

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“INFLUENCIA DEL SISTEMA FINANCIERO EN EL CRECIMIENTO Y
DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR
INDUSTRIAL TEXTIL EN LA CIUDAD DE AREQUIPA”**

Plan de Tesis presentada por
KARINA LIZBETH CHAVEZ NÚÑEZ
Para optar por el Título Profesional de
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

AREQUIPA – PERÚ
2012

SUMMARY

Small and micro entrepreneurs are one of the pillars of the national economy. Your participation in the development of the country is transcendent, and to have the necessary support could be the solution to economic problems and unemployment of large population centers that is occurring in the country. Micro emerged as an economic phenomenon that sought to answer many of the unmet needs of the poorest sectors of the population. In this sense it represented an alternative to unemployment, low economic resources, lack of opportunities for personal development. But despite these benefits, the sector still has not achieved its full potential, due to a number of factors such as lack of financial and real lack of importance given successive governments in their agendas .

One of the sectors in which MSEs have achieved a strong presence and is highly developed industry. It is known for the textile industry in the area of Johannesburg, where this activity has become a productive strength at the country level.

The statistics are clear business structure, the figures presented here point to the high presence of the SMEs, a situation that has led them to become undoubtedly the main engine of economic development and somehow has given opportunity for thousands individuals access to better living standards.

In this sense, the study aims to analyze the structure and profile of small and

micro enterprises in the textile and clothing, production dynamics and assess their level of success as the business sector and the degree of correlation with the financial sector. In addition, the research seeks to assess the impact of policies implemented by the government in recent years about what they called repowering of MSEs.

This research has established the following three chapters, supporting a methodological principle expounded by many authors and in the course of the document refers to them interchangeably.

In Chapter One METHODOLOGICAL DESIGN AND OPERATIONAL APPROACH, according to the recommendations of professionals skilled in the art, presents the scientific basis of the thesis approach ranging from the foundation of the problem to determine the optimal sample size and strategy to complete the study, also makes a brief inclusion of a theoretical framework in which considerations are attached research theorized about the micro and small enterprises, financial intermediation, credit and evaluation, as well as policies financing of the SMEs in Peru.

In the Second Chapter, MYPES THE TEXTILE SECTOR IN THE CITY OF AREQUIPA, a diagnosis is made primarily of MSEs in general to conclude in the textile sector, their participation in the economy, formal and informal, their challenges, their performance, labor force participation in the export process, and so on.

Finally in Chapter Three, ANALYSIS AND EVALUATION OF RESULTS, we present the results of the survey of mipempresarios and general analysis of

the information after the fact to each of the questions.

It also wants to make a thank you to each of the jurors for their worthy insights that have allowed me to finish this academic research only fruit of the effort with a view to an objective view crystallized in my career as a teacher and consultant in economics.



INTRODUCCIÓN

Los pequeños y microempresarios conforman uno de los pilares básicos de la economía nacional. Su participación en el desarrollo del país es trascendente, y de contar con el apoyo necesario podría ser la solución a los problemas económicos y de desempleo de grandes núcleos poblacionales que se está presentando en el país.

Las microempresas surgieron como un fenómeno socioeconómico que buscaban responder a muchas de las necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población. En este sentido se constituyeron en una alternativa frente al desempleo, a los bajos recursos económicos, a la falta de oportunidades de desarrollo personal. Pero, a pesar de éstas bondades, el sector aun no ha logrado alcanzar su máxima potencialidad, debido a una serie de factores, tales como la falta de apoyo financiero y la poca relevancia real que le dieron los gobiernos de turno en sus agendas de trabajo.

Uno de los sectores en el que las MYPES han alcanzado una presencia notoria y de gran desarrollo es la industria. Es conocido el caso de la industria textil en la zona de Gamarra, donde ésta actividad se ha constituido en una fortaleza productiva a nivel del país.

Las estadísticas sobre la estructura empresarial son claras; las cifras que aquí se presentan, señalan la elevada presencia de las MYPES, situación que les ha conllevado a convertirse, indudablemente, en el motor principal del desarrollo económico y de alguna manera ha dado oportunidad a miles

de individuos acceder a mejores niveles de vida.

En este sentido, el estudio realizado tiene el objetivo de analizar la estructura y el perfil de la pequeña y microempresa del sector textil y de confecciones, evaluar su dinámica productiva y el nivel de éxito alcanzado como sector en el ámbito empresarial y su grado de correlación con el sector financiero. Además, la investigación busca evaluar el impacto de las políticas implementadas por el Gobierno en los últimos años en torno a los que llamaban repotenciamiento de las MYPES.

La presente investigación se ha formulado en tres capítulos, sustentando un principio metodológico expuesto por muchos autores y a los que en el transcurso del documento se les alude indistintamente.

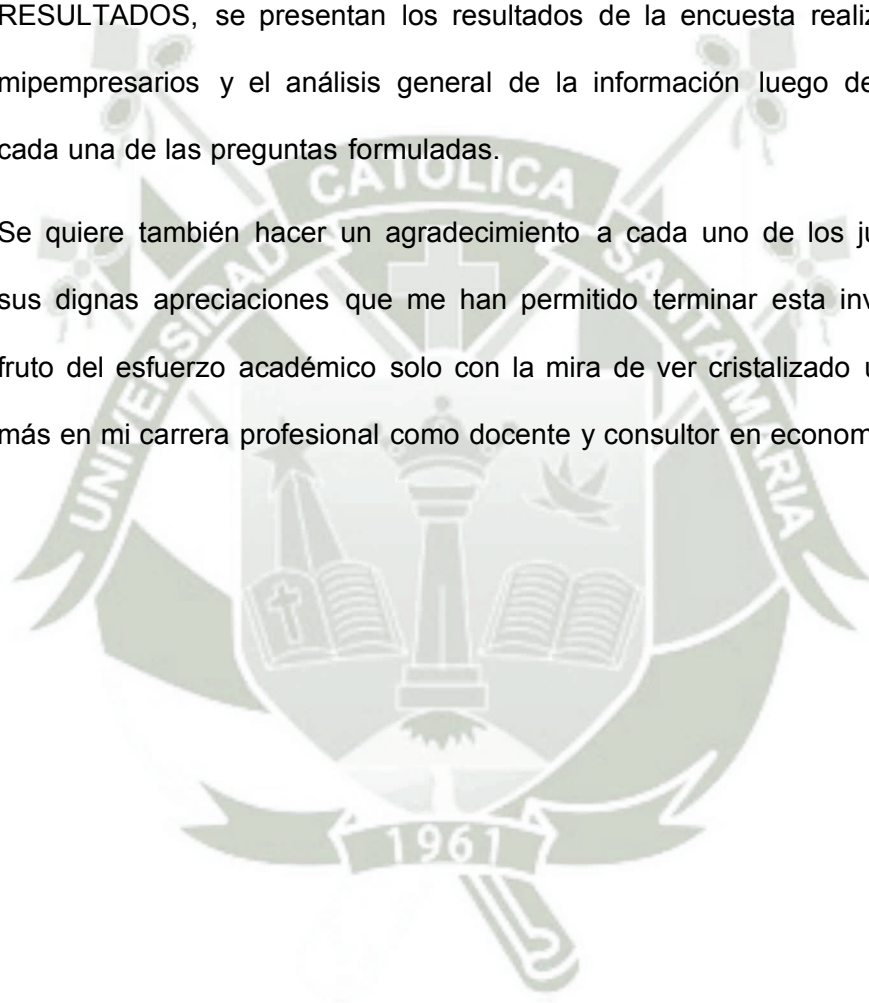
En el Primer Capítulo DISEÑO METODOLÓGICO Y PLANTEAMIENTO OPERACIONAL, y de acuerdo a las recomendaciones de profesionales entendidos en la materia; se presenta las bases científicas del planteamiento de la tesis que van desde la fundamentación del problema hasta determinar el tamaño de muestra óptimo y la estrategia para culminar el estudio; asimismo, se hace una inclusión somera de un Marco Teórico en el que se adjuntan las consideraciones teorizadas de la investigación respecto a las micro y pequeñas empresas, la intermediación financiera, el crédito y su evaluación; así como las políticas de financiamiento de las MYPES en el Perú.

En el Segundo Capítulo, LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL EN LA CIUDAD DE AREQUIPA, fundamentalmente se efectúa un diagnóstico de

las MYPES en general para concluir en las del sector textil, su participación en la economía, las formales y no formales, sus desafíos, su desempeño, la fuerza laboral, su participación en un proceso exportador, etc.

Por último en el Tercer Capítulo, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS, se presentan los resultados de la encuesta realizada a los mipempresarios y el análisis general de la información luego del hecho a cada una de las preguntas formuladas.

Se quiere también hacer un agradecimiento a cada uno de los jurados por sus dignas apreciaciones que me han permitido terminar esta investigación fruto del esfuerzo académico solo con la mira de ver cristalizado un objetivo más en mi carrera profesional como docente y consultor en economía.





CAPÍTULO I
DISEÑO METODOLÓGICO Y PLANTEAMIENTO
OPERACIONAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. ENUNCIADO

INFLUENCIA DEL SISTEMA FINANCIERO EN EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR INDUSTRIAL TEXTIL EN LA CIUDAD DE AREQUIPA

1.1.2. FUNDAMENTACIÓN DEL PROBLEMA

La globalización de los mercados exige que las empresas sean competitivas para asegurar su permanencia en éste nuevo escenario económico, en este sentido, las empresas nacionales tienen que reacomodar sus operaciones o procesos en la dirección que exige esta nueva corriente económica, que muy bien se ve plasmada en la apertura de los mercados.

Como bien se conoce, atrás quedo aquellas políticas que apuntaban a la protección de la industria, por ello, bajo actuales escenarios económicos, donde prima la ley del mercado, a las empresas, cualquiera sea su dimensión, sólo le queda el camino de la competencia, lo cual implica que éstas desarrollen ventajas competitivas en el más corto plazo.No sólo las grandes empresas tienen que ajustar sus procesos a la nueva corriente económica, sino también las MYPES, organizaciones que en estos últimos años se han constituido en el brazo productivo del país, y además en el soporte de importante sector del mercado laboral.

Si bien es cierto que las MYPES, es parte de la fortaleza productiva del país, pero a pesar de ello no cuenta con el apoyo necesario para que puedan optimizar sus operaciones dentro de las nuevas condiciones que exigen los mercados globalizados. Esto es notorio en el sector textil, y otras actividades, que a pesar de presentar debilidades estructurales, las MYPES tienen que competir con productos de origen asiático que, inclusive entran a nuestros mercados apoyados con precios DUMPING.

En principio, la tecnología que usan las MYPES, en muchos casos, llega hasta lo artesanal; la insuficiencia de activos líquidos (dinero) no le permiten hacer innovaciones tecnológicas, que le conlleven a mejorar su proceso de producción y optimizar la utilización de sus recursos; es por ello que su capacidad de competitividad se ve recortada ante la competencia, ya que sus costos operativos sobrepasan el límite de soporte del mercado, escenario que ha tratado de revertir las MYPES textiles, ya que en estos últimos años han llegado a configurar una red industrial que, inclusive le ha permitido penetrar en determinados mercados externos.

El problema de financiamiento de las MYPES textiles podría decir que se ha convertido hasta estructural; los bancos no lo aprecian como un sector apto para colocar sus capitales, todo lo contrario, lo ven como un segmento empresarial de riesgo, ya que no poseen capital patrimonial suficiente para avalar los créditos solicitados; pero a pesar

de esta sería limitante, como ya se dijo, estas organizaciones han podido desarrollar fortalezas que le permitieron convertirse en pequeños exportadores bajo determinadas Alianzas Estratégicas.

En cuanto a COFIDE que se supone, tiene que ser una entidad de soporte financiero a las MYPES, no cumple eficazmente sus funciones, el canal de financiamiento que utiliza no le permite llegar a su mercado objetivo a un costo aceptable ni en el tiempo oportuno, agravándose aun más la necesidad de financiamiento de estas organizaciones.

El financiamiento de las MYPES textiles, es un problema que se tiene que resolver en el corto plazo, a fin de que puedan competir en los mercados globalizados; caso contrario, por la obsolescencia de sus activos y la falta de capital de trabajo, no quedaría más remedio que asistir a su debilitamiento total, y con ello a la pérdidas de un importante sector que absorbe importante cantidad de mano de obra calificada como no calificada. El comercio mundial ha generado el fenómeno de la globalización y el desarrollo empresarial, las cadenas productivas o en todo caso el MERCOSUR pueden ser una alternativa para afrontar los mercados que este fenómeno ha generado.

Es necesario pues plasmar en este documento, planteamientos, propuestas y alternativas que permitan a las pequeñas y microempresas encontrar un camino generador de desarrollo usando estrategias de cambio que las hagan competitivas.

CUADRO Nro. 01
PERÚ: DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS FORMALES SEGÚN TAMAÑO

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE
MICROEMPRESAS 1/	461,701	91,7%
PEQUEÑA EMPRESAS 2/	35,075	
MEDIANA Y GRAN EMPRESA 3/	7,348	
TOTAL	509.424	100,0%

FUENTE: SUNAT. Declaración de renta 2011

1/ Ventas anuales menores a US \$ 80,000

2/ Ventas anuales entre US \$ 80,001 a 750,000

3/ Ventas anuales mayores a US \$ 750,000

PYMES = 98,6 %

En el cuadro podemos observar que las MYPES representan el 98.6% del total de empresas formales en nuestro país y por otro lado el personal ocupado en ellas alcanza el 75.9%¹, en tanto que su participación en el PBI nacional alcanza el 42.1%²

El análisis de este potencial productivo, nos permite promover en este planteamiento que supone en el corto plazo generará un efecto multiplicador en el crecimiento y desarrollo de las MYPES, en beneficio de una gran parte de la PEA y por ende de la sociedad peruana.

1.1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El éxito económico del Japón y de otras regiones como el norte de Italia, en los últimos años, obedece en gran medida a la importancia de la pequeña y micro empresa, pues según TheEconomist “la presencia mayoritaria de pequeñas empresas en la estructura económica (japonesa), son las verdaderas causas del milagro

¹ INEI, ENAHO 1999

² VILLARÁN, Fernando: Riqueza Popular, Pasión y Gloria de la Pequeña Empresa.

japonés”³, igualmente ERVET⁴ señala para el caso de la economía italiana “la característica distintiva de Emilia-Romaña (Italia) es la gran presencia de pequeñas, medianas y aún micro empresas en todas las actividades económicas, particularmente en el sector industrial”⁵.

Asimismo, estas unidades económicas, han cobrado una importancia mayor en países como los EE.UU. Alemania, Francia, así lo prueban las estadísticas para el caso norteamericano, pues se estima que este país considerado por ser la tierra de las grandes firmas multinacionales, cuenta con aproximadamente 20 millones de pequeñas y micro empresas⁶.

El Perú, tampoco ha sido ajeno a esa tendencia dominante en la economía mundial, en los últimos años, así, estas unidades económicas, en la economía peruana tienen hoy una importante gravitación en términos de su contribución al PBI, de enraizamiento en la estructura productiva local y regional, su vinculación con las actividades agrícolas, pecuarias, de servicios, comerciales, su condición de ser empresas mano de obra-intensivas, es decir generadoras de altos niveles de empleo, su tamaño y organización flexible, su disposición al cambio, su facilidad para la especialización y sus habilidades creativas. Sin embargo, estas empresas presentan

³ Fernando Villarán, Riqueza popular, pasión y gloria de la pequeña empresa, Ediciones del Congreso del Perú, Lima, 1998, P. 96.

⁴ Ente Regionale per la ValorizzazioneEconomica del Territorio. ERVET es una agencia de desarrollo establecida en 1974 para llevar a cabo planeamiento regional y contribuir al desarrollo de la economía y de la sociedad de Emilia-Romagna. ERVET transforma planes regionales en programas operacionales, formula e implementa proyectos innovadores de desarrollo, actividades de investigación y demostración, y prepara y distribuye información técnica, financiera y de mercado en colaboración con otros actores

⁵ Idem, p. 105

⁶ www.economistas.org

también serias limitaciones que impiden el desarrollo de sus capacidades de acumulación y crecimiento económico, para el caso de las MYPES del sector industrial de la Región Arequipa, las mismas que citamos a continuación:

- Problemas de demanda interna, dentro de la cual destacan los insuficientes niveles de competitividad,
- Problemas de oferta, dentro de la cual se señalan, la capacidad de producción restringida, la escasez de capital, la calidad de producción, la calidad de insumos y equipos, las dificultades financieras,
- Luego las rupturas en las cadenas productivas, la ausencia de estrategias de promoción,
- Los problemas de capacitación, sus dificultades para basarse en las potencialidades regionales.
- Los problemas de gestión, las dificultades en el acceso a la información sobre oportunidades comerciales y de inversión, su dispersión geográfica, su escasa relación con la mediana y la gran empresa. Así, en esta última problemática para el caso peruano “no se ha logrado establecer un canal estable y seguro que permita asociar a la gran empresa y la micro y pequeña empresa”⁷ a la diferencia de casos exitosos como el Japón,

⁷ Luis Valer, Presidente de la Asociación Nacional para el Desarrollo de los Micro y Pequeños Empresarios. FEDAMPE, “X jornada del Foro Proyecto Nacional”, organizado por el diario La República, Lima, 1993, p. 152.

