por el propio CL SUROCCIDENTE.
8. Ser informado sobre las disposiciones, reglamentos, leyes, decretos y normas del sector público y/o privado que se tenga conocimiento por parte de alguna de las instancias del CL SUROCCIDENTE.
9. Tener conocimiento sobre el estado de ejecución del plan de acción del CL SUROCCIDENTE.
10. Ser informado sobre convocatorias para investigación y desarrollo que emitan entidades públicas, privadas y/o mixtas y que se tenga conocimiento por parte de alguna de las instancias del CL SUROCCIDENTE.

## **ARTICULO 20º. DEBERES DE LOS INTEGRANTES DE LA JUNTA DIRECTIVA:**

1. Asistir a las reuniones programadas.
2. Examinar, aprobar o improbar los Estados Financieros de fin de ejercicio y las cuentas que debe rendir la entidad administradora de los recursos anualmente o cuando lo exija el CL SUROCCIDENTE.
3. Considerar los informes del Secretario Técnico y del presidente en turno sobre la situación económica y financiera del CL SUROCCIDENTE.
4. Evaluar la gestión y desempeño de la Secretaría Técnica.
5. Ordenar las acciones legales que correspondan contra la entidad que esté administrando los recursos cuando se presente alguna irregularidad en el manejo de los mismos.
6. Adoptar, en general, todas las medidas que reclamen el cumplimiento de los Estatutos o el interés del CL SUROCCIDENTE.
7. Resolver cualquier asunto no previsto en los presentes Estatutos.
8. Apoyar activamente las actividades que se les encomiende a título individual o como integrante de una mesa de trabajo establecida por el CL SUROCCIDENTE asignando el representante responsable quien manejará el tema a tratar o en su defecto quien lo reemplazará.
9. Mantener debidamente informados a sus agremiados y/o la región que representa, sobre las actividades y proyectos que adelanta el CL SUROCCIDENTE.
10. Apoyar las actividades que busquen el cumplimiento de los objetivos propuestos en el Acuerdo de Competitividad y en el plan de acción del CL SUROCCIDENTE.
11. Facilitar la información requerida y que se considere importante para el CL SUROCCIDENTE en lo referente a normativas, seminarios, foros, etc.

12. Definir, conformar y fortalecer los subcomités y las mesas de trabajo que se necesiten en la búsqueda de los objetivos; así mismo revisar y aprobar o no, los informes realizados por sus responsables.

13. El CL SUROCCIDENTE en cumplimiento de lo establecido en el artículo 108 de la ley 101 de 1993 adicionado por la ley 811 de 2003, entregará al CNL, antes del primero de marzo de cada año el informe anual de actividades desarrolladas en el año inmediatamente anterior y el plan de trabajo a desarrollar durante el año en curso.

14. Respetar y buscar el cumplimiento de los acuerdos establecidos entre los integrantes de la Cadena.

15. Ejecutar las acciones estratégicas definidas en el plan de acción del CL SUROCCIDENTE.

**ARTÍCULO 21º. RETIRO DE ALGUNO DE LOS INTEGRANTES DE LA JUNTA DIRECTIVA Y/O DEL CL SUROCCIDENTE::** Cualquiera de los miembros que conformen la Junta Directiva y/o el CL SUROCCIDENTE podrá elevar petición ante la misma, solicitando su retiro como parte integral de la Junta Directiva y/o del CL SUROCCIDENTE. La Junta Directiva analizará la solicitud y procederá a aceptar el retiro, previa verificación de encontrarse a paz y salvo por todo concepto ante el CL SUROCCIDENTE y haber cumplido los compromisos adquiridos con el mismo.

**ARTICULO 22º. EXCLUSIÓN DE UNO DE LOS INTEGRANTES DE LA JUNTA DIRECTIVA Y/O DEL CL SUROCCIDENTE:** Para la exclusión de un miembro de la Junta Directiva y/o del CL SUROCCIDENTE, se requerirá constatar si existió o no desatención a los acuerdos, derechos y deberes del respectivo miembro, que ameriten como sanción la exclusión la Junta Directiva y/o del CL SUROCCIDENTE.

