

FACTORES QUE INCIDEN EN EL TRANSPORTE DE FOLLAJE TIPO EXPORTACIÓN EN CACHIPAY, CUNDINAMARCA*

Fecha de recepción: 26 de febrero de 2018

Fecha de aceptación: 26 de marzo de 2018

Páginas: 146-153

Efren Eduardo Rojas Burgos**

Resumen

Hay un centenar de empresarios del campo que están dedicados al cultivo de follaje en Cachipay, Cundinamarca. Ellos colocan sus productos en los mercados, pero no cuentan con medios de transporte adecuados, ya que deben transportar el producto en vehículos que no son aptos para esta actividad. El objeto de este estudio, es evaluar los factores y tipos de transporte que influyen o impiden el óptimo desarrollo de los productores y que afectan directamente su economía. Para el desarrollo de la investigación se ha empleado una muestra no probabilística, conocida como intencional, de treinta personas clave encuestadas y una consulta documental. En los resultados preliminares se pudo establecer que hay en la zona aproximadamente 450 productores de los cuales el 80% no cuenta con transporte propio; escasamente el 5% tiene vehículos aptos para esta actividad. El ICA solo reporta treinta productores con registro fitosanitario.

Palabras clave: Follaje, fitosanitario, empresario del campo, transporte.

* Artículo de investigación.

** Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.
Correo electrónico: efren.rojas@uniminuto.edu

FACTORS THAT AFFECT THE TRANSPORT OF FOLIAGE FOR EXPORT IN CACHIPAY, CUNDINAMARCA

Abstract

There are a hundred entrepreneurs in the field dedicated to growing foliage in Cachipay, Cundinamarca. They offer their products in the market, but they lack the proper transportation means, since they have to carry the product in unsuitable vehicles for the activity. The purpose of this study is to evaluate the factors and types of transport that influence or prevent the optimal development of producers and that directly affect their economy. To carry out this research, we used a non-probability sample, known as “intentional,” of thirty key respondents and documentary consulting. Preliminary results determined that, in the area, there are approximately 450 producers, 80% of whom do not have their own means of transport; barely 5% have suitable vehicles for this activity. ICA only reports thirty producers with phytosanitary certification.

Key words: Foliage, plant, field entrepreneur, transportation.

FATORES QUE INCIDEM NO TRANSPORTE DE FOLHAGEM TIPO EXPORTAÇÃO EM CACHIPAY, CUNDINAMARCA

Resumo

Há uma centena de empresários do campo que dedicada ao cultivo de folhagem em Cachipay, Cundinamarca, Colômbia. Eles colocam seus produtos nos mercados, mas não contam com meios de transporte adequados, já que devem transportar o produto em veículos que não são aptos para esta atividade. O objeto deste estudo é avaliar os fatores e tipos de transporte que influenciam ou impedem o ótimo desenvolvimento dos produtores e que afetam diretamente sua economia. Para o desenvolvimento da pesquisa empregou-se uma mostra não probabilística, conhecida como intencional, de trinta pessoas chave entrevistadas e uma consulta documental. Nos resultados preliminares pôde ser estabelecido que há na zona aproximadamente 450 produtores dos quais 80% não conta com transporte próprio; apenas 5% tem veículos aptos para esta atividade. O ICA só informa trinta produtores com registro fitossanitário.

Palavras-chave: Folhagem, fitossanitário, empresário do campo, transporte.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El transporte es uno de los ejes fundamentales dentro de la cadena de suministros y por ende requiere se le dé la importancia necesaria en cualquier actividad económica. Este eslabón de la cadena como eje estratégico permite marcar diferenciales en el desarrollo de las empresas y los productores, puesto que mejora la efectividad de las operaciones reduciendo los recursos y optimizando el tiempo tanto de entregas como en la calidad del producto. En un mundo tan complejo que avanza a pasos agigantados, los empresarios del campo deben tener ventajas competitivas para mantenerse en los mercados, pero para ello necesitan el apoyo de las instituciones académicas y gubernamentales con el ánimo de que se les indique un camino distinto a lo que conocen, manteniéndolos al tanto en conocimientos como en recursos financieros de acuerdo con los que se manejan hoy en día.