“(otro distintivo de la economía japonesa) es la estrecha y compleja relación entre las pequeñas empresas con las grandes empresas”⁸.

- Finalmente, otro problema esencial a no excluir, en las pequeñas y micro empresas, es su relación con el Estado,. éste, no estaría participando de manera activa en la promoción y apoyo a las MYPES, como los casos más cercanos de México, Chile y Colombia, donde existe un papel activo del Estado en la dinamización y promoción de las actividades desarrolladas por las MYPES.
- Así, en todas estas experiencias la pequeña y micro empresa ha sido uno de los soportes de las estrategias de desarrollo, junto a la mediana y gran empresa⁹.

1.1.4. RELEVANCIA

1.1.4.1. RELEVANCIA CONTEMPORÁNEA

Se estima que en los próximos cinco años, la economía peruana tendrá que producir 2.5 millones de puestos de trabajo¹⁰. Sin embargo, las empresas solo podrán demandar un mínimo de la fuerza laboral. En consecuencia, gran parte de la población se verá obligada a subsistir, para ello sólo hay dos opciones: crear pequeñas

⁸ Fernando Villarán, op. cit. p. 96.

⁹ Sin embargo, en los últimos meses, la nueva administración del Estado, a través de la realización (y su posterior ejecución) de diferentes estudios y proyectos de desarrollo, en relación a las PYMES y otros sectores, evidencia una nueva orientación en su tratamiento a este tipo de sectores productivos.

¹⁰ Centro de Promoción de la Pequeña Empresa de la Universidad del Pacífico. www.up.edu.pe/propyme.html

empresas o simplemente quedar en el desempleo.

Aunque la microempresa es una solución al problema del empleo su volumen de operación es muy pequeño y su sostenibilidad es muy incierta. Por ejemplo, el 61% de las empresas familiares vende menos de \$ 500 mensuales y obtiene una ganancia menor a los \$ 100 mensuales.

¿Por qué la mayoría de las empresas que hay en el Perú llegan tan solo a este tan reducido tamaño? ¿Cómo lograr un mayor crecimiento y sostenibilidad en las microempresas? ¿Qué oportunidades de negocios se vislumbra para este sector en momentos de crisis mundial?

Este pobre desempeño se debe a que las pequeñas empresas no logran posicionarse en los nichos de mercado más rentable y ello debido fundamentalmente a una falta de información. Las pequeñas empresas están orientadas a la producción y existe un complejo problema de comercialización.

El problema no es sólo saber qué y cómo producir, sino fundamentalmente qué, cómo y a quién vender.

Ciertamente la producción es una actividad importante, sin embargo qué, cómo y a quién vender lo es aún más. Existe consenso entre los analistas que las prioridades de análisis comienzan con los nichos de mercado, los canales de distribución, la cantidad y la oportunidad en la entrega; y los segmentos de mercado.

Las decisiones de producción serán las óptimas en la medida que exista un eficiente mercado de la información. En la medida en que el acceso a las fuentes de información de mercado sea limitado, mayor será la posibilidad que la alternativa de inversión sea la menos rentable y sostenible en el largo plazo.

En consecuencia "información de mercado" es un recurso complementario fundamental a cualquier otro. Por ejemplo la recuperabilidad del microcrédito dependerá de la rentabilidad de los negocios de los prestatarios.

A su vez, la rentabilidad real existirá y se sostendrá si y sólo si, el negocio opera eficiente y eficazmente en el nicho y segmento de mercado adecuado. En consecuencia, el acceso limitado a la información de mercado explica, en parte, la limitada capacidad competitiva.

La importancia de la micro y pequeña empresa en el Perú es indiscutible, tanto por su importancia numérica como por su capacidad de absorción de empleo. Los resultados de la ENAHO 2005–III muestran que una importante proporción de la PEA ocupada nacional trabaja en la microempresa, aproximadamente el 18.7%, proporción sólo superada por la participación de los trabajadores independientes no calificados (36.7%).

En Lima Metropolitana, el 20.7% de la PEA ocupada labora en microempresas y esta participación supera el 30% si se adiciona la

pequeña empresa. En el ámbito urbano, de cada dos asalariados en la empresa privada, uno labora en la microempresa.

El gran número de microempresas y la importante proporción de la PEA que éstas absorben es una característica que el Perú comparte con otras economías.

Tanto los países desarrollados como los subdesarrollados presentan una elevada participación de la microempresa en el universo empresarial así como altas tasas anuales de nacimiento de micronegocios.

No obstante, en los países subdesarrollados y particularmente en el Perú, la mayoría de las microempresas presentan serias limitaciones en su desempeño como consecuencia de la baja calificación del empresario y de los trabajadores y de los escasos activos fijos que poseen; así, la microempresa suele mostrar baja productividad, productos de baja calidad, desperdicio de recursos, problemas de comercialización, ingresos reducidos, entre otros, lo cual se traduce en altos índices de subempleo, informalidad y pobreza asociados a este sector.

Estas características explican que diversos investigadores e instituciones hayan elaborado diagnósticos y propuestas de políticas de apoyo y fomento a la microempresa con el fin de mejorar su desempeño y aliviar la pobreza de la población ocupada en ella.

La experiencia sin embargo, enfatiza también la existencia de

fortalezas y potencial en sectores de la microempresa que, aún compartiendo las debilidades propias de ellas, muestran potencial de desarrollo; éstas, debidamente apoyadas financieramente y con servicios de desarrollo, tendrían un papel importante que desempeñar en la construcción de un tejido empresarial moderno y sólido.

1.1.4.2. RELEVANCIA HUMANA

La intervención de este sector tiene tanto aspectos positivos como negativos. “El lado negativo se manifiesta es razón de que muchas empresas del sector tienden a integrarse al tramo informal del mercado de trabajo. Esto nos conduce a la evasión tributaria, la no adecuación de las leyes laborales y la falta de asociatividad empresarial.

En definitiva, son empresas que alteran las leyes de juego del mercado institucionalizado, lo que provoca la queja de algunos sectores formales.

La movilidad laboral refleja la faz positiva de la intervención de las MYPES en el contexto del mercado de trabajo de lo que se trata, en definitiva, es de alcanzar una mejor reasignación de los recursos humanos, ya se trate de obreros calificados como no calificados”¹¹.

En el primero de los casos nos referimos a la posibilidad que tienen

¹¹ Irigoyen Horacio – Puebla Francisco, MYPES su economía y organización, Ediciones Macchi, 1997. PP 78.

de abandonar su trabajo en una empresa grande, tal vez con cierta estabilidad pero sin posibilidades de progreso, para ingresar a un emprendimiento de menor envergadura pero con posibilidades de desarrollo personal. Tal decisión afectará en mayor medida a los jóvenes trabajadores para quien la antigüedad no reviste importancia. En lo que refiere a obreros no calificados, la movilidad laboral se insinúa con mayor intensidad en el plano de las MYPES.

El tema de la multiplicidad de funciones que tiene el trabajador de las MYPES, suele tornarse conflictivo en las discusiones gremio-empresa. En lo general, este fenómeno no se presenta en las grandes firmas. El tipo de organización de trabajo en ellas, que permite la polifuncionalidad, deriva en beneficios tales como ingresos más elevados y capacitación diversificada, esto último mejora la posición del empleado en el mercado de trabajo y creación del empleo ¿una relación directa?

En general se asocia a la pequeña y micro empresa con la generación de empleo sin indagar demasiado en el tema. El argumento que se esgrime para formular tal afirmación se basa en la idea de que estas empresas utilizan más mano de obra y menos capital que las grandes, lo que a su vez va asociado con una realidad, que es la oferta creciente de mano de obra y la falta crónica del capital.

La cuestión es que tal argumento no es del todo cierto. La razón que explica la inexactitud del argumento radica en las limitaciones que encierra la propia definición de MYPES, a tal punto que dentro de este universo de empresas suele incluirse los micro emprendimientos.

Existe además, una tendencia a considerar únicamente a las MYPES manufactureras siendo que las mismas abarcan una multiplicidad de actividades.

Por lo tanto, es necesario tener en cuenta ciertas consideraciones para establecer las relaciones de causalidad de las pequeñas y micro empresas y la generación de empleo.

En primer lugar debemos distinguir entre formales y las informales. Las primeras se manejan dentro del mercado legal, poseen un nivel medio de capitalización y algunas veces un adecuado uso del factor tecnología, a la vez que pueden estar asociadas y/o vinculadas a las grandes empresas o directamente al mercado consumidor.

Las segundas, generalmente pequeñas unidades productivas, se caracterizan por baja dotación de capital, producción de tipo artesanal y una combinación de mano de obra asalariada y familiar y así, son la gran mayoría de los casos.

¿Cómo repercutió este fenómeno en la evolución del empleo? Las empresas líderes resultaron expulsoras de mano de obra, (sustituida por tecnología), las beneficiadas absorbieron parte de esa mano de

obra, de modo tal que les permitiera responder en tiempo y forma a las exigencias de la empresa a la que se vincularon.

Caracterizadas, entonces, las MYPES, diremos que en lo que respecta al primer grupo -las formales-, sus políticas laborales, por llamarlas de algún modo, se encuentran también vinculadas a las estrategias que fungen las grandes empresas en la materia. Por lo tanto las acciones gubernamentales, en lo que hace al tema, deben dirigirse a velar por el cumplimiento de las leyes que protegen al trabajador.

En cambio, el segundo grupo -las informales-, puede convertirse en un potencial foco de generación de empleo dependiendo, por un lado, del grado de reactivación de la economía, y por el otro, de la existencia de políticas gubernamentales de apoyo técnico y crediticio.

Si bien los montos a invertir son insignificantes comparado con lo que debería destinarse en las grandes empresas, los resultados que podrían alcanzarse en cuanto a cantidad de puestos de trabajo no son considerables.

Generación de Empleo: debe notarse que no es necesariamente cierto que las MYPES usen más trabajo por cada unidad de capital que emplean.

Varios estudios sobre países en desarrollo han indicado que la idea de que las MYPES son más trabajo-intensivas surgió de la

observación de los datos totales en cada economía clasificando a las empresas; por ejemplo, por rango de empleo.

“Analizando un conjunto de países en desarrollo (entre ellos Brasil, Chile, Colombia, México, Paraguay y Venezuela) en el ámbito agregado, se encuentra que la intensidad de uso del trabajo disminuye con el aumento del tamaño, mientras que la productividad aumenta.”¹²

Aún, reconociendo las dudas mencionadas, sobre la existencia de una mayor intensidad del trabajo en y sobre la eficiencia tecnológica de los micro emprendimientos, los gobiernos podrían tener como objetivo el aumento de la participación de las MYPES en la economía.

En ese sentido, una modificación en la producción de pequeñas empresas sobre el total puede requerir una modificación en la composición de la demanda final de bienes; sin que se produzca el mencionado cambio de demanda, la participación se podría aún aumentar si una amplia gama de productos fuera producida por empresas de distintos tamaños interactuando en cada uno de los mercados.

La promoción de las MYPES requeriría incentivar la reducción de los tamaños de las empresas dentro de cada una de las industrias o sectores en los que participa. En este caso, el análisis de los efectos

¹² Irigoyen Horacio – Puebla Francisco, MYPES su economía y organización, Ediciones Macchi, 2007. PP 97.

de una política que opere en tal sentido, requerirá analizar datos desagregados por industria, para estudiar las tecnologías de empresas de distintos tamaños dentro de una misma industria se caracterizan por diferencia de intensidades y productividades de los insumos como las discutidas anteriormente.

En consecuencia, la intensidad en el uso del trabajo de las industrias en una economía depende mucho más de la composición de su producción que las posibilidades de producir lo mismo en tantas de menor escala.

Por otro lado aún no siendo intensivo el trabajo, el marcado nacimiento frecuente de MYPES podría hacer que éstas generaran relativamente más puestos de trabajo. También en este aspecto se debe ser cuidadoso, la generación neta del empleo reconoce como fuentes generadoras la aparición de empresas y su crecimiento y como fuentes de contracción la quiebra de empresas y su decrecimiento.

La tasa de nacimiento de empresas es mucho más elevada en el grupo de empresas más pequeñas de tal modo que las grandes diferencias en materia de generación de empleo entre empresas grandes y pequeñas, se debería esencialmente a una mayor tasa de natalidad entre estas últimas.

La discusión sobre las MYPES como generadoras de empleo es un debate que aún no ha terminado. Las dificultades metodológicas

para medir la evolución del empleo por tamaño de empresa son grandes. Sin embargo, la evidencia de los estudios internacionales no parece sugerir que las MYPES posean características particulares por las que tiendan a crear más empleo que las empresas grandes, una vez que están instaladas.

1.1.4.3. RELEVANCIA INSTITUCIONAL

Algunas experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las micros y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo. En la actualidad, los gobiernos, el sector financiero y los distintos agentes económicos vienen asignando una mayor importancia y atención al sector de las microempresas, por su contribución y notorio crecimiento en la actividad económica de los países de América Latina, y debido a que éste se constituye en un vehículo importante para que las familias de bajos ingresos puedan mejorar sus condiciones de vida.

Por tales razones, se intenta promover el crecimiento y desarrollo de este sector; alentar una política y régimen regulador favorables; favorecer la creación y desarrollo de instituciones sostenibles que ofrezcan servicios financieros y no financieros a las microempresas

de bajos ingresos.

Las entidades especializadas en la oferta de servicios financieros y no financieros han tenido una expansión sostenida en nuestros países, como consecuencia de su fuerte crecimiento en la cual la banca de desarrollo ha jugado un rol importante al haber incorporado explícitamente en sus estrategias de fomento, productos, servicios y hasta instituciones ad-hoc.

1.1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el grado de participación del Sistema Financiero en el crecimiento y desarrollo de las micro y pequeñas empresas industriales del sector textil en la ciudad de Arequipa.

1.1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer que es una MYPE.
- Analizar la relación existente entre el apoyo de los intermediarios financieros y el desarrollo empresarial de las MYPES textiles.
- Conocer los factores por la cual los créditos dirigidos a las MYPES textiles, por parte de los intermediarios financieros, especialmente los bancos, no son nada flexibles en cuanto a tiempo y tasa de interés.
- Analizar las políticas de crédito que han estado llevando a cabo

las entidades financieras con las Micro y Pequeñas Empresas textiles

- Precisar las políticas del gobierno local y Gubernamental para crear una cultura financiera dentro de las MYPES.
- Analizar como participan las MYPES en la economía regional.
- Analizar la relación existente entre el apoyo de los intermediarios financieros y el desarrollo empresarial de las MYPES textiles.
- Conocer los factores por la cual los créditos dirigidos a las MYPES textiles, por parte de los intermediarios financieros, especialmente los bancos, no son nada flexibles en cuanto a tiempo y tasa de interés.
- Conocer como es la evaluación del riesgo del crédito que realiza en el sector bancario y no bancario a las solicitudes de crédito de los mipempresarios.
- Ver como se califican a los empresarios como pequeños o micro productores o comercializadores de bienes o servicios.
- Analizar las políticas de crédito que han estado llevando a cabo las entidades financieras con los mipempresarios textiles.
- Precisar las políticas del gobierno local y Gubernamental para crear una cultura financiera dentro de las MYPES.
- Analizar el sector textil en Arequipa, número, empleo generado, su perfil, producción y productividad, demanda de insumos

nacionales o importados, rentabilidad, etc.

