

## INDICE

I.	INTRODUCCION . . . . .	4
II.	OBJETIVOS Y PROCEDIMIENTOS . . . . .	8
A.	General . . . . .	8
B.	Específicos . . . . .	8
C.	Metodología . . . . .	9
III.	MARCO GLOBAL . . . . .	16
A.	Políticas y Cambios Institucionales en el Sector Agropecuario . . . . .	16
B.	Antecedentes . . . . .	18
1.	Situación de Producción, área y rendimiento . . . . .	18
a.	Maíz y Frijol . . . . .	18
b.	Yuca . . . . .	22
2.	Caracterización de los productores de maíz y frijol . . . . .	23
3.	Participación relativa de la mujer en la producción de maíz y frijol . . . . .	29
4.	Procesos de generación y transferencia de tecnología . . . . .	30
a.	Instituciones relacionadas con la generación y transferencia de tecnología . . . . .	30
b.	Cambios metodológicos en Investigación y Extensión del MAG (1980-1992) . . . . .	37
1)	Capacitación y Visita (C y V) . . . . .	37
2)	Visita a Finca . . . . .	38
3)	INVEX . . . . .	40
5.	Procesos de Comercialización . . . . .	44
a.	Instituciones relacionadas con la Comercialización de granos básicos y raíces y tubérculos . . . . .	44
1)	Consejo Nacional de Producción . . . . .	44
2)	Ministerio de Agricultura y Ganadería . . . . .	49
3)	Programa Integral de Mercadeo Agropecuario . . . . .	55
4)	Bolsa de Productos Agropecuarios (BOLPRO) . . . . .	56
b.	Comercialización del maíz y frijol . . . . .	58
1)	Aspectos Generales . . . . .	58
2)	Agentes . . . . .	58
3)	Canales de comercialización . . . . .	60
4)	Márgenes de comercialización . . . . .	62

c.	Comercialización de Raíces y Tubérculos (yuca) . . . . .	62
1)	Aspectos generales . . . . .	62
2)	Cosecha y manejo post-cosecha . . . . .	63
3)	Normalización y clasificación . . . . .	64
4)	Canales y agentes de comercialización . . . . .	65
5)	Precios y márgenes . . . . .	70
IV.	RESULTADOS . . . . .	72
A.	Entrevista Grupal . . . . .	72
B.	Entrevista Individual . . . . .	78
1.	Caracterización de la muestra . . . . .	78
2.	Organización de las actividades productivas y reproductivas de la mujer . . . . .	80
3.	Tecnología: Maíz, Frijol y Yuca . . . . .	85
a)	Maíz . . . . .	85
b)	Frijol . . . . .	89
c)	Yuca . . . . .	93
4.	Acceso y uso de Tecnologías Agrícolas . . . . .	97
5.	Participación de la mujer en la comercialización de maíz, frijol y yuca . . . . .	100
6.	Participación de la mujer en la comercialización de aves, cerdos y leche . . . . .	105
7.	Principales agentes comercializadores . . . . .	106
8.	Aspectos sobre venta . . . . .	108
9.	Problemas en la comercialización . . . . .	112
C.	Limitaciones u Obstáculos . . . . .	113
V.	Conclusiones y Recomendaciones . . . . .	116
A.	Tecnología . . . . .	116
B.	Comercialización . . . . .	119
	BIBLIOGRAFIA . . . . .	121
	ANEXOS . . . . .	128