Es preocupante ver como los productores tienen intención de materializar sus proyectos productivos, de asociarse, que tengan un pleno conocimiento del producto o servicio con respecto a su elaboración, que conozcan las características técnicas y condiciones de producción en cuanto a (cantidades de materia prima, insumos, materiales biotecnológicos, etc.) o que pretendan conformar un portafolio de servicios para la satisfacción del cliente, pero que por razones de desconocimiento frente al manejo logístico del transporte, bien sea, por falta de recursos para adquirir un vehículo dotado con las características que demanda la actividad o por la falta de recursos financieros para tercerizar la operación eficientemente, hace que se vea afectada drásticamente su rentabilidad puesto que deben venderle sus productos a intermediarios o lo que es más crítico aún, estos factores hacen que no se puedan llevar a la realidad emprendimientos que podrían generar un alto impacto social y económico en la región para tener empresarios exitosos o por lo menos sostenibles en el tiempo.

Lo anterior permite inferir que existen oportunidades para los empresarios y que un buen acompañamiento por parte del Estado y de las instituciones educativas mitigaría las problemáticas sociales y económicas existentes en la región.

El problema se genera debido que el 80% de los productores no cuentan con transporte propio por falta de recursos financieros y dependen de la intermediación comercial. Otra razón es que los productores no conocen el concepto de cadena de frío y en consecuencia no consideran importante que los vehículos cuenten con tales equipos o no les preocupa quién es su comprador ya que no existe fidelidad con respecto a los clientes intermediarios, con los que sostienen relaciones comerciales.

La investigación se realiza de manera exploratoria con el interés de responder a la pregunta ¿cuáles son los factores que inciden en el transporte de follaje cortado fresco tipo exportación en Cachipay, Cundinamarca y su situación actual? La pregunta planteada pretende determinar la relación existente entre las siguientes variables: 1) Factores que inciden en el transporte de flor y follaje tipo exportación, desarrollo, y productividad, 2) el impacto en el crecimiento y expansión de los productores. De igual manera, se harán aportes estadísticos sobre la problemática existente.

La investigación es conveniente puesto que involucra un renglón importante de la actividad económica arriba mencionada. Toma relevancia si tenemos en cuenta que Cachipay basa su economía en la explotación de follajes lo cual refleja su importancia en la región de acuerdo con los planes de desarrollo municipal donde se relaciona la floricultura como la principal actividad económica con un total de 526 fincas sembradas con un área de 204 hectáreas (Plan de Ordenamiento Municipal, 2015). El Plan de Desarrollo Municipal (2016) reporta que de esta actividad económica se beneficia el 72% de la población

y que este renglón tiene una participación del 42% del total de la economía municipal.

De acuerdo con los productores una hectárea cultivada genera cinco empleos directos; es decir que para las 204 hectáreas serían 1020 empleos directos. La importancia radica en que aproximadamente 4000 personas dependen de esta actividad. Esto justifica la investigación si tenemos en cuenta el impacto socioeconómico, ya que la población total del municipio según registros del plan municipal es de 12.000 habitantes.

Dependiendo de la especie los cultivos la densidad de siembra por hectárea es de 30.000 plantas y producen entre 1,5 y 2 tallos mes. En consecuencia, se estima que la producción mensual del municipio puede estar en 12 240 000 tallos, los cuales se emban en cajas de 400 tallos, lo que implica 30 600 cajas mes que debe ser transportadas en los diversos medios de transporte. Lo anterior demuestra la importancia que reviste el estudio para la región.

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

Factores que inciden en el transporte de flor y follaje

El transporte ha venido evolucionando de manera sistemática con los nuevos desarrollos tecnológicos a los cuales se les ha incorporado sistemas de ubicación satelital, radiofrecuencia, sistemas de ahorro en combustibles, catalizadores para reducción de gases contaminantes y sensores electrónicos que comunican oportunamente las fallas para sus reparaciones. En la actualidad se habla de transporte verde, entre otros avances tecnológicos. Se han adaptado las carrocerías de acuerdo con las mercancías. Pero en la zona, y en especial en esta actividad, no se observa un gran avance en la utilización de estas tecnologías puesto que los vehículos utilizados no son aptos para ello, el 80% del producto despachado se hace en equipos que no cumplen las condiciones fitosanitarias ni legales.

Se ha podido observar que los productores han comprendido que no siempre el poseer transporte propio es garantía de productividad puesto, que demanda una serie de costos que al no manejarse de manera adecuada se convierten en un problema de carácter económico, por lo tanto es importante que los empresarios conozcan otras alternativas como la tercerización, la cual debe ser realizada de manera técnica con empresas especializadas en este tipo de operaciones para que no dependan exclusivamente de los intermediarios.