1.1.6. VARIABLES

1.1.6.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

SISTEMA FINANCIERO

1.1.6.2. VARIABLE DEPENDIENTE

CRECIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL

1.1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	SUBVARIABLES 1	SUBVARIABLES 2	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE			
INFLUENCIA DEL SISTEMA FINANCIERO	INTERMEDIARIOS FINANCIERO	ESTRUCTURA DEL SISTEMA FINANCIERO	COFIDE BANCA CORPORATIVA BANCA DE CONSUMO FINANCIERAS EDPYMES CAJAS RURARLES ONGs BCRP SBS
		POLÍTICAS CREDITICIAS	PRODUCTOS FINANCIEROS LÍNEAS DE CRÉDITO COSTO DEL CRÉDITO COLOCACIONES RIESGO CREDITICIO MOROSIDAD GARANTÍAS CREDITICIAS
VARIABLE DEPENDIENTE			
CRECIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL	MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR INDUSTRIAL	COMPETITIVIDAD	COSTOS PRODUCCIÓN MERCADOS INVERSIONES TECNOLOGÍA RECURSOS HUMANOS

1.1.8. INTERROGANTES BÁSICAS

- ¿Cuál es la percepción de los mipempresarios respecto al sistema financiero?
- Qué es una MYPE?
- Cómo es la organización y estructura de una MYPE?
- ¿Cómo se clasifican a las organizaciones en micro o pequeñas empresas?
- ¿Cómo participan las MYPES en la economía regional?
- ¿Cuál es la relación que existe entre las MYPES y los intermediarios financieros?
- Cómo realizan la evaluación de créditos los intermediarios financieros para las solicitudes de los mipempresarios?
- De que manera participa el gobierno en el apoyo financiero a mipempresarios?
- ¿Cómo es el comportamiento del sector mipempresario del sector textil, cuál es el número de empresas, cuánto generan en empleo, cuál es su perfil de producción, etc.?

1.1.9. DELIMITACIÓN DE LA FRONTERA DE TRABAJO

En la medida de las posibilidades se tratará en la presente investigación de no tocar variables cualitativas a fin de evitar sesgos de interpretación que pueden llevar a resultados no confiables.

1.2. MARCO TEÓRICO

Una empresa es una entidad creada con la finalidad de obtener bienes o prestar servicios a partir de la utilización de distintos factores de producción (como materias primas, maquinaria, mano de obra, capital). Constituye la base de la generación de la riqueza de un país. Sin empresas no habría producción ni puestos de trabajo.

La empresa es manejada por una persona o grupo de personas. En el caso de las MYPES, es el emprendedor-empresario el que asume esta responsabilidad. Las funciones básicas de todo emprendedor-empresario son:

- Establecer los objetivos o metas de la empresa.
- Planificar el trabajo de sus empleados para alcanzar los objetivos propuestos.
- Dirigir el trabajo previamente planificado.
- Motivar a sus empleados para la ejecución de la tarea.
- Controlar la ejecución del trabajo.
- Las principales razones por las que una persona crea su propia empresa son:
 - Factores externos: Se ve obligada a emprender un negocio porque no encuentra un empleo o porque perdió el que tenía.
 - Factor interno: La persona sueña con tener su propia empresa, una fuerza interior que la hace desear tener un negocio.

Cualquiera que sea el motivo, antes de iniciar la aventura se presentará la intranquilidad o el temor al riesgo, pues muchas veces el cambio o un emprendimiento generan inseguridad.

1.2.1. ¿QUÉ ES UNA MYPE?

Es una pequeña unidad de producción, comercio o prestación de servicios. Según la legislación peruana¹³, una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Las MYPES deben reunir las siguientes características¹⁴:

- a. Respecto del número total de trabajadores:
 - La microempresa tiene de 1 a 10 trabajadores, inclusive.
 - La pequeña empresa, de 1 a 50 trabajadores, inclusive.
- b. Por sus niveles de ventas anuales:
 - La microempresa: Hasta por un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
 - La pequeña empresa: Desde 150 UIT hasta 850 UIT.

Todas las personas pueden constituir una micro y pequeña empresa.

Aunque se suele creer que son creadas solo por aquellas personas

¹³ Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (ley 28015).

¹⁴ Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (ley 28015).

de bajos recursos, lo cierto es que cualquier individuo con una idea de negocio y espíritu emprendedor puede apostar por constituir la a fin de incrementar sus ingresos en el futuro.

1.2.2. IMPORTANCIA DE LAS MYPES EN LA ECONOMÍA DEL PAÍS

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleo a más de 80 por ciento de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 por ciento del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- Aparentemente proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

1.2.3. CULTURA EMPRENDEDORA = CAPACIDAD DE VER OPORTUNIDADES Y APROVECHARLAS

Cuando la cultura emprendedora actúa sobre un individuo, desarrolla en él, además de los conocimientos y talentos propios de la persona,

una característica adicional: la capacidad de ver oportunidades y aprovecharlas. La constitución de una MYPE resulta socialmente deseable, por la inversión que realiza en la localidad donde se instala. Esta inversión tiene, además, tres elementos adicionales:

- Generación de empleo directo (es decir dentro de la misma empresa) y empleos indirectos que se generan gracias a la presencia de ésta, como por ejemplo, gracias a negocios como restaurantes, puestos de periódicos, venta de artesanías, construcciones metálicas, entre otros.
- En segundo lugar, permite a través de la ampliación de la oferta, que se ofrezcan mejores productos a menores precios, es decir un mercado más competitivo.
- En tercer lugar, hace posible que las personas tengan una actividad que les permita asumir retos y obtener logros, es decir desarrollarse a nivel personal-profesional.

1.2.4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES

Diversos autores, entre ellos Fernando Villarán, destacan que hay elementos característicos en el común de las micro y pequeñas empresas que en muchos de los casos, las han llevado a ser negocios exitosos.

Por ejemplo: una intuitiva percepción de las necesidades de los clientes, lo que implica estar enfocados en el mercado y, dado su

tamaño, tener flexibilidad para adaptarse a las nuevas circunstancias rápidamente; la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, aún de experiencias negativas o limitaciones que les impidieron continuar con la normalidad; la creatividad y desarrollo gradual de habilidades personales que les permiten diseñar soluciones de negocios que corresponden a su disponibilidad efectiva de recursos; el trabajo duro y la persistencia, dedicando en muchos casos cerca de 15 horas diarias al negocio y no dejarse vencer por los problemas, y el apoyo de grupos de referencia, especialmente de los familiares más cercanos, durante el inicio o las crisis del negocio.

Entre las características comerciales y administrativas de las MYPES encontramos:

- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable y menos aún calificada.

- Disponen de limitados recursos financieros.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.

1.2.5. ¿QUÉ ES EL MERCADO Y CUÁL ES SU IMPORTANCIA?

Es el espacio físico y no físico de encuentro entre los agentes económicos (compradores y vendedores) para intercambiar libremente bienes y servicios. Allí los agentes económicos se ponen de acuerdo en el precio al que comprarán o venderán una determinada cantidad de mercadería.

Pero el mercado es importante no solo porque hace posible la coordinación entre compradores y vendedores, sino también porque permite decidir qué producir, cómo producir y para quién producir.

Un mercado puede ser un ambiente amplio y organizado o una esquina de una calle en la que los compradores y vendedores se ponen de acuerdo para intercambiar un bien o un servicio.

Al conjunto de agentes que compran un bien o servicio se les denomina demandantes. Para la mayoría de los productos, a menor precio del bien o servicio mayor demanda, y viceversa.

De la misma manera, al conjunto de agentes que desean vender un bien o servicio se les conoce como ofertantes. A mayor precio del bien o servicio, mayor la cantidad ofertada, y viceversa.

Se ha dicho ya que el mercado fija el precio (precio de mercado). Esto quiere decir que si se pusiesen en contacto todos los compradores y vendedores de un mismo bien, podrían llegar a un acuerdo para comprar y vender una determinada cantidad de un bien a un precio establecido.

1.2.6. ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UNA MYPE

Aun cuando se ha escrito mucho sobre la importancia de definir una organización como función propia de la gestión y requisito indispensable para la dirección de las empresas, en la mayoría de las pequeñas y microempresas, ésta es todavía una debilidad relevante.

En principio, es necesario señalar que la estructura, las funciones y los procedimientos no pueden ser aplicados mecánicamente ni, mucho menos, copiados entre las diferentes formas que adoptan estas empresas.

1.2.7. LA ESTRUCTURA

La estructura de una empresa es el esqueleto en el que se apoyan todas las decisiones y actividades que tienen lugar en ella. En la pequeña empresa la estructura se suele adaptar a las características de los individuos que la componen, al desarrollo de la empresa y fundamentalmente al giro del negocio. Cada MYPE deberá determinar el tipo de estructura que le resulte más conveniente en relación con su nivel de desarrollo, actividad, composición interna y objetivos. Esta

estructura organizacional irá cambiando en función de la evolución de las mismas en el tiempo.

El diseño de una estructura apropiada es el primer paso de la organización empresarial. Este consiste básicamente en:

- Asignar a cada empleado tareas individuales.
- Establecer o definir las relaciones entre las diferentes personas que deben realizar las tareas establecidas.

Según Barragán (2002)¹⁵ existen cuatro estructuras organizativas básicas: La estructura simple, estructura funcional, estructura divisional y estructura matricial, cada una se adapta a un tamaño y complejidad de los procesos de las empresas empezando por la estructura simple hasta llegar a la matricial. A continuación se describen los principales aspectos de cada una de ellas:

1.2.7.1. ESTRUCTURA SIMPLE

Es aquella en la que la empresa se rige por el control individual de una persona. En este caso el gerente propietario controla todas las actividades y toma todas las decisiones referentes al funcionamiento de la empresa.

Es la más común en las pequeñas empresas, así mismo suele tener actividades como asesoría legal o contable que es provista por una tercera persona fuera de la empresa (subcontratación). Sin embargo,

¹⁵ Barragán: Administración de las pequeñas y medianas empresas. 2002.

si la empresa crece el control por una sola persona se hace más difícil.

Caso Gerente Propietario

Sus principales características son:

- La realización de las tareas es supervisada directamente por el propietario.
- El sistema de coordinación, evaluación y recompensa es altamente informal.
- La toma de decisiones se centraliza en una sola persona, por lo general el propietario de la empresa.
- Poca especialización en las tareas internas.

Esta estructura se puede aplicar a un negocio pequeño (o microempresa), que ha sido recientemente iniciado, que cuenta con menos de 5 personas o que debido a su rubro o especialización no necesita de tanto personal dado su nivel de ventas. Por ejemplo podemos estar hablando de un negocio de fabricación de muebles, calzado, un pequeño restaurante, confecciones, panadería, etc.

1.2.7.2. ESTRUCTURA FUNCIONAL

Es una estructura típica de pequeñas empresas que han crecido lo suficiente como para que una sola persona no sea capaz de dirigir todas las actividades de la empresa; por eso se contratan especialistas en cada área.

La actividad principal del Director consiste entonces en coordinar e integrar todas las áreas, es aquella que se sustenta en actividades clásicas que son necesarias llevar a cabo, como producción, contabilidad, marketing, finanzas, entre otras y que son trabajadas dentro de la empresa.

Sus principales características son:

- Mejor uso del recurso humano especializado.
- Mejora la coordinación entre las diversas áreas y el control.
- Pueden generar conflictos entre áreas funcionales.

En el caso de la pequeña empresa se recomienda la utilización del modelo funcional, que se caracteriza por agrupar el trabajo en unidades funcionales. Como todo tipo de organización, este modelo presenta una serie de ventajas e inconvenientes que se especifican a continuación:

Ventajas

- Favorece la especialización.
- Mejora la coordinación dentro de cada función.
- Ayuda a la economía por operación.
- Facilita la flexibilidad económica.

Desventajas

- Elevada concentración.

- Retrasa la toma de decisiones.
- Complica la dirección.
- Hace más difícil el control.
- Dificulta la coordinación global.

1.2.7.3. ESTRUCTURA DIVISIONAL

Es aquella que divide la empresa en unidades o divisiones en función de los productos o servicios, áreas geográficas o procesos. Por lo general, cada una de las divisiones incorpora especialistas funcionales y se organiza por departamentos.

Sus principales características son:

- Incrementa el control operacional y estratégico.
- Flexibilidad ante los cambios del entorno.
- Enfoca los recursos de la empresa en los productos y mercados objetivos.
- Aumento de los costos administrativos (personal, operaciones e inversiones).

1.2.7.4. ESTRUCTURA MATRICIAL

Es una combinación de la estructura funcional y la divisional. Por lo general, los departamentos funcionales se combinan con los grupos de productos bajo un mismo proyecto. Es utilizada en aquellos casos en los que existen varios factores que condicionan el tipo de

estructura y en los cuales ni la estructura divisional ni la funcional se adaptan correctamente.

Sus principales características son:

- Incrementa la respuesta al mercado, gracias a la colaboración y al trabajo conjunto entre las diferentes áreas.
- Permite un uso más eficiente de los recursos de la empresa.
- Mejora la comunicación, coordinación y flexibilidad entre las distintas áreas de la empresa.

1.2.8. ORGANIGRAMAS Y MANUALES DE ORGANIZACIÓN

Los organigramas y los manuales de organización son los dos principales elementos que constituyen la base de una buena organización empresarial. La ley no exige tenerlos pero nos ayudarán de mucho para definir las funciones y responsabilidades de cada integrante de la empresa. Los organigramas son las presentaciones gráficas de la estructura de una empresa. Su finalidad es representar claramente las áreas de responsabilidad y los niveles jerárquicos que conforman la empresa.

Los manuales de organización, a su vez, tienen por objeto indicar por escrito lo que se espera de cada empleado en materia de tareas, responsabilidades, autoridad, comunicaciones e interrelación con los clientes y proveedores.

Muchas empresas carecen de manual de procedimientos y funciones

o no lo emplean de manera adecuada. Otras tantas tampoco disponen de requisitos mínimos exigidos a los diferentes cargos para el cumplimiento de sus funciones, como la experiencia, el grado de formación, las características personales, la especialidad, entre otros. Con frecuencia estos temas son considerados burocráticos o de poca utilidad, aun cuando constituyen la base para el buen funcionamiento de la empresa.

En las empresas familiares, modalidad más común entre las micro y pequeñas empresas, el número de jefes es relativamente bajo. Sin embargo, su consolidación, el crecimiento del nivel de ventas, el aumento del número de clientes y proveedores y el incremento de la cantidad de trabajadores obligan a establecer una estructura organizativa que se ajuste a las nuevas condiciones.

Una empresa debe estar constituida con el número de cargos suficientes con los que realmente requiere en función de su complejidad, estrategias y nivel de desarrollo.

1.2.9. PRINCIPALES PROBLEMAS EN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE UNA MYPE

Entre los principales problemas que se pueden observar en la estructura organizacional de una MYPES están:

- El personal realiza una misma función de manera repetida e innecesaria.

- Jefes sin personal a cargo o con exceso de personal.
- Definiciones imprecisas de funciones para determinado cargo.
- Asignación de funciones diversas a un mismo cargo.
- Aumento de la complejidad del cargo sin el debido aumento salarial.
- Falta de especialización en las tareas.

Todos estos problemas provocan diversas trabas y descoordinaciones en el trabajo, como:

- Desequilibrios en las cargas de trabajo.
- Falta de información entre el personal.
- Deterioro del ambiente de trabajo.
- Desmotivación del personal.
- Falta de control interno.
- Centralismo en la toma de decisiones.
- Incumplimiento de metas o tareas.

1.2.10. GERENCIA DEL RECURSO HUMANO EN UNA MYPE

La planeación respecto a los recursos humanos es la actividad para identificar las necesidades actuales y futuras de recursos humanos de la MYPES, su incremento y capacitación, así como el bienestar de quienes laboran en una empresa. La compensación y capacitación de los recursos humanos son partes esenciales para la supervivencia,

competitividad y funcionamiento de las mismas.

Más aun si se tiene en cuenta que en una pequeña empresa los recursos humanos representan por lo general el mayor componente de los costos totales de operación, a diferencia de las grandes empresas, en las que las maquinarias y equipos son generalmente más importantes.

La compensación es la retribución monetaria y no monetaria por un determinado trabajo. La remuneración puede ser directa (salario base, bonos e incentivos) o indirecta (vacaciones, servicios y otras prestaciones de la empresa). El reto más importante consiste en cómo organizar estructuras de pago que permitan un alto rendimiento del trabajador. La pregunta que los propietarios de estas empresas suelen hacer es: ¿cómo se define el pago de los trabajadores? Existen tres factores que ayudan a definir el salario de los trabajadores: el legal, su política interna y la equidad:

- El factor legal:** Se refiere a las normas laborales vigentes en el país.
- La política interna:** Alude a la escala salarial que ellas han definido con sus trabajadores.
- La equidad:** Es de dos tipos:

La interna, cuando se comparan los salarios que se pagan en la empresa y se encuentra que son justos, según el criterio a igual trabajo, igual salario.