**Parágrafo 1º.** El órgano competente para decidir sobre la admisión, retiro o exclusión será la Junta Directiva.

## **CAPITULO V SECRETARÍA TÉCNICA**

**ARTICULO 23º. DESIGNACIÓN:** La Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE designará quien asume la Secretaría Técnica, esta podrá ser ejercida por la institucionalidad pública, académica o por un profesional contratado directamente.

Cuando se trate de un profesional elegido por la Junta Directiva, se escogerá entre un grupo mínimo de tres postulados. El perfil del cargo y el mecanismo de elección se determinarán de acuerdo con las directrices del CNL.

El nombramiento del Secretario Técnico deberá ser informado por escrito al CNL para su conocimiento y verificación.

**ARTICULO 24º. FUNCIONES:** Además de las funciones generales antes indicadas, corresponde al Secretario Técnico del CL SUROCCIDENTE:

1. Ejecutar las decisiones y lineamientos de la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE.

2. Hacer seguimiento a los acuerdos celebrados entre los integrantes de la cadena.
3. Citar a los miembros del CL SUROCCIDENTE y a su Junta Directiva cuando lo requiera el Presidente, alguno de los miembros principales de la Junta Directiva, el Secretario Técnico del CNL o según cronograma de reuniones acordado por la propia Junta Directiva.
4. Presentar a la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE los estados financieros generados por la entidad que administra los recursos.
5. Presentar a la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE, cada dos meses un informe de gestión que incluirá mínimo los siguientes aspectos: Informe técnico que indique el grado de cumplimiento del plan de acción, informe financiero en relación con la ejecución de los recursos del CL SUROCCIDENTE y un informe general de actividades.
6. Presentar a la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE el presupuesto para cada vigencia fiscal.
7. Proponer a la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE la destinación de los recursos, los servicios que deban prestarse, las campañas que deben emprenderse, y las demás iniciativas que tiendan a desarrollar la cadena láctea del departamento.
8. Cumplir los demás deberes y funciones que se deriven de estos estatutos, los que le solicite la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE siempre y cuando se refieran a labores inherentes a la Secretaría Técnica.
9. Apoyar la elaboración del plan de acción anual del CL SUROCCIDENTE.
10. Generar mesas de trabajo o subcomités que contribuyan a la ejecución del plan de acción del Comité.
11. Articular planes de trabajo entre entidades para adelantar acuerdos y cooperación interinstitucional.
12. Mantener comunicación y coordinación permanente con la Secretaría Técnica del CNL.
13. Enviar y/o presentar la información que requiera el CNL o su Secretario Técnico, sobre el desempeño del sector lácteo en los departamentos de Nariño y Putumayo la ejecución del plan de acción del CL SUROCCIDENTE, y el funcionamiento del Comité y su Junta Directiva.
14. Comunicar al CNL sobre los nombramientos o cambios en los miembros de la Junta Directiva y Presidencia del Comité, y sobre las reformas a los estatutos.
15. Ser vocero de las decisiones o posiciones expresadas en la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE, ante la política sectorial, y el desarrollo integral del sector lácteo en los departamentos de Nariño y Putumayo.
16. Las demás funciones que se requieran para el cabal funcionamiento del CL SUROCCIDENTE.

## **CAPITULO VI**

### **SOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y REGIMEN DE FALTAS Y SANCIONES.**

**ARTÍCULO 25º. SOLUCIÓN DE CONFLICTOS:** Se podrá crear de entre sus miembros, o con personas ajenas a ellos, una Comisión de Conciliación y Arbitraje, de mediación oportuna para la resolución de conflictos o desacuerdos entre miembros del CL SUROCCIDENTE.

**ARTICULO 26º. FALTAS Y SANCIONES:** El régimen de faltas, sanciones y procedimientos por incumplimiento de los acuerdos adoptados al interior del CL SUROCCIDENTE, será reglamentado por la Junta Directiva.

