

Causas que impiden la apertura de mercados internacionales en la pymes de calzado de Cúcuta

Causes that prevent the opening of international markets in the pymes Cúcuta's footwear

Aguirre Rincón Esdras David¹
Becerra Perdomo Alexis Jhorjan²
Pérez Torres Ana Karina³
Karla Yohana Sánchez Mojica⁴

RESUMEN

El presente artículo dará a conocer las causas que impiden la apertura de mercados internacionales en la pymes de calzado de Cúcuta. La metodología usada en el desarrollo de la investigación fue de tipo cualitativo y cuantitativo, esto es debido a que se pretende identificar las causas y la realidad de las pymes desde un aspecto de observación de sus relaciones y comportamientos internos; de igual forma se busca establecer la descripción a partir de las estadísticas de exportación de las diferentes regiones que producen calzado y los países importadores del mismo. Se encontró que las pymes han sido administradas por sus dueños, quienes han asumido durante la existencia de estas un sinnúmero de cargos que van desde operarios hasta gerente, lo cual ha impedido que las empresas le den la suficiente importancia al desarrollo productivo de cada una de las áreas funcionales de una organización, ya que su principal meta está relacionada con superar el diario vivir y no la creación de estrategias dirigidas hacia la apertura de nuevos mercados. Se concluye que debido al poco conocimiento que poseen acerca de la importancia que tiene el fortalecer las estructuras tanto organizativas, productivas y comerciales, las pymes se encuentren poco preparadas para afrontar los nuevos retos de la competencia y del mercado.

Palabras Clave: Apertura, Calzado, Causas, Internacionales, Mercados.

ABSTRACT

This article will reveal the causes that prevent the opening of international markets in Cúcuta footwear SMEs. The methodology used in the development of the research was qualitative and quantitative, this is because it seeks to identify the causes and reality of SMEs from an aspect of observation of their relationships and internal behaviors; In the same way it is sought to establish the description based on the export statistics of the different regions that produce footwear and the countries that import it. It was found that SMEs have been managed by their owners, who have assumed during the existence of these a myriad of positions ranging from operators to manager, which has prevented companies from giving enough importance to the productive development of each one of them. The functional areas of an organization, since its main goal is related to overcoming daily living and not creating strategies aimed at opening new markets. It is concluded that due to the lack of knowledge about the importance of strengthening the organizational, productive and commercial structures, SMEs are little prepared to face the new challenges of competition and the market.

Keywords: Opening, Footwear, Causes, International, Markets.

1. Estudiante Tecnología en Gestión de Negocios Internacionales. Ed.aguirre@fesc.edu.co
2. Estudiante Tecnología en Gestión de Negocios Internacionales. Aj.becerra@fesc.edu.co
3. Estudiante Tecnología en Gestión de Negocios Internacionales. ak.prerez@fesc.edu.co
4. Docente FESC Investigaciones@fesc.edu.co

1. INTRODUCCIÓN

Las pymes de calzado son un sector clave para el desarrollo de Cúcuta, sin embargo se ha venido operando de una manera muy artesanal en las fábricas ubicadas en la ciudad, al tener otra perspectiva de negocio desde la academia, podrían explotar grandemente el potencial que tienen, y no solo para mejorar la competencia nacional, sino para aprovechar las oportunidades que se encuentran en el extranjero. De igual manera las cadenas de almacenes no tienen claro su gestión como empresa y llegan hasta tener una competencia desleal debido a su poder de mercado y son así muchas las pequeñas nuevas empresas que no logran surgir por esta situación. Debido a esa desorganización del sector, son muchas las empresas de calzado (en especial las fábricas), las que tienen que cerrar sus instalaciones puesto que por falta de recursos para costear su producto o no manejar buenas prácticas de fabricación se ven obligadas a cesar sus funciones.

Esta investigación puede servir como herramienta para que muchas de las empresas de la ciudad de Cúcuta logren perdurar en el tiempo, trabajando de una manera eficaz y eficiente atendiendo a las necesidades del mercado, y en donde con una buena gestión empresarial se pueda potencializar el desarrollo de este sector en el país.