La externa, cuando se los compara con los salarios pagados por otras empresas similares y se opta por pagar más, lo mismo o menos que ellas.

Es importante que los empresarios tengan en cuenta algunas características del trabajador, como el conocimiento y las habilidades adquiridas gracias a una educación continuada y el comportamiento profesional y personal dentro de la empresa. Asimismo, los incentivos deben manejarse en conjunto.

1.2.10.1. CAPACITACIÓN, ASISTENCIA TÉCNICA Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL

Son pocas las actividades o recursos que destina la empresa para mantener a los trabajadores motivados, a pesar de que siempre se ha dicho que el capital humano es el recurso más importante que tiene una organización, más aun cuando se encuentra en un franco crecimiento. Es necesario que las empresas inviertan en mejorar la motivación del capital humano.

La mejor metodología para capacitar a los empleados es la de “aprender haciendo”. Esto supone introducir el aprendizaje por error o por experiencia, sea esta última la propia o la de otros. Esta metodología admite que se cometan errores y se desarrollen experiencias que no solo nos permitan aprender de ellas sino también identificar actitudes, pensamientos y formas de comportamiento.

a. La capacitación

La capacitación puede ser definida como cualquier inversión en capital humano que aumenta la productividad del trabajador¹⁶. Se refiere por lo general al entrenamiento que puede ser ofrecido por la empresa que hace posible un incremento de la capacidad laboral de un trabajador y que, por tanto, reporta también una mayor utilidad a la empresa.

Se tiene así; por ejemplo, programas de capacitación para elevar las destrezas básicas para la comunicación verbal y escrita, entrenamiento en la utilización de maquinaria en la industria, adiestramiento en el uso de computadoras, entre otros.

La capacitación de su personal es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las MYPES, pues la globalización impone un ritmo acelerado de cambios que exigen un aprendizaje continuo.

Mientras esta capacitación busca desarrollar una competencia en el capacitado; es decir, actúa sobre la persona, los programas de asistencia técnica lo hacen sobre los procesos (productivos, comerciales, contables, financieros, de recurso humano, etc.), que por lo general involucran a más de una persona.

Es preciso que todo programa de capacitación empiece con un diagnóstico, que debe incluir: 1) las necesidades percibidas por el

¹⁶ Carrillo. Capacitación en las plantas maquiladoras.

empresario como carencias que deben ser subsanadas con la capacitación; y 2) las necesidades observadas por el capacitador.

Es este diagnóstico el que nos permitirá diseñar el programa de capacitación, que debe contemplar los objetivos de aprendizaje, los contenidos, las metodologías y las estrategias.

b. La asistencia técnica

Los servicios de asistencia técnica consisten en un proceso de diagnóstico y ayudan a definir las opciones o cursos de acción por seguir para la toma de decisiones y la solución de problemas concretos en la organización.

La asistencia técnica es el acompañamiento constante de expertos que proponen soluciones a los problemas de la empresa. La asistencia técnica debe empezar por un diagnóstico que nos permita establecer en qué función o proceso específico se debe aplicar la asistencia requerida. Por lo general va acompañada de un proceso de capacitación.

Los servicios más solicitados por los mipempresarios, son los relacionados con tributación, mercados, comercio exterior, productividad, reducción de costos, entre otros.

c. Motivación

La motivación es la voluntad de llevar a cabo grandes esfuerzos para alcanzar las metas organizacionales. La búsqueda por

satisfacer una necesidad conlleva un esfuerzo y éste, a su vez, responde a una motivación.

Según la Teoría de la Jerarquía de Necesidades de Maslow, existen cinco necesidades que todo ser humano busca cubrir:

- Fisiológicas: Hambre, sed, abrigo, etc.
- De seguridad: Seguridad y protección del daño físico y emocional.
- Sociales: Afecto, sensación de pertenencia, aceptación y amistad.
- Estima: Involucra factores internos de estima, como respeto a uno mismo, autoestima, logros, y factores externos, como estatus, reconocimiento y atención.
- Autorrealización: El impulso que nos lleva a convertirnos en lo que somos capaces de ser. Incluye el crecimiento, el logro del potencial individual, el hacer eficaz la satisfacción plena con uno mismo.

En la medida en que se satisface cada necesidad, la siguiente se vuelve dominante. Esta teoría señala además que, aunque ninguna necesidad se satisface siempre, una que ha quedado en gran parte satisfecha ya no motiva. Para que las MYPES logren un alto rendimiento de sus trabajadores, es importante que el plan de compensación motive y que el pago responda a la justicia

organizacional y la equidad. La productividad de la fuerza laboral se aumenta motivando a los trabajadores por medio de un pago justo y haciéndoles saber que tienen un papel importante en la empresa.

Estas reglas básicas para la creación de planes de compensación implican que si no se le paga al trabajador de acuerdo con su rendimiento, entonces la empresa enfrentará problemas de rotación, poca productividad y disconformidad con la gerencia. Un ejemplo típico de ello es la discriminación salarial contra la mujer, que ocurre cuando, por un mismo trabajo, a un hombre se le paga más.

1.2.11. ESTRATEGIA Y PLANEAMIENTO DE UNA MYPE

El término estrategia se ha convertido hoy en una herramienta imprescindible de la actividad gerencial. La estrategia competitiva significa ser diferente.

Quiere decir escoger deliberadamente un conjunto distinto de actividades para brindar una mezcla única de valor. La mayoría de los gerentes describe el posicionamiento en términos de sus clientes, sin embargo, la esencia de la estrategia yace en las actividades: decidir realizar las actividades de manera distinta, o ejecutar actividades diferentes de los rivales. De otra manera, la estrategia no es más que un lema de mercadeo que no resistirá la competencia.

La mayor parte de la bibliografía define estrategia como

“Planeamiento de los dirigentes para obtener resultados coherentes con la gestión y los objetivos de la organización”¹⁷.

Para definir la estrategia es necesario conocer tanto a la empresa como el entorno que la rodea. El término entorno se refiere a todos aquellos factores externos que la empresa no puede controlar y que afectan la actividad empresarial. En el análisis del entorno se pueden distinguir dos niveles:

1.2.11.1. ENTORNO GENERAL

Está compuesto por todos los factores que afectan la estrategia de una empresa, el análisis del entorno general consiste en identificar estos factores con la finalidad de llevar a cabo un diagnóstico acertado de la empresa.

El entorno general se divide en seis segmentos: demográfico, sociocultural, político-legal, tecnológico, económico y global, pero con fines de simplificar el análisis, cuatro son los más importantes:

¹⁷ Fertonani, Alberto R.: Gerenciamiento de entidades deportivas. Ed. UNC, 2002.

CUADRO NRO. 03 ANÁLISIS PEST: FACTORES DEL ENTORNO QUE AFECTAN LA ORGANIZACIÓN	
POLÍTICO-LEGALES Legislación monopolios Legislación protección medioambiente Política impositiva Regulación del comercio exterior Normatividad laboral Estabilidad política	SOCIOCULTURALES Demografía Distribución de la renta Movilidad social Cambios en estilo de vida Actitudes respecto al trabajo y al ocio Consumismo Niveles educativos
ECONÓMICOS Ciclos económicos Tendencias del PNB Tipos de interés Oferta monetaria Inflación Desempleo Renta disponible Disponibilidad y coste de energía	TECNOLOGICOS Gastos gubernamentales en I + D Interés del gobierno y la industria en el esfuerzo tecnológico Nuevos descubrimientos / desarrollo Velocidad de transferencia tecnológica Tasas de obsolescencia

1.2.11.2. ENTORNO COMPETITIVO: LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

El modelo de las cinco fuerzas desarrollado por Michael Porter ha sido la herramienta más utilizada para analizar el entorno competitivo de una empresa. Este modelo proporciona a los directivos una herramienta eficiente para decidir si su empresa debería salir o no del sector, tener bases racionales para incrementar o disminuir una actividad y evaluar cómo mejorar la posición competitiva de su empresa con respecto a cada una de las fuerzas.

A. FUERZAS DE PORTER

Para determinar estas ventajas competitivas y decidir por la estrategia que más conviene a la empresa, es necesario

establecer las fuerzas competitivas que afectan la rentabilidad en una industria. Michael Porter definió cinco fuerzas básicas:

- Rivalidad entre competidores existentes: El grado con que la competencia está creando nuevos productos, bajando precios e incrementando su publicidad tiene un impacto significativo en la rentabilidad de la industria. Si la rivalidad dentro de ella es muy intensa, el potencial de rentabilidad es bajo.
- Amenaza de productos o servicios sustitutos: Este es un desafío que no proviene de un competidor conocido, sino de una empresa que produce otro producto que tiene la misma función.
- Amenaza de nuevos competidores: Si nuevas empresas pueden entrar fácilmente a competir en una industria, la rentabilidad se verá perjudicada.
- Poder de los clientes: Si un cliente tiene un gran poder de compra, puede hacer bajar los precios y eliminar la rentabilidad de un negocio.
- Poder de negociación de los proveedores: Un proveedor influyente puede aumentar los precios y hacer desaparecer el potencial de lucro de una actividad.

DIAGRAMA NRO. 01
EL MODELO DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS (PORTER, 1980)



<p>1. PROVEEDORES Determinación del poder de proveedores Diferenciación de los insumos. Costos fluctuantes. Presencia de insumos sustitutos. Concentración del proveedor. Importancia del volumen. Costo relativo respecto del costo total en la industria. Riesgo de integración.</p>	<p>2. COMPETIDORES POTENCIALES Barreras de entrada Economías de escala. Diferencias patentadas en productos. Identidad de marca. Costos fluctuantes. Necesidades de capital. Acceso a la distribución. Ventajas absolutas en costos. Política gubernamental. Reacción esperada.</p>	<p>3. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES Determinación de la rivalidad Crecimiento de la industria. Costos fijos. Diferencias en productos. Identidad de marca. Costos fluctuantes. Concentración y equilibrio. Complejidad informativa. Diversidad de competidores. Barreras de salida.</p>
<p>4.1. Apalancamiento de la negociación Concentración del comprador. Volumen del comprador. Costos fluctuantes del comprador. Información del comprador. Habilidad para la integración. Sustitución de productos.</p>	<p>4.2. CLIENTES Sensibilidad de los precios Precio/total de las compras. Diferencias de productos. Identidad de marca. Impacto en calidad/desempeño. Utilidades del comprador, inventivos para la toma de decisiones.</p>	<p>5. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS Determinación del riesgo Desempeño relativo en precio del sustituto. Costos fluctuantes. Propensión del consumo al sustituto.</p>

Una vez evaluadas las fuerzas se podrán identificar los puntos fuertes y débiles de la empresa, para luego optar por un plan de acción que incluya:

- Posicionar a la empresa de manera que se le permita una mejor defensa contra la fuerza competitiva.
- Influir en el equilibrio de las fuerzas por medio de maniobras estratégicas que tomen la ofensiva, diseñadas no para adaptarse sino para alterar sus causas.
- Anticiparse a los cambios en los factores fundamentales. La clave del crecimiento -y aun para la supervivencia- consiste en discernir una posición que sea menos vulnerable al ataque directo de los contrarios.

B. LA CADENA DE VALOR DE PORTER

El análisis de la cadena de valor, creado por Michael Porter en 1987, es el instrumento más utilizado para el estudio y diagnóstico de la empresa.

Hace referencia a la separación de la empresa en las actividades básicas que desarrolla para vender un producto o servicio. Con este instrumento se pretende identificar las diferentes actividades de la empresa y determinar el valor de cada una de ellas. En términos competitivos, el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por los productos elaborados por una empresa. Por lo tanto, el valor se mide por

los ingresos totales que genera cada producto, y estos ingresos están determinados por el precio del producto y por cuántos de ellos se venden (la cantidad).

La empresa desarrolla su acción a través de actividades: el procesamiento de compras, la fuerza de ventas, la transformación de un insumo, etc. Las organizaciones son grupos de actividades y la cadena de valor representa las actividades tradicionales dentro de una compañía. La ventaja competitiva solo puede ser entendida observando y analizando esas actividades.

Toda empresa debe ser capaz de identificar dónde se encuentran sus ventajas y dónde sus desventajas; para ello es necesario analizar qué actividades específicas proporcionan una ventaja competitiva en cuanto a los costos o a la diferenciación. Tanto para llegar a tener costos menores cuanto para diferenciarse, las empresas deben hacer otra elección en términos del campo de acción o nicho de mercado.

El objetivo de la cadena de valor es identificar las partes de la empresa que generan mayor valor, es decir, determinar las fuentes de las ventajas competitivas.

Los elementos que constituyen la cadena de valor y que deben ser analizados para identificar las ventajas competitivas son:

- Las actividades de la cadena de valor.

- Las interrelaciones entre actividades.
- Las interrelaciones con el sistema de valor.

C. ACTIVIDADES DE LA CADENA DE VALOR

c.1. Actividades primarias: Se trata de aquellas relacionadas directamente con la creación física del producto, su venta y sus servicios posteriores. Destacan entre ellas:

- La logística interna o de entrada de factores: Se asocia a la recepción, almacenamiento y la distribución de las materias primas necesarias para producir los bienes y servicios de la empresa. Incluye el control de las existencias, el control de los almacenes, el transporte, etc.
- Las operaciones o producción propiamente dicha: Hacen referencia a todas las actividades asociadas a la transformación de la materia prima en los productos o servicios finales. Incluyen las actividades de procesamiento, embalaje, empaquetado, etc.
- La logística externa o distribución: Se relaciona con la recolección, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores. Incluye los productos terminados, el almacenamiento, el proceso de pedido, etc.

- El marketing y las ventas: Se asocian a las actividades que buscan la venta del producto. Incluyen las actividades de publicidad, promoción, administración de ventas, etc.
- El servicio posventa: Se relaciona con las actividades asociadas al mantenimiento de las condiciones del producto. Incluye la reparación, instalación, formación, recambios, etc.

c.2. Actividades de apoyo: Sirven de soporte a las actividades primarias, ayudando a su mejoría y garantizando el funcionamiento normal de la empresa. Las actividades más importantes son:

- El aprovisionamiento: Se refiere a las actividades de compra de todos los recursos que van a ser utilizados en la empresa. Incluye las materias primas, la maquinaria, los edificios, los equipos de oficina, etc.
- El desarrollo de tecnología: Se asocia a todas las actividades encaminadas a la obtención, mejora y gestión de tecnología en la empresa. Incluye el diseño de un producto, como consecuencia del trabajo de investigación y desarrollo o la mejora de materias primas.
- La gestión del recurso humano: Se relaciona con las actividades de búsqueda, contratación, formación,

desarrollo y remuneración del personal de la empresa.

- La infraestructura de la empresa: Se refiere a las actividades de administración de la empresa. Incluye la dirección general, la planificación, las finanzas, la contabilidad, la información, etc.

D. LAS INTERRELACIONES ENTRE LAS ACTIVIDADES

En este caso, las ventajas competitivas surgen dentro de la empresa como consecuencia de la relación entre dos o varias actividades de la cadena de valor. A este tipo de interrelaciones se le denomina eslabones horizontales.

E. LAS INTERRELACIONES DENTRO DEL SISTEMA DE VALOR

Las ventajas competitivas también pueden aparecer como consecuencia de la relación de las actividades de la cadena de valor con las actividades de la cadena de valor de los proveedores o clientes. A estas interrelaciones se las denomina eslabones verticales.

F. LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Según Hax y Majluf (1997), se puede afirmar que: La estrategia es el principal plan a través de cuya aplicación la empresa desarrolla su actividad a lo largo del tiempo, adaptándose a los cambios de su entorno. Así, la estrategia se convierte en la intención de dirigir diferentes acciones con el objetivo de obtener

y mantener una ventaja competitiva a lo largo del tiempo.

G. BENEFICIOS DE DEFINIR UNA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- Determina una orientación: La principal función de una estrategia es la de servir de “brújula” a una organización; define nuestro “norte” y nos da las pautas para llegar a él.
- Define la organización: La estrategia es un medio por el cual se busca que el trabajador y los clientes caractericen a la empresa y la distinguan del resto.
- Concentra esfuerzos: La estrategia no solo favorece la coordinación de las actividades. También mejora el uso de los recursos de la organización.
- Otorga coherencia: La estrategia facilita la acción mediante el orden, las definiciones claras y el establecimiento de las grandes acciones y planes futuros.

La dirección estratégica no es diferente de la dirección empresarial, sino que es una parte de la dirección general de la empresa. En particular, la dirección estratégica consiste en formular y poner en marcha la estrategia.