**ARTICULO 27º. PROCEDIMIENTO PARA COMPROBACIÓN DE FALTAS Y FORMAS DE APLICACIÓN DE LAS SANCIONES:** Antes de aplicarse una sanción, la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE, deberá oír al miembro inculcado directamente, dejando constancia escrita de los hechos y allí la decisión de imponer o no la sanción definitiva, esta será llevada a cabo en la celebración de la siguiente reunión de la Junta Directiva o cuando sus miembros así lo decidan.

## **CAPITULO VII REFORMA DE ESTATUTOS**

**ARTICULO 28º. REFORMA DE ESTATUTOS:** Las reformas a los estatutos serán aprobadas por la plenaria del CL SUROCCIDENTE, de acuerdo con los lineamientos del CNL. Estas reformas serán elevadas en documento aparte, firmadas por todos los miembros de la Junta Directiva e inscritas ante el CNL para su conocimiento y verificación.

## **CAPITULO VIII OTRAS DISPOSICIONES**

**ARTÍCULO 29º.DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN:** El CL SUROCCIDENTE podrá disolverse por solicitud expresa y unánime de los miembros asistentes. Una vez disuelto el CL SUROCCIDENTE, sus bienes serán destinados según los requisitos de ley.

**ARTICULO 30º. ENTIDAD ADMINISTRADORA DE RECURSOS ECONOMICOS:** La designación y el mecanismo de contratación de la entidad administradora de los recursos del CL SUROCCIDENTE, será competencia de su Junta Directiva. Esta entidad podrá ser una institución de carácter privado, público o mixto.

La entidad que administre los recursos deberá garantizar:

- El manejo adecuado de los recursos del CL SUROCCIDENTE.
- La oportuna atención de las solicitudes de la Junta Directiva, respecto a los avances del contrato, de su desarrollo y cumplimiento.
- Efectuar las contrataciones, compras e inversiones que le indique el Secretario Técnico del CL SUROCCIDENTE y que estén soportadas en las decisiones de la Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE.
- Hacer las contrataciones, compras e inversiones, con el cumplimiento de todos los requisitos laborales, legales y tributarios, para el buen funcionamiento del CL SUROCCIDENTE.
- La presentación de informes financieros en forma oportuna.
- El manejo adecuado de los recursos en cuentas independientes de los de su propia organización.

- La gestión de cobro de las obligaciones contraídas por terceros con el CL SUROCCIDENTE.
- Hacer las recomendaciones y acompañamientos necesarios para el funcionamiento financiero integral del CL SUROCCIDENTE.
- Y las demás que se requieran para el cumplimiento de los objetivos del CL SUROCCIDENTE y que se establezcan en el respectivo contrato de administración de recursos.

## **Anexo D. Actas de constitución y representatividad del comité lácteo Suroccidente.**

### **ACTA DE CONSTITUCION DEL COMITÉ DE LA CADENA LACTEA DEL SUROCCIDENTE**

En las instalaciones del Hotel Morasurco de la ciudad de Pasto el día 17 de Diciembre de 2014, con el propósito de constituir el Comité De Cadena Láctea del Suroccidente, se reunieron representantes de los diferentes eslabones de la cadena láctea de los departamentos de Nariño y Putumayo.

Preside la reunión el Sr(a). Eudoro Bravo R. Actúa como secretario de la reunión el Sr(a). Cristóbal Cuastumal.

Con el objeto de verificar el quórum, se llama a lista y se constata la presencia de las organizaciones seleccionadas para representar los eslabones de la cadena en la Junta Directiva del Comité de Cadena Láctea del Suroccidente., y se hace el registro de las demás organizaciones que tienen la voluntad de hacer parte de este Comité, el cual se adjunta a esta acta.

### **CONSIDERANDO**

Que la política de Cadenas Productivas es una de las estrategias a través de las cuales el Gobierno Nacional en coordinación con el Sector Privado busca aumentar los niveles de productividad y mejorar la competitividad.

Que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural mediante resolución No.00076 del 10 de Marzo de 1999 y en Desarrollo a lo establecido en el acuerdo sectorial de competitividad de la Cadena Láctea creó el Consejo Nacional Lácteo como organismo asesor del gobierno en materia de política lechera y promotor del desarrollo del sector Lácteo colombiano.

