

Revista de Ingenierías

Interfaces

Universidad
Libre
Seccional
Cúcuta

Revista
Interfaces

Publicación
Semestral

ISSN:
2619-4473
ISSN-E:
2619-4465

Año 2
Nº 1
2019

Enero
-
Junio

Pág
100

Centro
Seccional de
Investigaciones

Facultad
de Ingenierías

Contenido Revista de Ingenierías Interfaces Vol. 2 (1):

Marca-Municipio como herramienta de promoción turística de Salazar de Las Palmas, Norte de Santander

Evaluación económica y financiera para la comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona Colombia

Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería de una clínica en Cúcuta

Modelo para la diversificación y sofisticación del sector arrocero en el área metropolitana de Cúcuta

Análisis sectorial de las confecciones en Norte de Santander: 2013 – 2016

Universidad Libre
www.unilibrecucuta.edu.co
Facultad de Ingenierías
Centro Seccional de Investigaciones





UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL CÚCUTA
FACULTAD DE INGENIERÍAS
CENTRO SECCIONAL DE INVESTIGACIONES

Contenido Revista Interfaces Vol. 2 (1):

- *Marca-Municipio como herramienta de promoción turística de Salazar de Las Palmas, Norte de Santander*
- *Evaluación económica y financiera para la comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona Colombia*
- *Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería de una clínica en Cúcuta”*
- *Modelo para la diversificación y sofisticación del sector arrocero en el área metropolitana de Cúcuta*
- *Análisis sectorial de las confecciones en Norte de Santander: 2013 – 2016”*

Universidad Libre Seccional Cúcuta	Revista Interfaces	Publicación Semestral	ISSN: 2619-4473 ISSN-E: 2619-4465	Año 2 Nº 1 2019	Enero - Junio	Pág 100	Centro Seccional de Investigaciones	Facultad de Ingenierías
------------------------------------	--------------------	-----------------------	--	-----------------------	---------------------	------------	-------------------------------------	-------------------------



DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA DE INGENIERIAS INTERFACES

MISIÓN

Ofrecer un espacio académico para la publicación de trabajos de investigación e innovación en diversos campos de la ingeniería a nivel regional, nacional e internacional.

ALCANCE Y POLÍTICA EDITORIAL

Revista de Ingenierías INTERFACES, revista semestral de la Facultad de Ingenierías de la Universidad Libre Seccional Cúcuta, tiene como propósito ofrecer un espacio académico para la publicación de trabajos de investigación e innovación de diversos campos de la ingeniería.

Es una publicación académica de periodicidad semestral, realizada en Colombia, Departamento Norte de Santander, por el Centro Seccional de Investigaciones y la Facultad de Ingeniería, de la Universidad Libre Seccional Cúcuta.

Constituye una revista arbitrada que emplea el sistema de revisión por pares a doble ciego (*double blind review*).

Los juicios presentados por los autores en sus artículos no representan la opinión ni criterio de la Institución que edita la Revista.



DIRECTIVAS NACIONALES

Jorge Alarcón Niño, Presidente Nacional

Fernando D'janon Rodríguez, Rector Nacional

DIRECTIVAS SECCIONALES

Holger Andrés Cáceres Medina, Presidente Seccional

Débora Guerra Moreno, Rector Seccional

Diego Armando Yañez Meza, Director Centro Seccional de Investigaciones

Ana Cecilia Verjel Alvarez, Decana Facultad de Ingenierías

Richard Monroy Sepúlveda, Jefe de Área de Ingeniería Aplicada

Se autoriza la reproducción de los artículos
citando la fuente y los créditos de los autores:

Revista de Ingenierías Interfaces. Universidad Libre Seccional Cúcuta

Entidad Editora: Universidad Libre Seccional Cúcuta

Los conceptos y opiniones expresados en los artículos
son responsabilidad de los autores y no comprometen a la Universidad Libre

Forma de adquisición:
canje, suscripción o entrega gratuita

Revista Interfaces:
<http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/>

Correspondencia:
Avenida 4 N° 12N-81. Barrio El Bosque
Universidad Libre Seccional Cúcuta
Teléfono: 5 82 98 10. Extensión 104
Correo electrónico: revista.interfaces.cuc@unilibre.edu.co
Formato: 17 cm x 24 cm



EQUIPO EDITORIAL

EDITOR

Yebrail Alexis Romero Arcos, Ingeniero de Producción Industrial, M.Sc (c)
Gerencia de Empresas. Docente Investigador Facultad de Ingenierías,
Universidad Libre Seccional Cúcuta.

COMITÉ EDITORIAL

PhD. Sebastián Robledo Giraldo- Universidad Católica Luis Amigo.
Doctorado en Ingeniería - Industria y Organizaciones- Universidad Nacional de
Colombia Sede Manizales.

Maestría en Administración de Empresas- Universidad Nacional de
Colombia Sede Manizales.
Ingeniería industrial- Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales

PhD. Edison Albert Zuluaga Hernández- Universidad Nacional de Colombia.
Doctorado en Ingeniería, Ciencia y tecnología de materiales-
Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín.
Ingeniería química- Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín.
Colombia

COMITÉ CIENTÍFICO

PhD. José José Barba Ortega - Universidad Nacional de Colombia.
Doctorado Física- Universidade Federal De Pernambuco Brasil
Física- Universidad Industrial de Santander, Colombia
Colombia

PhD. Henry Acuña Barrantes-Doctorado Ética Global,
Religiones y Negocios Internacionales-Escuela Superior de Negocios
Internacionales (The Global Business School)
Maestría Neuropsicología y Educación- Universidad Internacional de la Rioja, España.
Economista-Universidad Militar Nueva Granada, Colombia. Colombia

PhD. Néstor Darío Duque Méndez
Doctorado En Ingeniería, Universidad Nacional de Colombia.
Ingeniería Mecánica, Universidad Tecnológica de Pereira
Colombia

TABLA DE CONTENIDO

<p>Marca-Municipio como herramienta de promoción turística de Salazar de Las Palmas, Norte de Santander <i>Municipal -Branding as touristic tool of promotion of Salazar de las Palmas, Norte de Santander, County Colombia</i> Laura Angélica Quiroga Vargas Karen Viviana Carrillo Rojas</p>	15 - 32
<p>Evaluación económica y financiera para la comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona Colombia <i>Economic and financial assessment for the marketing of pork meat in the municipality of Pamplona Colombia</i> Belcy Liliana Cárdenas Ramírez..... Lorena Toloza Villamizar</p>	33 - 44
<p>Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería de una clínica en Cúcuta <i>Burnout Syndrome in nursing professionals of a clinic in Cucuta</i> María José Villamizar Novoa Edith Camila Tarazona Castellanos</p>	45 - 60
<p>Modelo para la diversificación y sofisticación del sector arrozero en el área metropolitana de Cúcuta <i>Model for variation and innovation of rice industry in Cucuta's metropolitan area</i> Isaura Mendoza Miranda Marlyn Geraldine Albarracín García</p>	61 - 80

Análisis sectorial de las confecciones en Norte de Santander: 2013 – 2016”

Sector analysis of apparel in Norte de Santander: 2013 - 2016

Jesús Alexander Pinillos Villamizar

María Fernanda Jaimes Ramírez

Sindy Ortiz Ramírez 81 - 97

EDITORIAL

M.Sc (c)Yebrail Alexis Romero Arcos
Docente Investigador Facultad de Ingenierías,
Universidad Libre Seccional Cúcuta.

En su segundo año de edición semestral que corresponde al Vol.2 No.1 de la Revista de Ingenierías Interfaces de la Universidad Libre Seccional Cúcuta, se presenta cinco artículos de investigación que se ubican dentro de las temáticas del enfoque y alcance de las Ingenierías. El artículo titulado “Marca-Municipio como herramienta de promoción turística de Salazar de Las Palmas, Norte de Santander” se enmarca dentro de una investigación donde se caracteriza la potencialidad del municipio de Salazar en lo correspondiente a sus recursos naturales y turísticos como una oportunidad para generar valor agregado al mismo y aportar al desarrollo económico que mejorará la calidad de vida de sus habitantes. Como segundo título dentro del contenido de la presente edición “Evaluación económica y financiera para la comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona Colombia” permitió identificar un vacío de la realidad u oportunidad, que en este caso corresponde a la puesta en marcha de una idea de negocio que fue producto de una evaluación rigurosa y que permite determinar su viabilidad en términos financieros y económicos. El tercer título denominado “Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería de una clínica en Cúcuta” está relacionado con una temática que en los últimos años ha tomado un gran interés dentro de las organizaciones: la Seguridad y la salud en el trabajo. Por otra parte, los autores del artículo “Modelo para la diversificación y sofisticación del sector arrocero en el área metropolitana de Cúcuta” proponen como solución una serie de estrategias que generaran beneficios a los eslabones de la cadena productiva y respectivos actores. Para finalizar la presente edición de la Revista de Ingenierías Interfaces, se presenta el artículo “Análisis sectorial de las confecciones en Norte de Santander: 2013 – 2016”.

Marca-Municipio como herramienta de promoción turística de Salazar de Las Palmas, Norte de Santander, País Colombia*

Municipal -Branding as touristic tool of promotion of Salazar de las Palmas, Norte de Santander, County Colombia

Recibido: Agosto 12 de 2018 - Evaluado: Enero 10 de 2019 - Aceptado: Abril 10 de 2019

Laura Angelica Quiroga-Vargas**
Karen Viviana Carrillo-Rojas***

Para citar este artículo / To cite this Article

L.A. Quiroga-Vargas, K.V. Carrillo-Rojas “Marca-Municipio como herramienta de promoción turística de Salazar de Las Palmas, Norte de Santander, País Colombia” Revista Interfaces, vol. 2, no. 1, pp. 15-32, 2019.

Resumen

La herramienta marca – municipio, supone la posibilidad de aprovechamiento de las ventajas con las que cuenta una determinada región, en pro de impulsar su desarrollo y posicionamiento, y es precisamente de dicha acepción, que cada vez cobra mayor importancia su implementación por parte de las naciones. Para el desarrollo de la presente investigación, se empleó una metodología exploratoria – descriptiva, con enfoque cualitativo. A manera de resultados, se ha podido evidenciar que el mecanismo marca – municipio le proporcionaría al municipio Salazar de las Palmas, las herramientas necesarias para cubrir sus necesidades. Como conclusión, con la promoción del turismo en el municipio Salazar de las Palmas, se puede decir que, como elemento generador de ingresos económicos e impulsar el desarrollo de la región, así como lo está también, para promover la concientización de la población y de visitantes, en cuanto al buen uso y cuidado que deben proporcionar a sus recursos ambientales.

*Artículo inédito. Marca-Municipio como herramienta de promoción turística de Salazar de Las Palmas, Norte de Santander, País Colombia”.

** Correo electrónico: lauris1531@hotmail.com

*** Correo electrónico: karencarrillorojas@hotmail.com

Palabras clave: marca, municipio, región, turismo.

Abstract

The tool mark - municipality, supposes the possibility of taking advantage of the advantages that a certain region has, in order to promote its development and positioning, and it is precisely of this meaning, that every time it becomes more important its implementation by the Nations For the development of the present investigation, an exploratory - descriptive methodology was used, with a qualitative approach. As a result of results, it has been possible to demonstrate that the mark - municipality mechanism would provide the municipality of Salazar de las Palmas with the necessary tools to cover their needs. In conclusion, with the promotion of tourism in the municipality of Salazar de las Palmas, it can be said that, as a generator of economic income and promote the development of the region, as well as it is, to promote the awareness of the population and of visitors, regarding the good use and care that they must provide to their environmental resources.

Keywords: branding, municipality, region, tourism.

1. Introducción

El proceso de globalización al que se ha sometido el mundo, ha sido propicio para provocar una estandarización de lo que representan las necesidades de los consumidores, así como de los diferentes productos y servicios que se ofrecen para dar lugar a la satisfacción de las mismas; pues, el sector turístico, no escapa de dicho proceso de globalización y por tanto de transformación, promoviendo entonces en cada región, la necesidad, intención y realización de esfuerzos necesarios para convertirse en una zona atractiva y generadora de sus propios ingresos, a través del aprovechamiento de sus recursos turísticos y paisajísticos, o lo que es lo mismo, la intención de consolidar lo que representa su municipio, como una marca, fundamentada en la aceptación y reconocimiento de la colectividad conforme lo expresan [1].

La Organización Mundial del Turismo OMT [2], publicó aspectos de previsión sobre la industria del turismo en el mundo, en donde se observa un aproximado de 1.400 arribo internacionales y expone la evidencia de

un 6% de incremento en comparación del año inmediatamente anterior, superando el porcentaje de aumento de la economía, el cual fue de 3,7%. Las cifras fueron alentadoras puesto que se esperaba el pronóstico de la OMT y se pudo lograr y de hecho superó las expectativas, lo que lleva a pensar que es indispensable mejorar el turismo y sobre todo el sostenible, para hacer frente a las necesidades de los turistas y evitar al mismo tiempo efectos negativos sobre el medio ambiente y las comunidades que perciben a los visitantes (Figura 1).

A nivel mundial algunos lugares que superaron la media de crecimiento del 6% fueron Oriente Medio (con un +10%) y África (con un +7%). Europa y la zona de Asia Pacífico registraron crecimientos de +6%. América, por el contrario, creció por debajo de la media, con un 3% [2].

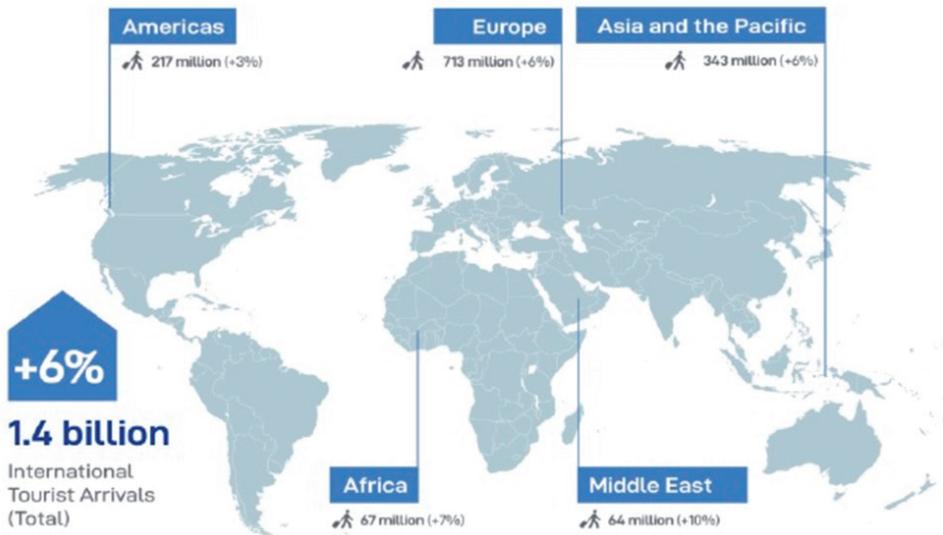


Figura 1. Incremento turístico a nivel mundial durante el año 2018.

Fuente: Organización Mundial del Turismo- OMT [2].

Cabe resaltar que el Caribe siendo uno de los lugares de elección de los turistas registro una disminución en ese tiempo del (-9 %) como resultado de problemas climáticos como huracanes que dejaron a su paso devastación en ellas [3].

Mientras tanto Colombia, ingresaron al país 4.388.815 visitantes en el año 2018; es decir un incremento del 10,4% en comparación al 2017. Estos datos no tienen en cuenta el paso de los venezolanos por las fronteras de Colombia. Dentro de estos visitantes se encuentran los 574.559 estadounidenses, 186.482 argentinos, 181.033 brasileños, 167.209 mexicanos y 149.027 ecuatorianos. Se observa una disminución en visitantes brasileños y ecuatorianos, lo que se atribuye a la situación económica de sus países [4]. En cuanto al departamento Norte de Santander, creció la llegada de turistas en un 83% por la migración de los venezolanos, aunque la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato) indicó que en el 2018 se incrementó el ingreso de turista en un 23,1% [5].

Entre los lugares más visitados en Norte de Santander se encuentran: Ocaña, Pamplona y Cúcuta, los cuales fueron epicentros de los venezolanos, los ecuatorianos con un 30% de visitantes del total expuesto por la Anato; estadounidenses con un 17,5%, personas de otras nacionalidades con un 4% de participación. Las agencias de viajes han sido un ente importante de registro de visitantes y quienes han abordado a los mismos, lo cual genera ingresos para Norte de Santander con sus 191 agencias [5].

Teniendo en cuenta que los recursos de carácter turístico que posee una determinada región, no tienen una representación característica, resulta un tanto más difícil propiciar la debida atracción de consumidores de dicho servicio, por lo que es necesario que se empleen medidas y estrategias adecuadas debidamente sustentadas, para garantizar que se van a alcanzar los objetivos en cuanto a la generación de ingresos, basándose en un sólido renombre y conocimiento de cualquier municipio como una marca de acuerdo con [1].

El fenómeno de marca – municipio, se desarrolla con más frecuencia en los últimos años, por la necesidad de generar importancia al aspecto turístico y hoy en día se considera protagonista de en la atracción de los recursos económicos como medio sostenible para su comunidad y así evitar la inclusión del Estado. He allí la importancia de formular la Marca-municipio como herramienta de promoción turística de Salazar de Las Palmas - Norte de Santander, para impulsar el sector turístico, tomando en consideración la diversidad de recursos con los que cuenta.

Salazar de Las Palmas, después de ser reconocida como el municipio de la cuna del café colombiano, ha querido promover el desarrollo económico y social en los dos últimos Planes de Desarrollo Municipal (2012-2015 y 2016-2019) y sobre todo solucionar en gran parte algunas de las problemáticas que presenta, entre ellas: a) localización de actividades económicas y equipamientos, b) abastecimiento de servicios públicos, c) expansión del crecimiento, (ubicación y densidades), d) oferta de vivienda de interés social, e) transporte, f) saneamiento, g) disposición de basuras, etc.

A ello se suma la falta de realización de estudios de desarrollo acorde a su sector como: a) campos de comercialización; b) baja inversión Gubernamental; c) bajo aprovechamiento de los recursos asignados; d) planes puntuales dirigidos al agro; e) bajo nivel de tecnología difundida; f) mala utilización de los recursos naturales; g) elementos del medio ambiente que disminuyen la productividad; h) Bajo nivel de mano de obra para el sector agrícola [6].

En estos contextos de planificación, que todavía no tienen el desarrollo esperado, debe inscribirse la búsqueda de respuestas a los problemas mencionados, generando las retroalimentaciones y ajustes que sean necesarios en los procesos locales, principalmente con el mal estado en el que se encuentra la infraestructura vial, lo cual impide en gran medida, la posibilidad de movilización de vehículos y la afluencia de personas, provenientes de otras zonas, que desean hacer vida o turismo en la región. En consideración, se quiere aprovechar, la oportunidad de las políticas públicas, junto con la academia, de analizar la nueva herramienta generación de marca, como estrategia que potencie las capacidades del municipio de Salazar de Las Palmas, despliegue ventajas competitivas y ayude a posicionarla nacional e internacionalmente. Dicha herramienta permite promocionar el turismo con la pretensión de generar externalidades y efectos multiplicadores a futuro [7], como ya se ha visto en otras regiones como San Gil, Santander, con la “Propuesta de generación de marca para San Gil, Santander (Colombia), como base para marca región” [8].

En efecto, es una estrategia que se ha estado promoviendo con gran relevancia y que ha sido factor generador de diferentes ventajas y beneficios

a las naciones, es la conocida como marca-municipio, a través de la cual se pretende promover el impulso y desarrollo de los diferentes sectores pertenecientes a diversas ciudades del país, a través del reconocimiento y aprovechamiento de los recursos que se toman en cuenta como ventajas competitivas, las cuales son primordiales para dar lugar al posicionamiento de una determinada región o marca. Este concepto, aplicado al diseño de una marca territorial, va de la mano con la generación de una identidad cultural y con la definición propia de territorio [8].

Bajo esas perspectivas, se destaca que, el Municipio de Salazar de Las Palmas es considerado como una región que cuenta con una diversidad paisajística, que de acuerdo a sus características atractivas, puede ser propicio para el impulso y desarrollo del turismo, pues, se conoce que en dicho municipio tiene presencia un importante recurso hídrico, que ha sido factor determinante para el mantenimiento y crecimiento del hermoso paisaje que allí reside, es necesario llevar a cabo la aplicación de las medidas correctivas necesarias, que permitan mejorar el acceso a la región, y así impulsar en mayor grado, lo que representa el turismo en dicho municipio [9].