Este proceso está caracterizado por:

- La incertidumbre del entorno, de los competidores y de la preferencia de los compradores o consumidores.
- La complejidad de las distintas maneras de ver el entorno y

sus interrelaciones con la empresa. Ante un mismo entorno, las empresas pueden reaccionar de distinta forma y llevar a cabo diferentes acciones.

- Los conflictos organizativos entre las personas que toman las decisiones y las que se ven afectadas por ellas.

Según Michael Porter se presentan tres tipos de estrategias competitivas:

g.1. Estrategia de liderazgo en costos: Para lograr este objetivo se debe contar con un buen producto, competitivo con el promedio de la industria. Una empresa líder en costos debe organizar toda la cadena de valor o las actividades que se refuerzan entre sí de manera eficiente. Esto le permitirá alcanzar precios más bajos y márgenes de ganancias superiores. Un error muy frecuente consiste en creer que cuando se habla de costo se alude solo a la producción, cuando lo que realmente importa es toda la cadena de valor. Encontrar interrelaciones entre las actividades es una manera muy frecuente de reducir costos. Para establecer un liderazgo en costos es necesario que los costos sean analizados por actividad. Solo así es posible analizar qué actividades son más significativas y qué hace que esos costos difieran de los de la competencia.

Como ejemplo, la estrategia que sigue la empresa Kola Real

es la de liderazgo en costos, debido a una organización adecuada de la totalidad de sus procesos, que le ha permitido que sus productos tengan precios más competitivos en el mercado de las bebidas gaseosas.

g.2. Estrategia de diferenciación: Se busca ofrecer un producto o servicio único, distinto del que brinda la competencia. Para llegar a ello los costos no son una limitante. Mejorar la calidad y agregar valor a los productos por lo general incrementa los costos, pero la inversión se recupera a través de un precio superior. Para desarrollar una estrategia de diferenciación es necesario elegir una o más necesidades valoradas por los compradores. Se requiere, asimismo, identificar qué actividades dentro de la cadena de valor son las más importantes para lograr la diferenciación.

Un ejemplo de ello es la estrategia del Grupo Gloria, que vende leche con hierro y vitaminas.

g.3. Estrategia de nicho de mercado: Consiste en elegir un grupo de clientes y concentrarse en ellos. La clave en este tipo de estrategia es encontrar un grupo con necesidades inusuales. Se crea una cadena de valor especialmente diseñada para este segmento. A menudo los gerentes de empresas que tienen éxito en un nicho determinado piensan que pueden abarcar todo el mercado y olvidan la razón de

su éxito. Por lo general, toda industria tiene, además de un cliente típico y que explica la mayor porción del mercado, una variedad de segmentos de clientes con necesidades diferentes. La elección de un campo de acción o nicho de mercado tiene que ver con cuántos de esos segmentos la empresa elige servir. Algunos escogen solo la mayor porción del mercado, mientras otros tienen un amplio campo de acción y ofrecen una línea completa de productos que sirve a muchos grupos de clientes diferentes. Otros prefieren estrechar su campo de acción y concentrarse en un segmento en particular o en un grupo de segmentos con exigencias muy definidas.

Así, por ejemplo, la estrategia de la marca de autos Mercedes Benz está dirigida a la clase socioeconómica A en el Perú.

		VENTAJA COMPETITIVA	
		Costo más bajo	Diferenciación
PANORAMA COMPETITIVO	Objetivo amplio	1. Liderazgo en costo	2. Diferenciación
	Objetivo limitado	3 ^a . Enfoque en costo	3B. Enfoque en diferenciación

Fuente: M. Porter

H. FACTORES DE ÉXITO DE UNA MYPE

El objetivo final y primordial de una empresa es maximizar los beneficios en el tiempo. Dicho esto, uno pensaría que la forma para conseguirlo sería maximizando los ingresos, eliminando las

ineficiencias, mejorando la productividad e implementando modernas formas de gerenciamiento.

Todos estos factores, que muchas veces cualquiera puede implementar, no resultan suficientes para conseguir esta ventaja competitiva que nos diferencia del resto de actores de la industria y nos permite obtener la máxima rentabilidad. La rentabilidad de una compañía depende de la estructura, del tipo de industria al que pertenece y del posicionamiento alcanzado frente a la competencia.

Así, los que tienen en sus manos la responsabilidad de planificar los objetivos de la empresa deben conocer perfectamente cómo es la industria, dónde les toca competir y qué lugar ocupa la empresa en el mercado.

Para poder desarrollar una estrategia competitiva es fundamental conocer varios factores: el promedio de la rentabilidad de la industria y de cada uno de los competidores dentro de ella; la estructura de esa industria a largo plazo; cuáles son las barreras existentes para entrar en el negocio, y cuán sensibles son los consumidores a las presiones de los precios.

Para desarrollar una performance superior al promedio de la industria, una compañía debe contar con una ventaja competitiva sustancial que debe mejorar continuamente.

Las organizaciones más exitosas no obtienen su ventaja

competitiva por lo general solo de sus competencias esenciales sino de una serie de actividades complementarias que se refuerzan entre sí. Cuando una empresa es capaz de integrar o complementar distintas actividades como la fuerza de ventas, el marketing y la producción, será más difícil para la competencia imitarla.

Los grandes estrategias crean estas actividades que se refuerzan entre sí en torno de una ventaja particular para un segmento particular de clientes.

1.3. INTERMEDIACIÓN FINANCIERA

Es el sistema económico caracterizado por la utilización de la moneda como medio de pago; existen agentes económicos deseosos de activos líquidos para cubrir sus brechas deficitarias pero a la vez existen agentes económicos que tienen saldos favorables de estos activos que buscan réditos, a veces especulativos, a través de su colocación.

Entre los primeros se encuentran mayormente las empresas que necesitan capital para emprender sus programas de inversión o utilizarlos como capital de trabajo; dentro de los segundos, se encuentran el público, el gobierno y otros agentes económicos que poseen saldos favorables en su movimiento de cuentas.

Pero como la transacción financiera, entre los agentes deficitarios y superavitarios sería muy costosa, por la dificultad que encontrarían por encontrarse en un mercado definido; es que aparecen los intermedios

financieros, como los bancos, que dentro del sistema actúan como captadores de los agentes superavitarios y colocadores de los agentes deficitarios.

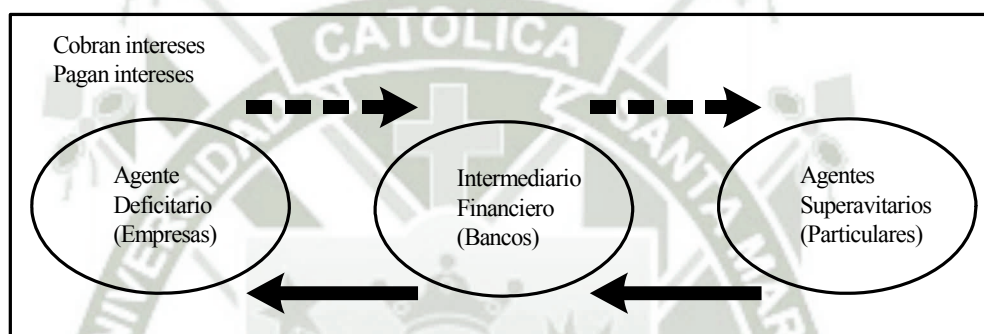
Estos intermediarios financieros; pudiendo ser bancos como no bancos, que conglomeradamente configuran el Sistema Monetario o colocadores de capitales de corto plazo; están regidos por normas emanadas del Gobierno Central como la Ley de Banca y Seguros; cuyo cumplimiento debe ser vigilado por la Superintendencia de Banca y Seguros. Organismo de control cuya función se encuadra en el monitoreo de las cuentas de los Estados Financieros de los intermediarios financieros y; como forma de proteger los intereses de la comunidad ahorrista.

La importancia de los intermediarios financieros radica, en que estas organizaciones movilizan capitales que son utilizados por las organizaciones empresariales que actúan en el sector real; para financiar sus ampliaciones de planta; para reconvertirse tecnológicamente; asimismo para lubricar el proceso productivo; cuyos efectos directos, como colaterales se van a reflejar en el grado de competitividad que lograrán en el mercado.

Por cierto, este objetivo estratégico, no sólo dependerá del monto de capital de inversión y de la calidad de su utilización, sino también es necesario la confluencia de factores inherentes a la actividad misma de los negocios, tales como, la calidad de las políticas, estrategias como

tácticas empresariales, que como es obvio, deben ser de la más óptima eficacia para enfrentar los retos de los mercados globalizados. En el gráfico que se expone a continuación expone muy bien la ubicación de los intermediarios financieros.

DIAGRAMA NRO. 02
UBICACIÓN DE LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS



FUENTE: LANEGRA GARCÍA, HUGO. "La Gestión Crediticia del Perú" PP 103

Entre los agentes deficitarios se pueden localizar a las pequeñas y microempresas; organizaciones empresariales, que como cualquier otra, necesita del palanqueo del caso para solventar su capital de trabajo, ampliar su capacidad de planta, sus líneas de producción, y otras actividades propias de una empresa que, apuntan a optimizar sus operaciones en el mercado.

Definitivamente, la sostenibilidad del mercado real, depende de cuán fuerte y competitivo sea el mercado financiero (intermediarios financieros).

En este sentido, si en éste sector se presentan deficiencias

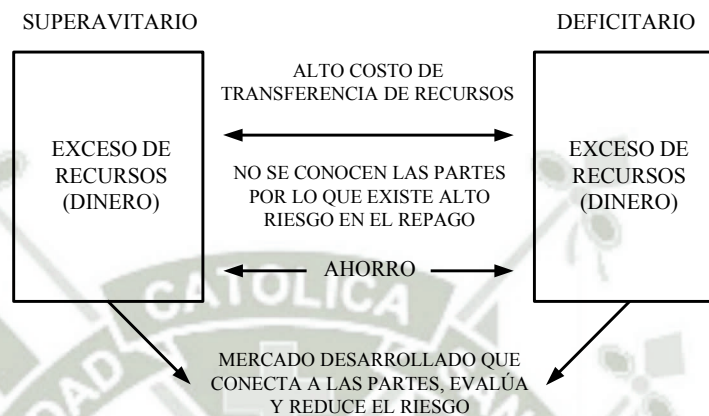
estructurales, como es en el manejo de la tasa de interés, colocaciones, concentraciones de crédito, tipo de organización; el retardo productivo se verá reflejada en los indicadores macroeconómicos especialmente en el PBI, que a la vez generará un escenario laboral de mínimas oportunidades; situación que por las evidencias empíricas se ha convertido en un hecho crónico en el Perú.

Dada la importancia de los intermediarios financieros, en la vida económica del país y debido a que su participación a través del financiamiento, genera importantes efectos multiplicadores de tipo económico como social; es necesario crear un marco legal que impida todo tipo de anomalías en éste sector. Por otro lado es imprescindible la creación de una cultura que apunte a la competitividad, que va a impactar positivamente en los sujetos deficitarios de créditos, como son las empresas; es decir aquellas organizaciones cuya función principal es la creación de riqueza, sin olvidar la satisfacción de necesidades.

¿Qué ocurriría si la Intermediación Financiera no existiera? Todos aquellos recursos excedentes almacenados, es decir, ahorrados por las personas estarían ociosos, no intervendrían en la producción de más riqueza y ello provocaría un sobre stock de recursos dinerarios. Por lo tanto, la primera utilidad para la sociedad es poner la mayor cantidad de recursos de acción. Esta riqueza adicional presentará el pago al conjunto de la sociedad por dejar de consumir en el presente para hacerlo en el futuro. Es decir que el interés se distribuirá entre los entes

intermediarios, los ahorristas y los inversionistas.

**DIAGRAMA NRO. 03
INTERMEDIARIOS FINANCIEROS**



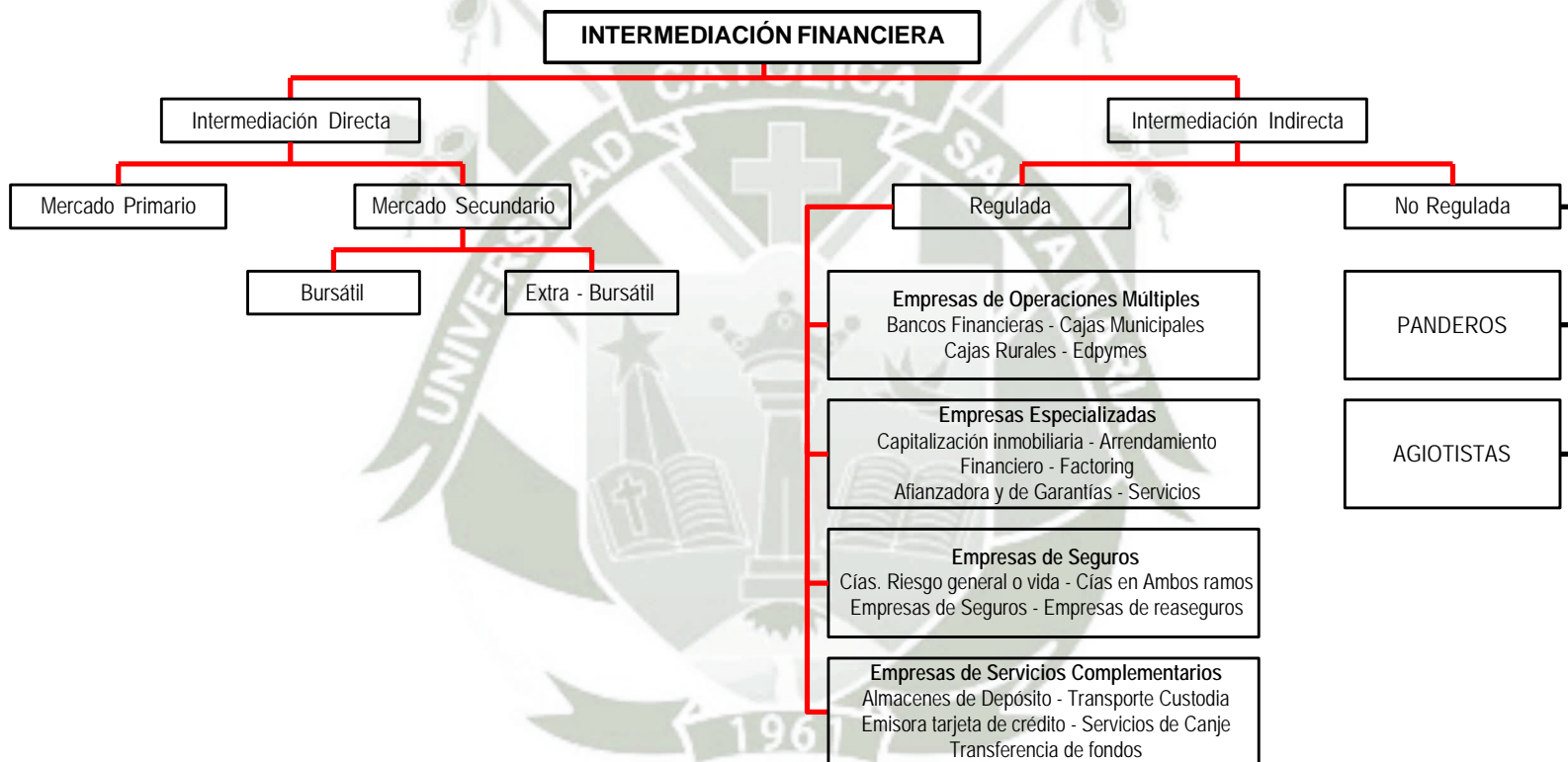
Fuente: Lanegra García, Hugo, "La Gestión Crediticia del Perú". PP. 112

La intermediación financiera consiste, por lo tanto, en los mecanismos e instituciones que permiten canalizar los recursos superavitarios o deficitarios.

Ella puede ser directa o indirecta, según se produzca a través de un mercado de valores o por medio de una institución financiera. En el primer caso, la evaluación del riesgo se realiza gracias a la transferencia de la información, y el segundo, por la experiencia en la evaluación de los prestatarios que también depende de la información. Una parte del beneficio obtenido por la sociedad se destina a cubrir los costos de intermediación incluidas las utilidades.

En el diagrama siguiente de la "Intermediación Financiera" se muestra la clasificación que hace el Banco Central de Reserva del Perú de las instituciones de intermediación financiera que existen en el país.

DIAGRAMA NRO. 04
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA (según Ley Nro. 26702)



FUENTE: Lanegra García, Hugo, "La Gestión Crediticia del Perú". Pp 126.