Que el primer acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea fue firmado por los representantes del Sector Público y Privado en Julio 4 de 1999.

Que el gobierno Nacional expidió la ley 811 de 2003, el Decreto reglamentario 3800 de 2006 y la resolución 186 de 2008, donde legisla y reglamenta las organizaciones de cadena para el sector agropecuario, forestal, acuícola y pesquero.

Que en el artículo 2 de la resolución 186 de 2008, se establece que las organizaciones de zona o región productora de la cadena, serán comités de la organización nacional de la cadena y tendrán representación en el seno de ésta, conforme a los núcleos priorizados por la cadena en los acuerdos de competitividad y concertados con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Que el 7 de noviembre de 2010, mediante acta No 12 de 2010 del Consejo Nacional Lácteo, fue aprobado el nuevo Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea.

Que el 10 de noviembre de 2010 el Consejo Nacional Lácteo se constituyó como la Organización de cadena del sector lácteo Colombiano a través de acta de constitución firmada por todos los miembros.

Que a través de la resolución 082 del 24 de Marzo de 2011, el Ministerio De Agricultura y Desarrollo rural reconoció al Consejo Nacional Lácteo como la Organización de Cadena del Sector Lácteo Colombiano.

Que el día 25 de Julio de 2014 se dio lugar a la reunión de representantes de los productores de leche del departamento y de los eslabones de procesamiento, transportadores, intermediarios y academia, y se definieron los representantes de dichos eslabones a la primera Junta Directiva que tendrá el Comité de Cadena Láctea del Suroccidente.

Que el día 17 de diciembre de 2014 se dio lugar a la reunión en las instalaciones del HOTEL MORASURCO de Pasto, con el objetivo de definir la conformación de la Junta Directiva del Comité de la Cadena Láctea del Suroccidente, con todos sus integrantes y representaciones definidas, y se dejó constancia a través de un acta de acreditación de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 3° de la Resolución 0186 de 2008 expedida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, reglamentaria de la Ley 811 de 2003 y por lo establecido por el Consejo Nacional Lácteo en Acta número 10 de 2011.

Que el día 15 de Octubre de 2014, se aprobaron los estatutos del Comité de Cadena Láctea del Suroccidente.

### **ACUERDA**

1. Constituir el comité de la Cadena Láctea del Suroccidente, con el objetivo de promover e impulsar la competitividad de la cadena láctea en los departamentos de Nariño y Putumayo.
2. El comité de la Cadena láctea de Nariño y Putumayo, se denominará CL SUROCCIDENTE.
3. La Junta Directiva del CL SUROCCIDENTE, a partir de la fecha y por periodo de dos años estará conformada por las siguientes organizaciones

### Representantes Principales

<b>ESLABON</b>	<b>ORGANIZACIÓN / Provincia</b>	<b>DELEGADO</b>
<b>PRODUCTORES PRIMARIOS</b>	Subregión Centro	Milton Rosero. / Proleñn.
	Subregión Sabana	Artemio Angan./ Prolesa.
	Subregión Ex Provincia de Obando	Liliana Moran. / Asolacteos San Antonio.
		Cristóbal Cuastumal. / Asoprocomun.
	Cabildos Indígenas Pastos y Quillasingas	Luis Carlos Rúales. / Presidente Cabildo de Colimba.
	SAGAN – FEDEGAN	Eudoro Bravo R. / Director ejecutivo Sagan.
	Alto Putumayo	Franco Mera / Asogasib
Bajo Putumayo	Diego Orozco / Cogamayo	
<b>TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	COLÁCTEOS	IvanCaviedes. / Gerente. Byron Ramos / Director Planeación.
	Procesadores Artesanales Nariño	Marco Tulio Murillo. – Rosa Lima/ Asociación de queseros del Espino.
	Procesadores Artesanales Putumayo	Antonio Mayoral / Lácteos Mayoral
<b>REPRESENTANTE DEL GOBIERNO DEPARTAMENTAL</b>	Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente Nariño	Nubia Tatamues E. / Secretaria de Agricultura y Medioambiente.
	Secretaría de desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente Putumayo	Ricardo Mateus /secretario de desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente
<b>REPRESENTANTE DE LA ACADEMIA</b>	Universidad de Nariño	Henry Jurado G. / Coordinador de proyectos, Facultad de Ciencias Pecuarias - Programa de Zootecnia.
	Instituto Tecnológico del Putumayo	Marisol Gonzales / Rectora.