Dentro de los atractivos turísticos se mencionan los más representativos: el lugar donde apareció la Virgen de Belén, El Templo Parroquial San Pablo, El Santuario Nuestra Señora de Belén, los Siete Chorros, y balnearios como El Pozo Juana Naranja y El Pomarroso. Otros sitios de interés son: El Parque Cínera, La Plaza de Toros, El Centro Recreacional de Comfanorte, La Casa Natal de los Músicos Víctor M. Guerrero y Luis Uribe Bueno [6].

En consideración, resulta necesario, proponer una marca – municipio para Salazar de las Palmas, Departamento Norte de Santander (Colombia), con el fin de dar lugar al impulso y aprovechamiento del recurso paisajístico que posee dicha zona, y así alcanzar de esta forma, ingresos significativos y beneficios económicos, al igual que propiciar un sólido posicionamiento del municipio, a través de un adecuado reconocimiento tanto en el ámbito nacional, como internacional; lo que a su vez es primordial para la generación de recursos a la región y por ende a la nación en general, aplicando estrategias adecuadas y necesarias, pertenecientes al sector turístico.

2. Materiales y Métodos

La presente investigación corresponde a un estudio exploratorio – descriptivo, con un enfoque cualitativo, lo cual permitió llevar a cabo la debida contextualización de la investigación partiendo de información y datos que se recolectaron a través de fuentes halladas en los registros del municipio, así como la información obtenida mediante el desarrollo de la observación y entrevista como técnica de recolección de información. Las entrevistas se aplicaron al Alcalde del Municipio de Salazar de Las Palmas y a dos personas que han formado parte de la historia del municipio.

3. Resultados y discusión

A continuación, se describe la información recolectada a través de las entrevistas realizadas al Alcalde del Municipio de Salazar de Las Palmas y a dos personas que han formado parte de la historia del municipio y que por confidencialidad no se publica el nombre de dichos entrevistados. La entrevista estuvo conformada por tres (3) preguntas abiertas. Para un mejor entendimiento de las respuestas dadas por los entrevistados se codificaron como se muestra en la Tabla I.

Tabla I. Codificación para identificación de los estudiantes

	Entrevistado	Código
Género	Femenino	E-F01
	Masculino	E-M01
	Masculino	E-M02

Fuente: Autor

Percepción turística

La primera pregunta hace referencia a: ¿Cuál es el origen de la marca que podría reconocer al Municipio a nivel nacional e internacional? El primer entrevistado refiriéndonos al Alcalde (E-M01), respondió que existen tres factores que dan origen a la marca del Municipio: la cuna del café, el recurso hídrico y la multitud de mitos y leyendas que hacen parte de la cultura salazareña.

Uno de las personas que han formado parte de la historia de Salazar y que a su larga edad aún vive es el E-M02, quién respondió igualmente que la cuna del café es lo que más hace que el municipio sea reconocido por una marca y que además de las leyendas como la aparición de la Virgen de Belén o la Ojona Linda como muchos la llaman.

La otra persona identificada como E-F01, siendo esta una mujer, refiere que el origen por el cual debe ser reconocido el municipio son los mitos y las leyendas, el recurso hídrico y la cuna del café. Expresa además que, aunque ya no se cultiva café en grandes proporciones porque la roya lo acabó, ya es reconocido como la cuna del café.

La segunda pregunta refiere a ¿Qué distingue a Salazar de otros sitios turísticos? El E-M01 infiere que muchos sitios entre ellos el lugar donde apareció la Virgen de Belén, la capilla que lleva su mismo nombre, el parque Cínera, diferentes balnearios como la cascada El Mandingas, el pozo Juana Naranja, los Pomarrosos, entre otros y hoteles que generan leyenda como el Juana Naranja, la Casa de Juan y Gil que hoy funciona como el hogar de los abuelos.

El E-M02 expresa que el clima, su gente y los sitios turísticos, marcan la diferencia de los demás. La E-F01 agrega que su gente, los sitios turísticos y el lugar donde apareció Virgen hacen de Salazar un lugar diferente a los existentes en el Departamento Norte de Santander.

La tercera pregunta hace referencia a la percepción de los operadores de servicios turísticos del Municipio y lo que ellos perciben de los turistas. El E-M01 describe que existen en el Municipio 10 establecimientos comerciales que presentan los servicios de alojamiento de los cuales solo tres tienen el servicio de piscina correspondiente al Hotel Juana Naranja, las cabañas de Comfanorte y el Estadero y Hospedaje Villa Sarita como se observa en las Figuras 4 y 6. Todos tienen servicio de restaurante y la capacidad instalada de estos hoteles está entre 60 y 80 personas máximo.

De los resultados de la entrevista se puede decir que el Municipio de Salazar de las Palmas, es un lugar atractivo que puede ser reconocido por su marca-municipio, ya que en las respuestas que dan los entrevistados y documentos que registran la historia del municipio, se observa que Salazar es la “Cuna

del Café Colombiano” y así como el gran valor que se le da al eje cafetero. De igual forma se puede crear una acepción al municipio cafetero de Norte de Santander y el primero en exportar el “grano bendito” como lo llamaban en su época en el exterior.

La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración; es decir, aquellas características propias de un lugar lo hacen particular a los demás y es desde allí que se puede crear una identidad y ya que Salazar es denotado como “la cuna del café colombiano”, es una excelente característica a tener en cuenta para su reconocimiento [10]. De hecho, toda la historia de este pueblo está en la memoria de sus habitantes, quienes pueden plasmarla y presentarla a partir de actividades para que trascienda.

De acuerdo con la información obtenida de los habitantes de Salazar, la industria cafetera dio sus primeros pasos en este municipio con el apoyo del padre Francisco Romero, quien imponía la siembra del café como parte de las penitencias, por cada pecado cometido, el feligrés debía sembrar entre 5 y 10 matas de café. Se tiene la creencia que por el Caribe el café llegó a Salazar y fue promovido por este particular personaje, quien vio la siembra del café como una buena estrategia de comercio de la cual hoy en día algunos pobladores siguen haciendo su práctica [9].

Cabe resalta que en la actualidad Salazar de las Palmas no produce café como Caldas o Antioquia, pero lo que genera tiene características particulares en sabor y olor que hacen de los consumidores una experiencia inimitable y que no solo se utiliza de forma tradicional en su consumo, sino que se elaboran dulces y postres.

Igualmente, gracias a la motivación de su población, Salazar hoy en día presenta planes de turismo para fines de semana en donde los visitantes pueden realizar caminatas o hacer visitas a los sitios religiosos entre los que se destacan la Capilla de la Virgen de Belén, el Santuario los Siete chorros, el templo San Pablo y el lugar donde apareció la señora de Belén. En cuanto al turismo ecológico se desarrolla en las cascadas las Mandingas, el río Salazar, el río Peralonso, el balneario Pomarrosos, Juana Naranja, el puente San Jacinto y pozo negro.

También cuenta con excelentes hoteles para recibir a turistas: como el Hotel Campestre Juana Naranja, el Estadero Villa Sarita que cuenta con hospedaje, servicio de restaurante, piscina, salón social y entretenimientos como: canchas de tejo, billar, y juegos de mesa entre ellos el dominó, parqués, etc.; Estadero La Llovizna, Hotel La Casona, entre otros.

Condiciones de los recursos naturales y paisajísticos con las que cuenta el municipio Salazar de las Palmas

Las condiciones de los recursos naturales y paisajísticos del municipio requieren de la implementación y aplicación de medidas enfocadas en el rescate del bienestar del medioambiente, puesto que la falta de concientización de la población que hace parte de dicho municipio, ha sido un factor incidente en el mal estado en el que hoy en día se encuentran los estos recursos [11].

Cabe mencionar que, a pesar de lo mencionado anteriormente, el municipio Salazar de las Palmas continúa siendo una localidad con atractivos suficientes y adecuados para impulsar el desarrollo del sector turístico y de esa manera obtener los ingresos y recursos económicos necesarios para propiciar lo que representa la elevación del nivel de la calidad de vida de los habitantes de dicho territorio.

Efectos negativos al medioambiente, que puede acarrear la implementación de la herramienta marca – municipio Salazar de las Palmas

Se puede decir que el impulso del turismo en la zona debe desarrollarse desde una perspectiva sostenible; es decir, hacer turismo teniendo en cuenta la aplicación y destinación de medidas y recursos para la conservación y preservación del medio, principalmente del recurso hídrico con el que cuenta la zona, considerándose como uno de los más importantes para la región. Es de vital importancia mantener el recurso hídrico porque de lo contrario, como lo explica la Asociación Mundial del Agua[12]; de no mejorar la gestión de los recursos hídricos y los ecosistemas conexos, se estima que para el 2025 dos tercios de la población mundial padecerá problemas de penuria de agua, con escasez grave o moderada.

Dado que “El Manejo Integral de los Residuos Sólidos (MIRS) contribuye al ahorro sostenible de los recursos naturales” [13], se deben ejecutar acciones encaminadas a lo que representa el desarrollo del turismo desde una perspectiva sostenible, como la implementación del plan de recogida de residuos que se ha estado llevando a cabo en la zona en los últimos años, puesto que éste último supone la posibilidad de eliminar del agua y de otras zonas, todos aquellos artículos considerados como residuos y desechos, que pudiesen ser perjudiciales para el buen estado de los recursos naturales de la región.

Importancia y necesidad de la promoción turística en el municipio Salazar de las Palmas como factor determinante para la generación de ingresos económicos

El municipio Salazar de las Palmas, cuenta con una serie de recursos naturales y paisajísticos, que pueden impulsar en gran medida el turismo en la zona, y por tanto la obtención de ingresos económicos necesarios para propiciar el crecimiento y desarrollo de la región, siempre y cuando se apliquen las estrategias adecuadas para garantizar que se desarrollen acciones enfocadas en una perspectiva sostenible, sustentada en la organización y planificación de cada una de las medidas a implementar,

Todo ello, resulta ser un factor determinante para el crecimiento, reconocimiento y mejora de calidad de vida de los habitantes que hacen vida en dicho municipio. He allí la importancia de promocionar el turismo en el municipio Salazar de Las Palmas. Para dicho reconocimiento se tiene en cuenta la teoría de Honneth [14] que, aunque hace referencia al individuo, también puede compararse con el de un lugar, porque como lo explica se puede construir una identidad a partir del reconocimiento de los otros; por tanto, es indispensable crear estrategias que llamen la atención de las personas y poco a poco se va generando el reconocimiento lo que se reflejará en la nueva identidad de Salazar de las Palmas.

Las identidades en el mundo moderno están cada vez más formadas en esta relación directa con los otros, en un espacio de reconocimiento, llegando a la conclusión que la necesidad del reconocimiento es una necesidad humana básica [15], lo que motiva aún más la relación que debe tener

Salazar con el mundo, para evitar quedar en el olvido; de hecho, al lograr una identidad se propicia el turismo y la economía del lugar puede mejorar considerablemente, creando una sostenibilidad que puede perdurar en el tiempo.

Plan de Redacción

Valorar la marca municipio, permite evidenciar logros en el fortalecimiento de la competitividad, la imagen y el atractivo que posee, objetivos de las políticas de gestión pública, y con ello evaluar la función de los gestores públicos locales. Sin embargo, las carencias evidenciadas por las diferentes valoraciones de marcas en su aplicación a Salazar de las Palmas, hacen necesario el diseño y construcción de una metodología robusta y específica para su medición, que al mismo tiempo permita al gestor público de forma sencilla y rápida, determinar el impacto que cada decisión y políticas públicas que se implementen, las cuales requieren de evaluación continua y por tanto como lo expresa Vera [16], es necesario definir un sistema de indicadores de sustentabilidad para la actividad turística.

En el caso de la competitividad para el World Economic Forum [17], la competitividad es el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país; es decir, Salazar de las Palmas, debe generar una serie de políticas y aspectos que incrementen su productividad en cuanto al turismo para que sea un lugar competitivo entre los municipios de Norte de Santander, en donde las personas consideren visitas para explorar la naturaleza pura y observar su cultura, entre otros aspectos.

De igual modo, el hecho de dar lugar al aprovechamiento del hermoso paisaje y de los recursos naturales con los que cuenta el municipio Salazar de las Palmas, representa para la región y para la nación en general, la posibilidad de obtener una serie de beneficios de carácter económico y social a través de la correcta utilización de los atractivos, los cuales serán fundamentales para proveer a la zona y a los habitantes en general, de un incremento en la mejora de su nivel de calidad de vida, partiendo del ofrecimiento del paisaje y de los recursos, se trata de la promoción turística del lugar con el fin de mejorar los aspectos sociales y económicos de sus habitantes, pero con el compromiso expreso de conservar el medio, se espera el desarrollo

de una actividad que se sustente y sostenga en el marco ético del desarrollo humano y con plena conciencia ecológica de visitantes y residentes [16].

Todo ello, representa un motivo de gran importancia para promover el turismo del municipio Salazar de Las Palmas, Departamento Norte de Santander (Colombia), a través de desarrollo de la conocida y útil estrategia marca-municipio, con el fin de garantizar la subsistencia de las naciones, a través de la debida generación de ingresos económicos, partiendo de la debida utilización de los recursos naturales con los que se cuenta.

Así como el estudio y aplicación de la herramienta marca-municipio, como factor generador de significativos beneficios a nivel de turismo para el municipio, es también una manera de promover y apostar a la resolución de las diversas problemáticas sociales que tienen lugar en la zona, principalmente aquellas relacionadas con lo referente al mal estado en el que se encuentran las vías de acceso a la zona, que impiden en gran medida la correcta afluencia y movilización vehicular hacia la misma. Todo esto se puede asegurar si se tiene en cuenta el concepto dado por la Organización Mundial del Turismo citada por Ministerio para la Transición Ecológica de España [14], cuando expone que para la sostenibilidad turística se debe utilizar los recursos ambientales adecuadamente, ayudándolos al mismo tiempo en su conservación; tener respeto por la autenticidad del lugar y desarrollar acciones que beneficien al lugar tanto social como económicamente.

Desde el punto de vista económico, Salazar de las Palmas puede posicionarse en los primeros lugares de gran atractivo turístico, lo que generará el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores. Además, a partir de sus fortalezas agropecuarias y gracias al apoyo de los entes gubernamentales y las empresas de turismo, se creará reconocimiento a nivel general y la comunidad al mismo tiempo aportará beneficios para su propia sostenibilidad como lo indica Eber [18], en donde aceptan que la actividad turística se tiene que conducir de una manera equilibrada en el aspecto económico dirigido por el interés de las personas locales.

Estas personas tendrán sentido de pertenencia como aspecto primordial para una sostenibilidad a partir de la articulación de los agentes involucrados

e incluyendo la participación de los habitantes en los puntos de vista y toma de decisiones sobre el medio ambiente [18]; así como la seriedad y compromiso en las instituciones públicas, el cual asumirán un rol importante en la participación y gestión social, veedores del medio ambiente y la paz, utilizando los servicios públicos y sociales, con un nivel alto de cobertura. Igualmente, de la robusta malla vial que permitirá impulsar el comercio de productos del sector agrario y turístico.

Conclusiones

Formular la herramienta marca – municipio para Salazar de Las Palmas en el Norte de Santander, puede considerarse como un mecanismo de importancia que va a generar los beneficios y recursos económicos necesarios para dar lugar a una mejora significativa de las condiciones de vida de los habitantes que allí residen, así como una mejora significativa a los recursos naturales y paisajísticos de la zona, teniendo en cuenta que se aplicarán medidas y estrategias fundamentadas en una perspectiva sostenible, que garantice el cuidado y preservación del medioambiente.

De igual modo, para promover la estrategia marca municipio se deben tomar en consideración las condiciones en las que se encuentran los recursos naturales de la zona, a sabiendas de que los habitantes de la población, no han expresado el compromiso necesario para hacer uso adecuado y moderado de los recursos naturales, y para evitar la contaminación de los mismos; por tanto, para generar este compromiso ambiental, se deben alinear los pilares económico, social y ambiental [18], ya que el primero contribuye al desarrollo económico, el segundo causa un impacto positivo en la comunidad y el tercero crea respeto por el entorno y su biodiversidad. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 1993[18], el turismo son todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los que su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos; pero el turismo puede generar efectos negativos sobre el medioambiente, con la promoción del turismo en el municipio Salazar de las Palmas y por tanto, es indispensable tomar medidas organizadas y planificadas a través de la herramienta marca – municipio, puesto que hacer turismo desde una perspectiva sostenible,

supone la necesidad de mantener en equilibrio y en buen estado los recursos naturales utilizados para tal fin.

Para mantener el equilibrio y la sostenibilidad ambiental, se pueden considerar las estrategias utilizadas por organizaciones mundiales, entre las que se destacan reciclar, reforestar, alfabetizar sobre el medio ambiente y el impacto que tienen las personas sobre este, con el fin de ir creando una responsabilidad social tanto del municipio como de los turistas [19].

Además, como lo expone Ibarra, González y Demuner (2017) el posicionamiento de la marca, mejorará la calidad de vida de sus habitantes, puesto que se incrementarán los ingresos por la productividad que desarrollen a partir de la marca. Se puede decir entonces que, es de gran importancia para el municipio Salazar de Las Palmas, promover el mecanismo marca – municipio y el turismo como elemento generador de ingresos económicos necesarios para cubrir necesidades e impulsar el desarrollo de la región, así como lo está también, para promover la concientización de la población y de visitantes, en cuanto al buen uso y cuidado que deben proporcionar a sus recursos ambientales [17].

Referencias

[1] R. Osorio; R. Serrano; I. González; y J. Soto “Marca – municipio: una revisión crítica. Revista Turismo em Análise”, vol. 29, pp.19-34, 2018. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i1p19-34>.

[2] Organización Mundial del Turismo (OMT), 2014. Llegadas internacionales de turistas en 2018. [En línea]. Disponible en: <https://www.aprendedeturismo.org/el-turismo-mundial-sigue-creciendo-a-buen-ritmo/>

[3] El Tiempo. Estas son las cifras del turismo en el mundo. (28, sept, 2018). [En línea]. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/cifras-de-turismo-en-el-mundo-2018-274694>

[4] Portafolio. Turismo en Colombia aumentó 10,4% durante 2018. (11, ene, 2019). [En línea]. Disponible en: <https://www.portafolio.co/economia/turismo-en-colombia-aumento-10-4-durante-2018-525125>

[5] La Opinión. Crece llegada de turistas foráneos al departamento. (30, sept, 2018). [En línea]. Disponible en: <https://www.laopinion.com.co/economia/crece-llegada-de-turistas-foraneos-al-departamento-162494#OP>

[6] Concejo Municipal de Salazar de Las Palmas. Acuerdo N° 006 mayo 31 del 2016. Por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Municipal 2016 – 2019: “Salazar Incluyente y Emprendedor”, 2016. [En línea]. Disponible en: http://www.sisubregionalns.gov.co:8080/sis/files/sid_Desarrollo_territorial/PMD/CENTRO/PDM_SALAZAR_2016-2019.pdf

[7] L. Sáez; L. Mediano; V. y De Elizagarate, “Creación y desarrollo de marca ciudad. Análisis de los registros de marca de las principales ciudades españolas” Revista de Dirección y Administración de Empresas, no. 18, pp. 125-156, 2011.

[8] L.A. Forero, “Propuesta de generación de marca para San Gil, Santander (Colombia), como base para marca región” Revista de Investigación de la Ciencia Turística –RICIT, no.11 pp. 54-77, 2017.

[9] Alcaldía de Salazar de las Palmas. Conoce las maravillas que tiene la cuna del café en Colombia, 2018. [En línea]. Disponible en: <http://www.salazardelaspalmas-nortedesantander.gov.co/>

[10] B. Anhorn, “El turismo cultural y patrimonial como promotor de la valorización arquitectónica de la religión judía en la localidad de Rivera y las colonias Barón Hirsch”, (Tesis de pregrado) Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, 2015.

[11] Alcaldía de Salazar de las Palmas, Secretaría de Planeación municipal (2008 - 2011). Plan de desarrollo “La voluntad de todos”, Disponible en: <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/3pd%20-%20plan%20de%20desarrollo%20de%20salazar%20de%20las%20palmas%20-%20norte%20de%20santander%20-2008%20-%202011.pdf>

[12] Y. Martínez, y V.M. Villalejo, “La gestión integrada de los recursos hídricos: una necesidad de estos tiempos. Revista de Ingeniería Hidráulica y Ambiental”, Ingeniería Hidráulica y Ambiental, vol. 39, no. 1, pp. 58-72, 2018.