1.4. EL CRÉDITO

1.4.1. EL CRÉDITO Y LA ECONOMÍA

Todas las operaciones bancarias y los métodos para controlarlas forman parte del sistema crediticio de un país

El nivel de actividad económica o la etapa del ciclo económico en que se encuentra un país en un determinado momento puede deducirse a partir del sistema crediticio: cuando aumenta el volumen de créditos se está en una etapa de expansión económica, mientras que si disminuye el volumen de crédito, suele significar que se está en un periodo de recesión o en una depresión económica.

Las fluctuaciones del sistema crediticio pueden afectar al nivel de precios, ya que cuando aumenta el volumen de créditos, aumenta la oferta monetaria, lo que empuja al alza de los precios. Algunos economistas consideran que la inflación crediticia que precedió al crack de Wall Street en 1929 fue una de las principales causas de la crisis.

La importancia del crédito ha aumentado en los últimos años a medida que se van realizando más transacciones mediante operaciones y cada vez menos se realizan con dinero líquido. Los adelantos en las técnicas informáticas han favorecido la utilización de tarjetas de crédito y de débito, al tiempo que crecían las operaciones comerciales entre empresas utilizando instrumentos crediticios.

La principal preocupación de los políticos consiste en saber si los gobiernos son capaces de controlar el aumento del volumen de créditos, impidiendo que éstos crezcan de forma excesiva lo que provocaría un aumento de la inflación.

La palabra crédito tiene muchas acepciones, la más general se refiere a la suma de condiciones morales económicas de una persona y más específicamente, a las negociaciones en las cuales por la confianza de una de las partes hacia la otra, las prestaciones entre ambas no se dan de forma simultánea sino diferida.

El crédito en comercio y finanzas es un término utilizado para referirse a las transacciones que implican una transferencia de dinero que debe devolverse transcurrido cierto tiempo. Por tanto, el que transfiere el dinero se convierte en acreedor y el que lo recibe en deudor; los términos crédito y deuda reflejan pues una misma transacción desde dos puntos de vista contrapuestos.

La operación en si puede definirse como el acto mediante el cual se efectiviza el crédito que pueda tener una persona, por cualquiera de las formas técnicas. Entonces la operación de crédito es el préstamo para obtener financiamiento de terceros, bajo el compromiso de reembolso futuro.

Las prestaciones pueden ser en especie, o una especie o la otra en dinero o en ambas en dinero. A las dos primeras se les denomina crédito mercantil y la tercera, crédito financiero o bancario.

Teóricamente, el crédito no puede nacer de la nada, sino que necesariamente debe tener el respaldo de una actividad productiva y, por ende de una riqueza creada.

Sin embargo, en la práctica se dan algunas desviaciones de este principio, como son las letras de favor, estas deben ser evitadas, ya que normalmente son el inicio de un crédito irrecuperable.

Los elementos constitutivos de toda operación crediticia son:

- En plazo definido de tiempo de toda operación crediticia en el cual debe darse contraprestación pactada.
- La transferencia de propiedad del bien o dinero.
- La voluntariedad del intercambio, que excluye el ahorro forzoso.
- La confianza que no tiene porque ser absoluta, sino existir en cierto grado y complementarse con las garantías tomadas para asegurar la recuperación del préstamo.

Tanto las operaciones pasivas, cuando el depositante entrega su dinero a la institución financiera, como las activas, cuando el cliente es objeto de alguna prestación presente, son operaciones de crédito.

Sin embargo por costumbre se considera así nada mas el segundo caso. Finalmente, en el lenguaje común se utiliza la palabra crédito como sinónimo de cualquiera de las operaciones activas.

1.4.2. CLASES DE CRÉDITO

Los principales tipos de crédito son los siguientes:

- Créditos comerciales, que son los que unos fabricantes conceden a otros para financiar la producción y/o distribución de bienes
- Créditos a la inversión, demandados por las empresas para financiar la adquisición de bienes, los cuales también pueden financiarse emitiendo bonos, pagarés de empresas y otros instrumentos financieros que, por lo tanto, constituyen un crédito que recibe la empresa
- Créditos bancarios, que son los que concede una institución financiera (banco) y entre los que se podrían incluir los préstamos; créditos al consumo o créditos personales, que permiten a los individuos comprar bienes y pagarlos a plazos; créditos hipotecarios, destinados a la compra de bienes inmuebles, garantizando la devolución del crédito con el bien inmueble adquirido
- Créditos que reciben los gobiernos (centrales, regionales o locales) al emitir deuda pública; y, por último
- Créditos internacionales, que son los que concede un gobierno a otro, o una institución internacional a un gobierno, como es el caso de los créditos que concede el BIRF o el BM.

1.4.3. FUNCIONES DEL CRÉDITO

La principal función consiste en transferir el ahorro de unos agentes económicos a otros que no tienen suficiente dinero para realizar las actividades económicas que desean, como por ejemplo, cuando un banco utiliza los depósitos de sus clientes para prestarle dinero a un individuo particular que quiere comprarse una casa, o a un empresario que quiere ampliar su negocio. Esta transferencia de dinero es temporal, y tiene un precio que se denomina interés, que depende del riesgo de la operación que se vaya a financiar y de la oferta y demanda de créditos.

La existencia de créditos es indispensable para el desarrollo económico. Permiten invertir en actividades productivas el ahorro de individuos que, de no existir la posibilidad de transferirse a otras personas, no se aprovecharía.

Una de las principales diferencias entre los países más pobres de África, Asia y América Latina y los países industrializados reside en cómo aprovechan estos últimos el ahorro generado en sus economías mediante la utilización de créditos.

La existencia de créditos sería imposible si las personas no confiaran en las instituciones crediticias y sin la existencia de tribunales que garanticen el cumplimiento de los contratos. Cuando estas condiciones no se cumplen, como ocurre en muchos países poco industrializados, es normal que las familias guarden sus ahorros en lugar de

cedérselos a otras personas para que los inviertan en actividades rentables.

Pero, sin créditos, no se pueden emprender las grandes inversiones ni crear las empresas a gran escala, imprescindibles para aumentar el nivel de vida y alcanzar un grado de crecimiento y desarrollo importante.

La utilización de créditos también permite realizar las complejas operaciones que llevan a cabo las empresas modernas sin necesidad de utilizar dinero. Las operaciones se llevan a cabo mediante documentos escritos entre los que cabe destacar las letras de cambio, órdenes de pago, cheques, pagarés de empresa y bonos.

Estos son, en general, títulos valores, que por ley pueden transferirse al igual que el dinero. Cuando el emisor de un título valor no desea que el acreedor sea una persona distinta a la que ha designado en el documento, escribe sobre éste la anotación “no negociable”, de forma que el título no es transferible.

1.4.4. COSTO DEL CRÉDITO

Algunas consideraciones que se deben de tener presente respecto a los costos de obtención de los créditos son:

1.4.4.1. FACTORES QUE DETERMINAN COSTOS ELEVADOS

- Los niveles de encaje exigidos son altos.
- Los costos fijos de los bancos son muy altos.

- La cartera morosa de los bancos está por encima del nivel deseado y esto genera que se trate de cubrir estos costos con los nuevos clientes.

1.4.4.2. FACTORES QUE IMPIDEN QUE BAJEN MÁS LAS TASAS DE INTERÉS

- La política errada por parte de cada gobierno de turno y del Banco Central de Reserva del Perú, respecto a la tasa de encaje.
- Los Costos operativos de los bancos aun siguen siendo altos.
- Transparencia en el Sistema Financiero. El Artículo 16° de la Ley Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, establece que: "...debe velar por que los componentes del Sistema financiero no induzcan a través de sus mecanismos de información, a decisiones erróneas entre el público..."; Las entidades financieras hacen caso omiso a este artículo ya que establecen cuotas mensuales por depósitos de ahorros, cargos por el número de operaciones, fracciones de depósitos que no ganan intereses, capitalizaciones del crédito que modifican el costo anunciado del realmente pagado, seguros cargados sin autorización del cliente a sus cuentas, etc.
- La falta de cultura financiera del público en general. Existe un índice pequeño de personas mayores de 18 años que tiene por

lo menos una cuenta de ahorros y muy pocas personas conocen los mecanismos de crédito y las tasas reales de interés vigentes en el sistema financiero.

1.5. EVALUACIÓN DEL RIESGO

A fin de asumir un riesgo que se encuentre dentro de ciertos parámetros, el banco debe conocer a su cliente, evaluarlo y analizar cuales negocios pueden realizar conjuntamente.

El banco espera se le otorguen negocios interesantes en proporción al apoyo financiero que presta, y lo mismo se puede decir del cliente. Muchas relaciones de años pueden verse destruidas por un manejo inadecuado que el responsable de sector de la continuidad financiera realice con su cartera de clientes. El banco, por su parte, quiere generar negocios, y por lo tanto le interesa conocer a su cliente para obtener de él lo máximo posible. El gerente financiero, a su vez, puede utilizar estos negocios de interés para obtener las facilidades crediticias que le convengan.

1.5.1. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DEL RIESGO

Las técnicas de evaluación son diversas. Una de ellas es reconocida como las **5C** o las **5 categorías**, las mismas que según la Superintendencia Nacional de Banca y Seguros queda como sigue:

- Carácter:** Consiste en las cualidades del prestatario, como su honestidad, integridad, la experiencia pasada. Si bien es uno de

los factores menos cuantificables, es de los más importantes, porque las cifras pueden decir todo lo contrario y el crédito estar destinado al fracaso, por la mala calidad del sujeto de crédito.

- Capacidad:** Es el conocimiento del negocio y la calidad técnica de los accionistas y la plana gerencial, así como todo su capital humano en general.
- Capital:** Es la inversión realizada, vista tanto por la tecnología adquirida mediante los activos como por el nivel de endeudamiento con terceros, respecto al capital propio.
- Colateral:** Cumple con dos finalidades; reducir el riesgo de la operación cuando la evaluación así lo exija, e incrementar la rentabilidad del dinero prestado. La última dependerá de que el tipo de colateral exigido pueda ser usado por el banco para incrementar sus ingresos. Se trata por ejemplo de los depósitos de efectivo y las letras en cobranza, entre otros.
- Condiciones:** De acuerdo con la evaluación realizada, se puede considerar convenientemente supervisar el desembolso del crédito; de esta manera se controla que el dinero se emplee según los intereses del banco.

1.5.2. FACTORES PARA LA EVALUACIÓN DEL RIESGO

Una forma de agrupar los factores a considerar son:

a. Macroeconómicos (capacidad)

- Situaciones económicas, políticas y sociales del país.
- Desenvolvimiento del sector global.
- Desenvolvimiento del sector específico en el cual se ubica la prestataria.
- Posible evolución de las políticas económicas.

b. Gestión (carácter y capacidad)

- Accionistas.
- Organigrama y cuadros directivos.
- Principales políticas empresariales.
- Percepción global de la prestataria.
- Grado de Modernización.
- Percepción del sectorista de créditos.
- Aspectos estratégicos: materias primas, productos finales, fortalezas y debilidades.

c. Económico-Contable (capital y capacidad)

- Evaluación económica, financiera y social de los proyectos.
- Estados financieros históricos y estados financieros proforma.
- Objeto del crédito.

d. Técnicos (capital, capacidad y procesos)

- Disponibilidad de materia prima.
- Proceso productivo.
- Mercado de productos finales.
- Valuación de garantías.

e. Colaterales y condiciones

- Garantías de acuerdo al riesgo.
- Colaterales para cubrir el riesgo y/o incrementar la rentabilidad.
- Condiciones previas y posteriores al desembolso.
- Plan y cronograma de desembolsos.

f. Legales (condiciones, colateral y capital)

- Documentos de la empresa (forma de constitución, poderes órganos directivos, capital, etc.).
- Documentos de las garantías (propiedad, gravámenes, valuación, etc.).
- Condiciones a establecerse contractualmente.
- Modalidad de formalización del crédito y garantías.

1.5.3. FUENTES DE INFORMACIÓN

Las principales fuentes de información son:

a. Proporcionadas por la empresa

- Estado financiero (balance, pérdidas y ganancias, cambio en la situación financiera, cambios en el patrimonio neto).
- Estado de fuente y uso de fondos y Flujo de caja.
- Memorias anuales.
- Visita a las instalaciones industriales y comerciales.
- Entrevistas con los ejecutivos, etc.

b. Datos en poder de los bancos

- Posición crediticia del cliente.
- Récord de cumplimiento.
- Grado de utilización de los servicios del banco.
- Evolución de los créditos concedidos anteriormente.
- Cumplimiento de las condiciones de los créditos anteriores.
- Posición crediticia del grupo empresarial.

1.5.4. DISPOSICIONES DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCA Y SEGUROS (SBS) RESPECTO A LA EVALUACIÓN Y DE LA CARTERA DE CRÉDITOS

A través de la Circular Nro. B-1930-92-SBS, la Superintendencia establece los criterios técnicos que se utilizan como instrumento de control preventivo y que deberán tomar en cuenta las instituciones

que actúan en la actividad crediticia y financiera para la aplicación de

mecanismos de evaluación y clasificación de la Cartera de Créditos, lo que les permitirá reflejar con claridad en sus estados financieros la forma de administrar la colocación de sus fondos.

1.5.4.1. CONSIDERACIONES GENERALES

En las instituciones financieras la responsabilidad de la intermediación de recursos corresponde a los que conforman los órganos de dirección y administración gerencial. Ellos deben diseñar políticas institucionales de crédito adecuadas para que los funcionarios se identifiquen con ellas y contribuyan a la administración, otorgamiento y control de los créditos.

Lo que se desea es establecer mecanismos de prudencia para optimizar los recursos y que de transparencia a las transacciones de las entidades financieras y una sólida eficiencia empresarial. El Directorio y la Gerencia General tienen la responsabilidad de establecer las políticas, tanto generales como específicas, de manera formal y escrita teniendo en cuenta las necesidades de la institución.

Las políticas asumidas deben ser flexibles para que no impidan el desarrollo de las operaciones crediticias y se logre los objetivos básicos de: solidez, cobrabilidad y rentabilidad. Como protección de los depositantes, beneficio de los intereses de la propia institución y servir a las necesidades de la comunidad donde se ubica la entidad.

El control preventivo será eficiente en la medida que la evaluación y clasificación de la cartera de créditos se efectúe en forma permanente

por las Instituciones del Sistema Financiero Nacional.

Para un adecuado proceso crediticio se considera la evaluación de cartera de créditos como responsabilidad de las propias instituciones financieras ya que podrán establecer el valor económico de los activos y podrán tomar decisiones oportunas respecto a los deudores.

La superintendencia evalúa que las instituciones supervisadas cumplan con las disposiciones del proceso de evaluación y clasificación de la cartera de créditos. La superintendencia reclasificará en categorías de riesgo a aquellos deudores que la institución financiera los hubiera clasificado sin arreglo a las normas de la Circular. Las modificaciones de categorías de riesgo inferior procederán si la institución financiera las solicita en reconsideración y con aprobación de la superintendencia, que será resuelta en la siguiente visita de inspección de créditos.

Las instituciones financieras deben contar con sistemas adecuados para evaluar permanentemente los riesgos de los activos sobre las bases establecidas en las disposiciones vigentes: su aplicación requiere del análisis de información confiable y oportuna de la situación de los deudores y de conclusiones fundadas en los riesgos y posibles pérdidas potenciales.

Las instituciones financieras deben mantener evaluados permanentemente los riesgos asumidos en su cartera de créditos para poder constituir oportunamente las provisiones necesarias en caso de

eventuales pérdidas.

La función crediticia debe sustentarse esencialmente en la capacidad de pago del deudor y en los riesgos generados por el proyecto financiado: las garantías no son fuentes tradicionales de capacidad de pago ni de intereses o flujos operacionales, sino recursos de recuperación de última instancia y actualmente son de muy lenta realización.

1.5.5. CLASIFICACIÓN DE LA CARTERA

La clasificación de la cartera de créditos consiste en la evaluación de la capacidad de pago del deudor con respecto a la globalidad de sus obligaciones con la Institución.

Esta evaluación debe considerar la situación económica - financiera del deudor, su entorno económico y características de las operaciones de crédito. Que son: tasas de interés, plazos refinanciados a tipos de monedas.

La clasificación final debe reflejar el riesgo de cada operación de crédito y de la deuda en su conjunto. Al evaluar las obligaciones (de un deudor y sus colaterales debe considerarse una serie de antecedentes y situaciones que no siempre permiten establecer un porcentaje exacto de recuperación aunque en la práctica para la constitución de resguardos se les asigna un porcentaje fijo de provisiones).

