

Producción y comercialización de 12 PYMES de cuero y calzado legalmente inscritas en la Alcaldía Municipal de la ciudad de Estelí. 2009-2011

Jessica Rubenia Díaz Pastrana

La Pequeña y Mediana Empresa (PYME), es una forma de organización social y económica que realiza su actividad productiva de bienes y servicios en una escala reducida para un mercado abierto y específico, se caracterizan por tener continuidad básica.

La ciudad de Estelí también es conocida por su tradicional industria del cuero, ya que en la ciudad existen excelentes talabarteros elaboran todo tipo de aperos para bestias de montar. Monturas texanas, muy apetecidas por los hípicas, albardas, albardines, pecheras, fajas, jáquimas cabezales y todos los aperos que necesita un buen jinete para su bestia. Otros talabarteros se dedican a elaborar zapatos de baqueta.

En este artículo se presentan los principales resultados de un estudio que se realizó en 2011 y determina el comportamiento de la producción y comercialización de 12 PYMES de cuero y calzado inscritas legalmente en la Alcaldía Municipal de Estelí.

El estudio es de tipo cuantitativo, sus principales técnicas de recolección de datos fueron la encuesta y la entrevista semi-estructurada. Para realizar este estudio se contó con el apoyo de la Agencia de Promoción Económica (APROE) del municipio de Estelí. Este estudio le facilita información a Empresas estatales, instituciones Gubernamentales y no gubernamentales PYMES de cuero y calzado, para que conozcan su situación e impulsen acciones que contribuyan a mejorar su sistema de producción y comercialización. Así mismo, los datos obtenidos podrán utilizarse como fuente de información para la formulación de futuros proyectos que fomenten el desarrollo de las PYMES de cuero y calzado.

Las Pequeñas y Medianas Empresas en Nicaragua

En Nicaragua las microempresas poseen de 1 a 5 trabajadores. Son unidades económicas que pueden estar trabajando legal, ilegalmente, con capital de trabajo pequeño. Las microempresas de 1 trabajador representan el 61.86 % y la constituyen alrededor de 98,363 empresas. Las Microempresas de 2 a 5 trabajadores

representan el 31.27 % y están constituidas por 49718 empresas (INEC/MIFIC, 1998).

La pequeña empresa: como pequeña empresa son consideradas aquellas PYMES que cuentan de 6 a 20 trabajadores, representan el 2.85% y la constituyen 4,526 empresas¹ (INEC/MIFICGTZ; 1998).

La mediana empresa. Es la que posee de 21 a 100 trabajadores y está constituida por unas 712 empresas representa el 45%².

Las Pymes son el motor del crecimiento para muchos países, además de contribuir a la producción son fuentes importantes de trabajo, lo que contribuye a la reducción de la pobreza. Actualmente hablamos de apertura comercial en mercados mundiales que podrían implicar oportunidades para nuestras PYMES en Nicaragua, sin embargo para enfrentar este reto ¿Qué tan preparados estamos para competir? La cooperación internacional ha ejecutado diversas iniciativas orientadas a crear y fortalecer las condiciones competitivas de las PYMES.

Sin embargo, todavía persisten problemas de acceso a financiamiento, servicios de capacitación, de asistencia técnica, bajo niveles de organización gremiales a nivel nacional, mejora de productividad, la formalización y la operación de la empresa y exportación de sus productos.

En un entorno cada vez más globalizado, en el que la competencia puede llegar a cualquier lugar del mundo, las pequeñas y medianas empresa podrían competir si se desarrollan programas que aseguren el aumento de la competitividad. El enfoque de estos programas debe ser un elemento clave como la innovación, el acceso a la información y tecnología de comunicación, acceso a financiamiento para que mejoren la productividad y la calidad, la reducción de costos, las redes comerciales y el acceso a nuevos mercados.

Nicaragua todavía tiene un desarrollo muy bajo y un extendido nivel de pobreza. La economía del país es pequeña y está

* Artículo presentado en la XV edición de JUDC. Estelí, 2011. Autora: Jessica Rubenia Díaz Pastrana. Tutora: Beverly Castillo Herrera. e-mail: nicabachatera@yahoo.com

¹ - INEC/MIFIC (1998). Directorio económico urbano. Nicaragua.

² - Ídem pág.9

orientada principalmente a la producción de rubros tradicionales con bajo valor agregado, con un componente de economía informal relativamente alto. El esfuerzo exportador es importante pero todavía es bajo y está concentrado en un número reducido de sectores productivos.

