



Enrique Zamora, Director de LAFISE y promotor de turismo

Un empresario fuera de lo común

Siempre tiene tiempo para la gente, y para los medios de comunicación a cualquier hora del día

Amparo Aguilera | Especiales

Don Enrique Zamora Llanes cuenta que al igual que años atrás, “frecuentemente” va a misa con su familia. “Es importante tener a Dios en nuestras vidas”, remarca LISANDRO ROQUE / END, Es productor, exportador, líder empresarial, promotor del turismo nacional, director corporativo de Agropecuaria LAFISE, del Grupo LAFISE; ingeniero; impulsor, junto a sus hermanos, de causas sociales como la Fundación Zamora Terán, enfocada en la educación digital en escuelas pobres del país.

Además, está vinculado a cámaras binacionales empresariales y a misiones relacionadas a dinamizar el comercio. También destina tiempo para visitar y atender las necesidades sociales de las comunidades donde el Grupo LAFISE tiene presencia.

Aparte de eso, es un padre y esposo “ejemplar”, según sus allegados. Siempre tiene tiempo para la gente, y para los medios de comunicación a cualquier hora del día. ¿Cómo lo hace? Bueno, Enrique Zamora Llanes insiste en que eso es posible con “apoyo” de sus colaboradores.

En realidad él es el más hiperactivo de sus hermanos. Quienes laboran con él cuentan que suele ser propositivo y activo, al punto que un día puede estar en Managua y al siguiente en Río San Juan, Masaya, Granada, León, Ometepe u Ocotal.

“Visita todo el país, ya sea para ver los proyectos productivos o para ayudar... don Enrique no para en la oficina”, concuerdan.

Zamora, al respecto, menciona que el trabajo es “arduo”. Pero “es gratificante ver los resultados en el crecimiento y fortalecimiento de los programas canalizados hacia miles de pequeñas y medianas empresas (Pyme), a través de las asociaciones gremiales (a las que pertenece como Apen). Todo eso se debe al personal operativo, administrativo y directivo de las mismas organizaciones”, reitera.

Y “mientras tenga energía y pueda aportar algo de mis conocimientos y habilidades, estaré anuente a apoyar a los sectores productivos, artesanales, exportadores y especialmente a las Pyme, ya que estas representan el potencial de desarrollo de Nicaragua”, enfatiza.

¿Qué se propone en 2012?

Continuar apoyando a las pequeñas y medianas empresas a través del financiamiento y la comercialización. Entre los nuevos productos que tenemos está un programa de capacitación y financiamiento, así como la creación de empresas en la transformación productiva a través del modelo Llave en Mano. También vamos a apoyar a emprendimientos agroindustriales, seguiremos con la instalación y operación de talleres y centros productivos en sectores de confección-textil, madera-mueble, cuero-calzado, procesamiento de alimentos y artesanías.

Queremos que se genere empleos en las zonas rurales orientados a la integración de jóvenes y mujeres, todo esto siempre dentro del concepto de responsabilidad social, integración productiva y creación de oportunidades.

¿La irregular exportación de frijoles rojos, considerando que usted es un exportador del producto, qué tanto influirá en esas metas?

En reuniones con productores organizados nos han expresado incertidumbre, bajos precios y preocupación sobre sus planes para la siguiente cosecha. Además, desconfianza en los compradores internacionales sobre

un fluido comercio del frijol. Prueba de ello es que pasamos de 80 a 30 millones de dólares en exportaciones de frijoles en tan solo dos años, perdiendo empleos, divisas y afectando la recolección de impuestos (en el Impuesto sobre la Renta, IR).

¿Cuál es la estrategia para sortear ese tipo de situaciones?

Para sortearla ninguna. Nosotros vamos a continuar con las gestiones ante los canales oficiales: Mific (Ministerio de Fomento, Industria y Comercio); Magfor (Ministerio Agropecuario y Forestal), y con la comisión de seguimiento del Cosep con el gobierno. También se va a continuar con los señalamientos y llamados públicos para solucionar esta situación (de las trabas y exportaciones reguladas con el frijol) que está afectando a más de 100 mil pequeños productores que son los que están al frente de la producción de granos básicos en el país. (Con esa situación), los productores han pasado a sembrar frijoles negro para poder exportar a Venezuela con los medios oficiales.

Manejamos que ya hay desconfianza de los compradores externos...

Por nuestra parte, esperamos entregar los productos a tiempo. Necesitamos que las autoridades no pongan trabas al comercio, ya que efectivamente los compradores (de frijol rojo) han encontrado proveedores en Guatemala, Ecuador y China.

¿Hasta qué punto les satisface el gobierno actual, de repente da la impresión de que están muy cómodos, pese a esas “trabas”?

El sector privado está comprometido con el desarrollo económico y social del país, a través de la inversión productiva a largo plazo para generar y mantener empleos y el crecimiento económico. Desde el mismo mes de noviembre de 2006 sabiendo la poca afinidad del gobierno (de Daniel) Ortega con el sector privado, se logró abrir un espacio de comunicación directa de conocimiento público que llevó a una serie de encuentros en Incae, presentándose los Ejes de Desarrollo primero que después se regularizarían a través del vicepresidente de la República, Jaime Morales y del asesor económico del presidente Ortega, Bayardo Arce; y el Consejo Superior de la Empresa Privada, Cosep.

(De modo que) el sector privado dentro del sistema democrático trasciende a los gobiernos, y ante un mundo económicamente convulsionado y continuas afectaciones climatológicas donde se han perdido millones de empleos, nuestro compromiso va más allá de la coyuntura política para sostener las empresas, los empleos y la generación de divisas a través de nuestras exportaciones.