La evaluación y de la cartera de crédito es responsabilidad de un órgano independiente de las áreas involucradas en el otorgamiento del crédito, tienen dependencia directa del Directorio. Es indispensable indicar que para que cualquier pequeño empresario sea considerado sujeto de crédito, tenga los siguientes requisitos:

- Que tenga capacidad de pago (demostrable por lo menos con un flujo de caja proyectado).
- Ser formal.
- No tener antecedentes crediticios (demostrable por no ser calificado negativamente en las centrales de riesgo).
- Estados financieros consistentes.
- En la evaluación de la cartera crediticia se trata separadamente los créditos comerciales y los créditos personales.

1.5.5.1. CARTERA CRÉDITOS COMERCIALES

Se considera que la cartera crédito de comerciales está compuesta por la generalidad de los créditos otorgados por la institución, incluyéndose las operaciones contingentes, los efectos por cobrar y los arrendamientos financieros.

a. Créditos que se deben evaluar y clasificar

Las instituciones Financieras deben evaluar y clasificar los saldos de los créditos vigentes, refinanciados, vencidos y en cobranza judicial, incluyendo sus respectivos intereses por

cobrar tanto en moneda nacional como en moneda extranjera, otorgados a la totalidad de los deudores de la cartera comercial.

La clasificación se efectuará cada tres meses referida al cierre de los meses de marzo, julio, septiembre y diciembre esta será informada a la Superintendencia en 30 días calendario, contados desde el cierre del mes respectivo.

La clasificación de deudores que pertenecen a un Grupo Económico se realizará individualmente, con informaciones que incluye, informes de la situación económica – financiera de la empresa o empresas líderes del grupo, el financiamiento intergrupar, las relaciones intersectoriales y garantías consolidadas o comunes.

b. Créditos que se deben clasificar

Su objeto es el de financiar la adquisición de bienes de consumo o el pago de servicios. Préstamos en letras de crédito para adquisición de una vivienda, otorgados por la misma institución o adquiridos a otras entidades financieras.

Otros préstamos para el financiamiento de la adquisición, ampliación, reparación o construcción de una vivienda siempre que el valor de la garantía hipotecaria cubra por los menos la totalidad del crédito. El pago de los créditos se efectúa en cuotas iguales y consecutivas.

Créditos personales son las deudas de personas naturales provenientes de la utilización de tarjetas de crédito, de los sobregiros en cuenta corriente y arrendamientos financieros de bienes de consumo durables.

c. Procedimiento para la clasificación de los créditos

Para determinar el riesgo de estos debemos observar el comportamiento global el deudor a través de la morosidad observada. Los créditos personales deben clasificarse según la morosidad de sus saldos conforme a lo siguiente:

Créditos normales: Saldo de los créditos personales y contratos de arrendamiento financiero hasta con una cuota vencida.

- Créditos con problemas potenciales:** Cuando el saldo presentan un atraso no menor de dos, ni mayor de cuatro cuotas.
- Créditos deficientes:** Se presenta un atraso en el saldo de cinco y seis cuotas.
- Créditos dudosos:** El saldo de los créditos, presenta un atraso por más de seis y hasta ocho cuotas mensuales.
- Créditos pérdida:** El saldo de los créditos personales los contratos de arrendamiento financiero tienen un atraso de más de ocho cuotas.

d. Provisiones sobre la cartera de créditos

Las Instituciones deben constituir las provisiones correspondientes que se determinan en las revisiones de la Superintendencia de Banca y Seguros; deben constituirse al cierre del mes y las modificaciones que deseen realizarse se harán sólo con autorizaciones de este organismo.

1.6. ANÁLISIS ECONÓMICO

1.6.1. DESCRIPCIÓN

Si en el análisis financiero se estudia la empresa desde el punto de vista de si podrá pagar sus deudas, factor importante para cualquier banco, en este apartado se contempla desde otra óptica: su capacidad para generar beneficios. Una empresa puede tener una situación financiera holgada en un momento dado, pero, si no gana dinero; es probable que a mediano o largo plazo esa situación se deteriore. Asimismo, si su periodo de fabricación o almacenaje es muy largo, sus necesidades financieras aumentarán. Igualmente, a la inversa, una empresa de buenos beneficios puede verse en dificultades si una falta de liquidez la pone al borde de la suspensión de pagos. Por otra parte, la estructura del patrimonio de la empresa condiciona fuertemente su situación económica y financiera.

Resumiendo, los tres grandes análisis contemplados: Patrimonial, Financiero y Económico, no son independientes ni suficientes cada uno

por sí solo para analizar a una empresa, sino que se trata de tres ópticas diferentes empleadas para ver una misma realidad, altamente interrelacionadas entre sí.

1.6.2. ESTUDIO DE LA CUENTA DE RESULTADOS (ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS)

Un análisis a fondo del Estado de Pérdidas y Ganancias de la empresa es el primer e imprescindible paso para su visión económica, ya que dará una idea de cuál es su estructura de costos; es decir, en qué partidas se va el dinero que ingresa la empresa y cuál es su margen de beneficio.

Por ello, lo primero será disponer la cuenta en una estructura vertical, por ser más idónea para el análisis y transformar las cifras absolutas en porcentajes, tomando como 100 el total de los ingresos (fundamentalmente la cifra de ventas).

Con ello, a nivel estático se tiene representada la estructura de costos de la empresa con los distintos márgenes. A nivel dinámico, los porcentajes permiten ver mejor que las cifras absolutas los cambios en la estructura, qué partidas han aumentado o disminuido su participación, etc.

Asimismo, se pueden calcular los porcentajes de incremento o índices, para ver su crecimiento, comparándolos con el nivel de inflación. Para comparaciones sectoriales nos servirá también mejor trabajar con cifras relativas.

que se tenga, así si estoy vendiendo gasolina, no tendré mucho margen, pero la rotación es muy alta. En cambio, otros negocios trabajan con altos márgenes pero menores rotaciones, por ejemplo las tiendas de antigüedades.

Puede ocurrir que si una empresa encuentra un producto muy diferenciado obtenga temporalmente un margen y rotación, altas, pero cuando esto ocurre, inmediatamente acuden nuevos competidores y comienzan la guerra de precios, esperando aquel que disminuye el precio que de este modo venderá más (aumentará su rotación). El final de estas guerras suele concluir con precios muy bajos por parte de todos los competidores e incluso rotaciones deterioradas.

Nunca se debe emitir juicios considerando aisladamente márgenes o rotaciones, habrá que ver el efecto combinado de ambos factores. Se calcula la media ponderada de interés que el empresario paga por todas sus deudas. Por ejemplo, si esta media es el 12%, por tanto el rendimiento que la empresa obtiene de su activo debe ser mayor o igual a ese 12%.

Como ejemplo para aclarar cómo se calcularía la media ponderada de interés que el empresario paga por sus deudas, se puede suponer que un empresario tiene en su empresa N millones de nuevos soles de deudas al z% y M millones al y%, la media ponderada sería:

$$\frac{(N \times z\%) + (M \times y\%)}{N + M} > x \ 100$$

Dentro de lo que se catalogan como deudas del empresario hay que incluir la retribución del capital propio.

1.6.4. RENTABILIDAD DEL CAPITAL PROPIO (ROE) O RENTABILIDAD FINANCIERA

El ROE mide lo que está ganando el accionista al invertir en la empresa. La empresa pone "a trabajar" el activo para al final de año obtener un Beneficio. Tras la obtención del mismo los acreedores (Pasivo) y accionistas (Patrimonio) esperan obtener su retribución.

La retribución de los acreedores es el pago de intereses y la de los inversionistas (accionistas) la Utilidad Neta o la Utilidad antes de Impuestos, también se le denomina BAIT (Beneficios antes de Intereses a Impuestos), después del Impuesto se obtendría la Utilidad o Beneficio Neto, el mismo que dividido entre el patrimonio nos da la rentabilidad de los accionistas.

Puede plantearse el ratio:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

El mismo que se puede descomponer del siguiente modo:

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Patrimonio}}$$



Es el margen neto sobre las ventas Es la Rotación Financiera

Es importante conocer en qué medida la empresa es rentable por

obtener altos márgenes (lo que vendrá delimitado por la competencia del mercado o la propia estructura de costos de la empresa), o por conseguir muchas rotaciones (en función de condicionantes tecnológicos, eficacia técnica y comercial, etc.; mejorable en la medida en que se puedan aumentar las ventas en proporción superior a los capitales totales invertidos).

1.7. PERFIL DE LAS MYPES Y SU GRADO DE ARTICULACIÓN CON LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

1.7.1. LAS MYPES Y EL EMPLEO

En el Perú las micro y pequeñas, concentran el 98% de las empresas y contribuyen, junto con las medianas empresas con un 42.1% de la producción nacional¹⁸.

Si embargo a pesar de la importancia económica de este sector, las características productivas de las empresas que lo conforman determinan que la calidad del empleo que ofrecen es bastante baja. La inmensa cantidad de MYPES ocasiona que éstas obtengan reducidos beneficios, la cual prácticamente anula su capacidad de inversión, lo que genera a su vez, trabas al incremento de la productividad de sus empleados.

La mayor parte del sector empresarial está conformado por microempresas y existe solo un pequeño grupo de grandes empresas,

¹⁸ Villarán Fernando Las PYMES en la estructura Industrial Peruana .Lima. SA.P. 12 2002.

mientras que la participación de la mediana empresa es mínima. Está situación genera un grave problema, pues ante la ausencia de unidades productivas de tamaño intermedio, las mencionadas microempresas no encuentran medios para entablar alianzas comerciales con empresas de mayor tamaño.

Tal situación contrasta con la de países de mayor grado de industrialización, las que han adoptado un esquema productivo moderno, cuya eficiencia se fundamenta en la especialización y la subcontratación. En este contexto las MYPES funcionan como proveedores de productos especializados que satisfacen las necesidades de las grandes empresas, lo que permite el aprovechamiento óptimo de las potencialidades de cada eslabón de la cadena económica¹⁹.

En este sentido, es posible distinguir una serie de factores que limitan la capacidad de las microempresas para desarrollar e incrementar el tamaño del sector empresarial intermedio. Entre éstas dificultades resaltan las relacionadas con el escaso acceso al financiamiento, a la efectividad de las políticas de apoyo por parte del Estado, y los bajos niveles de capital humano y el escaso nivel tecnológico al que estas empresas tienen acceso.

La intervención del Estado se ha visto obstaculizada, principalmente, por el enorme costo que significa hacer llegar la ayuda a este tipo de

¹⁹ Sociedad de Comercio exterior del Perú." Pequeñas y Medianas empresa: como aprovechar su potencial productivo. En Semanario Comercial COMES.N_8 168.p.3. 2002.

unidades empresariales, dado su extenso número y elevada dispersión. Desde que una persona se convierte en vendedor ambulante, ya está considerado como un microempresario.

El Estado, ha implementado una serie de programas de ayudas, tales como Bonopyme, Prodame, Profece, los cuales canalizados a través del Ministerio de Trabajo y Promoción Social, realizan labores de asesoría técnica, formalización, promoción de la inserción en el mercado laboral de mujeres y jóvenes.

Si bien es cierto que estas intervenciones son positivas, todavía no se puede determinar su impacto, ya que medirlo es tanto o más costoso que brindar ese apoyo; asimismo, la labor de MiEmpresa constituye otro mecanismo positivo que viene desarrollando el Estado. Este ente se ocupa de eslabonar la oferta y la demanda a través de licitaciones para las compras estatales, con lo cual se asegura al microempresario un nivel de ventas.

Otro problema que enfrentan estas empresas es su poca organización para hacer llegar sus demandas a las instituciones pertinentes. Si bien es cierto que muchas de ellas se encuentran organizadas por gremios, el número no es representativo y aquellos gremios que agrupan una mayor cantidad de empresas, se constituyen en catapultas políticas para sus dirigentes.

Restan distorsiones en la identificación de los sectores que necesitan más asistencia, hacen que los programas de ayuda (como los de

asistencia técnica y capacitación) no sean suficientemente efectivos.

El fomento de las MYPES como estrategia de la creación de empleo parece ser una alternativa interesante dentro de un proceso amplio de generación de empleo, dado el accesible monto que se requiere para su implementación. No obstante es necesario tener en cuenta que factores como la educación, capacitación, tecnología, información y acceso a servicios financieros y no financieros son muy relevantes para determinar la eficiencia asociada a las inversiones en el sector MYPES.

Aquí es donde el Estado puede apoyar a éste estrato empresarial, favoreciendo la disminución de barreras a la entrada, con lo que sería más fácil el acceso.

El rol de las políticas gubernamentales, en un plano más genérico, es también primordial para aliviar el problema laboral, en el sentido que sólo un entorno de estabilidad jurídica y económica sentará los cimientos para las inversiones de mediano y largo plazo. Una economía saludable garantiza, además, la reactivación de una deprimida demanda interna, esto determinaría una mejoría en los ingresos de las empresas, un aumento en la productividad y el inicio de un círculo virtuoso que se debe traducir en la generación de nuevos y mejores empleos.

1.7.2. ESLABONAMIENTO ENTRE LAS MYPES Y EL SISTEMA FINANCIERO

Las MYPES encuentran particularmente difícil acceder al mercado formal de créditos, dada la existencia de asimetría de información que introducen elevados costos en la evaluación de los créditos. Como la mayoría de las MYPES funciona con bajos niveles de tecnología, no posee activos suficientes para respaldar los créditos.

Por este motivo, a la hora de solicitar un crédito, el empresario enfrenta elevadas tasas de interés, ya que no ofrecen a los entes financieros los colaterales mínimos contra los cuales ejecutar una garantía en caso de no pago de la deuda, como consecuencia el riesgo se eleva y se restringe la capacidad de inversión de las MYPES.

Por el lado de la oferta de crédito, se distingue el problema de la economía de escala. Esto significa que los volúmenes prestados en el sector microfinanzas son muy pequeños y dado que el número de prestatarios es elevado, resulta sumamente costoso realizar el cobro; ésta es la razón principal, por el lado de la oferta, por la cual los microempresarios reciben créditos caros.

Pero a pesar de estas limitantes, los bancos han ampliado sus operaciones ha este éste sector. Los productos financieros que vienen ofreciendo a las MYPES son una canasta de productos financieros, en la cual se combinan productos tradicionales y

productos innovados y/o reformulados para adecuarlos a la naturaleza y operatividad de los pequeños y microempresarios.

Los componentes de esta canasta de productos financieros se canalizan bajo tres formas de relación, que se podrían diferenciar de la siguiente forma:

1.7.2.1. RELACIÓN FINANCIERA: BANCO -CLIENTE

Relación directa: Es la relación clásica, en la cual se ofrecen créditos a las MYPES en donde es el propio banco quien evalúa, aprueba y recupera el crédito. Este tipo de relación se establece básicamente con las pequeñas empresas.

Relación Indirecta: Créditos en las cuales el banco otorga una línea de crédito a otro intermediario especializado en microempresas, que es el que evalúa, aprueba y recupera el crédito, este intermediario de primer piso es usualmente una ONG, y el banco opera como intermediario financiero ante los solicitantes de dinero fresco para solucionar sus problemas de liquidez. Dentro de este contexto hay que señalar, que las entidades financieras especializadas en las microempresas han flexibilizado su posición en el tratamiento de garantías, ampliando la estructura de garantía a las siguientes opciones:

AVAL PERSONAL: AVAL SOLIDARIO

Prenda de maquinaria y equipo: Depósitos en garantía, finanzas

de pagaré-fianza, garantías institucionales; además, dentro de la relación financiera banco-cliente, los bancos están desarrollando acciones que les permiten contar con una adecuada información de las MYPES, creando subsidiarias especializadas en el seguimiento y supervisión de este tipo de crédito, que no sólo permiten cautelar la adecuada amortización, sino también un mejor y mayor conocimiento de las operaciones que efectúan estas unidades empresariales.

1.7.2.2. RELACIÓN NO FINANCIERA BANCO - CLIENTE

Otro aspecto que ha avanzado en el tratamiento del crédito a pequeños y microempresarios, es el referido a la ampliación de la percepción de la relación banco con este tipo especial de cliente, incorporando a los productos financieros, un componente adicional de acciones estrictamente no financieras, como son la capacitación y la asistencia técnica.

En este sentido, la naturaleza y las características del mercado de créditos a pequeños y microempresarios vienen llevando a los bancos a desarrollar en forma paralela y/o complementaria a sus líneas de crédito, programas de capacitación en gestión empresarial y de ampliación de cultura crediticia en las MYPES que son los clientes.