De acuerdo con lo que se conoce en la zona de los 450 productores existentes, aproximadamente el 80% cuenta con vehículos que no son apropiados ni aptos por legislación para la actividad del transporte de flor y follaje ni cuentan con tecnología para esta, ya que no tienen los equipos de refrigeración necesarios ni el aislamiento térmico requerido para mantener la cadena de frío, tal como lo establece la normatividad colombiana. Lo mencionado altera drásticamente la calidad puesto que afecta la hidratación, el color y la vida útil del producto. La problemática se agudiza aún más cuando se observa resistencia al cambio.

Al indagar la razón del por qué no se utilizan otros medios o estrategias de transporte más eficientes para poder colocar sus productos de manera directa en las comercializadoras internacionales (CI), se obtiene la respuesta de que siempre ha funcionado así, lo que fortalece a los intermediarios y les permite continuar con su modelo de negocio sin tener en cuenta el concepto de responsabilidad social y sometiendo cada vez más al empresario del campo a las condiciones precarias en su calidad de vida. Esto demuestra que existe una barrera mental ampliamente limitante en razón a la conciencia en los productores que se han acostumbrado a realizar procesos logísticos incipientes sin pensar en un mejoramiento, puesto que consideran que es muy difícil cumplir con los requisitos que exigen

los clientes, por lo tanto, dejan el mercadeo a los intermediarios.

Esto es muy evidente ya que los empresarios utilizan vehículos como motocicletas, camionetas de doble cabina tradicionales, vehículos de transporte público de pasajeros como taxis, vehículos de servicio especial, automóviles particulares y camiones, entre otros. Aunque existen empresarios organizados, son muy pocos con respecto al grueso de personas dedicadas a esta actividad. Se ha podido establecer que existen diez empresas organizadas que cuentan con su propio transporte en condiciones óptimas, pero esto comparado con la cantidad de productores es equivalente al 2% del total de productores.

Lo anterior lo ratifica el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) de Mosquera, Cundinamarca, quien es la autoridad competente para esta región en materia fitosanitaria. Tal como lo certifica la entidad, solamente hay treinta productores con registro fitosanitario, equivalente al 6,6% del total de productores. La utilización de vehículos no aptos para esto hace que se incremente el riesgo de contaminaciones fungosas, la introducción de plagas y el deterioro por daño mecánico y manipulación, lo que genera devoluciones las cuales disminuyen su valor comercial porque el material se debe comercializar en el mercado nacional.

Dentro de la cadena, se ubican también los servicios de distribución ofrecidos por empresas de transporte como son: Cooperativa de Transportadores de Cachipay, (Cootranscachipay), Cooperativa de Transportadores de Anolaima (Cootrasan), Cooperativa de Servicios de Transporte (Servitacoop), son empresas dedicadas al transporte de servicio de pasajeros; sin embargo, transportan los productos. Otros actores son las camionetas y automóviles particulares que trasladan el follaje cortado desde y hacia los respectivos destinos. De igual forma, se utilizan camiones de carga tipo NPR con capacidad para 4,5 toneladas, sin refrigeración ni aislamiento.

Es importante considerar desde el punto de vista ambiental, que estos vehículos son altamente contaminantes por el estado en que se encuentran y no se percibe a corto plazo un cambio sustancial en este manejo, ya que los comercializadores no manifiestan inconformidades debido a que ellos no asumen riesgos cuando reciben el producto porque simplemente realizan la devolución al productor y desconocen o no les interesa el concepto de logística verde e inversa. Tampoco exigen el cumplimiento de la norma con respecto a la cadena de frío. En la región solo existe una unidad de tránsito a la cual le es imposible cubrir la zona con eficiencia y su control se complica debido a que gran parte del manejo es rural.

Evidentemente, el estado tiene mucha responsabilidad puesto que no se ha preocupado por tener políticas públicas claras como la capacitación, el acompañamiento técnico y el apoyo a la consecución de recursos económicos a través de entidades que financian proyectos productivos. Las instituciones de educación superior también deben ser partícipes de este proceso a través de la asesoría, el acompañamiento y la investigación para que sean los creadores y arquitectos de planes de negocios realizables y alcanzables, aprovechando la experticia y el conocimiento que los productores han acumulado a través del tiempo.