1.1 Descripción Del Problema

El calzado es un importante sector de la economía colombiana, aportando desarrollo, empleo, crecimiento y bienestar social. A rasgos generales se puede dividir el sector según el precio del producto entre calzado económico, medio y de alta gama. Actualmente el sector enfrenta dificultades como la entrada de producto chino, que además de ser más económico, entra por medio de contrabando, evadiendo impuestos, con lo que sus precios pueden ser aún más competitivos.

En la ciudad de Cúcuta este sector es considerado

como uno del más importante de la economía local, por la cantidad de empresas, la mano de obra y el volumen de producción que maneja.

Se estima que en la ciudad de Cúcuta existen alrededor de 2.000 unidades productivas de calzado, con una capacidad de producción en temporada de 960.000 pares de zapatos, que generan alrededor de 28.000 empleos. Pero luego del cierre de frontera que inició el presidente Maduro y “pese a que Venezuela cerró la brecha exportadora con la no asignación de dólares a los empresarios importadores de calzado en esa nación, se cree que un 10 por ciento del producto cucuteño aún se distribuye en ese territorio” (El Tiempo, 2015).

Las ventas del sector comercial de artículos de cuero y calzado, retrocedieron en -3.5%, como consecuencia de la caída en las compras de los hogares afectados por la desaceleración económica, el incremento de la tasa de interés y al cierre de establecimientos. Sin embargo, el mercado colombiano de estos productos sigue siendo de gran tamaño: 3,7 billones de pesos al cierre de 2016, por lo que hay un espacio muy importante para que la industria nacional recupere una mayor participación en el mercado (Banco de la República, 10 de 2012).

Lo que se busca con esta investigación es identificar las causas que no le permiten a las pymes de Cúcuta realizar apertura de nuevos mercados internacionales y de esta forma lograr que las empresas surjan nuevamente, aumentar el nivel de exportaciones lo que a su vez incrementaría el PIB del país y se lograrían grandes beneficios para sus habitantes.

1.2 Antecedentes

1.2.1 Cooperación e integración en la gestión de la cadena de suministros en pymes del calzado en la ciudad de Bogotá

El artículo sintetiza los resultados de la investigación Grados de cooperación e integración en

la gestión de la cadena de suministros para las Pymes del calzado en El Restrepo en Bogotá. El objetivo se centró en estudiar las intensidades de la integración y la cooperación productivo empresarial asociadas a la fabricación y comercialización de calzado. Se desagrega el documento en la problematización; seguido de los asuntos de articulación entre método/metodología; el análisis de los resultados y las conclusiones. Se asumió un método cuantitativo/cualitativo, a partir de abordar las Pymes desde los planos racional económico, socio-psico-cultural y sistémico-complejo. Para ello se adoptó un enfoque teórico desde la propuesta de los sistemas sociales y de la teoría empresarial de cadena de suministro y de gestión de la cadena de suministro. Se determinó como resultado del trabajo la existencia de una débil cadena de integración en la aglomeración, lo que conlleva bajos niveles de competitividad para afrontar los cambios del mercado en un contexto de globalización económica (Alvarez, 2015).

1.2.2 Un caso de gestión de la comunicación y la información en la pyme manufacturera de Calzado Chiquitines

El presente caso muestra los resultados obtenidos en una PyMES manufacturera de calzado, a la cual se le aplicó la matriz del Modelo de Modernización de Gestión de las Organización (MMGO) desarrollado por el Grupo PyMES de la Universidad EAN. Dado que el modelo contempla diferentes factores, es de aclarar que el presente caso se centra en el análisis de los resultados del factor comunicación e información. Sin embargo, los datos obtenidos en los otros factores se toman de base como contextualización de la PyMES para entender mejor el contexto general que esta afronta.

Entonces, el caso muestra los resultados obtenidos de la matriz MMGO, mientras que la historia de la empresa y las situaciones específicas, son producto de las generalidades presentes en las Pymes que fueron objeto de un estudio piloto

realizado, Rodríguez (2004) a 12 Pymes manufactureras de calzado. Esto con el fin de mantener el anonimato de la empresa evaluada, de la cual no se cuenta con el aval para presentar su información por considerarla de carácter privado (Bustos, Cuevas y Panqueva, 2010).