[13] N.V. Leitón, y W.G. Revelo, “Gestión integral de residuos sólidos en la empresa Cyrgo SAS”, *Revista Tendencias*, vol.18, no 2, pp.103-121, 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.171802.79>

[14] Ministerio para la Transición Ecológica de España. Turismo sostenible. Madrid: Ministerio para la Transición Ecológica de España, 2016.

[15] R. Salas, “Teorías contemporáneas del reconocimiento”, *Atenea Concepción*, no.2, pp.79-93,2016.

[16] S. Pérez “La planificación y prevención de los impactos ambientales del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible: Caso de estudio Timotes, Venezuela” *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, vol. 13, no. 2, pp. 164-183, 2017.

[17] M. A. Ibarra, y L. A. González, M. Demune “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”, *Estudios Fronterizos*, vol. 18, no 35, pp.107-130, 2017. DOI <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>

[18] C. Cardoso, M. Castillo, y C. Hernández “Sosteniendo al turismo o turismo sostenible”, *Reflexiones teóricas Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 23, no. 2, pp. 376-395, 2014.

[18] J. E. Lalangui, C. Espinoza, M. y J. Pérez, “Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo” *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, vol. 9, no. 1, pp.148-153, 2017.

[19] E. C. Ruiz, A. C. Reyes, T. M. Rioja, y E. E. Espinoza, “Indicadores de sostenibilidad para el ecoturismo en México: Estado actual” *Revista Liminar. Estudios Sociales y Humanísticos*, vol.14, no 1, pp. 156-168, 2016.

Evaluación económica y financiera para la comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona Colombia*

Economic and financial assessment for the marketing of pork meat in the municipality of Pamplona Colombia

Recibido: Noviembre 28 de 2018 - Evaluado: Enero 10 de 2019 - Aceptado: abril 4 de 2019

Belcy Liliana Cárdenas-Ramírez**
Lorena Toloza-Villamizar***

Para citar este artículo / To cite this Article

B.L. Cárdenas-Ramírez, L. Toloza-Villamizar “Evaluación económica y financiera para la comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona Colombia” Revista Interfaces, vol. 2, no. 1, pp.33-44, 2019.

Resumen

El estudio se enmarcó en una evaluación económica y financiera de los aspectos básicos, para el montaje de una planta de beneficio a pequeña escala para la comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona, tomando como referencia los lineamientos metodológicos de Urbina, Bacca en evaluación de proyectos. Para el ejercicio se proyectó un alcance temporal de cinco años, realizando los cálculos correspondientes en cuanto a la inversión inicial que deriva dicho montaje, la materia prima, herramientas y maquinaria de operación, así como los gastos legales de acuerdo a los requisitos normativos vigentes que regulan la actividad y el recurso humano entre otros gastos generales necesarios para su implementación. Por tanto, teniendo en cuenta la dinámica del mercado en cuanto a la oferta y demanda actual del producto en el municipio y los requerimientos de los entes competentes, como el ICA e INVIMA en el marco regulatorio colombiano de dicha actividad, de acuerdo al Decreto 1500 de 2007,

*Artículo inédito. Evaluación económica y financiera para la comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona Colombia

** Administradora Ambiental, Correo electrónico: lilicr1884@gmail.com.

*** Administradora Comercial y de Sistemas, Correo electrónico: lorentv15@hotmail.com.

el Decreto 2270 de 2012, la Resolución 240 de 2013, así como el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente, garantizando la condiciones sanitarias y de inocuidad, se determina desde un análisis de sensibilidad, la factibilidad del proyecto, en función de las variables fundamentales frente a la decisión de la inversión, obteniendo un Valor Presente Neto VPN superior a cero, con una Tasa Interna de Retorno del 20%, frente a la inversión estimada, lo cual indica que el proyecto es factible, representando una gran oportunidad de negocio.

Palabras clave: análisis de sensibilidad, evaluación económica y financiera, flujo de caja, requisitos normativos, tasa interna de retorno, valor actual neto,

Abstract

The study was framed in an economic and financial evaluation of the basic aspects, for the assembly of a small-scale profit plant for the marketing of pork in the municipality of Pamplona, taking as a reference the methodological guidelines of Urbina, Bacca evaluation of projects. For the year, a time scale of five years was projected, making the corresponding calculations regarding the initial investment derived from the assembly, the raw material, tools and operating machinery, as well as the legal expenses according to the regulatory requirements in force that regulate activity and human resources among other general expenses necessary for its implementation. Therefore, taking into account the dynamics of the market in terms of the current supply and demand of the product in the municipality and the requirements of the competent entities, such as the ICA and INVIMA in the Colombian regulatory framework of said activity, in accordance with Decree 1500 of 2007, Decree 2270 of 2012, Resolution 240 of 2013, as well as compliance with current environmental regulations, guaranteeing sanitary and safety conditions, is determined from a sensitivity analysis, the feasibility of the project, based on the fundamental variables against the decision of the investment, obtaining a Net Present Value VPN greater than zero, with an Internal Rate of Return of 20%, against the estimated investment, which indicates that the project is feasible, representing a great opportunity to deal.

Keywords: sensitivity analysis, economic and financial evaluation, regulatory requirements, cash flow, net present value, internal rate of return.

1. Introducción

La factibilidad de un proyecto se determina en gran medida en relación a los factores que garantizan el éxito o limitan el desarrollo de una alternativa,

como posible solución frente a una oportunidad o necesidad identificada, según el ámbito de estudio. Desde este enfoque la evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable [1].

Frente a este planteamiento, se identifica una alternativa de inversión a partir de la gran tendencia de crecimiento del sector porcícola a nivel nacional, regional y local, marcando la diferencia frente a las demás industrias dedicadas a la actividad de comercialización de carne, en donde se registra que el consumo de carne de cerdo supera porcentajes relativos año tras año. En los últimos estudios de análisis del sector, el consumo per cápita del año 2010 al año 2017 ha aumentado en un 4.5 kg por persona aproximadamente [2]. Sin embargo, este proceso deriva una serie de requerimientos y cumplimiento de lineamientos normativos y de planeación que deben considerarse, cuando se explora la posibilidad de llevar a cabo proyectos relacionados con el beneficio y comercialización de carne de porcinos, de acuerdo al decreto 1500 de 2007, decreto 2270 de 2012, la resolución 240 de 2013, para garantizar las condiciones sanitarias y de inocuidad adecuadas para el consumo del producto, de manera confiable [3]-[6].

Así mismo, PorkColombia para el año 2018, proyectó dentro de sus metas aumentar el consumo de carne de cerdo en los hogares colombianos para llegar a los 10 kilos per cápita, según lo cual Jorge Alfredo Ostos presidente del gremio, manifiesta que para este propósito de igual manera hay que mantener y mejorar el status sanitario, garantizando la inocuidad, seguridad y la parte nutritiva del producto [7].

En este contexto, Norte de Santander no cuenta con grandes empresas legales productoras de carne de cerdo, y en gran parte de la región este tipo de carne no es consumida a gran escala, por las restricciones técnicas en función de los requerimientos normativos, teniendo en cuenta que en el Departamento actualmente, solo en el municipio de Cúcuta se encuentra una planta de beneficio de porcinos en operación, cumpliendo los requisitos normativos exigidos por los entes reguladores del sector. Adicionalmente, se asocian otros factores como el contrabando y la falta de apoyo e incentivos para el

desarrollo legal de la actividad; en este sentido a partir de los antecedentes y datos consultados como insumo para la investigación, se registra que para el año 2017 de las 1.200 granjas que hay en el departamento se sacrifican entre 40 y 50 animales al día, sin embargo, el consumo supera los 70 animales [8].

Como se refiere anteriormente, el municipio de Pamplona no es ajeno a esta dinámica, la cual se ha venido agudizando, frente al cierre en el último año de 30 establecimientos dedicados a la comercialización de este producto y sus derivados, ante el incumplimiento de los requisitos normativos básicos establecidos, limitando la disponibilidad del producto con las condiciones sanitarias y de inocuidad para su consumo, lo que implica además el aumento de los costos para el desarrollo óptimo de la actividad, asociados al transporte del producto desde la planta de beneficio de Cúcuta para su comercialización, cumpliendo con dichos estándares.

En relación a lo anterior se evidencia entonces, la importancia y la necesidad de proyectar iniciativas que integren sistemas eficientes de beneficio y comercialización, que estimulen a su vez la continuidad de la oferta del producto en el mercado, con el cumplimiento de los requerimientos mínimos de calidad e inocuidad para su distribución a los consumidores potenciales, con un adecuado control por parte de las autoridades pertinentes.

El análisis económico y financiero de acuerdo a las variables de inversión, la estimación del flujo de caja, el Valor Actual Neto VAN y la Tasa Interna de Retorno TIR, para determinar la rentabilidad en un horizonte de tiempo determinado, respecto al montaje y adecuación de una planta para el beneficio y comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona, representa entonces una oportunidad para evaluar la factibilidad de esta alternativa, frente a la posibilidad de contribuir a la generación de condiciones mínimas en cuanto a los requerimientos normativos sanitarios y de inocuidad de la actividad, aportando a su vez al impulso del sector y el desarrollo sostenible tanto de los porcicultores desde su contexto rural, así como de los potenciales distribuidores o comercializadores del producto, dinamizando a su vez la oferta y economía local, alrededor del proceso.

2. Materiales y Métodos

La presente investigación se desarrolló en función de las variables económicas que determinan la factibilidad de una alternativa, teniendo en cuenta que se identificaron dos factores determinantes de una posible decisión de inversión, como la necesidad y a su vez oportunidad del montaje de una planta de beneficio que facilite la provisión de infraestructura y equipamiento adecuado para el sacrificio y comercialización de porcinos en el municipio de Pamplona en el Departamento de Norte de Santander, considerando las prácticas sanitarias, establecidas en el marco regulatorio colombiano, con lo cual se contribuye a la generación de condiciones y garantías para el desarrollo de la actividad y el consumo del producto.

En este marco, teniendo en cuenta los requerimientos normativos que regulan en el sector en Colombia y los lineamientos metodológicos, los factores analizados se enfocaron en función de los estudios de mercado, en cuanto a la oferta y demanda de la carne de cerdo, como los establecimientos comerciales que distribuyen el producto, así como las variables de decisión de compra y el segmento del mercado en el municipio. El estudio técnico definiendo los requerimientos en cuanto a infraestructura, maquinaria, equipo y recurso humano necesario para la operación del proceso de beneficio y comercialización del producto, según lo cual se orienta la evaluación, financiera y económica del proyecto, considerando adicionalmente el análisis y administración de riesgos de la alternativa, frente a su planteamiento e implementación.

3. Resultados y discusión

De acuerdo a la alternativa planteada, con el objetivo de determinar la factibilidad del montaje y adecuación de una planta de beneficio y comercialización de carne de porcinos en el municipio de Pamplona, se realizó el análisis de sensibilidad estableciendo un horizonte de cinco años, en donde se integraron las variables económicas básicas para orientar la toma de decisiones frente a su inversión.

Es importante precisar, que para el ejercicio se consideró que se cuenta con algunas condiciones mínimas para su establecimiento, como el terreno con infraestructura básica de acuerdo a la regulación establecida respecto al uso

del suelo en Plan Básico de Ordenamiento Territorial del municipio [9], a partir de lo cual se proyecta la inversión inicial, en función de los costos de adecuación y los requerimientos operativos y normativos, proyectando su rentabilidad según los indicadores financieros analizados.

Costos de inversión inicial

Frente a los requerimientos mencionados se estima la inversión inicial, teniendo en cuenta la capacidad instalada, proyecciones financieras operativas y vida útil, tal como se presenta a continuación (Tabla I):

Tabla I. Costos de inversión (pesos colombianos)

Inversiones	\$ Pesos colombianos	Vida útil (Años)
En propiedades ajenas	54.000.000	10
Maquinaria Equipo	46.000.000	10
Herramientas de Manejo	10.000.000	10
Gastos Pre operacionales	36.000.000	1
Total de Inversiones	146.000.000	

Fuente: Autores

La inversión esperada es de ciento cuarenta y seis millones de pesos, representada en inversiones en propiedades que el proyecto en su etapa inicial no tiene proyectado invertir, maquinaria necesaria para el desarrollo de la actividad económica, elementos de manejo y los gastos pre operacionales y de operación durante los primeros seis meses, tiempo durante el cual no se van a tener ingreso, debido a que se tramitaran los permisos necesarios y el proceso de contratación y capacitación del recurso humano necesario para dar inicio a las actividades.

Datos generales de análisis

Se realizó la proyección en un horizonte de cinco años, con unas ventas estimadas de 4.000 kilos de carne de porcinos mensuales, con precio promedio de ocho mil pesos m/cte. A partir de la dinámica de mercado y tendencia de precios en torno a la actividad durante los últimos años, registrando a su vez un costo de operación de 53%, y gastos operacionales fijos (arrendamiento, recurso humano, servicios públicos, mantenimientos

preventivos), con el respectivo descuento del porcentaje de 8 x 1000, correspondiente al impuesto municipal de industria y comercio, según el estatuto de rentas municipal de pamplona (Tabla II).

Tabla II. Datos generales del análisis

Descripción	Datos
<i>Vida útil (años)</i>	5
<i>Cantidad a vender al 100% (Kilo/año) =</i>	48.000
<i>Precio de venta (\$/u) =</i>	8.000
<i>Costo variable (\$/u) =</i>	4.300
<i>Costo fijo (\$/año) =</i>	121.800.000
<i>Impuestos a las Utilidades</i>	0,08%

Fuente: Autores

Flujo de caja inicial

De las ventas proyectadas, se estima que durante el primer año de operación se llegue al 50%, debido a que solo se desarrollará la actividad durante seis meses, teniendo en cuenta que los seis primeros meses de implementación de proyecto, se adelantaran las adecuaciones necesarias según los requerimientos sanitarios y de inocuidad, así como las visitas y trámites necesarios con las entidades competentes para obtener las certificaciones, y licencias de operación (Tabla III).

Tabla III. Flujo de caja inicial

Año	1	2	3	4	5
Progr. Prod. (%)	50	95	100	120	140
Producción (u)	24.000	45.600	48.000	57.600	67.200
Ventas (\$)	192.000.000	364.800.000	384.000.000	460.800.000	537.600.000
Costo Var. (\$)	103.200.000	196.080.000	206.400.000	247.680.000	288.960.000
Costo Fijo (\$)	121.800.000	121.800.000	121.800.000	121.800.000	121.800.000

Fuente: Autores

Cuenta de resultados

Teniendo en cuenta la proyección de ventas, durante el primer año se evidencia una pérdida operacional, al asumir los gastos de operación de los primeros seis meses, referentes al proceso de certificación y validación de la actividad por parte de los entes competentes (INVIMA, ICA, secretaria de saneamiento ambiental).

Sin embargo, durante los cuatro siguientes años, se evidencian considerables excedentes que permitirán recuperar la inversión inicial al finalizar el cuarto año de operación, en donde la utilidad reflejada en el año número 5, se considera una ganancia efectiva, correspondiente al 80% de la inversión inicial (Tabla V).

Tabla V. Cuenta de Resultados

Concepto/ Año	1	2	3	4	5
Ventas	192.000.000	364.800.000	384.000.000	460.800.000	537.600.000
Ingreso Neto (1)	192.000.000	364.800.000	384.000.000	460.800.000	537.600.000
Costos Operativos	225.000.000	317.880.000	328.200.000	369.480.000	410.760.000
Costos Variables	103.200.000	196.080.000	206.400.000	247.680.000	288.960.000
Costo fijo	121.800.000	121.800.000	121.800.000	121.800.000	121.800.000
Costo No operativos	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Depreciación	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Utilidad Bruta	43.000.000	36.920.000	45.800.000	81.320.000	116.840.000
Impuestos a utilidades (22%)	344.000	295.360	366.400	650.560	934.720

Fuente: Autores

Evaluación económica y financiera

Flujo de caja proyecto de inversión

El flujo de caja frente a la inversión, permite establecer su rendimiento en relación a los ingresos y egresos que se generan en torno a la implementación de la alternativa, según horizonte temporal de cinco años, tal como se presenta a continuación (Tabla VI):

Tabla VI. Flujo de Caja del Proyecto de Inversión

Año	0	1	2	3	4	5
Inversión	-146.000.000					
Capital de Trabajo		19.500.000				
Ingresos		192.000.000	364.800.000	384.000.000	460.800.000	537.600.000
Costos Operativos.		-225.000.000	-317.880.000	-328.200.000	-369.480.000	-410.760.000
Impuestos a utilidades		344.000	-295.360	-366.400	-650.560	-934.720
Valor Desecho						
Flujo Neto	-146.000.000	-13.156.000	46.624.640	55.433.600	90.669.440	125.905.280

Fuente: Autores

De acuerdo a esto se proyecta realizar una inversión en lo que se considera año cero por tratarse del flujo de efectivo o liquidez, y que durante el primer año de operación será negativo, teniendo en cuenta que se espera solo recibir el equivalente correspondiente al 50% de las ventas proyectadas, movimientos económicos que cambian para los 4 años siguientes debido al incremento progresivo de los ingresos, entre otras variables a considerar como la estandarización de los precios de compra y venta del producto que son dados por la alcaldía municipal de Pamplona.

Indicadores financieros

Proyectando la inversión a cinco años y teniendo como referencia los datos de venta y consumo actual del producto en el municipio, según fuentes oficiales de los establecimientos comercializadores, se determina que, cumplido el horizonte temporal, la fracción anual de valor actual neto sería de 11.989.984 pesos, sin tener en cuenta el 100% de las ventas, lo que señala un índice de crecimiento alto respecto de los índices de crecimiento del mercado y las tasas de rentabilidad del mismo.

Por tanto, en la evaluación se puede evidenciar que el valor presente neto es superior a cero, con una Tasa Interna de Retorno significativa, frente a la inversión estimada, considerando factible el proyecto dentro de las condiciones básicas, para su implementación (Tabla VII).

Tabla VII. Indicadores financieros en pesos sin financiamiento

Valor Actual Neto VAN	11.989.984
Tasa Rendimiento Capital Propio	18%
Tasa Interna de Retorno TIR =	20%
Inversión	146.000.000
Rentabilidad	8%
Valor Presente Flujos Positivos	157.989.984
Valor Presente Flujos Negativos	146.000.000
Índice Deseabilidad	108%

Fuente: Autores

Conclusiones

La investigación permitió establecer un análisis general frente a una necesidad latente, respecto a los requerimientos actuales, en relación al beneficio y comercialización de carne de cerdo en el municipio de Pamplona, proyectando una alternativa como una oportunidad de inversión, con lo cual se puede contribuir además a su desarrollo en términos sanitarios, de inocuidad y ambientales, a partir del cumplimiento del marco regulatorio vigente de la actividad en Colombia.

Según las proyecciones y resultados de la evaluación económica y financiera del proyecto, se considera que con las variables de rentabilidad porcentual del 18% y Tasa Interna de Retorno del 20%, se logra recuperar la inversión antes de los cinco años del horizonte temporal estimados, en donde además de la inversión se generará rentabilidad efectiva del 8%, resultando al final de la proyección un crecimiento económico del 108% respecto de la inversión realizada en el año cero, lo cual en conjunto permite determinar la factibilidad del proyecto, indicando que a su vez representa condiciones para su viabilidad en términos financieros y económicos.

Otro factor determinante considerado para emitir un concepto positivo de factibilidad, se refiere a la oportunidad que deriva la necesidad identificada y evaluada, frente a la existencia de una única planta de beneficio animal de porcinos en el Departamento con todos los requisitos exigidos, según lo cual ante el riesgo de cierre de sus expendios por parte de los órganos de control, los comercializadores del producto en el municipio de Pamplona, requieren el servicio, indicando garantía de condiciones de mercado, en función de la demanda y oferta a partir del el aumento de las ventas proyectadas, permitiendo recuperar la inversión en la mitad del tiempo estimado.

En este sentido, sin bien la evaluación económica se proyecta sin considerar financiamiento, dado que los recursos para su implementación pueden gestionarse ante muchos de los Stakeholder, como una alternativa de inversión factible de oportunidad por las exigencias de los entes regulatorios, y la ubicación de municipio de Pamplona como capital o punto de referencia de la zona, condición que amplía las probabilidades

de comercialización del producto a los distribuidores de los municipios aledaños, que de igual forma representan una buena dinámica de demanda y consumo del mismo, lo cual sugiere probabilidades de éxito, aún si llegara a considerar dicho financiamiento, si es el caso sería necesario además profundizar y orientar la evaluación económica de la alternativa a partir de la ampliación del alcance y capacidad instalada requerida para dicho fin.