### Representantes suplentes

ESLABON	ORGANIZACIÓN / Provincia	DELEGADO
PRODUCTORES PRIMARIOS	Subregión Centro	Ovidio Potosi / Coafucar.
	Subregión Ex Provincia de Obando	José Manuel Tutalchá. / Asoprocolyda.
		Ricardo Chamorro. / Gucolac
	SAGAN – FEDEGAN	Patricia Rodríguez U. / Fedegan.
	Alto Putumayo	Rud Mariela Jurado / Asogasan.
	Bajo Putumayo	Liderman Salazar / cogamayo
TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	LÁCTEOS ANDINOS	Salvador Escobar. / Gerente.
	Procesadores artesanales Nariño	Alba Marina Pérez. / Asolacteos Santander.
	Procesadores artesanales Putumayo	William Moreno / Agancol
REPRESENTANTE DEL GOBIERNO DEPARTAMENTAL	Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente Departamental Nariño	Mario López E. /Subsecretario de Desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente.
	Secretaría de desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente Putumayo	Sonia Medicis

### INVITADOS PERMANENTES.

**Representante UMATA:** Cuaspud- Carlosama, Lucas Castillo / Coordinador.

**Representante De La Sociedad Civil:** ADEL – Nariño, Álvaro Obando E. / Gerente.

**CORPOICA:** Margaret Pasquini. / Directora.

**ICA:** Doris Bolaños. / Directora.

4. La estructura y funcionamiento del Comité de la Cadena Láctea del Suroccidente, se sujetará a lo establecido en los estatutos del comité, aprobados mediante acta No. 01 del 15 de Octubre de 2014.

5. El comité de la Cadena Láctea del Suroccidente formulará y ejecutará un plan de acción, alineado con el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea que aprobó el CNL en noviembre 07 de 2010, y con los planes de acción que realiza el CNL anualmente.

6. Si como resultado del trabajo realizado en desarrollo de los planes de acción regional, o en consonancia con los cambios del entorno se evidencia la necesidad

de modificar el alcance, cobertura o características de uno o varios de los compromisos que hacen parte del mismo, el Comité Regional del Suroccidente, podrá modificarlo, previo análisis de la situación y concertación de los nuevos compromisos con el Consejo Nacional Lácteo. Así mismo las modificaciones en el Acuerdo Nacional de Competitividad de la Cadena Láctea deben ser observadas y tenidas en cuenta por el comité regional.

En constancia de lo anterior, suscriben la presente acta Presidente y Secretario de la reunión y los representantes de las organizaciones que intervinieron en la misma.