El Cosep, por otro lado, ha estado constantemente señalando y exigiendo respeto al estado de derecho y la institucionalidad del país continuamente a través de comunicados y campanas de educación cívica para las elecciones observación electoral y el derecho al voto, como también que se levanten las restricciones a las exportaciones de frijoles y otros temas de interés como los lácteos y el fortalecimiento de la institucionalidad de Nicaragua.

Pero, a su juicio, específicamente ¿cuál es el aporte del empresariado de cara a un buen desempeño en términos de institucionalidad y crecimiento económico?

Reclamar el cese de los obstáculos al comercio, invertir en la capacitación y educación del capital humano, mejorar la productividad y competitividad, invertir en infraestructura, innovar, buscar nuevos mercados y aprovechar los buenos precios internacionales.

Sin embargo, en exportaciones se crece más por precio internacional que por volumen...

Su apreciación es correcta. Es por eso que es necesario mantener un clima de negocios favorable e instituciones facilitadoras, para innovar e invertir en tecnología que permitan aumentar la productividad y los rendimientos productivos para aprovechar los buenos precios internacionales.

En la Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua, Apen, entidad del cual es presidente, ¿a qué apuntan en ese sentido?

Apen apoya, capacita, acompaña e informa a los asociados constantemente sobre nuevas oportunidades de negocios, técnicas de mercadeo, certificación de productos, procesos, empresas, sobre misiones comerciales y

participación en ferias para atender los mercados internacionales a través de diferentes programas y convenios como el de Al Invest de la Unión Europea, Empresas y Empleos de Usaid, la Cooperación Danesa y otros.

En otras palabras, mantiene un sistema de comunicación de alertas sobre requisitos e inclusive restricciones emitidas por los países receptores de nuestras exportaciones, para que puedan tomar las medidas más apropiadas.

¿Qué tipo de certificaciones están promoviendo?

Se están promoviendo certificaciones de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), HCCP inocuidad y calidad y muy pronto formalizaremos un acuerdo con Global Gapp, con una certificación adecuada a la situación del país.

A propósito de ventas externas, la Ley de Promoción de Exportaciones que prepara Cosep, ¿qué avances lleva?

Esa es una ley promovida por muchas asociaciones empresariales y tiene como objetivo aumentar la oferta exportable y la diversificación de mercados, la articulación institucional, la reducción y simplificación de trámites, aspectos aduaneros, agilización en la devolución del IVA (Impuesto al Valor Agregado), reducir sesgo antiexportadores, son algunos de los temas que se están consensuando a la fecha a través del Cosep.

¿Cuáles son los rubros a priorizar?

Se pretende aumentar y fortalecer rubros tradicionales como café, azúcar, ganado, pesca y nuevos productos como el oro, frijoles, lácteos, cacao, miel, artesanía, raíces y tubérculos, plátanos, pulpas de frutas, productos procesados alimenticios, cuero-calzado, textiles y el turismo como un exportador indirecto, ya que los turistas vienen al país y consumen productos agropecuarios de excelente calidad.

¿Las Pyme dónde calzan?

Calzan en todo los aspectos y es por eso que en Agropecuaria LAFISE (del Grupo LAFISE) creemos en ellos y estaremos trabajando para lograr concienciar tanto al gobierno, sector privado y cooperación, para lograr la agroindustrialización del país por medio de la fabricación de productos adecuados al sector. Hay que recordar que en el país el 97% son Pymes y cubren todo el territorio nacional. Además, son fuertes generadores de empleo.

Creiente en los TLC

El empresario Enrique Zamora Llanes, refiere que aparte de la necesidad de un puerto de aguas profundas en la Costa Caribe, también el sector productivo-exportador necesita mejoras en infraestructura de transporte, mejores carreteras que reduzcan los riesgos y costos de transporte de las zonas productivas a sus destinos de pre exportación.

También acceso a tecnologías que mejoren la eficiencia y la seguridad de que podrán colocar sus productos en los mercados que le presenten los mayores beneficios, sin restricciones ni barreras.

Valora, sin embargo, que la apertura comercial actual ha logrado atraer inversión extranjera, donde Nicaragua sirve de puente hacia esos nuevos mercados.

“Tal es el caso de las zonas francas que ha atraído inversión asiática para exportar hacia Estados Unidos, también ha permitido que nuevos productos nuestros como raíces y tubérculos, plátanos, miel, cacao encuentren mercado”, destacó.

El gobierno insiste en un Tratado de Libre Comercio, TLC, con Ecuador que para la clase empresarial no es tan estratégico, según lo expuesto por el Cosep, ¿qué está pasando allí?

Lo que conozco es que ambos presidentes (de Nicaragua y Ecuador) están muy interesados en lograr un acuerdo de inversión, comercio y desarrollo, ha habido delegaciones de gobierno y el sector privado está muy interesado sobre estos temas y yo en lo personal conozco a través de la Embajada de Ecuador sobre este tema.

¿Insistirán en el TLC con Venezuela y Canadá?

Con Venezuela hay un dinámico intercambio comercial que se rige por la voluntad política de ambos gobiernos, y el empresariado lo que ha solicitado es seguridad y permanencia más allá de los períodos de gobierno. Canadá es un mercado importante, donde pueden abrirse paso más productos nuestros y esperamos se concluya a la mayor brevedad, pues ya ha estado en agenda por mucho tiempo.

Tras estos ¿qué otros nichos?

Todos los que se pueda y que traigan beneficios al país en transferencia de tecnología, inversiones de impacto positivo en la generación de empleo y generación de divisas. Por ejemplo Suramérica; Brasil, Argentina, Chile, Colombia.

También México y Tailandia. Este último país recientemente ha mostrado interés en Nicaragua. Japón, Taiwan y China Popular también son mercados con potencial para nuestros productos.

Fuente:

<http://www.elnuevodiario.com.ni/especiales/240063>