Referencias

- [1] G. Bacca. Evaluación de proyectos. México: Editorial Mc. Graw Hill, 2013.
- [2] M. J. Chimbi, Z. K. Martínez, E. A. Parra, N. J. Vargas, y M. I. Vela, Aspectos comerciales, contables y tributarios del sector porcicultor en Colombia, Facultad de administración, contaduría pública. Fundación universitaria panamericana, Bogotá, 2007.
- [3] Ministerio de la Protección Social (Mayo 4 de 2007). Decreto 1500 de 2007, Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos Destinados para el Consumo Humano y los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación. [En línea]. Disponible en: <http://corponarino.gov.co/expedientes/juridica/2007decreto1500.pdf>
- [4] Ministerio de la Protección Social (Noviembre 2 de 2012). Decreto 2270 de 2012, Por el cual se modifica el Decreto 1500 de 2007, modificado por los Decretos 2965 de 2008, 2380, 4131, 4974 de 2009, 3961 de 2011, 917 de 2012 y se dictan otras disposiciones. [En línea]. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Decreto-2270-de-2012.pdf>
- [5] Ministerio de la Protección Social (Enero 31 de 2013). Resolución 240 de 2013. Requisitos sanitarios para el funcionamiento de las plantas de beneficio animal de las especies bovina, bufalina y porcina, plantas

de desposte y almacenamiento, comercialización, expendio, transporte, importación o exportación de carne y productos cárnicos comestibles. [En línea]. Disponible en: https://docs.supersalud.gov.co/PortalWeb/Juridica/OtraNormativa/R_MSPS_0240_2013.pdf

[6] Departamento Nacional de Planeación Subdirección Territorial y de Inversiones Públicas. Construcción de planta de beneficio animal categoría autoconsumo, 2016. [En línea]. Disponible en: <https://proyectostipo.dnp.gov.co/images/pdf/animal/ptanimal.pdf>

[7] A. F. Quintero. Porcicultores buscan aportar \$10,9 billones al PIB total del país. Portafolio, 2018. [En línea]. Disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/porcicultores-buscan-aportar-10-9-billones-al-pib-total-del-pais-519316>

[8] La Opinión “Producción porcina en el departamento no se recupera”, 2017. [En línea]. Disponible en: <https://www.laopinion.com.co/economia/produccion-porcina-en-el-departamento-no-se-recupera-134630#OP>

[9] Alacaldia de Pamplona. Plan Básico Territorial del municipio de Pamplona, 2015. [En línea]. Disponible en: <http://pamplona-nortedesantander.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/DIAGN%C3%93STICO%20PBOT%20PAMPLONA.pdf>

Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería de una clínica en Cúcuta*

Burnout syndrome in nursing professionals of a clinic in Cucuta

Recibido: Enero 12 de 2019 - Evaluado: Febrero 12 de 2019 - Aceptado: Abril 15 de 2019

María José Villamizar-Novoa **
Edith Camila Tarazona-Castellanos ***

Para citar este artículo / To cite this Article

M. J. Villamizar-Novoa, E. C. Tarazona-Castellanos "Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería de una clínica en Cúcuta" Revista Interfaces, vol. 2, no. 1, pp. 45-60, 2019.

Resumen

El síndrome de Burnout es un tipo de estrés laboral que se caracteriza por estados de agotamiento físico, emocional y/o mental que se compone de los siguientes niveles: cansancio emocional, despersonalización y realización personal. Este síndrome se desarrolla principalmente en profesionales cuya función laboral es la atención a personas. El objetivo de esta investigación cuantitativa de corte transversal, fue establecer la incidencia del síndrome de Burnout en personal de enfermería de una clínica de Cúcuta y su relación con la antigüedad laboral en esta empresa; con el fin de dar respuesta a la incidencia que se pueda presentar. Se analizaron los resultados arrojados por el cuestionario Maslach Burnout Inventory Human Services (MBI- HSS) en la muestra compuesta por 100 sujetos, enfermeras de la clínica en mención que cumplieron los criterios de inclusión y exclusión planteados; en relación a los resultados obtenidos, los cuales se organizaron según los niveles del instrumento, en relación con la variable de estudio acerca de la antigüedad laboral. Se pudo evidenciar que el síndrome de Burnout en las enfermeras de esta clínica de la ciudad de Cúcuta - Colombia, se encuentra presente en un gran porcentaje de la muestra, tanto a nivel general del síndrome como en sus componentes y que en relación con su antigüedad laboral se muestra un resultado novedoso en comparación con otras investigaciones.

*Artículo inédito. "Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería de una clínica en Cúcuta"

** Correo electrónico: mariajosevn95@hotmail.com

*** Correo electrónico: edithepulido@gmail.com

Palabras clave: antigüedad, burnout, enfermeras, síndrome, organizacional.

Abstract

Burnout syndrome is a type of work stress characterized by states of physical, emotional and / or mental exhaustion that is made up of the following levels: emotional exhaustion, depersonalization and personal fulfillment. This syndrome develops mainly in professionals whose job function is caring for people. The objective of this quantitative cross-sectional investigation was to establish the incidence of Burnout syndrome in nursing personnel of a clinic in Cucuta and its relationship with seniority in this company; in order to respond to the incident that may arise. The results produced by the Maslach Burnout Inventory Human Services (MBI-HSS) questionnaire were analyzed in the sample made up of 100 subjects, nurses from the clinic in question who met the stated inclusion and exclusion criteria; in relation to the results obtained, which were organized according to the levels of the instrument, in relation to the study variable on work seniority. Se pudo evidenciar que el síndrome de Burnout en las enfermeras de esta clínica de la ciudad de Cúcuta - Colombia, se encuentra presente en un gran porcentaje de la muestra, tanto a nivel general del síndrome como en sus componentes y que en relación con su antigüedad laboral se muestra un resultado novedoso en comparación con otras investigaciones.

Keywords: antiquity, burnout, nurses, syndrome, organizational.

1. Introducción

Los riesgos psicosociales están presentes en todo ser humano expuesto ante cualquier entorno laboral, independientemente de su sector productivo, estos pueden generar daños significativos en la salud tanto física como mental, bienestar y productividad empresarial del trabajador, puesto que dichos riesgos afectan directamente el punto de funcionalidad humana, ocasionando afectaciones leves o moderadas en su desenvolvimiento laboral diario.

El estrés laboral puede considerarse un riesgo psicosocial, ya que afecta significativamente al colaborador en su entorno físico, emocional y mental, por lo cual, el síndrome de Burnout, es de gran incidencia en estos riesgos, puesto que se puede entender como un tipo de estrés; Maslach y Jackson [1], plantean que el Burnout es considerado una consecuencia negativa de

los estresores crónicos, el cual es visto desde una perspectiva psicosocial por estos autores, además de señalar que está conformado por actitudes y sentimientos negativos hacia las personas con las que se trabaja y hacia el propio rol profesional, siendo un síndrome caracterizado por la vivencia de encontrarse emocionalmente agotado [2].

Así mismo, su autora Cristina Maslach [3] plantea que es un síndrome de agotamiento emocional, despersonalización y baja realización personal que puede ocurrir entre individuos cuyo trabajo implica atención o ayuda a personas, por esto, los colaboradores con funciones laborales que involucran el contacto directo con los demás, son más propensos al padecimiento de este síndrome o a la presencia de alguna de sus características.

Donde sus componentes son el agotamiento emocional que está compuesto de la pérdida progresiva de energía, desgaste y cansancio; la despersonalización por un desarrollo de sentimientos, actitudes y respuestas negativas hacia otras personas, especialmente a los compañeros del mismo trabajo, acompañado de irritabilidad y una pérdida de motivación hacia el trabajo y la falta de realización personal, donde se dan respuestas negativas hacia el mismo ser, la moral y productividad [4].

Además, teniendo en cuenta dos partes conceptuales del término, Gil-Monte y Peiró plantean una perspectiva clínica que se refiere a un estado al que llega el sujeto como consecuencia del estrés laboral y una perspectiva psicosocial que se considera como un proceso que se desarrolla por la interacción de características del entorno laboral y de orden personal, con manifestaciones diferenciadas en distintas etapas [5].

En Colombia, este síndrome ha tenido gran incidencia en varias profesiones que implican así sea un mínimo de atención o relacionamiento con los demás, Gil Monte a través de diversas colaboraciones, nos evidencia las siguientes estadísticas [6]: 11.7% en educadores de personas discapacitadas [7], 7.76% en profesionales de atención a clientes y 5.09% en trabajadores en cajas de compensación [8], y en el área de enfermería, se evidencia una incidencia del 15,5% en Barranquilla [9], 26,6% en Cartagena [10], 24,4% en Ibagué [11] y 17,5% en Bogotá.

Siendo así, el síndrome de Burnout es una problemática más común de lo que se cree en los colaboradores de las diferentes actividades económicas del país, teniendo en cuenta además la existencia de algunos factores internos en el ámbito laboral y externos en el ámbito personal, que influyen en el desarrollo de este síndrome, pues a pesar de ser la atención a personas su característica principal de desarrollo, está también acompañado de diversos factores que hacen más propenso su padecimiento.

Estos factores, como se menciona anteriormente, en el ámbito laboral pueden ser: turnos laborales y horarios de trabajo, seguridad y estabilidad en el puesto, incorporación de nuevas tecnologías a la empresa, estructura y clima organizacional, retroalimentación, relaciones interpersonales, retribución salarial y antigüedad profesional, siendo esta última la variable de relación en la investigación; y en el ámbito personal, se puede mencionar el deseo de destacarse, alto grado de autoexigencia, baja tolerancia al fracaso o frustración, necesidad de control, dificultad en el reconocimiento de sus emociones, sensibilidad, entre otras [12].

Finalmente, la presente investigación cuantitativa de corte transversal tuvo como objetivo establecer la incidencia del síndrome de Burnout en personal de enfermería de una clínica de la ciudad de Cúcuta y su relación con la antigüedad laboral.

2. Materiales y Métodos

La presente investigación correspondió al enfoque cuantitativo de corte transversal por la recolección, procesamiento y análisis de datos [13] obtenidos del cuestionario MBI-HSS [14]; siendo esta la escala más frecuente utilizada para medir el Síndrome de Burnout, debido a que se recolectan datos en un único momento.

La población en la presente investigación fue 200 sujetos (enfermeras) de una clínica de la ciudad de Cúcuta para el año 2019. La muestra estuvo conformada por 100 sujetos, la cual fue de tipo no probabilístico por conveniencia, teniendo en cuenta que se selecciona dicha población con base en las características propias de la investigación y por conveniencia porque la muestra o población se seleccionó por ser accesible a las investigadoras.

La técnica utilizada para la recolección de los datos necesarios fue un test o cuestionario estandarizado, compuesto por preguntas cerradas que permitieron identificar una condición en específico, así mismo, ha sido utilizado en diversas investigaciones con el mismo objetivo que la presente y ha permitido evaluar y/o identificar lo propuesto como objetivo.

El instrumento para esta investigación fue el cuestionario Maslach Burnout Inventory Human Services - MBI-HSS, creado por Maslach y Jackson en 1981. Es un instrumento constituido por 22 ítems los cuales se dividen en tres sub escalas que evalúan la realización personal en el trabajo, (frecuencia con la que evalúa de manera negativa cada una de las obligaciones y tareas laborales que realiza, y la relación con las personas a las que presta el servicio) conformado por 8 ítems teniendo una puntuación máxima de 48. El agotamiento emocional (cansancio emocional y afectivo) establecido por 9 ítems, teniendo una puntuación máxima de 54 y la despersonalización (desarrollo de sentimientos y actitudes de cinismo) conformado por 5 ítems y puntuación máxima de 30 [15], [11].

Los encuestados deben responder a cada uno de los ítems en una escala de 0 (nunca) a 6 (todos los días), la frecuencia que se produce en cada uno de los hechos planteados en el instrumento.

El procedimiento para desarrollar la presente investigación partió del contacto con la entidad de salud en este caso la clínica, para dar a conocer la metodología a realizarse con su personal de enfermería y así obtener su aval en el desarrollo del proceso. Después de obtenido el aval mencionado, se procedió a estipular los horarios para encuestar al personal solicitado, en los meses de enero, febrero y marzo.

Para el proceso de aplicación, se contó con el apoyo de la coordinadora de enfermería quien dio aviso al personal del comienzo con este proceso. Así mismo, estuvo disponible el espacio de una jornada en la mañana tres veces a la semana; donde se aplicó el cuestionario.

Al terminar con la aplicación del cuestionario MBI-HSS en una muestra de 100 enfermeras, se procedió a realizar la calificación de los mismos, por las autoras de la presente investigación; además de la entrega de un breve

reporte de las condiciones respecto al síndrome de Burnout en las que se encuentra el personal de enfermería seleccionado en la clínica.

3. Resultados y discusión

En este apartado se presentan los resultados obtenidos con base al objetivo de la investigación donde se estableció la incidencia del Síndrome de Burnout en el personal de enfermería de una clínica de la ciudad de Cúcuta y su relación con la antigüedad laboral.

Los resultados se organizaron según los objetivos planteados para la investigación y es importante mencionar que la presencia de este síndrome equivale a la cantidad de componentes con presencia o incidencia. Así mismo, se determinaron tres niveles entre bajo, medio y alto, donde nivel bajo del síndrome de Burnout corresponde a la presencia de un componente, nivel medio a la presencia de dos componentes y nivel alto a la presencia de los tres componentes.

Además, los componentes de este síndrome están categorizados según el rango del resultado, lo que determina su presencia en cada componente en nivel bajo, medio o alto, para lo cual, en el componente de cansancio emocional, el rango de calificación para un nivel bajo es de 0 - 18, nivel medio de 19 - 26 y nivel alto que indicaría incidencia del Burnout 27 – 54. En el componente de despersonalización, el rango para el nivel bajo es de 0 - 5, nivel medio de 6 - 9 y nivel alto representando incidencia es de 10 – 30. El componente de realización personal se midió al opuesto de los anteriores, pues hay incidencia entre más bajo sea su rango de puntuación, es decir, para nivel bajo con incidencia de Burnout el rango es de 0 - 33, nivel medio 34 - 39 y nivel alto que representa la no incidencia es de 40 - 56.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en las Tablas I, II, III, IV y V correspondientes con su interpretación, lo que aportará un mejor entendimiento y claridad de las mismas:

En la Tabla I, la incidencia del síndrome de Burnout muestra un nivel alto, teniendo en cuenta que sus tres componentes también se encuentran en niveles altos o bajos.

El porcentaje de incidencia alto del síndrome de Burnout para el componente de cansancio emocional representa el 21% de la población. En cuanto al componente de despersonalización equivale al 30% y el porcentaje de incidencia alto para el componente de realización personal corresponde el 56%.

Así en relación con su antigüedad laboral, se evidencia que entre los 1 a 10 años el cansancio emocional representa una porción del 13%, entre 11 a 21 años su porción es 5% y entre 22 a 37 años del 3%. Para el componente despersonalización se identifica que entre los 1 a 10 años el porcentaje corresponde al 19%, entre 11 a 21 años el 7% y de 22 a 37 años el 4%. Igualmente, para el caso de la realización personal, en los años 1 a 10 se muestra un 27%, para 11 a 21 años un 19% y entre 22 a 37 años el 10%. Lo anterior quiere decir que el síndrome de Burnout se muestra en un nivel alto, donde entre menos años de antigüedad laboral se tengan, más altos son sus niveles según estos componentes, mientras que entre más años se tienen, sus valores en relación a los niveles bajan significativamente.

Tabla I. Incidencia del Síndrome de Burnout en personal de enfermería y su relación con la antigüedad laboral

Nivel de Incidencia del Síndrome de Burnout	Incidencia de alto para Cansancio Emocional (%)	Incidencia de alto para Despersonalización (%)	Incidencia de alto para Realización Personal (%)	Antigüedad Laboral-años	Cansancio Emocional			Despersonalización			Realización Personal		
					Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Alto	21%	30%	56%	1 a 10	13%	23%	20%	19%	28%	9%	2%	27%	27%
				11 a 21	5%	6%	18%	7%	12%	10%	1%	9%	19%
				22 a 37	3%	5%	7%	4%	6%	5%	1%	4%	10%
					100%			100%			100%		

*Los valores resaltados en color amarillo corresponden a los porcentajes de incidencia en nivel alto que tiene el personal y los valores resaltados en color rojo corresponden a los porcentajes más altos en relación a la presencia del nivel en cada componente, según su antigüedad laboral.

Fuente: Autores

La presencia del síndrome de Burnout en los profesionales de enfermería corresponde a un nivel alto, teniendo en cuenta que sus componentes también marcan un porcentaje significativo en los niveles altos o bajos como

en el caso del componente de realización personal. Se evidencia que el cansancio emocional representa el 21% de la muestra, la despersonalización el 30% y la realización personal el 56%; lo que quiere decir que una parte significativa de la muestra se encuentra afectada por todos los componentes de este síndrome, aglomerando así la presencia del mismo (Tabla II).

Tabla II. Presencia del Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería.

Nivel de Incidencia del Síndrome de Burnout	Componentes Síndrome Burnout	% Incidencia Burnout Nivel bajo	% Incidencia Burnout Nivel alto
Alto	Cansancio Emocional	0%	21%
	Despersonalización	0%	30%
	Realización personal	56%	0%

*Los valores resaltados en color amarillo corresponden a los porcentajes de incidencia en nivel alto - bajo que tiene el personal en cada componente, generando así la presencia del síndrome de Burnout.

Fuente: Autores

Por otra parte, se caracterizó en tres partes la antigüedad laboral del personal de enfermería, las cuales cuentan con los siguientes porcentajes: 56% (1 a 10 años), 29% (11 a 21 años) y 15% (22 a 37 años).

La incidencia del síndrome de Burnout se evidencia en los valores con niveles altos, y medios cercanos al rango de alto, para los componentes de cansancio emocional y despersonalización; mientras que la incidencia para el componente de realización personal se evidencia en los valores con nivel bajo y medio cercano al rango de bajo.

En el componente de cansancio emocional se evidencia una incidencia a nivel alto en una frecuencia de 21 enfermeras, que equivale al 21% de la muestra; en el componente de despersonalización se evidencia una incidencia a nivel alto en una frecuencia de 30 enfermeras, lo que equivale al 30% de la muestra y en el nivel medio una frecuencia de 12 enfermeras, equivalente al 12% de la muestra.

Finalmente, para el componente de realización personal se evidencia una incidencia en el nivel bajo de una frecuencia de 56 enfermeras, lo equivalente al 56% de la muestra y para el nivel medio una frecuencia de 10 enfermeras, equivalente al 10% de la muestra. Lo anterior correspondiente a la muestra total del 100% (Tabla III).

Tabla III. Incidencia del Síndrome de Burnout según sus componentes en el personal de enfermería.

Componentes Síndrome Burnout	Sujetos Nivel bajo	Sujetos Nivel bajo %	Inciden- cia Burnout Nivel bajo %	Inciden- cia Burnout Nivel bajo %	Sujetos Nivel medio %	Sujetos Nivel medio %	Inciden- cia Burnout Nivel medio %	Inciden- cia Burnout Nivel Medio %	Sujetos Nivel alto %	Sujetos Nivel alto %	Inciden- cia Burnout Nivel alto %	Inciden- cia Burnout Nivel alto %	Total, % Sujetos	Total %
Cansancio Emocional	45	45%	0	0%	34	34%	0	0%	21	21%	21	21%	100	100%
Despersonalización	24	24%	0	0%	46	46%	12	12%	30	30%	30	30%	100	100%
Realización personal	56	56%	56	56%	40	40%	10	10%	4	4%	0	0%	100	100%

*Los valores resaltados corresponden a la incidencia en cantidad y porcentaje de la muestra trabajada.

Fuente: Autores

Por otra parte, se evidencia que un 14% de la población se encuentra en un riesgo alto de estar presentando síndrome de Burnout, ya que se encuentra entre las puntuaciones de cada componente, es decir, en los tres componentes del instrumento (despersonalización, realización personal y cansancio emocional) arrojaron una puntuación alta o en peligro.

Así mismo, el 26% de la población estableció una puntuación media, donde dos de los componentes salió alto y no siendo menos importante, debido a que algunos tenían una puntuación al límite del componente faltante para que presente síndrome de Burnout. El 36% de la población estuvo presente en un componente del instrumento y en su mayoría era “realización personal”; y por último el 22% de la población no obtuvo un puntaje alto en ninguno de los componentes de la prueba.