1.2.3 Realidad de la capacitación y sus necesidades en los gerentes de producción del sector del calzado, cuero y sus manufacturas del área metropolitana de Cúcuta (Colombia).

La investigación identificó la realidad de la capacitación y sus necesidades en los gerentes de producción del sector industrial de calzado, cuero y sus manufacturas en el área metropolitana de Cúcuta. El estudio se abordó mediante la aplicación de un cuestionario validado y confiable que determinó un perfil actual en habilidades gerenciales para 20 gerentes de producción del sector. Las áreas con mayor capacitación recibida fueron: manejo de inventarios, técnicas de supervisión, mejoramiento de la calidad del producto y diseño de nuevos productos. Las modalidades de capacitación más utilizadas son las conferencias, seminarios y los cursos cortos, y las instituciones en las que se apoyan son consultoras externas y otras instituciones públicas o privadas. El perfil actual permitió identificar necesidades de capacitación en las habilidades técnicas de planificación, programación, control de la producción y control de inventarios por medio de herramientas informáticas. Las habilidades humanas incluyen el desarrollo de capacidades de trabajo en equipo, negociación, liderazgo y manejo de herramientas informáticas para asegurar una comunicación efectiva. Finalmente, en las habilidades conceptuales se requiere el manejo de métodos para recolectar información (Caicedo, 2013).

1.2.4 Acumulación de conocimiento, innovación y competitividad en aglomeraciones empresariales

Este documento es producto de una investigación

realizada en la industria del cuero, calzado y afines en Bogotá D.C, y busca describir las dinámicas de acumulación de conocimiento, innovación y competitividad en la concentración empresarial ubicada en el Barrio Restrepo. A partir de la revisión de literatura que da cuenta de estudios realizados tanto en países de la región como en algunos países desarrollados, de la información obtenida en entrevistas realizadas a los representantes de las asociaciones de la aglomeración y de la aplicación de encuestas a un grupo de empresarios pertenecientes a la misma, se encontró que contrario a lo que tradicionalmente se cree, ésta no ostenta la calidad de cluster maduro, dado que existen diferentes factores que inciden en la eficiencia colectiva y que afectan las dinámicas de acumulación de conocimiento, innovación y competitividad de la concentración de empresas. Dichos factores están asociados especialmente a la cultura de los empresarios, a las características propias de la actividad económica y a condiciones políticas, sociales, económicas e institucionales del entorno (Morales, Sanabria y Arias, 2010).

1.2.5 Identificación De Etapas Y Materiales De Mayor Impacto En El Ciclo De Vida Del Calzado

La repercusión de los impactos al medio ambiente ocasionado por la actividad humana, afecta a todas las actividades productivas y comerciales que sustentan el día a día. Los productos de consumo masivo como el calzado, provocan grandes impactos de acuerdo a los materiales y procesos usados para su fabricación. Este trabajo de revisión y análisis, tiene por objetivo conocer cuáles son las etapas y materiales que provocan mayores impactos al medio ambiente, centrado en el calzado de piel. Los resultados demuestran que distintos autores llegan a resultados similares en cuanto a etapas y materiales de mayor impacto. Lo cual permite tomar medidas para revertir esta situación, así como canalizar los esfuerzos de investigación en los procesos de curtido (Pacheco, Collado y Capuz, 2015).

2. METODOLOGÍA

2.1 Enfoque

El enfoque de la investigación para el desarrollo del presente documento es de tipo tanto cualitativo como cuantitativo, esto es debido a que se pretende identificar las causas y la realidad de empresas de Calzado desde un aspecto de observación de sus relaciones y comportamientos internos lo que llevaría a entender como un estudio cualitativo; pero de igual forma se busca establecer la descripción a partir de las estadísticas de exportación de las diferentes regiones que producen calzado y los países importadores del mismo lo cual hace que este documento posea un componente cuantitativo.

2.2 Alcance

El presente trabajo corresponde a un tipo de investigación descriptiva y explicativa ya que se pretende identificar, analizar e interpretar las causas que impiden la apertura de nuevos mercados internacionales en las Pymes de calzado de la ciudad de Cúcuta.