Enfrentar los desafíos de la apertura comercial requiere construir un entorno competitivo, que impulse un desarrollo empresarial sostenido a nivel de los territorios, de tal manera que podamos aprovechar los tratados de libre comercio como el CAFTA o el ALBA. Pero este es un esfuerzo que debe ser asumido por todos los nicaragüenses, el gobierno, con sus posibilidades de financiamiento y asistencia técnica, y las universidades apoyando con sus centros de investigación y desarrollo.

Las PYMES en Estelí³

La PYMES en Estelí son micro, pequeñas y medianas empresas que son un agente económico productivo con un enorme potencial para el crecimiento y desarrollo de la población.

El capital humano es un factor clave para el desarrollo de una empresa, por esta razón los empresarios expresan su preocupación alrededor de la capacitación de ellos mismos y de sus trabajadores, una capacitación adecuada a sus necesidades y relacionadas al aspecto técnico propios de actividades productivas.

Un personal debidamente calificado incrementaría de manera satisfactoria los niveles de productividad de la empresa y mejorar la calidad del producto final. Los productos son comercializados en un 78 % a nivel local, ya que con la actual condición de la empresas locales no se ha cumplido con los estándares de calidad y volúmenes de producción que demandan los mercados nacionales e internacionales.

Los empresarios del municipio manifiestan los problemas que le impiden aumentar sus volúmenes de producción y por ende lograr una eficiente comercialización de sus productos, entre ellos están los altos costos de la materia prima que incrementa el precio del producto final. Otro problema es la actual saturación de la oferta que existe en el mercado que ha provocado que los precios de los productos bajen y los empresarios busquen diversas estrategias de colocación en un mercado con muchos oferentes.

La recesión del económica del país no ha permitido el crecimiento en las empresas en su mayoría se mantienen en nivel de subsistencia, los empresarios no cuentan con conocimientos necesarios en cuanto a mercadeo se refiere, lo que les permi-

te mejorar sus mecanismos de competencia aun con los productos de contrabando introducidos al país. Es obvio que en muchos casos los microempresarios no hacen un estudio de mercado.

A nivel local no existe una organización que y/o institución que promueva y fomente como sector a los empresarios que se dedican a la transformación, existen algunas organizaciones gremiales que intentan de alguna manera resolver la problemática de su gremio, pero los esfuerzos de estas organizaciones se dan de manera aislada sin coordinación interorganizacional que les permita como sector formular estrategias de desarrollo para el sector de la micro y pequeña industria.

El empresario esteliano prefiere la acción individual, es casi nula la cultura de asociatividad para hacer negocios, generalmente esto obedece a un bajo nivel de motivación y de no reconocer que la alianza y los esquemas de acción conjunta pueden elevar la eficiencia.

Características de las PYMES de cuero y calzado de la ciudad de Estelí

Las 12 PYMES encuestadas en este estudio, utilizan máquina de coser y herramientas artesanales como: punzones, tenaza, martillo, caladores, lezna, cincel, cuchillas, y moldes. El 58% de los talleres dijo tener: hormas y motores para lijar. Mientras 4 de cada 10 talleres tiene burritos y puntero. Los insumos utilizados por las 12 PYMES encuestadas están en dependencia de la demanda y los productos que se elaboran. Todos utilizan cuero, pegamento, hilos y clavos; un 75% hebillas y zíper; el 58% usan vaquetas, lonas y tachuelas, almidón y ojetes. Los demás accesorios lo utilizan el 42% de los encuestados, tales como: broches, banda de cerdo, estribos, adornos acerados argollas de bronce y machitos.

Todos los propietarios afirmaron que sus proveedores de materia prima, principalmente del cuero, provienen de Guatemala y Honduras, ya que estos cumplen con los estándares de calidad. El 42% adquieren materia prima en el mercado nacional. Un empresario afirma: "En Nicaragua procesan cuero pero no es de buena calidad porque viene con rayones y cicatrices de picaduras" (Samuel López, propietario calzado SAMLOP)

En relación al número de trabajadores, cuatro de ellas tienen 6, 7, 10 y 12 trabajadores cada una. El resto de PYMES, se ubica en un rango de 2 a 5 trabajadores. Estas empresas solamente aumentan su planilla temporalmente en Agosto (Feria Expica) y Noviembre-Diciembre por las Fiestas Hípicas.

³ - Fuentes Gonzales, Ilcia Esther; y Calderón Arauz, Luz Marina (Sf). Proyecto Crisol sobre Talabartería Galaxia. UNAN-FAREM-Estelí. Estelí, Nicaragua. Pág. 37-38.