A continuación, se presenta la discusión de resultados:

En la población estudiada la presencia total del síndrome de Bornout fue de 16% del personal de enfermería donde se tuvo en cuenta que cumplieran con un puntaje alto en cada uno de los componentes del instrumento. Así mismo el 26% de la población presentó un riesgo medio, donde dos de los tres componentes presentó un puntaje alto, pero en el componente faltante obtuvo un puntaje medio; es decir, con un riesgo alto de presentar el síndrome. Por otra, un 58% de la población obtuvo un riesgo bajo, donde un 36% solo presentó alto un componente y en su mayoría correspondió a “realización personal”. También se registró que un 22% de la población no obtuvo puntaje alto en ninguno de los componentes.

Por consiguiente, el 42% de sujetos correspondiente a casi la mitad de la muestra utilizada evidencia una gran incidencia del también conocido síndrome de desgaste ocupacional, puesto que es un padecimiento que se produce como respuesta a presiones prolongadas que una persona sufre ante factores estresantes emocionales e interpersonales relacionados con el trabajo [16]. Lo anterior, tiene gran relación con las funciones laborales realizadas por las enfermeras, ya que ellas se dedican diariamente a una atención humanizada que por sus propias condiciones genera los síntomas mencionados anteriormente.

Así mismo, teniendo en cuenta los resultados analizados del proceso de aplicación del instrumento y los factores evaluados, la antigüedad resultó significativa en la influencia del síndrome en el personal que está recientemente laborando en su profesión. En el caso del personal de enfermería que tiene gran cantidad de años laborados no se registró influencia, lo cual genera gran asombro porque se ha evidenciado en diferentes investigaciones lo opuesto. Un estudio presentado en la ciudad de Ibagué, Colombia [11], muestra en los resultados arrojados en donde a mayor años laborados, mayor presencia del síndrome de Burnout; para lo cual se podría concluir que esta muestra según los diferentes factores personales y laborales, tiene grandes habilidades de adaptación a los eventos estresantes que normalmente se asocian a este síndrome; pues los procesos cognoscitivos, emocionales y conductuales influyen en la forma como se enfrenta y maneja un evento estresante[17].

Lo que hace la diferencia es la forma en la que cada persona afronta las diferentes situaciones, teniendo en cuenta sus características individuales y la naturaleza del medio; la evaluación cognitiva es la que finalmente determina que una relación individuo-ambiente resulte estresante o no.

Teniendo en cuenta que el síndrome de Burnout está compuesto por tres dimensiones o componentes: el agotamiento emocional (desgaste, pérdida de energía o cansancio que puede manifestarse de manera física y/o psicológica); la despersonalización (cambio negativo en la relación con otras personas, desarrollándose sentimientos, actitudes y respuestas negativas, distantes y frías, especialmente hacia los usuarios que pueden ser considerados como meras enfermedades o casos clínicos); y la baja

realización personal (tendencia a evaluarse a uno mismo y al propio trabajo de forma negativa como consecuencia de la cual puede aparecer irritabilidad, evitación de las relaciones profesionales, baja productividad, incapacidad para soportar la tensión, pérdida de la motivación hacia el trabajo, sentimientos de fracaso y baja autoestima) [18].

En relación a lo anterior, en el componente “cansancio emocional” se obtuvo un 21% de presencia del síndrome lo que generaría en los sujetos los síntomas que se mencionan como el desgaste o pérdida de energía manifestado física o psicológicamente. En el componente “despersonalización” un 30% de los sujetos se encuentra con síntomas negativos en relación con los demás y en “realización personal” una muestra de 56% con sintomatología negativa hacia sí mismo, irritabilidad e incluso baja productividad; siendo todos estos síntomas de gran influencia en todos los ámbitos de la vida humana, puesto que cada uno de ellos es de gran importancia en el actuar diario. Es importante tener en cuenta las repercusiones físicas, emocionales y profesionales de la presencia del síndrome en las enfermeras siendo las más conocidas la depresión, la ansiedad, el alcoholismo, la farmacodependencia, la dificultad para trabajar en grupo y la baja productividad, por lo cual es considerada una enfermedad ocupacional [11].

A parte, se hace una comparación con el ítem “realización personal” de la Tabla II, debido a que se presenta que el 56% del personal de enfermería presenta una realización personal baja, lo que es fácilmente influyente para que se presente el síndrome de Burnout; y se presenta la comparación debido a este porcentaje del personal de enfermería tiene entre 1 a 10 años, y como se mencionó en algún momento, entre menos años laborados en esta población se presenta una mayor probabilidad del síndrome.

Evalutando el componente de “despersonalización” que se refiere a la indiferencia y actitudes respecto a los objetivos y utilidad del trabajo que desempeña el afectado, es decir, no hay una implicación personal positiva en el proceso de la tarea. Este es uno de los componentes más altos que se pueden presentar en el área de trabajo del personal de enfermería por la constante interacción con el individuo”, así mismo, por los diferentes ambientes donde debe desarrollar su actividad como profesional; pero en este caso del estudio se presenta que solo un 30% de la población presenta

esto; lo cual se infiere que no hay una separación entre la personal y su rol como profesional [14].

Cabe de mencionar que se presentó un mayor puntaje en el componente de “realización personal” con un 56% del total de la población, debido al cumplimiento de horario, falta de tiempo (siendo lo manifestado verbalmente por la población), pero no un incumplimiento del rol como profesional o despersonalización como se presenta en el estudio realizado en Popayán [19], con un puntaje de 65,8%, contrastándose con esto, se menciona que en la población sujeto se puede presentar cansancio, pero aun así son entregados ética y profesionalmente con el rol o servicio que están prestando a las personas.

Es importante mencionar que en un inicio de la investigación se pretendió relacionar la influencia del síndrome con el área donde laboraba la enfermera, lo cual fue imposible llevar a cabo debido a que sus áreas son rotativas, lo que quiere decir que cada determinado tiempo laboran en las diferentes áreas de la clínica, principalmente donde se requiera de un mayor apoyo. Así mismo, se esperaba hacer la relación con el horario laborado, y se evidencia que todas manejan el mismo horario en diferentes días de la semana, es decir, turno de 8 a 12 horas distribuidos en los siete días de la semana, por tal motivo fue complejo hacer una relación confiable con estas dos variables inicialmente planteadas, por lo cual se decidió investigar variables totalmente confiables en relación con la población que se contaba.

Finalmente, el síndrome de Burnout fue declarado en el 2000 por la OMS como un factor de riesgo laboral por su capacidad de afectar la calidad de vida, salud mental y poner en riesgo la vida [20], teniendo en cuenta que es considerado una mala forma de afrontar el estrés crónico, cuyos componentes han sido mencionados en el transcurso de la investigación y los cuales podemos evidenciar por su definición que cumplen un rol indispensable en la vida del ser humano.

Igualmente, el burnout ha sido asociado a un elevado riesgo de enfermedades cardiovasculares, a una peor respuesta inmunológica y a la presencia de trastornos psicosomáticos, por ejemplo, de tipo gastrointestinal. A ello se añaden los comportamientos mediante los que se intenta reducir la ansiedad

y que, a la vez, median en el deterioro de la calidad de vida, como las conductas adictivas [18].

Conclusiones

Teniendo en cuenta la investigación planteada y las variables específicas que se pretendían estudiar, en relación con el análisis y estudio realizado en la presente investigación, se puede concluir inicialmente que la población y muestra utilizada fue colaborativa en relación con la poca disponibilidad de tiempo que tenían para la realización de los cuestionarios aplicados, independientemente de las restricciones que se fueron presentando, generadas también por el poco tiempo disponible de los sujetos, se logró desarrollar los objetivos planteados.

Además y en relación con lo anterior, en un principio investigativo se pretendía abordar las variables de horario de trabajo y área donde labora el personal de enfermería, pero fue imposible hacer la correlación entre estas dos variables y la presencia del síndrome del Burnout debido a que el personal de enfermería presenta turnos rotatorios durante los siete días de la semana, es decir, no presentan una hora, ni una jornada laboral estable; así mismo, se manifiesta que no están en un área de trabajo específica, es decir, que durante los siete días de la semana pueden estar en diferentes áreas, ya sea durante el turno o como apoyo.

Por consiguiente, se tuvieron en cuenta variables como la incidencia del síndrome de Burnout y su relación con el tiempo de antigüedad laboral, además de la presencia del síndrome en los puntajes que se presentan en cada componente que el instrumento evalúa, esto con el fin de englobar el porcentaje poblacional que está presentando síndrome de Burnout en un nivel alto, medio o bajo.

Para esto se concluye que los resultados obtenidos en el síndrome de Burnout no tienen relación alguna con los años laborados como lo mencionan otros estudios nacionales e internacionales, en el caso de esta población se presentó que sin tener un número mayor a 10 años laborados, ya presentaban síndrome de Burnout con incidencia alta en el componente de realización personal. Lo anterior se puede deducir que probablemente se

presenta por factores externos como carga laboral y académica, carga social y familiar, debido a que se evidencia un rango de edades de 35 a 50 años, identificándose que la muestra poblacional cuenta con grandes habilidades adaptativas en relación al estrés crónico, pues como se menciona en la investigación, entre más antigüedad laboral presentan, menos presencia del síndrome a modo general o en cualquiera de sus componentes.

Finalmente, un porcentaje significativo de la población tiene incidencia en este síndrome, para lo cual se recomienda una atención eficiente para la disminución de este por parte de la empresa, teniendo en cuenta que este padecimiento es generado principalmente por el entorno laboral, donde la empresa puede enfocarse en la revisión constante de que los objetivos laborales sean alcanzables por el personal, mecanismos que promuevan la seguridad o estabilidad laboral, empoderamiento de los colaboradores, mejorando su rol laboral, análisis de los niveles de estrés presentes y herramientas para el control de los mismo, fortalecimiento de los vínculos laborales y personales, entre otros.

Referencias

- [1] T. J. Hernández, O. E. Terán, D. M. Navarrete, y A. León, “El síndrome de Burnout: una aproximación hacia su contextualización, antecedentes, modelos explicativos y de medición” Working paper, vol. 3, n° 5, pp. 50-68, 2007.
- [2] V. E. Olivares, L. Mena, C. Jélvez, y F. Macía, “Validez factorial del Maslach Burnout Inventory Human Services (MBI-HSS) en profesionales chilenos” *Universitas Psychologica*, vol. 13, n° 1, pp. 145-160, 2014. DOI: 10.11144/Javeriana.UPSY13-1.vfmb
- [3] M. Torres, Castro, S. Sánchez, y A. B. Salamanca, “Enfermera con síndrome de Burnout” *Revista de enfermería docente*, vol. 104, n° 2, pp. 39-43, 2015.
- [4] R. Arayago, Á. González, M. Limongi, y H. Guevara “Síndrome de Burnout en residentes y especialistas de anestesiología” *Salus*, vol. 20, n° 1, pp. 13-21, 2016.

[5] C. Maicon, y G. Ruiz, “El síndrome de Burnout: Evolución histórica desde el contexto laboral al ámbito deportivo” *Anales de psicología*, vol. 26, n° 1, pp.169-180, 2010.

[6] P. Tejada, y V. Gómez “Prevalencia y factores demográficos y laborales asociados al síndrome de Burnout de psiquiatras en Colombia” *Universitas Psychologica*, vol. 11, n° 3, pp. 863 – 873, 2011.

[7] P. R. Gil, N. Carretero, y E. M. Núñez, “Prevalencia del síndrome de quemarse por el trabajo (burnout) en monitores de taller para personas con discapacidad” *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, vol.21, no 1-2, pp.107-123, 2005.

[8] P. R. Gil, y V. Olivares “Prevalencia del Síndrome de Quemarse por el Trabajo (SQT) (burnout) en profesionales de atención a clientes de Chile”, 2007, CD de comunicaciones del “5° Congreso Internacional de Prevención de Riesgos Laborales”. Santiago de Chile (Chile).

[9] O.A. Gutiérrez, N. J. Loba, y J. Martínez, “Prevalencia del Síndrome de Burnout en profesionales de enfermería de la Orinoquia colombiana 2016”, *Univ. Salud*. vol. 20, n° 1, pp. 37-43, 2018. DOI: 10.22267/rus.182001.10.

[10] M. Cogollo, E. Batista, C. Cantillo, A. Jaramillo, D. Rodelo, y G. Meriño, “Desgaste profesional y factores asociados en personal de enfermería de Cartagena, Colombia” *Aquichan*, vol. 10, n°1, pp. 43-51, 2010.

[11] H. Grisales, Y. Muñoz, D. Osorio, y E. Robles, “Síndrome de Burnout en el personal de enfermería de un hospital de referencia Ibagué Colombia 2014” *Enfermería Global*, vol. 15, n° 14, p.p 244 – 257, 2014. DOI: <https://doi.org/10.6018/eglobal.15.1.212851>

[12] A. Apiquian, “El síndrome de Burnout en las empresas”, Tercer Congreso de Escuelas de Psicología de las Universidades Red Anáhuac, abril 26 de 2007. Mérida, Yucatán, 2007.

[13] R. Hernández, C. Fernández, y P. Baptista. *Metodología de la investigación*. México, D.F: McGraw-Hill Interamericana, 2006.

[14] C. Maslach, S. Jackson, y M. Leiter. Maslach Burnout Inventory. Palo Alto: Consulting Psychologist Press, 1996.

[15] V. Olivares, “Christina Maslach, comprendiendo el burnout” *Cienc Trab.* vol.19 n° 58, p.p 59-63, 2017. doi.org/10.4067/S0718-24492017000100059

[16] R. Forbes, “El síndrome de burnout: síntomas, causas y medidas de atención en la empresa” *Éxito Empresarial.* no. 160, p.p. 1-4, 2011.

[17] J. Quiceno, y S. Vinnacia, “Burnout: Síndrome de Quemarse en el Trabajo (SQT)”, *Acta Colombiana de Psicología*, vol.10, no. 2, p.p.117 – 125, 2007.

[18] R. Ballester, S. Gómez, B. Gil, M. Ferrándiz, y E. Collado, “Burnout y factores estresantes en profesionales sanitarios de las unidades de cuidados intensivos”, *Revista de Psicopatología y Psicología Clínica*, vol. 21, no. 2, p.p 129 – 136, 2016. DOI: 10.5944/rppc.vol.21.num.2.2016.16146

[19] S. Muñoz, J. Ordoñez, M. Solarte, Y. Valverde, S. Villarreal, y M. Zemanate, “Síndrome de Burnout en enfermeros del Hospital Universitario San José. Popayán”, *Revista médica Risaralda*, vol.24, no.1, p.p. 28-32, 2018.

[20] I. Saborío, y L. F. Hidalgo, “Síndrome de Burnout” *Med. Leg.* vol.32, no.1, p.p.1-6, 2015.

Modelo para la diversificación y sofisticación del sector arrocero en el área metropolitana de Cúcuta*

Model for variation and innovation of rice industry in Cucuta's metropolitan area

Recibido: Diciembre 15 de 2019 - Evaluado: Febrero 18 de 2019 - Aceptado: Mayo 26 de 2019

Isaura Mendoza-Miranda**

Marlyn Geraldine Albarracín-García***

Para citar este artículo / To cite this Article

I. Mendoza-Miranda, M. G. Albarracín-García “Modelo para la diversificación y sofisticación del sector arrocero en el área metropolitana de Cúcuta” Revista Interfaces, vol. 2, no. 1, pp. 61-80, 2019.

Resumen

Esta investigación tuvo como propósito diseñar un modelo de diversificación y sofisticación para el sector arrocero en el área metropolitana de San José de Cúcuta. Se aplicaron 4 encuestas a los principales actores de la industria arrocera en la región como son los empresarios, los agricultores, federaciones y agremiaciones para realizar la caracterización, análisis de infraestructura y habilitadores del sector estratégico priorizado. Así mismo se consultaron diversas fuentes como informes, boletines, guías, estadísticas y normatividad vigente para obtener la información que permitió dar una visión actual del sector. De acuerdo a esto se diseñó un modelo de lineamientos y orientaciones que puedan ser aplicados en el desarrollo de proyectos enfocados en generar valor agregado e innovación en la industria arrocera de la región.

Palabras Clave: competitividad, diversificación de productos, industria arrocera, innovación, desarrollo de sector estratégico, estrategia, proyectos.

*Artículo inédito. El presente producto de investigación e innovación hace parte del proyecto de investigación “Modelo para la diversificación y sofisticación del sector arrocero en el área metropolitana de Cúcuta”.

**Correo electrónico: isamenmi@hotmail.com

***Correo electrónico: marlyng-albarracing@gmail.com

Abstract

This investigation consisted in designing a model for the variation and enhancement of rice industry in San Jose de Cucuta's metropolitan area. 4 interviews were applied to main actors from the rice industry in the region such as businessmen, farmers, federations, and professionals, in order to perform the characterization, infrastructure analysis y prioritized strategic enablers. As well as researching a variety of data sources such as reports, guides, statistical analysis and up-to-date normative that allowed to visualize the current state of this economic sector. This research ended up in the design of a model, guidelines and recommendations that can be applied in the development of projects focused in generating value and innovation for the regional rice industry.

Keywords: competitiveness, innovation, rice industry, product diversification, projects, strategy, strategic sector development.

1. Introducción

La innovación empresarial es un proceso continuo, sustentado en una metodología que desarrolla conocimiento, el aprovechamiento de nuevas tecnologías o la generación de oportunidades de competitividad, por lo tanto, un modelo de innovación se puede describir como la forma de crear valor en los productos y/o servicios ofrecidos por un sector u organización, la cual produce un beneficio para sus clientes o consumidores [1].

La agroindustria colombiana, tiene grandes retos en materia de innovación y según el Ministerio de comercio, industria y turismo se necesita una fuerte apuesta por el agro y una mínima presencia de productos tecnológicos y de alto valor agregado, así mismo se deben aprovechar los avances en cada región e impulsar los productos que tengan alto potencial de consumo tanto interno como externo [2].

De acuerdo a lo estipulado en el Plan de desarrollo “Un Norte productivo para todos 2016-2019”, la cadena productiva agroindustrial para Norte de Santander está basada en los cultivos permanentes y de ciclo corto; teniendo un uso de área aproximada de 101.648 hectáreas para los cultivos permanentes y 42.513 hectáreas para los transitorios y anuales. La producción en toneladas es de 959.408 distribuidas principalmente en

su orden (sin incluir café), palma de aceite 43% con 420.000 ton, arroz de riego con el 22% correspondiente a 213.819 ton, tomate 11% con 107.633 ton, cebolla de bulbo 7% con 72.742 ton, plátano 7% con 70.130 ton, caña panelera 4,1% con 52.166 ton, y papa 3,6% con 45.916 ton [3].

El arroz es un cereal considerado alimento básico en la canasta familiar colombiana y es cultivado en el área metropolitana de San José de Cúcuta aprovechando las óptimas condiciones geográficas y climáticas de la región. El arroz paddy, es decir el arroz justo después de su recolección, es transformado en arroz blanco y otros subproductos por medio de procesos de secamiento y molinería. Actualmente los subproductos que se obtienen de esta actividad agroindustrial en la región son: arroz integral, arroz blanco entero, arroz partido, granza o arroz industrial, harina de arroz, cascarilla y tamo.

La cadena de arroz molinería representa un importante renglón económico del departamento Norte de Santander y su actividad es desarrollada con altos niveles de tecnificación. Según Fedearroz y de acuerdo a los resultados del IV Censo Nacional Arroceros el número de productores de arroz aumento desde el año 2016 en un 54%, y las UPA (Unidades Productoras de Arroz) un 77% en la zona Santanderes, principalmente en los municipios de San José de Cúcuta y el Zulia. El 98% de las Unidades Productoras de Arroz son menores de 50 hectáreas y cerca del 70% de las UPA cosechadas se encuentran en el rango de menos de 10 hectáreas, lo que evidencia que en esta zona los productores pequeños son predominantes [4].

En los últimos años el municipio de San José de Cúcuta y su área metropolitana se ha visto inmerso en una crisis económica y social, acentuada por el inadecuado enfoque de las políticas públicas, entre ellas la permisividad en el aumento de las importaciones agrícolas, los cuales han afectado a todos los sectores de la agroindustria local, incluyendo al arroceros, generando efectos como la no regulación de los precios en el sector, lo cual provoca baja rentabilidad y competitividad en la región. Debido a esto ha surgido el interés de analizar el impacto económico que se genera a partir de la poca diversificación y sofisticación del sector arroceros en el área metropolitana de San José de Cúcuta.