Con ello se pondría en evidencia la praxis y la responsabilidad social que tanto reclama la sociedad colombiana para que disminuya la brecha entre ricos y pobres o, por lo menos, para que mejoren las condiciones de muchos empresarios del campo teniendo una calidad de vida más digna y participativa en su entorno.

Las empresas que innoven, creen nuevas ideas de productos o servicios y desarrollen un proceso administrativo riguroso de (planeación, organización, dirección y control) con desarrollo sostenible son las que lograrán permanecer en el futuro. Este desarrollo deberá orientarse a tener el menor impacto posible desde el punto de vista ambiental, pero con un alto impacto social.

En el año (1803) el economista francés Jean Baptista Say dio a conocer la primera diferenciación entre los términos empresario y capitalista afirmando que:

El empresario es el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales, recursos humanos y recursos financieros) para constituir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos, la recuperación del capital que el emplea, de los gastos en que incurre y de la utilidad que busca, es el punto de apoyo (píbot) sobre el cual gira todo el negocio. (Baptista, 1803).

Es necesario tener en cuenta que para que el empresario sea exitoso “debe tener juicio, perseverancia y un conocimiento tan bueno del mundo como del negocio. Debe poseer el arte de la superintendencia y de la administración” (Fandiño, 2008).

Según Villegas (2001) en el contexto actual donde cada vez es más evidente la globalización y es mayor la demanda de productos y servicios, en razón al crecimiento de la población mundial, es necesario consolidar las organizaciones que sean capaces de responder a la exigencia de los mercados. Pero los procesos logísticos de estos entes requieren cuidado y responsabilidad teniendo en cuenta el marco legal, la tendencia económica de la respectiva actividad, la situación política del país y otros aspectos relevantes para que estas empresas puedan ser competitivas.

La investigación se forma desde el programa de Tecnología en logística empresarial de la Universidad Minuto de Dios, sede Cundinamarca, centro regional Madrid. El estudio nace al observar el uso de vehículos no aptos para la distribución física de follaje tipo exportación. Teniendo en cuenta que la distribución es un eslabón estratégico y que puede articular distintos actores, es fundamental que se lleven a cabo orientaciones puesto que existen vacíos conceptuales y de apoyo a los empresarios y emprendedores, que no permiten desarrollar sus ideas de negocio.

Si bien es cierto, los empresarios cuentan con la experiencia y la trayectoria para la producción de flores y follajes, es evidente que falta formación y educación tal como lo ratifica el Plan de desarrollo municipal (2015), el 45.8% de la población residente en Cachipay ha alcanzado el nivel de básica primaria; el 30.4% la secundaria; el 2.4% el nivel profesional y solo el 0,7% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La población residente sin ningún nivel educativo es del 11%. De igual forma, falta asesoría y acompañamiento para planificar y establecer procesos administrativos y logísticos adecuados y ajustados a la necesidad de cada ente económico. El desconocimiento hace que se pierdan posibilidades de crecer y ser protagonistas de proyectos exitosos. La falta de orientación hacia los factores mencionados son los que motivan este estudio.

En nuestro país se han creado programas que permiten el desarrollo empresarial e incentivos para la generación de nuevas empresas, pero se adolece de una política estatal que permita tomar proyectos en marcha, asesorarlos y apoyarlos para llevar a cabo acompañamiento y asesoría y mejorar lo existente. Instituciones como el SENA que realiza una labor de formación para el trabajo y las universidades que forman profesionales con capacidades técnicas y académicas no se han preocupado por poner en marcha estrategias que permitan tomar proyectos para consolidarlos y garantizar su continuidad. Así, Cala (2005) afirma:

Ampliar y financiar programas iniciados por el SENA y varias universidades, encaminadas a fomentar una cultura de emprendimiento y espíritu empresarial, que genere la formación de pequeñas empresas. Se debe identificar la asesoría, el acompañamiento y el entrenamiento a estas empresas. Una vez creadas estas empresas requieren apoyo y crédito, para su expansión. (p. 18).

Colombia se encuentra en un escenario propicio para motivar, capacitar y estructurar procesos innovadores y creativos de negocio. Es importante tener en cuenta que el país viene

de soportar crisis económicas, altas tasas de desempleo, conflicto armado, narco guerrilla y agudización de la pobreza. De acuerdo con las negociaciones de paz existe probabilidad de firmar la paz, lo que obliga al Estado y a las instituciones a apoyar los diversos procesos productivos y fortalecer los procesos logísticos como estrategia competitiva para que esto mitigue el desempleo, la pobreza y genere dinamismo en la economía.