2.3 Diseño

El presente trabajo corresponde con las características de un diseño de investigación no experimental. Este tipo de diseños “puede definirse como una investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que se hace es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”

2.4 Técnicas de investigación

Tabla 1

Técnicas de Investigación

Objetivo Específico	Técnica	Instrumento	Población Objetivo
Identificar cuáles son las Pymes de calzado de Cúcuta.	Documental.	Software / Pro-Export	Dian / Cámara de comercio
Identificar las causas que impiden la apertura de mercados de las Pymes de calzado de Cúcuta.	Encuesta.	Listado de preguntas.	Pymes
Seleccionar los mercados internacionales a los cuales se pueden abrir las Pymes de calzado de Cúcuta.	Documental.	Software / Pro-Export	Dian / Cámara de comercio

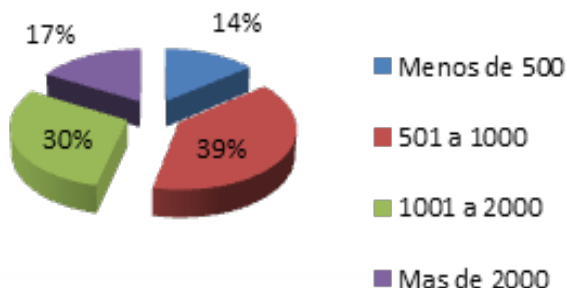
3. Resultados

Tras realizar el estudio y análisis correspondientes a los datos estadísticos referentes a las causas que impiden la apertura de mercados internacionales en la encuesta realizada a las pymes de calzado presentes en la ciudad, aplicando el cuestionario descrito en este proyecto, se han obtenido los siguientes resultados:

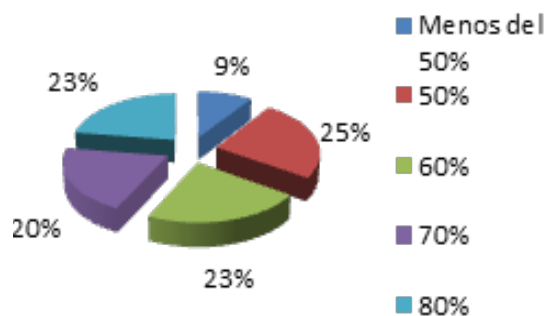
Ilustración 1

Capacidad de pymes de calzado

1. ¿Cuál es la capacidad instalada mensual por unidades?



2. ¿Cuál es la capacidad de producción utilizada mensualmente en porcentaje?

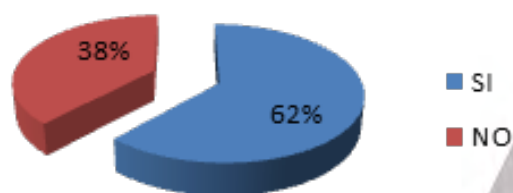


En las gráficas anteriores (Ilustración 1) se puede observar que el 39% de pymes industriales de calzado no producen más de 1000 pares de zapatos mensuales y solo un 17% producen más de 2000 pares, lo cual hace pensar que estas no cuentan con la capacidad exportadora que se requiere para abrir mercados internacionales, ya que más del 50% de estas tienen ya comprometido de un 50% a 80% su capacidad de producción, lo que solo deja lugar a un 20% y 30% para atender dichos mercados.

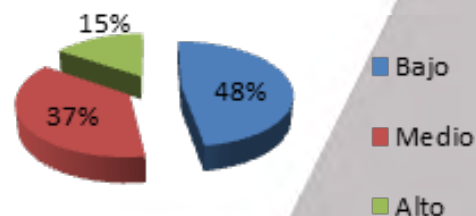
Ilustración 2

Conocimientos

3. ¿Pertenece a algún tipo de asociación?



13. ¿Qué tanto conocimiento tiene acerca de los países a los cuales puede exportar?



Con relación a las preguntas 3 y 13 (Ilustración 2) se puede observar que no importa pertenecer a una asociación para obtener conocimiento sobre a qué países exportar ya que el 62% de las empresas encuestadas pertenecen a una asociación, pero en la gráfica 13 muestra que el 48% de estas empresas tienen un conocimiento bajo acerca de los países a los cuales se pueden exportar, demostrando que las pymes de Cúcuta tienen poco mercado a los cuales pueden exportar.