\_\_\_\_\_  
*Eudoro Bravo R.*  
*Presidente.*

\_\_\_\_\_  
*Cristóbal Cuastumal.*  
*Secretario*

***Representantes Eslabón Primario***

\_\_\_\_\_  
*Cristóbal Cuastumal.*

\_\_\_\_\_  
*Liliana Moran.*

\_\_\_\_\_  
*Luis Carlos Rúaes.*

\_\_\_\_\_  
*Milton Rosero.*

\_\_\_\_\_  
*Artemio Angan.*

\_\_\_\_\_  
*Eudoro Bravo R.*

\_\_\_\_\_  
*Diego Orozco.*

\_\_\_\_\_  
*Franco Mera.*

***Representantes Eslabón De Transformación y Comercialización***

\_\_\_\_\_  
*Byron Ramos. / Delegado.*

\_\_\_\_\_  
*Rosa Lima Rodríguez.*

\_\_\_\_\_  
*Antonio Mayoral.*

***Representante Gobierno***

\_\_\_\_\_  
*Nubia Tatamues Enríquez.*

\_\_\_\_\_  
*Ricardo Mateus.*

***Representante Academia***

\_\_\_\_\_  
*Henry Jurado G.*

\_\_\_\_\_  
*Marisol Gonzales.*

## ACTA DE ACREDITACIÓN REPRESENTATIVIDAD DE LA JUNTA DIRECTIVA DEL COMITÉ DE CADENA LÁCTEA DEL SUROCCIDENTE

En las instalaciones de Hotel Morasurco, de la ciudad de Pasto, el día 17 de Diciembre de 2014 se reunió la Junta Directiva del Comité de la Cadena Láctea del Suroccidente, con el propósito de establecer la representatividad de los integrantes de la Junta Directiva de dicho Comité, de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 3° de la Resolución 0186 de 2008 expedida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, reglamentaria de la Ley 811 de 2003 y por lo establecido por el Consejo Nacional Lácteo en Acta número 10 de 2011.

Preside la reunión el Sr(a). Eudoro Bravo R. Actúa como secretario de la reunión el Sr(a). Cristóbal Cuastumal.

Con el objeto de verificar el quórum, se llama a lista y se constata la presencia de las organizaciones seleccionadas para representar los eslabones en la Junta Directiva del Comité de Cadena Láctea del Suroccidente:

### Representantes Principales

ESLABON	ORGANIZACIÓN / Provincia	DELEGADO
<b>PRODUCTORES PRIMARIOS</b>	Subregión Centro	Milton Rosero. / Prolenn.
	Subregión Sabana	Artemio Angan./ Prolesa.
	Subregión Ex Provincia de Obando	Liliana Moran. / Asolacteos San Antonio.
		Cristóbal Cuastumal. / Asoprocomun.
	Cabildos Indígenas Pastos y Quillasingas	Luis Carlos Rúales. / Presidente Cabildo de Colimba.
	SAGAN – FEDEGAN	Eudoro Bravo R. / Director ejecutivo Sagan.
	Alto Putumayo	Franco Mera / Asogasib
	Bajo Putumayo	Diego Orozco / Cogamayo
<b>TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	COLÁCTEOS	IvanCaviedes. / Gerente. Byron Ramos / Director Planeación.
	Procesadores Artesanales Nariño	Marco Tulio Murillo. – Rosa Lima/ Asociación de queseros del Espino.
	Procesadores Artesanales Putumayo	Antonio Mayoral / Lácteos Mayoral
<b>REPRESENTANTE</b>	Secretaría de Agricultura	Nubia Tatamues E. /

<b>DEL GOBIERNO DEPARTAMENTAL</b>	y Medio Ambiente Nariño	Secretaria de Agricultura y Medioambiente.
	Secretaría de desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente Putumayo	Ricardo Mateus /secretario de desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente
<b>REPRESENTANTE DE LA ACADEMIA</b>	Universidad de Nariño	Henry Jurado G. / Coordinador de proyectos, Facultad de Ciencias Pecuarias - Programa de Zootecnia.
	Instituto Tecnológico del Putumayo	Marisol Gonzales / Rectora.

### Representantes suplentes

<b>ESLABON</b>	<b>ORGANIZACIÓN / Provincia</b>	<b>DELEGADO</b>
<b>PRODUCTORES PRIMARIOS</b>	Subregión Centro	Ovidio Potosi / Coafucar.
	Subregión Ex Provincia de Obando	José Manuel Tatalchá. / Asoprocolyda.
		Ricardo Chamorro. / Gucolac
	SAGAN – FEDEGAN	Patricia Rodríguez U. / Fedegan.
	Alto Putumayo	Rud Mariela Jurado / Asogasan.
	Bajo Putumayo	Liderman Salazar / cogamayo
<b>TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN</b>	LÁCTEOS ANDINOS	Salvador Escobar. / Gerente.
	Procesadores artesanales Nariño	Alba Marina Pérez. / Asolacteos Santander.
	Procesadores artesanales Putumayo	William Moreno / Agancol
<b>REPRESENTANTE DEL GOBIERNO DEPARTAMENTAL</b>	Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente Departamental	Mario López E. /Subsecretario de Desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente.
	Secretaría de desarrollo Agropecuario y Medio Ambiente Putumayo	Sonia Medicis