Con el diseño de un modelo para la diversificación y sofisticación del sector arrocero en el área metropolitana de San José de Cúcuta se busca obtener una herramienta académica que sirva de apoyo a los actores que estén buscando encaminar sus organizaciones a través de la formulación de lineamientos estratégicos que les permita crear proyectos para generar valor agregado en los productos regionales.

2. Materiales y Métodos

La caracterización del sector estratégico priorizado (Agroindustria, sector arrocero y el análisis de infraestructura) se realizó mediante la aplicación de una encuesta a los actores pertenecientes a la industria arrocera de la región de la siguiente manera: federaciones (1), asociaciones (1), UPA (1) y empresarios (1).

El modelo de innovación para la diversificación y sofisticación del sector arrocero en el área metropolitana de Cúcuta se realizó mediante el análisis de las siguientes dimensiones y variables obtenidas de las fuentes de información primaria (Tabla I).

Tabla I. Dimensión y variables de estudio

Dimensión	Variable
Producción	Área sembrada Sistema de producción Aprovechamiento de residuos Cadena productiva Mercado meta Políticas públicas Maquinaria y tecnología Rentabilidad Comercialización
Innovación	Concepto de innovación Plan de formación Tipo de innovación desarrollada Actividades de innovación

Fuente: Autores

3. Resultados y discusión

Caracterización del sector estratégico priorizado: Agroindustria, sector arrocero

Área sembrada

En Colombia la zona Santanderes produce una siembra anual de 40.568 hectáreas de forma permanente durante todo el año, de arroz riego, según cifras de FEDEARROZ de las cuales Norte de Santander tiene más del 85% del área sembrada [5].

Según la encuesta aplicada en la pregunta sobre cuál es el área de tierra productiva sembrada en cultivo de arroz, el 75% de las respuestas fue mayor a 100 hectáreas y el 25% restante de 1 a 10 hectáreas.

De acuerdo a la explicación de los encuestados, FEDEARROZ proporciona cifras de 18.000 hectáreas sembradas en el área metropolitana de San José de Cúcuta, ASOZULIA reporta que en su distrito de riego hay 9.000 hectáreas sembradas de las cuales el 80% de los cultivos se encuentran ubicados en la zona rural de San José de Cúcuta, principalmente en el corregimiento de Buena Esperanza y el 20% en el municipio de El Zulia, la empresa molinera privada encuestada maneja 680 hectáreas sembradas propias, 700 hectáreas financiadas por la empresa con créditos a los agricultores y 1000 hectáreas de siembra que reciben a través de venta directa de agricultores y las UPA de la región poseen en promedio de 1 a 10 hectáreas sembradas.

Sistema de producción

En Colombia se utilizan dos sistemas de producción de acuerdo al tipo de adecuación que tenga el cultivo; el arroz riego es aquel en el que el agua que requerida por el cultivo es suministrada por el hombre, se puede por el método de bombeo o gravedad (el agua proviene de distritos de riego, o de pozos), o por inundación o fangueo y el arroz secano en el cual el agua proviene de las lluvias, y necesita canales de drenaje [6].

En el área metropolitana de San José de Cúcuta y teniendo en cuenta sus condiciones geográficas, y disponibilidad del recurso hídrico óptima para

el cultivo, el sistema de producción más utilizado es el arroz riego por gravedad, es por esto que el 100% de los actores encuestados eligieron el arroz riego como sistema predominante de producción en la región.

Debido a que se cuenta con un distrito de riego organizado, y las condiciones naturales favorables se hace posible la producción de arroz durante todo el año en el área metropolitana de Cúcuta, a diferencia de otras regiones como los llanos orientales y centro (Huila y Tolima) que, aunque tienen elevadas cifras de producción su sistema principal es el arroz seco pues dependen de los periodos de lluvias.

Aprovechamiento de residuos

El principal desecho que se obtiene en los procesos de siembra y postcosecha es el tamo de arroz y en el proceso de molinería y transformación la cascarilla de arroz. Los cuales pueden ser transformados en subproductos que sirven para cama en las avícolas, pesebreras, para flores y como insumo en la producción de concentrados para animales y abonos, así mismo se perfila como una alternativa que reemplace los combustibles fósiles como; el carbón, petróleo y gas.

En la pregunta ¿Cómo aprovechan los residuos que se obtienen del proceso productivo? el 50 % de los encuestados correspondientes a ASOZULIA Y FEDEARROZ manifestaron que en la mayoría de las UPA's estos residuos (Tamo) se queman para agilizar la preparación del terreno y el 25 % de los encuestados es decir en representación de las UPA's respondieron que en algunas ocasiones utilizan el tamo como abono. El 25% restante correspondiente a la empresa molinera privada respondió que la cascarilla de arroz la comercializan sin realizar alguna transformación a empresas que la convierten en subproductos que se utilizan en la industria pecuaria, como insumos para la adecuación de galpones y fabricación de concentrados.

Cadena productiva

El eslabón industrial está conformado por un grupo de molinos líderes que procesan la mayoría de la producción, estos aplican tecnologías de punta y gozan de economías de escala, así mismo hacen parte de este eslabón empresas más pequeñas con un grado definido de atraso tecnológico.

La cadena productiva del arroz está conformada por la siembra, secado, molinería, transformación y comercialización. De acuerdo a la pregunta ¿Qué parte de la cadena productiva considera usted que se debe fortalecer? el 50 % de los encuestados correspondientes a FEDEARROZ y UPA's estuvieron de acuerdo que la comercialización es un factor que está afectando la rentabilidad del sector, donde los precios de venta del arroz paddy en la actualidad presentan cifras similares a las del año 2011. El 25 % de los encuestados correspondiente a ASOZULIA consideran que el eslabón de la cadena que se debe fortalecer corresponde a la siembra, donde el objetivo es mejorar la rentabilidad por hectárea y disminuir costos de producción. El 25 % restante correspondiente a la empresa privada responde que se debe fortalecer la molinería y la transformación mediante la inversión en maquinaria que permita mejorar los rendimientos de la materia prima.

Mercado meta

El sector arrocero ha tenido buen desempeño durante el año en curso, esto ha llevado a triplicar sus ventas en Cúcuta y a posicionarse en el mercado regional. Según Guillermo Infante Santos gerente general de la Cooperativa Agropecuaria de Norte de Santander al inicio del año despachaban 35.000 toneladas diarias, ahora están enviando 65.000 toneladas hacia las plazas de Cúcuta [7].

De acuerdo con la encuesta aplicada a los actores representantes del sector en la pregunta ¿Cuál es el mercado más significativo de la empresa o unidad productiva? el 100% de los encuestados coincidió en que el mercado más significativo del sector arrocero en el área metropolitana de San José de Cúcuta corresponde al mercado regional.

Rentabilidad

El proceso de formación de precios del arroz blanco se define teniendo en cuenta factores como la estructura de costos de producción, la estructura de la cadena de producción, la estructura del mercado y la naturaleza del proceso competitivo y el efecto de políticas públicas [8].

El comportamiento del precio promedio del arroz paddy para la Zona Santanderes (Cúcuta) ha sido irregular en los últimos años presentando un declive hasta el año 2014, y recuperación del precio para el año 2015 y 2016, el IV Censo Nacional Arrocerero explica que el aumento es producto de la disminución del ingreso de contrabando de arroz al país para ese periodo, lo que generó una mejora en los precios de mercado, además del aumento de la tasa de cambio que desestimuló las importaciones del grano[4]. Siguiendo la secuencia irregular del comportamiento del precio en el año 2017 y 2018 se presenta nuevamente declive en los precios y para el año en curso se ha presentado un aumento, pero este aun no alcanza siquiera el precio de los años 2015 y 2016, lo que demuestra que el precio actual sigue siendo similar al de hace 8 años.

De acuerdo con la pregunta ¿Cuál ha sido el comportamiento de las ventas del sector arrocerero? el 25 % correspondiente a FEDEARROZ respondió que el comportamiento ha sido malo, sustentando que el precio sigue siendo igual desde hace 8 años atrás. El 75% de los encuestados respondieron que el comportamiento es regular. Según ASOZULIA, las UPA se han visto afectadas por el monopolio, tratados internacionales y el cambio en las condiciones climáticas.

Comercialización

El total de arroz paddy verde es acaparado por la industria de la molinería de arroz en Colombia, ya que históricamente las exportaciones de arroz en cáscara han presentado cifras mínimas. El mercado del arroz se caracteriza en la compra de materia prima como un oligopsonio, lo cual significa una estructura donde existen pocos compradores y muchos vendedores, esto favorece al comprador ya que tiene la posibilidad de establecer precios [8].

Para conocer la situación actual en la región se planteó la siguiente pregunta: ¿Cuál es la principal forma de comercialización de los productos? el 75% de los encuestados, correspondientes a FEDEARROZ, ASOZULIA y UPA, respondieron que a través de las cooperativas y el 25% restante correspondiente a la empresa molinera mediante la venta directa.

La principal cooperativa que funciona en la región del área metropolitana

de Cúcuta es COAGRONORTE (Cooperativa agropecuaria del Norte de Santander), la cual según cifras e información publicada en su página web tiene actualmente 542 asociados, 14.332 hectáreas sembradas en cultivos de arroz, produce 87.081 toneladas de arroz paddy al año y es el regulador de precios de arroz en el mercado regional [9].

Análisis de infraestructura y habilitadores para el desarrollo del sector arrocero

Maquinaria y tecnología

Colombia ha implementado la tecnología AMTEC, que permite elevar los niveles de eficiencia y bajo costes en el proceso agroindustrial para mejorar la productividad y competitividad a y través de la transferencia de tecnología [10].

De acuerdo con la pregunta ¿Considera usted que la maquinaria y tecnología que posee el sector es la adecuada para ofrecer productos competitivos? el 100 % de los encuestados respondieron que el sector si cuenta con la maquinaria y tecnología suficiente para ser competitivos en el mercado.

Políticas públicas

Mediante el decreto 993 del 15 de mayo de 2012 entró en vigencia el “Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América” [11], más conocido como el TLC, el cual ha afectado diferentes sectores de la economía Nacional, debido a la reducción o eliminación del pago de aranceles de importación, y no ha sido ajeno la agroindustria arrocera del país, así mismo se han establecido acuerdos con los países de la CAN (Comunidad andina de Naciones), de los cuales el origen principal de las importaciones de arroz en Colombia son Perú y Ecuador.

Ante esta problemática el Ministerio de agricultura anunció medidas de respaldo a la actividad arrocera Nacional, pues, aunque se deben cumplir los TLC, esto también implica la aplicación de normatividad en materia de defensa, en temas de comercio desleal y precios anticompetitivos, todo

esto con la creación al interior del Ministerio de una unidad para hacer seguimiento de las importaciones [12].

Así mismo en materia de créditos para el sector arrocero, se ofrecen líneas especiales con tasas de interés bajas a través de FINAGRO, para pequeños y medianos productores, quienes tendrán mejores condiciones si usan semillas certificadas en sus cultivos e implementan el programa de adopción masiva de tecnología AMTEC y el apoyo a los proyectos que permitan a los agricultores ser parte de toda la cadena productiva.

De acuerdo al Plan de ordenamiento de la producción y lo estipulado en el Plan Nacional de Desarrollo 2018- 2022, expedido mediante la ley 1955, del 25 de mayo de 2019, se tiene como meta sembrar en el año 2019 hasta 478.000 hectáreas de arroz en todo el país, para evitar problemas como la sobreproducción del grano, lo que ocasiona precios y rentabilidad a la baja en conjunto con el aumento de las importaciones.

A la pregunta: ¿Según las políticas públicas que se han implementado en el país relacionadas con el sector arrocero?, el 75% de los encuestados correspondientes a FEDEARROZ, las UPA y la empresa molinera privada respondieron que se han visto afectados, principalmente por la falta de regulación de precios de venta y el aumento de las importaciones provenientes del TLC y los acuerdos comerciales con países suramericanos. El 25% correspondiente a ASOZULIA respondió que se ha visto beneficiado gracias a los incentivos del Gobierno Nacional, en temas como los créditos proporcionados por FINAGRO, mediante los cuales han podido llevar a cabo proyectos como la construcción de su propio molino.

Diseño de un modelo de lineamientos para el desarrollo de programas y proyectos en el sector arrocero

Concepto de innovación

La innovación es la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), proceso, método de comercialización o método organizativo, tanto en la práctica interna de una organización como en las relaciones exteriores [13].

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura [12], en Colombia es necesario para el crecimiento económico del sector agropecuario tres pilares clave: Innovación, desarrollo tecnológico y transmisión y acumulación de conocimiento. Con la ley 1876 de 2017 se creó el Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria SNIA, el cual busca articular esfuerzos entre el Gobierno, y los diferentes sectores de la economía agrícola, entre ellos el arrocero, para poner en marcha propuestas de mejoramiento teniendo como base el concepto de la innovación.

Debido a esto se formuló la siguiente pregunta: ¿Las unidades productivas y empresas de su sector conocen los elementos necesarios para desarrollar la innovación, desde un punto de vista conceptual? a la cual los actores del sector arrocero regional respondieron de la siguiente forma: el 50% correspondiente a la UPA y a la empresa molinera privada eligieron la opción c, se sabe que la innovación es un elemento importante, pero aún no es aplicado. El 25% correspondiente a ASOZULIA eligió la opción (d), conocen todos los elementos de la innovación y está en búsqueda de aplicarlos inicialmente, y el 25% restante correspondiente a FEDEARROZ la opción (e), donde son conscientes de que la innovación supone una reflexión continua y conlleva una adaptación y cambio permanente en pro de la mejora y excelencia empresarial.

Plan de formación en innovación

Una empresa u organización que quiera orientarse a la innovación necesita un plan de formación, ya que este es una herramienta de desarrollo empresarial y de orientación de las personas hacia el cambio. El desarrollo del plan de formación debe ir articulado con la estrategia de la compañía, así mismo debe considerar los parámetros internos y externos que afectan a la actividad de la compañía y que influyen en la consecución de sus objetivos. De igual manera debe incorporar la mejora de conocimientos y capacidades prácticas como la de comportamientos y habilidades.

En la pregunta ¿Las empresas cuentan con un plan de formación para integrar o mejorar el concepto de la innovación tanto en sus trabajadores como en la organización en sí? Los encuestados respondieron de la siguiente manera: El 50% correspondiente a ASOZULIA y a las UPA's respondieron que existe

un plan que incluye la formación de los trabajadores, la experiencia técnica y la incorporación de universitarios titulados que facilita la integración de la innovación, pero no es una preocupación fija. El 25 % correspondiente a FEDEARROZ respondió el desarrollo de sus trabajadores es primordial y estratégico para la empresa. Existe un plan de formación para los empleados y plan de incorporación de titulados. El 25 % restante correspondiente a empresa molinera privada respondió que se garantiza un plan de formación completo para algunos trabajadores claves y se preocupa de la capacitación de sus empleados.

Tipos de innovación desarrollada

El Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria SNIA, propone implementar esfuerzos de innovación agropecuaria a través de 3 subsistemas: a) Innovación y desarrollo tecnológico b) Extensión agropecuaria y c) Formación y capacitación, los cuales deben alinearse con las actividades innovadoras mediante la coordinación institucional, por lo tanto, es importante conocer cuál es el enfoque de los tipos de innovación desarrollada en la región de estudio [14].

Para ello se formuló la pregunta ¿Qué tipo de innovación ha desarrollado en las empresas o unidades productivas del sector arrocero? el 100% de los actores encuestados respondieron la opción innovación enfocada al proceso.

Esta respuesta evidencia que la agroindustria arrocera local presenta innovación enfocada al proceso con el respaldo de acciones como la implementación de BPA (Buenas prácticas agrícolas), la aplicación de nuevas tecnologías desde la siembra hasta la transformación con el apoyo de programas como AMTEC, la incursión de profesionales calificados en la industria y la capacitación proporcionada por asociaciones, federaciones y cooperativas.

Actividades de innovación implementadas

Según Colciencias las actividades de innovación agrupan todas las

operaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales, las cuales son necesarias en los procesos de innovación en las organizaciones [15].

El proceso de innovación es un proceso complejo que integra varias actividades entre ellas adquisición de maquinaria, equipo y software, investigación y desarrollo interna, adquisición de conocimiento y por último introducción al mercado de innovaciones, las cuales se analizaron en la encuesta aplicada a los actores del sector arrocero, en la pregunta ¿Qué actividades de innovación ha realizado en su empresa o unidad productiva? donde los encuestados respondieron de la siguiente manera: El 50% de los encuestados correspondiente a UPA's y empresa privada molinera respondieron adquisición de maquinaria, equipo y software. El 25% correspondiente FEDEARROZ respondió investigación y desarrollo interna. El 25% restante correspondiente a ASOZULIA respondió que ha desarrollado todas las actividades en sus procesos de innovación, de igual manera mencionó que aún están en proceso de cambio, pero que han venido trabajando de la mano de FEDEARROZ y el Ministerio de Agricultura en la implementación de actividades de innovación con el fin de mejorar la rentabilidad y disminuir costos de producción.

Modelo de diversificación y sofisticación para el sector arrocero del área metropolitana de Cúcuta

Según el Consejo privado de competitividad, los países que han adentrado en un proceso constante de transformación productiva, el cual implica la diversificación y sofisticación de los productos y servicios, han logrado mantener altas tasas de crecimiento basadas en la sostenibilidad [16].

El seguimiento del mercado del arroz a nivel mundial de la FAO-Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [17], presentó un aumento en la producción mundial de arroz de 759,6 millones de toneladas en el año 2017 a 769,9 millones de toneladas en el año 2018, siendo la principal región productora mundial el continente asiático con 686,7 millones de toneladas producidas en el 2017, teniendo en los 3 primeros lugares a China, India e Indonesia.

De acuerdo con la FAO, los principales productores de arroz en América del sur son: Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay, con un total de 24 millones de toneladas en 2018 [17]. Se pronostica en la región de América latina y el Caribe una contracción de la producción debido a las perspectivas de reducción en las remuneraciones y los cambios climáticos, lo cual concuerda con lo establecido en las políticas colombianas y la percepción de los actores del sector arrocerero del área metropolitana de Cúcuta.

Existen modelos sobre innovación aceptados y creados a través del tiempo, los más destacados son: Lineales, por etapas, interactivos o mixtos. El modelo en red (Figura 1), conocido como el modelo de quinta generación de Rothwell, en el cual la innovación se convierte en un proceso en red y puede considerarse como un proceso de aprendizaje o proceso de acumulación del know-how tanto interno como externo. Este modelo apunta a una idea de redes de colaboración y de intercambio de información, de gran importancia como las externas, conformadas por los clientes, proveedores, gobierno, investigaciones científicas, entidades educativas, entre otras, para conformar elementos que interactúan en la producción, difusión, uso del conocimiento nuevo y económicamente útil [18].



Figura 1. Ejemplo de modelo en red [18].

De acuerdo con la investigación realizada la cadena del arroz en el área metropolitana de Cúcuta se compone de los siguientes eslabones: Siembra, secado, molinería, transformación y comercialización. Después de haber

realizado el análisis de acuerdo con las encuestas aplicadas e información secundaria, se pudo establecer que los eslabones que se deben fortalecer en la cadena del arroz son la siembra y la comercialización, ya que para lograr mejores índices de productividad es necesario reducir costos y obtener precios de venta justos que retribuyan el trabajo del agricultor y de esta manera articular la cadena productiva con todos sus actores.

Basado en el modelo en red de Rothwell, en la figura 2 se presenta una propuesta de Modelo de Diversificación y Sofisticación en el Sector Arrocero, el cual se fundamenta en las redes de colaboración e intercambio de información entre todos los actores del área metropolitana de Cúcuta, integrando los eslabones productivos con las características identificadas con el fin de mejorar la competitividad, fortalecer las variables que permitan dinamizar la comercialización y así mismo establecer las líneas estratégicas para consolidar la aplicación de la investigación y desarrollo, necesarios en el sector; articulados con los factores externos identificados en el área de estudio, con la finalidad de armonizar las relaciones entre: agricultores, industriales y entidades públicas y privadas relacionadas con la agroindustria arrocera de la región.