El 83% fabrica fajas porque tienen un bajo costo de producción y tiempo mínimo para su elaboración, el 67% produce calzado porque los costos son más elevados, el 42% fabrica monturas, un 33% albardas y el 8% elabora billeteras. El 83% de la PYMES realizan el control de calidad a lo largo del proceso productivo mientras que 2 (17%) lo hacen al final del proceso productivo.

El 75% afirma que su principal problema es la materia prima. El 33% afirma que se debe al limitado abastecimiento a nivel nacional y tienen que importarla, otro 33% dijo que no encuentran materia prima de calidad, y un 25% afirmó que no hay variedad de colores de cuero y esto les impide cumplir con la demanda de sus clientes.

De las doce Pymes encuestadas en ninguna tienen puestos administrativos, ni de ventas, ya que empíricamente se llevan controles y en su mayoría por el dueño. Escasamente el 25% afirmó que llevan un libro de control de entradas y salidas de efectivo. Un empresario explica: "Llevo un registro, pero es de forma manual en un cuaderno, solamente para llevar un control de lo que vendo". Todos los propietarios de las PYMES de cuero y calzado en Estelí comercializan sus productos de forma directa para ofrecer buenos precios a sus clientes. El 92% comercializa en el mercado nacional y un 67% afirmó que su mercado es internacional porque sus clientes son personas naturales que viven en Honduras, Guatemala, Costa Rica, y Estados Unidos, y que les compran el producto para su consumo. Un empresario afirma: "Yo tengo clientes de varios países que vienen a mi taller a comprarme y los prefieren por ser productos artesanales y de buena calidad".

El 67% de los clientes internacionales exigen un buen diseño y calidad del acabado, y un 25% grosor de la suela y uniformidad de color. El 58% de los encuestados afirmaron que tienen su propia marca, con lo cual su producto se distingue de los demás y contribuye a propagandizar su producto. Los productos con mayor margen de utilidad son las fajas (100%), billeteras y cartucheras (70%), zapatos (58%), monturas (29.4%) y albardas (28.6%).

Principales fortalezas y debilidades de las PYMES de cuero y calzado

A partir de este estudio, se identificaron las principales fortalezas de las PYMES de cuero y calzado de la ciudad de Estelí, y son: Los productos de cuero y calzado son demandados por el mercado nacional e internacional; Experiencia en más de diez años en la elaboración de los productos; La calidad de los productos de cuero y calzado es garantizada; El local del negocio es propio y está ubicado en un lugar central.

Con respecto a las principales debilidades de éstas PYMES están: la poca visión empresarial que les permita tomar retos de financiamiento e inversión en maquinaria y aumento de la producción; los locales son pequeños y mal organizados; se carecen de registros contables; la mayoría de las empresas necesitan establecer una marca y no se invierte en publicidad.

Considerando esta situación, en este estudio se propone una estrategia para mejorar la comercialización que incluye los siguientes aspectos:

1. Establecer registros contables para controlar los recursos de manera eficiente y eficaz.
2. Desarrollar nuevas estrategias de comercialización que le permitan ampliar su demanda a otros segmentos de mercado.
3. Formular un plan de inversión y financiamiento (maquinaria, equipos e infraestructura) para estimular el crecimiento de las PYMES de cuero y calzado

El sector cuero y calzado en la ciudad de Estelí funciona de manera artesanal lo cual impide su desarrollo, los tomadores de decisiones y promotores económicos deben atender con prontitud a estas PYMES, de lo contrario su futuro es muy incierto.

Bibliografía

- Arauz Garay, Ana Jacoba; y Pérez Mejía, Ana Lucia: Proyecto Crisol Calzado Arauz. UNAN-FAREM-Estelí. Estelí, Nicaragua.
- Betanco, Juan Alberto (2007). La competencia de las PYMES en Las Segovias. Nicaragua. Sitio web: www.monografias.com.
- Borisob. Diccionario de la economía política. Sitio web: www.eumed.net.
- Docre. (Sf). Documentos de la FAO. Sitio web: www.fao.gov.
- Fuentes Gonzales, Ilcia Esther; y Calderón Arauz, Luz Marina. Proyecto Crisol sobre Talabartería Galaxia. UNAN-FAREM-Estelí. Estelí, Nicaragua.
- NEC/MIFIC (1998). Directorio económico urbano. Nicaragua.
- Instituto de Fomento de la Mediana y Pequeña Empresa. Sitio web: www.infomipyme.com.
- Jacobson, Lyle (1995). Tipos de costos. Ediciones Macchi. Sitio web: www.infomipyme.com.
- Main. La Producción Artesanal. Sitio web: www.mitecnologico.com
- Sitio web: www.taiwantrade.com.tw