Ilustración 3
Logros de La Pymes



Al observar las Preguntas 4 y 5 (Ilustración 3) se puede evidenciar que al momento que una empresa empieza a obtener sus certificados de calidad también da capacitación a sus empleados arrojando unos resultados muy similares en ambos resultados entre un 40% en la pregunta 4 y 43% en la pregunta 5.

Ilustración 4
Medios Publicitarios

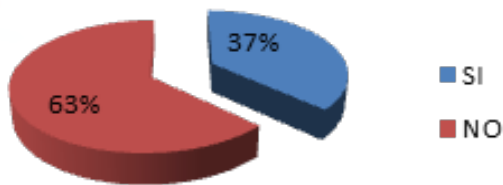


En relación a la Ilustración 4, respecto a las preguntas 6 y 7 se observa que el 52% de las Pymes no cuentan con una página web, pero si tienen otros medios de comunicación que le permitan llegar al cliente, con el fin de posibilitar su portafolio de servicios.

Ilustración 5.
Destino de Utilidades



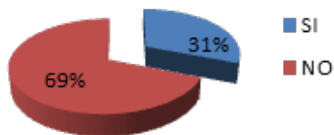
9. ¿Destinan utilidades para reinvertir en tecnología?



Con relación a las preguntas 8 y 9 (ver Ilustración 5), se observa que el 54% de las Pymes intervienen en la expansión de las empresas mientras que el 63% de las Pymes no reinvierten en tecnología, imposibilitando la economía escala.

Ilustración 6
Estado de las Pymes

10. ¿Actualmente la empresa exporta?



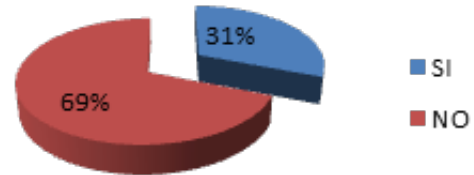
11. ¿Qué razones le impiden abrir mercados internacionales?



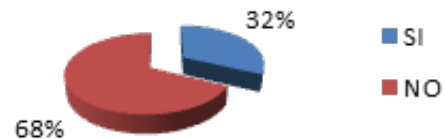
El 69% de las empresas encuestadas no exportan actualmente, argumentando que sus principales obstáculos son los altos costos para producir ya que no cuentan con una cadena de valor completa en este sector y esto hace que la materia prima sea costosa y por ende el producto final, de igual forma otro obstáculo es la gran competencia a nivel mundial, con costos muy por debajo del local.

Ilustración 7
Planes Exportadores

10. ¿Actualmente la empresa exporta?



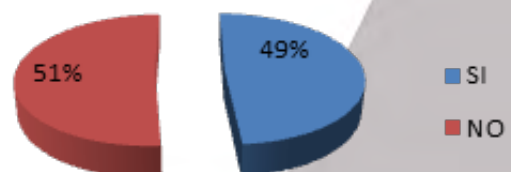
12. ¿Han elaborado o cuentan con un plan exportador?



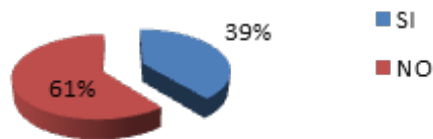
De las 84 empresas encuestadas el 31% exporta y en 32% tiene plan de exportación actualmente, y el restante deben trabajar en ello ya que para lograr obtener un plan de exportación y poder hacer real deben ampliar la capacidad instalada y de producción, al igual que invertir en una herramienta que les permita dar conocer sus productos.

Ilustración 8
Conocimiento De Ayudas Del Estado

14. ¿Tiene conocimiento sobre las ayudas que brinda el estado para las Pymes del departamento y el país?



15. ¿Tiene conocimiento acerca de la asesoría y capacitación que brinda procolombia a las Pymes de la región?



Con relación a la gráfica de las preguntas 14 y 15 se observa que una parte de las Pymes de la ciudad de Cúcuta aprovecha las asesorías y capacitaciones que brinda el gobierno y pro-Colombia (Pro-Export) y la otra parte de las Pymes no responden a las invitaciones realizadas por el gobierno perjudicando su propia empresa, para realizar aperturas de mercados internacionales.