El alcance de la investigación se encuentra enmarcado bajo el concepto de pequeños productores, microempresas y pymes dedicadas a la producción y comercialización de follajes en el entorno regional.

METODOLOGÍA

La metodología es investigación exploratoria como aproximación sobre la situación descrita anteriormente para poder obtener información general y características aproximadas. Se realizó una muestra intencional no probabilística. La población escogida son los productores de follaje tipo exportación en Cachipay, Cundinamarca. Para la investigación se tomó una muestra de treinta productores utilizando como instrumento encuestas a personas consideradas claves en la región objeto de estudio. Para evitar el mayor sesgo posible, se realizaron las encuestas eligiendo cinco pequeños productores, cinco empresarios productores de follaje, cinco transportadores, dos funcionarios de la unidad de asistencia técnica UMATA, tres ingenieros agrónomos, cinco técnicos agropecuarios y cinco intermediarios, la elección se realizó de tratando de incluir a todos los actores de la cadena involucrada. La metodología utilizada permitió simplificar ampliamente el estudio puesto que en el municipio hay gran cantidad de productores concentrados en dieciséis veredas de las veinticuatro con que cuenta el municipio.

RESULTADOS

Se ha podido establecer que actualmente existen 204 hectáreas cultivadas de las cuales

el 65% de los cultivos son de aproximadamente media (1/2) fanegada. En consecuencia, los productores no consideran importante tener vehículo propio de transporte.

La falta de conciencia y resistencia al cambio por parte de los productores para el desarrollo de mejores modelos productivos puesto que no existe conocimiento sobre la importancia de un eslabón de la cadena ya que el 85% de los productores no reconoce su importancia.

El 100% de los encuestados no conoce el concepto de logística inversa.

El 50% de los encuestados desconoce las posibles entidades que prestan apoyo para la consecución de ayudas gubernamentales y créditos de fomento.

El ICA tiene actualmente registrados 30 productores de 450 posibles existentes.

En general, se desconocen las posibilidades existentes para la consecución de recursos financieros a través de convocatorias o solicitud directa con líneas de fomento como pueden ser Fondo Emprender, Banco Agrario, Bancoldex, Fondo Biocomercio, Colciencias, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Comercio Exterior, gobernaciones, alcaldías, etc.

Así mismo, falta formación académica para la estructuración y estandarización de procesos logísticos y de producción que sería objeto de otro estudio como una segunda fase de esta investigación. Es allí donde el acompañamiento por parte de las universidades y el estado son fundamentales para la planeación, capacitación y el control de los procesos. Lo anterior debe hacerse no solamente desde el punto de vista de la asesoría, como lo hacen hoy varias instituciones, sino con un acompañamiento que permita consolidar la idea. Es importante fortalecer en los empresarios las labores de distribución física, ya que la experiencia y las indagaciones preliminares demuestran una debilidad marcada en este proceso ya sea por desconocimiento, por falta de recursos

financieros o por carencia de concientización para llevar a cabo dichas labores.

CONCLUSIONES

Los intermediarios no se preocupan en mejorar sus vehículos en razón que ellos no asumen riesgos de devoluciones ya que dichos riesgos los asume el productor.

No se avizora un panorama de cambio en las empresas transportistas, puesto que no existe un control riguroso de parte de las autoridades ni de las bouqueteras que reciben el producto.

Los productores no son conscientes de la importancia de mejorar los vehículos para evitar maltratos y averías que ocasionan disminución en sus ingresos.

El gobierno municipal debe intermediar para que los productores se unan y se asocien bajo figuras jurídicas que les permita acceder fácilmente a créditos de fomento, negociaciones

bajo economías de escala. Una gran alternativa es el sector solidario.

Con un proyecto adecuado por parte del gobierno que conciente a los productores para evitar la intermediación y dé a conocer la importancia de la tecnología y las ventajas que trae el colocar el producto de manera directa se lograría mejorar sensiblemente la calidad de vida de los productores.

REFERENCIAS

- Cala, A. (2005). Situación y necesidades de la pequeña y mediana empresa. *Difusión científica*, 17.
- Fandiño, L. (2008). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial y/o egresados de la pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de emprendimiento*. Colombia: Universidad Javeriana.
- Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. Caracas: Episteme.
- Villegas, R. V. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá: Pearson educación.