<p>Factores Externos</p> <p>Sociedad FEDEARROZ Asociaciones (ASOZULIA) Distritos de Riego. Cooperativas (COAGRONORTE) Proveedores (insumos, materia prima) Gobierno Nacional, Departamental y Local. Acuerdos Internacionales.</p>	<p>Proceso Productivo</p> <p>Siembra Secado Transformación Comercialización</p>	<p>Competitividad</p> <p>Aumento de la productividad Disminución de Costos de producción Regulación de Precios</p>
	<p>Comercialización</p> <p>Rentabilidad Negociación Convenios en la industria Siembra con garantía de precio</p>	<p>Investigación y Desarrollo</p> <p>Fortalecimiento a programas de investigación Acceso y adopción de nuevas tecnologías Asistencia técnica Buenas Prácticas Agrícolas BPA Participación directa de los profesionales del sector</p>

Figura 2. Propuesta de Modelo de Diversificación y Sofisticación en el Sector Arrocero del área metropolitana de Cúcuta.

Fuente: Autores

El Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Sector Agropecuario (PECTIA) 2017-2019 es un instrumento de apoyo a la inclusión de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (CTi) promovido por Colciencias, El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y Corpoica [19], donde se muestran las líneas estratégicas y líneas de acción para fortalecer los sistemas de producción del sector agropecuario. A continuación, se muestra la priorización de las estrategias que se adaptadas al modelo de diversificación y sofisticación aplicables en el sector arrocero del área metropolitana de Cúcuta (Tabla II).

Tabla II. Adaptación de estrategias PECTIA al modelo de diversificación y sofisticación del sector arrocero del área metropolitana de Cúcuta.

Orientación estratégica	Área Temática
Desarrollar herramientas de cobertura en asistencia técnica (estrategias de agregación de valor, BPA, BPM) que responda a las necesidades de los productores de la región frente a la adopción de nuevas tecnologías.	Proceso productivo Competitividad Investigación y desarrollo
Generar espacio de trabajo a través de sistemas territoriales de I+D+i, para la interacción en red de los actores del sector arrocero.	Proceso productivo Competitividad Investigación y desarrollo
Desarrollar tecnologías en manejo de cosecha, postcosecha y transformación, para la diversificación de la oferta de productos y el aprovechamiento integral de subproductos que potencien la industria arrocera regional.	Proceso productivo Competitividad Investigación y desarrollo
Desarrollar estudios socioeconómicos y de inteligencia competitiva integrales que contribuyan al desarrollo y posicionamiento de un portafolio de productos y subproductos en nichos especializados.	Competitividad Comercialización Investigación y desarrollo.
Diseñar e implementar esquemas para el desarrollo de capacidades en asociatividad, gestión gremial y empresarización de los productores, para fomentar alianzas con comercializadores, entes gubernamentales y demás actores del sistema.	Competitividad Comercialización Investigación y desarrollo
Implementar tecnologías para el uso del suelo y agua que promueva sistemas productivos sostenibles adaptables al cambio y variabilidad climática.	Proceso productivo Competitividad Investigación y desarrollo
Fortalecer la especialización de todos los actores que participan en el proceso productivo (siembra, secado, molinería, transformación y comercialización), en necesidades específicas de la cadena productiva regional a través de mecanismos de asociatividad y alianzas estratégicas, que articulen productores, investigadores, profesionales e industriales.	Proceso productivo Competitividad Comercialización Investigación y desarrollo

Fuente: Autores.

4. Conclusiones

El sector arrocero del área metropolitana de Cúcuta cuenta con un 24% de participación en los principales cultivos del Departamento Norte de Santander, con 18.000 hectáreas sembradas, ubicadas en un 80% en el área rural de la municipio de San José De Cúcuta, conformada principalmente por pequeños productores, en la cual el sistema de producción predominante es el arroz riego, debido a la favorabilidad de las condiciones climáticas y geográficas de la región, permitiendo obtener producciones durante todo el año.

La cadena productiva del arroz es conformada por los eslabones de siembra, secado, molinería, transformación y comercialización, de las cuales deben fortalecerse principalmente la siembra y comercialización, debido a que estas son las más afectadas por el principal problema del sector que es la inestabilidad en los precios, el cual produce un comportamiento irregular en las ventas y baja rentabilidad frente al aumento de los costos de producción.

La competitividad del sector arrocero regional se ve afectada debido a las políticas públicas implementadas por el Gobierno Nacional que limitan la producción frente al establecimiento de acuerdos comerciales internacionales que permiten el incremento de las importaciones generando que el productor realice sus ventas a precios por debajo de un margen en el que pueda obtener utilidades.

Con respecto a la maquinaria y tecnología que posee el sector arrocero en la región, de acuerdo a los resultados de la investigación se cuenta con un nivel aceptable frente a lo implementado en otras regiones de Colombia, gracias a programas como AMTEC de FEDEARROZ el cual se basa en la transferencia de tecnología para la sostenibilidad y la responsabilidad social arrocera, como estrategia para aumentar los rendimientos y reducir los costos de producción, así mismo ASOZULIA aporta un soporte importante mediante asistencia técnica y la infraestructura del distrito de riego.

El modelo propuesto para la diversificación y sofisticación del sector arrocero del área metropolitana de Cúcuta, se realizó basado en el modelo en red de Rothwell para afianzar redes de colaboración e intercambio de información entre todos los actores del sector integrando los eslabones de

la cadena productiva, con las variables de competitividad, comercialización e investigación y desarrollo, mediante el cual se especifican, actividades como áreas de siembra con garantía de precio y comercialización de la cosecha, fortalecimiento de programas de investigación, convenios con la industria e instituciones del sector público y privado del orden nacional, asistencia técnica, Buenas Prácticas Agrícolas BPA y la participación directa de los profesionales del sector, lo cual conlleva a integrar la participación de todos los actores en todas las etapas del proceso productivo.

Con la adaptación de las estrategias del PECTIA al sector arrocero del área metropolitana de Cúcuta se permite implementar el trabajo en red propuesto en el modelo de diversificación y sofisticación, mediante el cual los distintos actores pueden utilizar las herramientas disponibles en materia de tecnología, comunicación y trabajo coordinado, haciendo uso de las orientaciones estratégicas diseñadas para generar beneficio en todos los eslabones de la cadena productiva y sus respectivos actores.

Referencias

- [1] Colciencias. “Ruta de la Innovación Empresarial”, 2019. [En línea]. Disponible en: <https://www.colciencias.gov.co/innovacion/empresarial>
- [2] Colciencias. “Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e innovación del Sector Agropecuario Colombiano (2017-2018) PECTIA”, 2016 [En línea]. Disponible en: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/noticias/pectia-2017-actualizado.pdf>
- [3] Gobernación de Norte de Santander. “Plan de Desarrollo para Norte de Santander 2016-2019, Un Norte Productivo Para Todos”, 2016. [En línea]. Disponible en: <http://www.sednortedesantander.gov.co/sitio/images/documentos/informesdelsector/PDD%20NDS%202016-2019.pdf>
- [4] Federación Nacional de Arroceros. IV Censo Nacional Arrocero 2016. Bogotá: Editorial mvb, 2017.
- [5] Fedearroz. Zona Santanderes cuenta con 1.897arroceros. 2017, XXXVI Congreso Nacional Arrocero. Bogotá (Colombia). [En línea]. Disponible en: <http://www.fedearroz.com.co/revistanew/arroz531.pdf?cv=1>

[6] Finagro. “Arroz”, 2015. [En línea]. Disponible en: https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/info_sect/image/arroz.docx

[7] hoy diario de la magdalena “Arroceros de norte de Santander han triplicado sus ventas este año”, mayo 6 de 2019. [En línea]. Disponible en: <https://www.hoydiariodelmagdalena.com.co/archivos/238763?cv=1>

[8] Fedesarrollo (2013) “Política Comercial Para el Arroz”. [En línea]. Disponible en: <http://www.andi.com.co/Uploads/Archivo%20final%20ANDI.pdf>

[9] Coagronorte. “Líderes en Norte de Santander”, 2019. [En línea]. Disponible en: <https://www.coagronorte.com.co/>

[10] Fedearroz. “Adopción Masiva de Tecnología AMTEC”, 2012. [En línea]. Disponible en: <http://www.fedearroz.com.co/docs/AMTEC.pdf>

[11] Ministerio de Relaciones Exteriores (mayo 15 de 2012). Decreto 993 de 2012, “Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América”, sus “Cartas Adjuntas” y sus “Entendimientos”, suscritos en Washington D.C., el 22 de noviembre de 2006, y el “Protocolo modificadorio al Acuerdo de promoción comercial Colombia-Estados Unidos”, suscrito en Washington D. C., el 28 de junio de 2007, y su “Carta Adjunta” de la misma fecha [En línea]. Disponible en: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_0993_2012.html

[12] Fedearroz. “Minagricultura Anuncio Medidas de Respaldo a la Actividad Arrocera Nacional”, 2018. [En línea]. Disponible en: http://fedearroz.com.co/new/documentos/2018/respaldo_sector_arrocero.pdf

[13] Manual de Oslo. “Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación”, 2005. [En línea]. Disponible en: <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>

[14] El espectador. “La innovación: el futuro del agro”, 2018. [En línea]. Disponible en: <https://www.elespectador.com/opinion/la-innovacion-el-futuro-del-agro-columna-825331/>

[15] Colciencias. “Ruta de la Innovación Empresarial”, 2019. [En línea]. Disponible en: <https://www.colciencias.gov.co/innovacion/empresarial>

[16] Consejo Privado de Competitividad. “Sofisticación y Diversificación en las Exportaciones Colombianas”, 2014. [En línea]. Disponible en: <https://compite.com.co/sofisticacion-y-diversificacion-en-las-exportaciones-colombianas/>

[17] Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO. “Seguimiento del Mercado del Arroz de la FAO”, 2018. [En línea]. Disponible en: <http://www.fao.org/3/I9243ES/i9243es.pdf>

[18] E. Velasco, I. Zamanillo, y M. Gurutze, “Evolución de los Modelos Sobre el Proceso de Innovación: Desde el Modelo Lineal Hasta los Sistemas de Innovación” AEDEM. Vol. 2, pp. 28, 2007.

[19] Colciencias. “El Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Sector Agropecuario (PECTIA) 2017-2019”, 2016. [En línea]. Disponible en: https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/12759/109429_67478.pdf?cv=1&s=

Análisis sectorial de las confecciones en Norte de Santander: 2013 – 2016*

Sector analysis of apparel in Norte de Santander: 2013 - 2016

Recibido: diciembre 3 de 2018 - Evaluado: Enero 16 de 2019 - Aceptado: Marzo 30 de 2019

Jesús Alexander Pinillos-Villamizar **
María Fernanda Jaimes-Ramírez ***
Sindy Ortiz-Ramírez****

Para citar este artículo / To cite this Article

J. A. Pinillos-Villamizar, M. F. Jaimes-Ramírez, S. Ortiz-Ramírez “Análisis sectorial de las confecciones en Norte de Santander: 2013 – 2016” Revista Interfaces, vol. 2, no. 1, pp. 81-97, 2019.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar el sector de las confecciones y su crecimiento en Norte de Santander, Determinando a su vez los beneficios legales y las oportunidades de crecimiento que aplican para el sector. La población objeto de este estudio fueron las empresas de confecciones de Norte de Santander. El diseño de la investigación correspondió al documental, utilizando las técnicas e instrumentos para la recolección y análisis de la información: identificación del número total de empresas que se encuentran activas en el sector de las confecciones, recolección de datos por medio de informes de coyuntura económica que permiten conocer la realidad del sector de las confecciones. Como resultados se hallaron las principales características del sector de las confecciones en Norte de Santander, así como los beneficios legales y oportunidades de crecimiento que tienen las empresas. El sector de las confecciones se caracteriza principalmente por ser pymes que no

*Artículo inédito. Proyecto de investigación “Análisis sectorial de las confecciones en Norte de Santander: 2013 - 2016”.

**Correo electrónico: alexander.pinillosv@unilibre.edu.co

*** Correo electrónico: maferjaimes2413@hotmail.com

**** Correo electrónico: sindyortiz5@hotmail.com

superan los diez (10) trabajadores, la tecnología es mínima, entre los beneficios legales se cuenta con la Ley 905 de 2004 que establece algunos aspectos positivos en el área de promover el emprendimiento de manera empresarial. Un aspecto importante es el fortalecimiento en infraestructura y tecnología. Igualmente, las empresas deben utilizar el marketing digital para llegar a más clientes.

Palabras clave: lean manufacturing, confecciones, oportunidad, beneficios.

Abstract

This article aims to analyze the apparel sector and its growth in Norte de Santander, determining in turn the legal benefits and growth opportunities that apply to the sector. The population object of this study was the clothing companies of Norte de Santander. The design of the research corresponded to the documentary, using the techniques and instruments for the collection and analysis of information: identification of the total number of companies that are active in the clothing sector, data collection through reports on the economic situation. that allow to know the reality of the clothing sector. As results, the main characteristics of the clothing sector in Norte de Santander were found, as well as the legal benefits and growth opportunities that companies have. The clothing sector is characterized mainly by being SMEs that do not exceed ten (10) workers, technology is minimal, among the legal benefits there is Law 905 of 2004 that establishes some positive aspects in the area of promoting entrepreneurship in a business way. An important aspect is the strengthening of infrastructure and technology. Similarly, companies must use digital marketing to reach more customers.

Keywords: lean manufacturing, clothing, opportunity, benefits.

1. Introducción

El sector de las confecciones en la ciudad de San José de Cúcuta, según Cámara de Comercio en su observatorio económico (informe especial de las Pymes) destaca que esta área cuenta con buena mano de obra calificada e idónea, al igual que se trabaja con buenas materias primas, pero muchas de estas pymes carecen de nuevas tecnologías donde pueden hacer más competitivo el área empresarial, junto con el mejoramiento en su aspecto locativo (físico) [1], sin que existan divisiones internas como operan las organizaciones en términos generales.

Al mismo tiempo no cuentan con grandes inversiones en maquinaria, al igual que los procesos son muy sencillos, sin que existan metodologías internacionales como el Lean Manufacturing, que es un modelo de gestión empresarial que está enfocado en la creación de flujo en los procesos productivos para poder entregar el máximo valor de satisfacción a los clientes, utilizando mínimos recursos necesarios.

En la actualidad el sector textil – confección es uno de los cuales generan mayores ingresos en el PIB del país, según el último reporte dado por la Superintendencia de Sociedades cabe resaltar que los ingresos operacionales de este sector ascendieron a \$17,5 billones de pesos lo cual genera un incremento positivo en la economía en el país, de igual manera es un sector que genera una gran cantidad de empleos directos en departamentos con índices de desempleo alto como lo es en el Norte de Santander.

Se ha observado que no existe un documento base en donde se recopilen los diversos datos del sector de las confecciones en el departamento, ni las diversas fluctuaciones que ha tenido desde el año 2000 hasta la actualidad, por lo cual se generó una recopilación y análisis total del sector para así brindar un panorama de la situación actual y las diversas maneras en las cuales puede mejorar el sector para tener un incremento y mayor productividad [2].

La dificultad se este proyecto radica en que la información se encuentra dispersa en varios documentos en la red que no brindan ningún tipo de análisis, solo es información de ventas y porcentajes de influencia de las mismas en el PIB nacional, y los estudios que se centralizan en el departamento de Norte de Santander son datos demasiado antiguos que no generan una visión global de la actualidad en el sector de las confecciones en el departamento.

Esta investigación permitió indagar un panorama general y real del área de las confecciones tanto a nivel nacional como regional, para que los empresarios locales cuenten con una idea global del alcance del sector de las confecciones y el importante impacto que genera mediante su crecimiento en el PIB nacional. De la misma manera permite a los propietarios tener una visión más clara y así buscar estrategias empresariales que pueda enfrentar

la segmentación del mercado con el mejoramiento de las ventas a nivel regional, nacional e internacional.

A nivel nacional, el sector de las confecciones, ha sido muy tradicional en departamentos como Antioquia, Cundinamarca, Valle del Cauca y los Santanderes, pero actualmente en un porcentaje alto se encuentra la ciudad de Bogotá con pymes y Medellín como eje central de la moda y de las grandes ferias patrocinadas por marcas muy reconocidas como Coltejer, Fabricato, entre otros [2]. De manera general el sector de las confecciones se ha destacado en Medellín y en Bogotá donde existen empresas grandes, medianas y en otras regiones se destacan mucho las pymes.

De acuerdo a la Superintendencia de Sociedades, el sector de las confecciones se encuentra centralizado en las principales ciudades como: Bogotá 47.1%, Medellín 29.1%, Cali 6.02% y Norte de Santander aparece en el puesto noveno con 1.02% [3]. De acuerdo con esto y a la información recolectada se observa que existen concentraciones específicas de acuerdo con la región del país donde como en la ciudad de Bogotá con fibras artificiales y sintéticas, en la ciudad de Medellín se concentra la producción de tejidos planos de algodón y sus mezclas.

Aunque se tiene un buen reconocimiento del área competitiva del sector de confecciones a nivel nacional, existe el problema del contrabando en grandes lotes de mercancía que entran a la nación de manera ilegal y que está afectando de manera directa la industria colombiana, especialmente en ciudades como “San José de Cúcuta donde todas estas empresas en términos generales son pymes (pequeñas empresas) que viven del mercado regional [4].

Algunas medianas y pequeñas empresas del sector textil de la ciudad de Bogotá, Medellín y Cali exportan al mercado internacional para naciones como Ecuador, Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, y Estados Unidos especialmente, donde han visto un crecimiento progresivo de los productos colombianos, al mismo tiempo la Cámara de Comercio de Cúcuta, junto con la alcaldía busca institucionalizar de manera periódica las ferias de esta ciudad para el mes de Julio, como se realizó en el año 2016 que fue un rotundo éxito comercial [5].

El gobierno nacional lleva a cabo un programa de emprendimiento que busca incentivar a los exportadores, para que aproveche los diferentes acuerdos comerciales con las diferentes naciones; con la firma de los tratados de libre comercio se está logrando mejorar la tecnología y otra clase de materias primas con nuevos proveedores de talla internacional sin tantas barreras arancelarias que antes elevaban costos en producción [6].

La industria textil está en constante cambio y busca establecer diversos elementos que le permitan a las organizaciones dedicadas a este sector el poder permanecer con el tiempo e innovar en sus distintos procesos, por lo cual es necesario conocer las condiciones actuales del sector de las confecciones en el departamento de Norte de Santander.

En Colombia la industria de la confección ha sido uno de los pilares del desarrollo económico y para llegar al plano del sector de la confección en Norte de Santander se debe realizar una breve reseña del manejo de este sector a nivel nacional.

El sector textil o de la confección se encuentra integrado por varios actores que hacen parte del proceso, dentro de este clúster se pueden encontrar varias instancias o etapas en las cuales el área de la confección maneja cada una de éstas, siendo de vital importancia para el correcto desarrollo de este, aunque que primero se dará una visión general de la situación a nivel nacional.

Cabe destacar que el contrabando en este sector viene creciendo de manera descontrolada, sin que los diferentes controles que realiza la DIAN arrojen cifras significativas que frenen éste flagelo que se ha propagado a lo largo del país afectando en gran medida a los departamentos con pequeñas producciones textiles, por lo cual los tratados hechos con países asiáticos son los más preocupantes, estos países exportan a Colombia con precios muy bajos en comparación a los del país ya que cuentan con subsidios estatales y una obra de mano bastante económica lo cual genera una desventaja frente a los productos nacionales.

Este hecho se puede solucionar de varias maneras sin afectar los tratados de libre comercio con otros países en el sector textil, en primer lugar, subir el arancel, con el fin de encontrar un reajuste en la balanza arancelaria para no ver afectadas a las empresas de confección que deben competir con la

industria extranjera, la búsqueda de nuevos mercados y el fortalecimiento en la capacidad de innovación son las soluciones que pueden levantar el mercado textil – confección en el país.

Si por el contrario no se logra tener una mejoría en este aspecto los más afectados serán las empresas ubicadas en departamentos como Norte de Santander ya que estos no cuentan con todas las ventajas competitivas de los grandes centros en el país y lo único que se generará será el cierre de este sector.

Otras pymes de la ciudad trabajan como satélite, según la Cámara de Comercio Cúcuta no cuentan con todos los registros empresariales al día y trabajan de manera ilegal, buscando cumplir el proceso de producción de grandes lotes para comercializarlo a otras organizaciones similares a nivel nacional. Por eso, algunas marcas de confecciones de la región no cuentan con registro mercantil propio [7].