4. CONCLUSIONES

Las pymes del sector calzado de la ciudad de Cúcuta en su mayoría están siendo administradas por sus dueños, quienes han asumido durante la existencia de estas un sinnúmero de cargos que van desde operarios hasta gerente, lo que no ha sido favorable, pues impiden que las empresas le den la suficiente importancia al desarrollo productivo de cada una de las áreas funcionales de una organización, lo cual se pudo observar en la entrevista realizada pudiendo conocer el nivel de estudio (Bachilleres) de cada uno de los empresarios del sector. Por tanto, es necesario que las universidades y la academia en general brinden a estos la oportunidad de acceder a capacitaciones, cursos y asesorías orientadas hacia sus necesidades, de modo que los empresarios fortalezcan sus conocimientos empíricos y puedan utilizar herramientas que permitan el arranque del sector hacia niveles de productividad y desarrollo cada vez mejores.

Algunos aspectos críticos que aquejan a las pymes del sector es la poca proyección hacia el futuro,

pues para la mayoría de las empresas su principal meta está relacionada con superar el diario vivir y no la creación de estrategias dirigidas hacia la apertura de nuevos mercados; lo cual se debe al poco conocimiento que poseen acerca de la importancia que tiene el fortalecer sus estructuras tanto organizativas, productivas y comerciales.

Con relación a los resultados obtenidos se evidencia que a pesar de que los empresarios son conscientes de los factores internos y externos que los limitan o perjudican, no demuestran el interés suficiente por desarrollar actividades y estrategias que contribuyan a fortalecer dichos factores. Las debilidades existentes en los factores internos como la falta de mejoras en los procesos y productos, la falta de gestión, la ausencia de sistemas de información, las dificultades para adquirir tecnologías y financiamiento, entre otros, reflejan la poca consolidación organizativa como financiera que tienen las pymes del sector, lo cual hace más difícil que las empresas pymes se preparen para afrontar los nuevos retos de la competencia y del mercado.

Se logró identificar que existe una gran debilidad en cuanto a la planeación y organización en el sector de calzado de las pymes de Cúcuta, por lo cual no poseen las bases para entrar a asumir otras actividades relacionadas con la investigación y desarrollo, innovación tecnológica, mejoras en los procesos entre otras y a afrontar los retos impuestos por fenómenos que se presentan a nivel mundial como la globalización, apertura económica, TLC y otros tratados que requieren que el sector tenga una mayor capacidad productiva, recurso humano altamente calificado, solidez financiera, y desarrollo tecnológico para así mantenerse vigente en el mercado para lo cual debe existir cooperación entre las pymes y el medio.

5. REFERENCIAS

Álvarez, N. y Trujillo, J. (2015). Cooperación e integración en la gestión de la cadena de su-

ministros en pymes del calzado en la ciudad de Bogotá. *Dimensión Empresarial*, 13(1), 147-164. doi: <https://dx.doi.org/10.15665/rde.v13i1.343>

El Tiempo. (19 de 03 de 2015). Zapateros de Cúcuta en la reconquista del mercado nacional. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15425904>

Banco de la Republica. (10 de 2012). Banco de la Republica. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/icer/2011/nortedesantander_icer__11.pdf

Bustos, M. Cuevas, A. C. y Panqueva, M. C. (2010). Un caso de gestión de la comunicación y la información en la pyme manufacturera de calzado chiquitines. *Revista EAN*, (69), 168-175. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602010000200011&lng=es&tlng=es

Caicedo, A. J. (2013). Realidad de la capacitación y sus necesidades en los gerentes de producción del sector del calzado, cuero y sus manufacturas del Área Metropolitana de Cúcuta (Colombia). *AD-minister*, (23), 151-166. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-02792013000200008&lng=es&tlng=es

Morales, M. E., Sanabria, S. E. y Arias, M. A. (2010). Acumulación de conocimiento, innovación y competitividad en aglomeraciones empresariales. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 18(2), 19-53. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052010000200003&lng=es&tlng=es

Pacheco, B., Collado, D. y Capuz, S. (2015). Identificación de etapas y materiales de mayor impacto en el ciclo de vida del calzado. *DYNA*, 82(189), 134-141. doi: <https://dx.doi.org/10.15446/dyna.v82n189.42575>