## **INVITADOS PERMANENTES.**

**Representante UMATA:** Cuaspud- Carlosama, Lucas Castillo / Coordinador.

**Representante De La Sociedad Civil:** ADEL – Nariño, Álvaro Obando E. / Gerente.

**CORPOICA:** Margaret Pasquini. / Directora.

**ICA:** Doris Bolaños. / Directora.

El secretario informa que existe quórum suficiente para deliberar y decidir. A continuación, los miembros de la Junta Directiva de la Cadena Láctea del Suroccidente, analizan la representatividad de los miembros que se proponen para integrar la Junta Directiva del Comité, revisada la documentación respectiva, la cual hace parte integral de la presente Acta, se acuerda:

- Acreditar como representantes principales por el eslabón primario a:
  - Milton Rosero.
  - Artemio Angan.
  - Liliana Moran.
  - Cristóbal Cuastumal.
  - Luis Carlos Rúaes.
  - Eudoro Bravo R.
  - Franco Mera.
  - Diego Orozco.
- Acreditar como representantes suplentes por el eslabón primario a:
  - Ovidio Potosi.
  - José Manuel Tatalcha.
  - Ricardo Chamorro.
  - Patricia Rodríguez U.
  - Rud Mariela Jurado.
  - Liderman Salazar.
- Acreditar a Iván Caviedes, Marco Tulio Murillo y a Antonio Mayoral como representantes del eslabón Transformación y Comercialización
- Acreditar a Salvador Escobar, Alba Marina Pérez y a William Moreno como representantes secundarios del eslabón Transformación y Comercialización
- Acreditar a Nubia Tatamues Enríquez y a Ricardo Mateus, como representante del Gobierno Departamental.
- Acreditar a Henry Jurado y a Marisol Gonzales, como representante de la academia.

En constancia de lo anterior, suscriben la presente acta Presidente y Secretario de la reunión y los representantes de las organizaciones que intervinieron en la misma.

---

Eudoro Bravo R.  
Presidente.

---

Cristóbal Cuastumal.  
Secretario.

**Representantes Eslabón Primario**

---

Cristóbal Cuastumal.

---

Liliana Moran.

---

Luis Carlos Rúaless.

---

Milton Rosero.

---

Artemio Angan.

---

Eudoro Bravo R.

---

Diego Orozco.

---

Franco Mera.

**Representantes Eslabón De Transformación y Comercialización**

---

Byron Ramos. / Delegado.

---

Rosa Lima Rodríguez.

---

Antonio Mayoral.

**Representante Gobierno**

---

Nubia Tatamues Enríquez.

---

Ricardo Mateus.

**Representante Academia**

---

Henry Jurado G.

---

Marisol Gonzales.

## Anexo E. Reconocimiento comité lácteo Suroccidente.



### CONSEJO NACIONAL LÁCTEO ORGANIZACIÓN DE CADENA DEL SECTOR LÁCTEO COLOMBIANO

#### ACUERDO No 013

*Por medio del cual se reconoce al CL Suroccidente como el Comité de Cadena Láctea de los departamentos de Nariño y Putumayo.*

#### EL CONSEJO NACIONAL LÁCTEO

#### CONSIDERANDO

Que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural mediante Resolución No. 00076 del 10 de marzo de 1999 y en desarrollo a lo establecido en el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea Colombiana, creó el Consejo Nacional Lácteo como organismo asesor del gobierno en materia de política lechera y promotor del desarrollo del sector lácteo Colombiano.

Que el primer Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea fue firmado por los representantes del Sector Público y Privado en julio 4 de 1999.

Que el Gobierno Nacional expidió la ley 811 de 2003, el Decreto reglamentario 3800 de 2006 y la Resolución 186 de 2008, donde legisla y reglamenta las Organizaciones de Cadena para el sector Agropecuario, Forestal, Acuícola y Pesquero.