Como se aprecia en términos generales el sector de las confecciones en la frontera opera en casi la totalidad como pymes o pequeñas empresas que compiten con el comercio ilegal (contrabando) que se viene posicionando con fuerza en ciudades como Cúcuta, donde gran parte que se comercializa son prendas ilegales, afectando de manera directa al empresario de la región que se limita casi siempre en vender en el mercado local, sin que exista muchas posibilidades de abarcar grandes mercados internacionales.

2. Materiales y Métodos

La población objeto de estudio de esta investigación fueron las empresas del sector de las confecciones de Norte de Santander. La revisión documental se realizó con documentos extraídos de bases de datos bibliográficas, entidades gubernamentales y no gubernamentales con relación a informes de coyuntura económica que permitieron conocer la realidad del sector de las confecciones.

3. Resultados y discusión

Las empresas del área de confecciones en la ciudad de San José de Cúcuta se dedican en su mayoría a un determinado producto que puede ser la línea

de jean (pantalones, shorts, chaquetas, etc.), otras se dedican a vestidos para damas, infantiles, camisas para caballeros, entre otros.

De acuerdo con un análisis realizado al sector de las confecciones por parte de la Cámara de Comercio se evidenció que casi la totalidad carece de estrategias empresariales que la ayuden a ser más competitivos, puesto que los productos cuentan con buena aceptación por parte de los clientes potenciales de orden regional y nacional [7].

Infraestructura. Muchas pymes del sector de las confecciones no cuentan con un área locativa bien definida, porque se trabajan en casa-lotes que son propiedad del representante legal de la organización o se arrienda algo similares en los barrios populares de estrato I, II o III para poder operar de manera legal o como satélite (que trabajan para otra similar o de manera independiente para algunos locales comerciales de ropa en la ciudad de San José de Cúcuta).

De igual manera, la gran mayoría de infraestructura son reacomodada acorde a la idea del representante legal de la pyme y a su presupuesto económico, de igual manera se adecua la iluminación en muchos casos de forma artesanal. También es deficiente las condiciones ergonómicas que se somete el talento humano que labora no es el más adecuado. Por último, la ventilación es bastante deficiente, principalmente porque la ciudad de San José de Cúcuta presenta un clima muy cálido y esta infraestructura por lo general el techo es zinc o eternit lo cual acalora mucho los diferentes puestos de trabajo.

Otro aspecto común son las instalaciones eléctricas que se encuentran en buen estado, pero en muchas carecen de señalización, especialmente en las fuentes principales donde se encuentran la maquinaria de producción, los conectores no tienen ningún tipo de seguridad cuando no se utilizan especialmente las áreas de 220 voltios.

También en el análisis sectorial realizado por la Cámara de Comercio muchas de estas pymes se encuentran registradas en una determinada dirección, pero al cabo de unos años algunas han cambiado el domicilio de la organización y muchos representantes legales no se acercan a actualizar estos datos, lo cual dificulta enviarles información física a sus propietarios para una eventual capacitación. De igual manera, ahora se hace el registro por medio de un correo electrónico para notificarle, pero mucho de ellos

dejan de utilizar estos medios virtuales y tampoco notifica el cambio de sus cuentas en las redes sociales [1].

Maquinaria. La mayoría de las empresas del sector de confecciones cuentan con máquinas de coser tradicionales, junto con alguna maquina plana. De igual manera con una mesa plana para los cortes y ensamblajes, asientos o silla normales, sin tener en cuenta el área ergonómica. Algunas empresas del sector disponen de estantes o sitios artesanales para almacenamiento de las materias primas y productos terminados.

El mantenimiento periódico se hace en algunas pymes de confecciones, porque en las mayorías de estas pequeñas empresas se hace mantenimiento correctivo cuando se presenta fallas de consideración en la maquinaria.

Talento humano. En el análisis sectorial de la Cámara de Comercio, se evidenció que más del 70% del talento humano son idóneos en estas labores porque el conocimiento viene de generación en generación y otros porque han comenzado como auxiliares y con el tiempo han adquirido la habilidad y el conocimiento para desempeñar los diferentes cargos, aunque los operarios de máquina plana en su mayoría son capacitados por el SENA. Otro aspecto característico del área de las confecciones es que más de la mitad lo desempeña el género femenino, considerando la labor más a la creatividad y habilidad de sus operarios [1].

En la preparación académica del talento humano del sector de las confecciones en su mayoría carecen de estudios profesionales o tecnológicos, porque muchas de ellas solo cuentan con la secundaria e inclusive algunos (as) no han terminado este ciclo formativo. También se destaca que provienen de estratos bajos (I, II y III), por lo cual se dedican a esta profesión para solventar gastos individuales o familiares.

Plataformas y redes virtuales. Son muy pocas las pymes del área de confecciones en la ciudad de San José de Cúcuta que cuenta con una página web activan, aunque muchas utilizan las redes sociales como una manera de darse publicidad y al mismo tiempo tener contacto con los clientes potenciales.

Certificación de los procesos productivos. No dispone actualmente de muchos requerimientos obligatorios para que pueda mejorar su área competitiva, organizacional y legal como es el tema de los riesgos profesionales donde deben gestionar todo lo relacionado con la Seguridad y Salud en el Trabajo, porque en muchas de ellas no se han aplicado ninguna de estas normas, al mismo tiempo la señalización de manera general para evitar algún accidente de trabajo o enfermedad profesional, contemplado en leyes como [1].

Decreto Ley 1443 de 2014 donde se manifiesta que el SG-SST debe ser liderado e implementado por el empleador o contratante, con la participación de los trabajadores y/o contratistas, garantizando a través de dicho sistema, la aplicación de las medidas de Seguridad y Salud en el Trabajo, el mejoramiento del comportamiento de los trabajadores, las condiciones y el medio ambiente laboral, y el control eficaz de los peligros y riesgos en el lugar de trabajo [8].

Decreto 1072 de 2015, argumenta que el Sistema consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, “basado en la mejora continua y que incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y salud en el trabajo [9].

Resolución 1111 de 2017 donde se definen los Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para empleadores y contratantes [10].

Hasta el momento las empresas pymes no han implementado ninguna clase de estándares, aunque las directivas lo han pesado por el lado de la ISO, BASSIC, o NTC para mejorar su competitividad, posicionamiento y en un futuro ampliar sus mercados tanto a nivel nacional o internacional.

Las empresas de confecciones algunas cuentan con principios corporativos de manera teórica, porque no lo tienen puesto en un lugar visible y mucho menos lo conoce el talento humano que trabajan en esas pymes. De igual manera, no se socializan al personal que entra por primera vez a la

organización, porque los representantes legales manifiestan que le interesa que sean idóneos en las vacantes solicitadas.

Los productos defectuosos se le hacen pequeños arreglos que muchas veces sirve como muestras para los clientes, otros se exhiben en el maniquí que se tiene como producto publicitario, también estas prendas de vestir se dan a menor precio comercial en grandes lotes de mercancía.

Por lo general las pymes de confecciones cuentan con pequeñas áreas de almacenamiento de productos terminados. Sin embargo, estas áreas se encuentran sin ninguna clase de señalización, y mucho menos acondicionada para evitar la suciedad que se puede presentar en semanas por estar expuesta de manera libre.

Las empresas de confecciones por lo general no cuentan con numerosas subsecciones, solo el área gerencia porque las demás comparten un lugar adecuado para el proceso, almacenamiento de materias primas y de los productos terminados, aunque esta última siempre se le busca un lugar con mayor garantía para evitar que se ensucie, se mojen o deteriore por algún aspecto indirecto.

Los caminos peatonales, al igual que los diferentes pasillos por lo generales son adecuados a los procesos, junto con la iluminación adecuada, sin demarcar, con algunos desperdicios de tela, hilos, que puede dificultar en parte el libre transitar de todo el talento humano que labora en la organización. No se destaca ningún lugar demarcado para el área de almacenamiento, aunque todos los operarios tienen conocimiento del lugar exacto donde se colocan las materias primas, al igual que los productos terminados para su empaque y entrega acorde al pedido solicitado por los diferentes clientes potenciales de la ciudad de San José de Cúcuta.

Las herramientas de trabajo en términos generales no se encuentran organizadas, mucho menos en un lugar propio para su almacenamiento al finalizar cada etapa del proceso productivo. También la mayoría de estas herramientas de trabajo se encuentran en los diferentes puestos de trabajo, sin que exista alguien responsable que las administre en las jornadas laborales.

Otro aspecto común son los residuos de las materias primas que se recogen por lo general al final de la jornada laboral, para evitar pérdida de tiempo o que vaya obstaculizar alguna área de producción. Esta actividad laboral la hace en la mayoría de las pymes por todo el talento humano acorde a su área antes de terminar su turno. Ninguna de las áreas productivas se encuentra demarcada o señalizada de manera divisoria en el proceso productivo, aunque cada puesto de trabajo cuenta con el espacio necesario para desenvolverse en su actividad diaria.

En algunas se cuenta con alguna estantería necesaria para dejar los elementos importantes de trabajo, aunque las herramientas no cuentan con dominio de ninguna área, sino para el que las necesite acorde a las funciones que realice. Aunque en algunas situaciones, los operarios se pueden demorar minutos para encontrar las herramientas de trabajo como las tijeras, los metros debido a que no hay un sitio establecido para estos implementos.

Se hace limpieza por lo general en las pymes de confección al terminar cada jornada laboral y en temporadas bajas se hace limpieza cuando existe demasiada suciedad o en lugares específicos para guardar la materia prima o el producto terminado que se va a entregar a un cliente.

No se dispone de la clasificación de los residuos sólidos acorde a las normas internacionales que se debe de clasificar (por colores) en recipientes de manera individual sin que exista la mezcla de los mismos

En el proceso productivo de acuerdo con las mayorías de las pymes de confecciones no existen controles en ninguna parte del diseño del producto porque se confía de manera general en el talento humano que se tiene, aunque se revisa el producto antes de ser empacada para evitar cualquier defecto visual. Si existe defecto visual, se saca del lote y se hace lo posible de corregirse para evitar la pérdida de ese producto.

Son muy pocas las pymes de confecciones que dotan al talento humano con uniformes que identifique la razón social de la pequeña o mediana empresa, aunque algunas trabajan con jean y camisa blanca donde se le estampa el logo de la organización. Visualmente no se tiene horario de entrada, ni de salida, porque esto dependen según el administrador de la demanda en los

pedidos de entrega pactado con los clientes potenciales de la ciudad de San José de Cúcuta.

Beneficios legales que tienen las empresas de confección en Norte de Santander.

Según la referida Ley 905 [11], se definió las MiPymes atendiendo al tamaño de la empresa, considerando el monto de activos y número de empleados (ver Tabla I).

Tabla I. Tamaño de las Pymes según la Ley 905 de 2004

Tamaño de la empresa	Monto de activos	No. De empleados
Micro	Menos de 500 SMLMV	Menos de 10 trabajadores
Pequeña	Entre 501 y 5000 SMLMV	Entre 11 y 50 trabajadores
Mediana	Entre 5001 y 30000 SMLMV	Entre 51 y 200 trabajadores

Fuente: Congreso de Colombia [11].

La Ley 905 de 2004, que reemplaza a la existente ley 509 de 2000, además busca estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes [11].

En este orden de ideas, se entiende por micro, incluidas las famiempresas, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana [11].

Esta estratificación empresarial, permite mantener referencia estadística que sirva para definir tendencias y comportamientos de los sectores económicos, y evaluar el impacto productivo de cada uno sobre el total del producto nacional lo que permite encaminar los esfuerzos de fomento y desarrollo hacia el fortalecimiento de los sectores más vulnerables y afianzamiento de los productivos, entre estos el sector confección se encuentra en un nivel medio entre los sectores [6].

Oportunidades de crecimiento del sector de las confecciones en Norte de Santander.

El sector de las confecciones en la ciudad de San José de Cúcuta dispone de varias oportunidades de crecimiento como:

Alianzas empresariales: Ya sea con otras empresas de confecciones o almacenes de ropa tanto a nivel nacional como local donde periódicamente puedan surtir esa segmentación que a diario arroja buenos dividendos económicos.

Apoyo a los planes de exportación: Haciendo estudios de mercados se podrían aprovechar los diferentes acuerdos y TLC que presenta Colombia vigentemente para desarrollar la logística de exportación, de igual manera se segmentan nuevos mercados donde se pueda cotizar en dólares y el margen de ganancia es mayor.

Para desarrollar las distintas oportunidades de crecimiento que puede tener el sector de las confecciones en Norte de Santander debe empezar por mejorar los siguientes aspectos:

Mejoramiento de la infraestructura. Es importante que todas las pymes del sector confecciones invierta físicamente en su infraestructura, con el fin de adaptarla a las variables empresariales del siglo XXI para que se vean más competitiva, con mayor aceptación a los requerimientos de una buena marca, que se valora por su estilo, tendencia, acorde a las exigencias de los clientes potenciales que los visite. Se debe establecer mayor encerramiento en todas las áreas con sus respectivas ventilaciones e iluminaciones, junto con las adecuaciones ergonómicas en cada puesto de trabajo acorde a las exigencias del Sistema de Salud y de Trabajo en Colombia.

Adquisición de nueva tecnología. Parte de la maquinaria de proceso se debe de mejorar y al mismo tiempo certificar todos los procesos productivos para darle mayor competitividad y posicionamiento a la organización. La tecnología es una variable empresarial muy necesaria en los ajustes no solo de los procesos, sino también en los requerimientos del valor agregado de los productos que se fabrican ajustado a las nuevas tendencias, moda y aceptación de los clientes internacionales que son más exigentes en el tema de la calidad y creatividad.

Utilizar tecnología limpia en los procesos. Toda empresa competitiva del siglo XXI debe contar no solo con tecnología de punta sino con un ambiente relacionado con el cuidado del medio ambiente que es un aspecto importante en las tendencias actuales de cualquier producto o servicio que se preste. También porque los clientes potenciales internacionales han adquirido una tendencia al cuidado del medio ambiente, especialmente en los productos que desean adquirir.

Capacitación al talento humano de la empresa. Toda empresa con visión internacional debe contar con talento humano idóneo en cada puesto de trabajo, junto con la experiencia requerida para que sea eficiente y óptimo en sus funciones. Las capacitaciones es una de las tantas áreas que no se aplican periódicamente en las organizaciones colombianas, especialmente para mejorar procesos, nuevas tendencias, innovación en etapas de los productos, junto con un valor agregado.

Contar con página web y redes sociales. Para hacer contacto permanente con clientes potenciales y para aquellos que quieran consultar la gran variedad de producto con sus excelentes precios. También como medio publicitarios para impulsar nuevos productos o promoción de los mismos, especialmente en temporada bajas tanto a nivel local, nacional e internacional. También para que en un futuro se pueda utilizar la tendencia de las tiendas on-line, que es un aspecto competitivo de las nuevas tendencias del marketing digital.

Diseñar portafolio de producto. El portafolio de los productos es una manera general de dar a conocer los productos con las especificaciones necesarias en cuanto a colores, tendencias características, valor agregado, entre otros aspectos.

Socios estratégicos. La organización debe contar con relaciones públicas necesarias de orden local, nacional e internacional como son:

- Almacenes a nivel local, nacional y a futuro en el internacional.
- Cámara de Comercio, Fenalco, Agremiaciones en el sector de confecciones.
- Procolombia, Ministerio de Comercio Exterior para conocer estrategias y macro ruedas que se lleven a cabo a nivel nacional o en la ciudad de San José de Cúcuta.

Establecer estrategias competitivas con empresas similares. Es importante que se tenga contacto con otras empresas de orden regional y nacional para fortalecer el intercambio comercial.

Mantener contacto con canales de distribución de orden nacional e internacional, con el fin de tener relaciones con clientes potenciales mayores a los existentes en el campo regional, especialmente para posicionarse en nuevos mercados muchos más competitivos, dinámico y exclusivos aprovechando los diferentes acuerdos comerciales firmado por la república de Colombia.

Participar en las ferias de moda que se lleve a nivel local, regional, nacional e internacional.

Conclusiones

El sector de las confecciones en Norte de Santander se caracteriza principalmente por ser pymes que no superan los diez (10) trabajadores y la mayoría no cuentan con buena infraestructura, la tecnología es mínima, puesto que la mayoría disponen de máquina plana y sus procesos son sencillos. Por otra parte, las empresas del sector no tienen ninguna clase de certificación de orden internacional o nacional. Igualmente, para el desarrollo de sus actividades diarias no utilizan por lo general uniformes y muy pocas con elementos de protección.

Entre los aspectos de beneficios legales se cuenta con la Ley 905 de 2004 que establece algunos aspectos positivos en el área de promover el emprendimiento de manera empresarial y así puedan participar en ferias de orden regional o nacional. Un aspecto importante antes de identificar las distintas oportunidades de crecimiento que puede tener el sector de las confecciones en Norte de Santander, corresponde al mejoramiento en infraestructura y tecnología.

Referencias

[1] Cámara de Comercio Cúcuta. Observatorio económico - Informe especial sobre el sector de las Pymes en la ciudad de San José de

Cúcuta, 2016 [En línea]. Disponible en: <http://datacucuta.com/images/INFORMESPECIAL2015.pdf>

[2] E. Enciso. Agenda de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de algodón, textil, confecciones en Colombia, visión 2015. Universidad Nacional, 2015.

[3] Superintendencia de Sociedades. Desempeño del sector textil. Confección 2012 – 2014, informe, 2015. [En línea]. Disponible en: <http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE1-%20Sector%20Textil-%202015%20VIII%2014.pdf>

[4] A. F. Ramírez, Contrabando colombo – venezolano, Tesis de grado, Relaciones internacionales y estudios políticos, Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, 2016.

[5] M. C. Lacouture, “Informe especial del sector textil” Revista de Procolombia, 2016. [En línea]. Disponible en: <https://www.sectorial.co/textil-y-confecciones>.

[6] L. F. Restrepo, Gestión estratégica y competitividad, Bogotá: Editorial Universidad Externado de Colombia, 2016.

[7] Cámara de Comercio de Cúcuta. Tejido empresarial, registro Mercantil de Cámara de Comercio de Cúcuta al 31 de diciembre de 2016, 2016. [En línea]. Disponible en: <http://datacucuta.com/images/TEJIDOEMPRESARIAL2016.pdf>

[8] Ministerio del Trabajo (julio 31 de 2014). Decreto Ley 1443 de 2014, “definir las directrices de obligatorio cumplimiento para implementar el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), que deben ser aplicadas por todos los empleadores públicos y privados, los contratantes de personal bajo modalidad de contrato civil, comercial o administrativo, las organizaciones de economía solidaria y del sector cooperativo, las empresas de servicios temporales y tener cobertura sobre los trabajadores dependientes, contratistas, trabajadores cooperados y los trabajadores en misión.” [En línea]. Disponible en: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=58841>

[9] Ministerio del Trabajo (mayo 26 de 2015). Decreto 1072 de 2015, “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo”. [En línea]. Disponible en: <http://egresados.bogota.unal.edu.co/files/normatividad/Decreto%201072%20de%202015.pdf>

[10] Ministerio del Trabajo (marzo 17 de 2017). Resolución 1111 de 2017, “define los Nuevos Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo”. [En línea]. Disponible en: <https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/647970/Resoluci%C3%B3n+1111-+est%C3%A1ndares+minimos-marzo+27.pdf>

[11] El Congreso de Colombia (agosto 2 de 2004). Ley 905 de 2004, “promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. [En línea]. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html



GUIA DE AUTORES REVISTA DE INGENIERIAS INTERFACES
EDICIÓN 2018-1

Luz Yannid Cortez Gómez

Lubdy Vega Perez

Luz Amparo Reyes Cañas

Omar Oswaldo Bernal Cifuentes

Mary Alejandra Mendoza Pérez

Jennifer Andrea Peña Guio

Heder Alexander Sandoval Sanabria

Angélica Pérez Villamil

Eileen nathalie Tejada Vargas



EDICIÓN ANTERIOR

Contenido Revista de Ingenierías Interfaces Edición 2018, Vol. 1 (1):

Efectividad, de los programas de emprendimiento y generación de ingresos para la población víctima del desplazamiento forzado en el municipio de Arauca

Impacto del uso de las tecnologías de información y las comunicaciones en la gestión judicial de la Dirección Seccional de Administración Judicial de Cúcuta

Evaluación financiera ocasionada por la deserción estudiantil en la Universidad Libre Seccional Cúcuta

Propuesta de un sistema de gestión de la innovación y emprendimiento para el fomento de la integración y el trabajo en redes que impulsen el desarrollo tecnológico en Cúcuta y Norte de Santander

Plan estratégico de seguridad vial para la empresa P&R Ingenierías SAS en la ciudad de Arauca, Arauca