Que en el artículo 2 de la Resolución 186 de 2008, se establece que las organizaciones de zona o región productora de la cadena, serán comités de la organización nacional de cadena y tendrán representación en el seno de ésta, conforme a los núcleos priorizados por la cadena en los acuerdos de competitividad y concertados con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Que el 7 de noviembre de 2010, mediante acta No. 12 de 2010 del Consejo Nacional Lácteo, fue aprobado el nuevo Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea.

Que el 10 de noviembre de 2010 el Consejo Nacional Lácteo se constituyó como la Organización de Cadena del Sector Lácteo Colombiano a través de acta de constitución firmada por todos sus miembros.

Que a través de la Resolución 082 del 24 de marzo de 2011, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural reconoció al Consejo Nacional Lácteo como la Organización de Cadena del Sector Lácteo Colombiano.

Que el día 25 de julio de 2014 se aprobaron los estatutos del Comité de Cadena Láctea de Suroccidente.

Que el 17 de diciembre de 2014 en la ciudad de Pasto, a través de la firma de las actas de constitución y de representatividad, se constituyó el Comité de la cadena láctea del Suroccidente con el propósito de promover e impulsar la competitividad de la cadena láctea en los departamentos de Nariño y Putumayo.

Que el Comité de Cadena Láctea del Suroccidente, revisada la documentación respectiva acordó acreditar los siguientes representantes para su Junta Directiva: como representantes principales del eslabón primario a PROLENN, PROLESA, ASOLACTEOS SAN ANTONIO, ASOPROCOMUN, CABILDO DE COLIMBA, SAGAN, ASOGASIB, y COGAMAYO, como representantes suplentes por el eslabón primario a COAFUCAR, ASOPROCOLYDA, GUCOLAC, FEDEGAN y ASOGASAN; como representantes del eslabón de transformación y comercialización a COLACTEOS, ASOCIACION DE QUESEROS DEL ESPINO, LACTEOS MAYORAL, y como representantes suplentes del eslabón de transformación y comercialización a LÁCTEOS ANDINOS, ASOLACTEOS SANTANDER, AGANCOL; como representantes del gobierno departamental a la SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y MEDIO AMBIENTE DE NARIÑO y a LA SECRETARÍA DE DESARROLLO AGROPECUARIO Y MEDIO AMBIENTE DE PUTUMAYO; y como representantes de la academia a la UNIVERSIDAD DE NARIÑO y al INSTITUTO TECNOLÓGICO DE PUTUMAYO.

Que El Comité Regional de la Cadena Láctea del Suroccidente formulará y ejecutará un plan de acción, alineado con el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Láctea Colombiana, aprobado en noviembre 7 de 2010, y con los planes de acción anual que establezca el CNL.

#### ACUERDA

**ARTICULO 1º.-** Reconocer al CL Suroccidente como Comité de Cadena Láctea del Suroccidente.

**ARTICULO 2º.-** El CNL establecerá las directrices bajo las cuales se conformará y desarrollará sus actividades el Comité de Cadena Láctea del Suroccidente.

**ARTICULO 3º.-** De acuerdo a lo establecido en el Artículo 25 de los estatutos del CNL, el Comité de Cadena Láctea del Suroccidente tendrá representación en el seno de este Consejo, y tendrá la función de apoyarlo en los diferentes procesos y actividades que propendan por el desarrollo del sector lácteo en los departamentos de Nariño y Putumayo.

**ARTICULO 4º.-** La participación del Comité Regional de Cadena Láctea del Suroccidente en las reuniones del CNL, se hará conforme a lo señalado en el Artículo 26 de los estatutos del CNL o a las disposiciones futuras que acuerde el CNL.

**ARTICULO 5º.-** Este acuerdo rige a partir de su firma y aprobación por parte del CNL.

Aprobado por el CNL en Acta No 03 del 27 de marzo de 2015.



**JORGE ANDRÉS MARTINEZ**  
Presidente



**PEDRO VALDERRAMA SALAZAR**  
Secretario Técnico.