1.7.2.3. RELACIÓN BANCO - GESTIÓN DE LAS MYPES

En este aspecto se han desarrollado importantes esfuerzos para superar las limitaciones originadas por la falta de información del record crediticio de los microempresarios; existen centrales de riesgo que están incorporando gradualmente la información relacionada a los montos y el estado de amortización de crédito de los microempresarios, lo cual permitirá disminuir el riesgo en este tipo de operaciones.

Los bancos están determinando los alcances de sus cronogramas crediticios, tomado como referencia, en su mayoría, la clasificación de pequeñas y microempresas definidas por COFIDE, o la misma Ley de Promoción de Formalización de las MYPES o los nuevos dispositivos legales que apoyan su crecimiento y desarrollo.

Dentro de este enfoque de Banca Múltiple definido por su propia Ley; la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros, se ha aperturado sin distinción, la atención a pequeños y microempresarios tanto jurídicas como personales, que se dediquen al desarrollo de actividades en todos los sectores económicos, aunque han puesto énfasis fundamentalmente en el financiamiento de pequeñas y microempresas urbanas, dejando aún por resolver el tema del financiamiento de estas empresas en el ámbito rural.

1.8. LAS POLÍTICAS DE FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES EN EL PERÚ

Las MYPES en el Perú conforman el grueso del tejido empresarial. Incluso si nos enfocamos solamente en su segmento formal, representan más del 95 por ciento de las unidades empresariales. El fortalecimiento de este sector es; pues crítico, para que el crecimiento económico se difunda; para esto, el acceso de las MYPES a mercados de crédito es un factor crucial. Durante la última década el sector de microfinanzas ha mostrado un enorme dinamismo, a pesar de las crisis financieras internacionales y la prolongada recesión de fines de los noventa, que afectó la salud del sistema financiero. Si bien el avance ha sido importante, el reto de proveer acceso al crédito a costos razonables para las MYPES implica políticas consistentes de largo plazo. En este sentido, resulta importante hacer un balance de la situación actual y analizar hacia donde deberían orientarse los esfuerzos para fortalecer el sector. Esta tarea resulta tanto más relevante en cuanto que un reclamo insistente entre los gremios de los microempresarios es el referido a la insuficiencia de crédito para el sector a costos razonables.

En efecto, existen diversas dificultades para hacer llegar el crédito a estas organizaciones; entre éstas están la carencia de títulos de propiedad debidamente registrados entre los empresarios de este sector; la falta de información sistemática sobre los negocios, ya que

relativamente pocas MYPES cuentan con información económico financiera y contables que permitan aplicar las técnicas habituales del análisis ad-hoc; y los consecuentes altos riesgos de operar con información muy parcial y ausencia de garantías reales.

El conjunto de estas características sugieren la necesidad de una tecnología adecuadas para generar productos crediticios sostenibles. El surgimiento de un dinámico sector de microfinanzas sugiere que esta tecnología ha sido identificada. En efecto, en la literatura internacional Perú es un ejemplo de exitosa transición de un sector de microfinanzas dominado por ONGs a uno donde compiten bancos e instituciones de microfinanzas (IMFs) para beneficio de las MYPES, que han visto ampliarse su acceso al crédito así como la oferta de servicios financieros de la que disponen.

Al mismo tiempo, bancos comerciales han redescubierto el potencial del sector y han iniciado en los últimos dos años agresivas políticas para ampliar su participación (Chowdry 2005). Crecimiento de IMFs y downscaling²⁰ de bancos comerciales han generado un ambiente muy competitivo que ya viene resultando en reducciones significativas del costo del crédito.

²⁰ Participación de entidades financieras formales (vigiladas por el Estado) en programas de microcrédito

1.8.1. MARCO LEGAL INSTITUCIONAL DE LAS POLÍTICAS DE FINANCIAMIENTO A MYPES

La regulación y la supervisión de las entidades de microfinanzas en el Perú están a cargo de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras de Fondo de Pensiones (SBS).

Entre las principales actividades de la Superintendencia de Banca y Seguros-SBS está la supervisión y la evaluación de riesgos crediticios, de mercado, de liquidez, operacional y legal del sistema financiero del país.

El sistema financiero se rige de acuerdo a lo establecido por la Ley No. 26702, posteriores modificaciones y sus normas reglamentarias. Bajo lo establecido en esta normativa, en el sistema operan en la actualidad, además de la banca comercial o banca múltiple, tres tipos de instituciones orientadas a las microfinanzas (IMFs): las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMACs), las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRACs) y las Entidades de Desarrollo de la Pequeña Empresa y Microempresa (EDMYPES).

Durante los últimos quince años ha habido un avance importante en el diseño de un marco legal e institucional adecuado para el desarrollo de políticas financieras en general y las del micro crédito, en particular.

A inicios de la década de los noventas se llevó a cabo una reforma financiera orientada a hacer más eficiente el mercado financiero en un

contexto de una economía abierta de libre mercado, cuyos cambios tuvieron un impacto positivo sobre el sistema bancario (Morris 2000).

Esta reforma incluyó el diseño de un nuevo marco normativo, que reemplazó al que proveía la Ley de Bancos de 1932, y otorgó un nuevo rol a la entidad supervisora del sistema, fortaleciendo sus capacidades de supervisión.

Algunos de los elementos más asaltantes de este nuevo marco son: la ampliación de las actividades de los bancos, a través del concepto de banca múltiple; el impedimento de que el Estado sea propietario de empresas financieras de primer piso; fomento de la competencia a través de mayor transparencia en la asignación de licencias a la vez que estándares más estrictos; y eliminación de controles a la asignación del crédito y tasas de interés.

Así mismo, se dio una nueva Ley Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, que amplió sus instrumentos de fiscalización y facultades de sanción, la estabilidad del sistema financiero en este periodo, a pesar de las diferentes crisis internacionales, es un buen indicador de los efectos positivos de la reforma emprendida.

La Ley No. 26702 estableció cuatro tipos de crédito: comercial, de consumo, hipotecario y crédito a microempresas. Paralelamente flexibilizó las condiciones de participación y desarrollo de las CMACs, CRACs y las EDMYPES en el mercado de las microfinanzas, posibilitando así un mayor nivel de competencia en dicho mercado.

En esta dirección, una de las innovaciones introducidas más importantes es aquella, contenida en el Artículo 222, que estableció que la evaluación para la aprobación de los créditos estuviera en función de la capacidad de pago del deudor –dejando así a un rol subsidiario a las garantías- lo cual favoreció una mayor inclusión de las MYPES en la oferta crediticia formal.

Otra innovación importante es la creación de módulos de operaciones, que son conjuntos de operaciones a los que las IMFs pueden acceder según cumplan con ciertos requisitos de capital social, sistemas administrativos y de control interno de las operaciones involucradas, y calificación de la empresa financiera (Alvarado y Ugaz 1998).

Este “sistema de graduación” buscaba promover una mayor participación en el sistema de las entidades financieras no bancarias y permitió a las IMF ampliar progresivamente la gama de servicios que podían ofrecer a sus clientes.

Un aspecto significativo en el actual contexto de creciente apertura comercial es que el fortalecimiento de las IMFs puede constituir un medio efectivo no sólo para facilitar el acceso al crédito de las MYPES con orientación exportadora sino también para proveer los servicios necesarios para el impulso de las actividades de intercambio comercial y financiero con instituciones y empresas del exterior.

La Ley No. 26702 regula a través del sistema modular el acceso de

las IMF's a realizar estas operaciones; así, como se ha señalado, el esquema modular de operaciones – establecido en el artículo 290 del Título IV de la Ley- fija las categorías, las características y las operaciones permitidas para cada módulo de operaciones.

Según lo establecido en dicho artículo, el cumplimiento de los requisitos del Módulo 1 abre la posibilidad de una operación consistente en promover y canalizar operaciones de comercio exterior, así como prestar asesoría integral en esa materia. Asimismo, la IMF que logre la autorización de ese Módulo 1, podrá emitir, avisar, confirmar y negociar cartas de crédito a la vista o a plazo para usos internacionales y canalizar operaciones de comercio exterior.

La obtención del Módulo 2 permite a la IMF –además de las operaciones autorizadas para el Módulo 1- realizar operaciones de crédito y depósitos con bancos y financieras del exterior, así como comprar, conservar y vender acciones de bancos u otras instituciones del exterior que operen en la intermediación financiera o en el mercado de valores, con el fin de otorgar alcance internacional a sus actividades.

Finalmente, el Módulo 3 permite a las IMF's la apertura de sucursales o agencias en el exterior, el nuevo marco normativo permitió entre otros aspectos la expansión del sector financiero, y en particular el de microfinanzas, que era prácticamente inexistente a inicios de los noventa.

Esto posibilitó que entre 1990 y 1997 la cobertura del sistema financiero en general se incrementó notablemente: “mientras que el 16.6% de los hogares a escala nacional disponían de acceso al crédito en 1994, en 1997 esta cifra se había elevado al 32.0 %” , y lo que es más importante, los intermediarios financieros formales aumentaron su participación como fuentes de financiamiento del 12.2 % en 1994 al 31.7 % en 1997, llegando a ser en ese último año la segunda fuente más importante de crédito.

Por otro lado, los especialistas concuerdan en que si bien los avances en el marco institucional y jurídico han sido notorios durante la década de los noventa, aún persisten problemas que tienen que ver con la precariedad de la seguridad jurídica, la informalidad legal, falta de mecanismos efectivos para la ejecución de garantías y en la institucionalidad para la resolución de conflictos económicos y financieros, y la debilidad en la protección de los derechos de propiedad – problemas vinculados a la agenda pendiente de una reforma de la administración de justicia en el país-.

Estos temas, por supuesto, van más allá de la problemática de las microfinanzas, afectando al sistema financiero en general. En efecto, el informe anual del Banco Mundial (2005) sobre el clima para los negocios encontraba que el Perú es uno de los países donde el acreedor está más desprotegido.

1.9. ACTORES EN LAS POLÍTICAS FINANCIERAS PARA MYPES

Un actor llamado a tener un rol importante en facilitar el crédito a las MYPES es la Corporación Financiera de Desarrollo – COFIDE, única institución financiera de propiedad del Estado que actúa como banca de segundo piso intermediando recursos líquidos a través de instituciones acreditadas e incluso incluyendo a empresas proveedoras de insumos en el sector agrario.

A partir de 1992, COFIDE tiene un rol de banco como se dijo en el párrafo anterior, de segundo piso, cuya tarea es canalizar líneas de crédito a través de las instituciones del sistema financiero formal, reguladas por la SBS. En el Anexo 02, se presentan las líneas de crédito ofertadas a los IFIs por la Corporación Financiera de Desarrollo SA.

Otra institución importante es el Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI). Esta es una fundación privada, creada como tal en 1979 por iniciativa de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ). la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú (APEMIPE), la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) a través de su Comité de Pequeña Industria (COPEI), el Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI), etc., tienen la función de proveer garantías para créditos a MYPES. Durante el año 2007 garantizaron créditos por alrededor de US \$ 350 millones.

Finalmente, están en operación algunos fondos orientados a MYPES. Así, se cuenta con el Fondo de Asistencia a la Pequeña Empresa (FAPE) que provee capital de entre 50,000 y 300,000 dólares a pequeñas empresas orientadas a la exportación, generalmente a través de participación minoritaria en el accionariado.

El capital del fondo es de poco más de 7 millones de dólares, por otro lado el Fondo de Desarrollo de la Microempresa (FONDEMI) es otro fondo (6 millones de dólares) creado en la década pasada y que continúa operando a través de la banca comercial. Si bien sus volúmenes son limitados, ambos fondos han sido fuente de financiamiento para el crecimiento de pequeñas empresas.

Finalmente, un elemento también importante para la expansión del sistema financiero y que surgió en la década pasada son las centrales de riesgo. Estas entidades organizan información de historia crediticia de individuos y empresas, entregando un insumo clave para la toma de decisiones de asignación de crédito. Actualmente funcionan dos entidades privadas, Infocorp y Certicom, pero también la misma SBS y las Cámaras de Comercio brindan este tipo de servicios.

1.9.1. HIPÓTESIS

DADO QUE las políticas de crédito por parte del sistema financiero en el Perú, sesgan en gran parte a los micro y pequeños empresarios, por lo que creemos que:

ES PROBABLE QUE: Si los intermediarios financieros que trabajan

con MYPES, formularan y aplicaran políticas crediticias estratégicas orientadas a fortalecer este sector empresarial; las micro y pequeñas empresas del sector industrial textil hubieran logrado mejores niveles de crecimiento y desarrollo.

1.10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.10.1. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVA : Porque busca medir los hechos con rigurosidad y exactitud.

PROCESAL : Porque supone un conjunto de etapas secuenciales, que se traducen en aproximaciones sucesivas al objeto de investigación, hasta llegar a la esencia del mismo.

ORIGINAL : Porque siempre aporta algo nuevo totalmente nuevo y para el caso no se han encontrado antecedentes.

INSTRUMENTAL : Porque tiene lugar el uso de procedimientos, técnicas e instrumentos para la organización, ejecución y estudio del trabajo de investigación.

FACTICA : Porque siempre está relacionada con el estudio de la realidad; de otra manera, antes que investigación, sería especulación.

1.10.2. TIPO DE INVESTIGACION

SEGÚN SU FINALIDAD

INVESTIGACION APLICADA.- Utiliza la teoría para buscar soluciones a problemas concretos de la realidad. Incide en situaciones irresueltas.

SEGÚN EL TIEMPO

LONGITUDINAL O DIACRÓNICA.- Busca estudiar un problema sucesivamente en diferentes momentos.

SEGÚN SU PROFUNDIDAD

DESCRIPTIVA.- Es más profunda que la anterior y busca descubrir la estructura del problema, precisando sus elementos.

EXPLICATIVA.- Busca descubrir la relación causal del problema. Es el nivel más profundo en cuanto permite conocer las causas, consecuencias y relaciones esenciales entre hechos de la realidad, como es el caso de las micro y pequeñas empresas del sector textil.

SEGÚN LA AMPLITUD

MICRO INVESTIGACIÓN.- Tiene como objeto de investigación a espacios geográficos pequeños con un limitado número de unidades de estudio.

SEGÚN EL AMBITO

DE CAMPO.- Cuando busca información de manera directa en la

propia realidad.

DOCUMENTAL.- Busca información en documentos de manera indirecta, tradicionalmente se realizaba en bibliotecas y hemerotecas, y hoy también en videotecas y bancos de datos.

SEGÚN EL ENFOQUE

MULTIDISCIPLINARIA.- Busca el estudio de un problema integrando a especialistas de diversas ramas para conformar un equipo multidisciplinario.

1.11. DISEÑO MUESTRAL

Población: la población para los fines de la presente investigación serán las MYPES del sector textil en la ciudad de Arequipa, que en total son 550. (**Anexo Nro. 01**)

Muestra: Será tomada utilizando procedimientos aleatorios y técnicas estadísticas. De lo indicado se desprende que sólo se investigará las empresas elegibles en la muestra, siendo los resultados obtenidos generalizados al número total de ellos.

$$N = pqZ^2 / E^2$$

Donde:

N : Muestra

Z : Límite de confianza (95% = 1.96)

P : aciertos 0.956

Pq : Campo de variabilidad del fenómeno a investigarse

Q : errores 0.044

E : Nivel de precisión

$$n = (0.956) (0.044) (1.96)^2 / (0.05)^2 = 58 \text{ empresas}$$

1.12. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

$$n_0 = N / [1 + (N-1) / 550] = 52 \text{ empresas}$$

MÉTODO:

Dentro de estos métodos aplicaremos el comparativo histórico. El primero para correlacionar el grado de participación de los diversos intermediarios financieros en el proceso de crecimiento de las MYPES textiles y el segundo para descubrir y fundamentar las causas y consecuencias que han motivado el grado de crecimiento de las éstas con la participación de los intermediarios financieros en Arequipa.

1.13. TEMPORALIDAD

El período de análisis se inicia en el año 2012.

1.14. ESTRATEGIA

La estrategia consiste en el análisis de datos teóricos, situacional, la comparación y determinación de la potencialidad, como segundo paso se ha analizado la conveniencia de utilizar los recursos necesarios, luego se procederá a la elaboración del estudio técnico como paso preliminar al financiamiento y ejecución de nuestro proyecto.



CAPÍTULO II
LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL EN LA CIUDAD DE
AREQUIPA

2.1. LAS MYPES EN LA REGIÓN AREQUIPA²¹

En el Perú el proceso de desarrollo ha generado marcados desequilibrios en la organización de las actividades económicas y productivas que han condicionado las formas de organización de los espacios regionales, a ello se debe agregar que la conformación geográfica ha sido también un factor que no ha permitido encadenamientos que desarrollen sistemas de soporte que articulen los procesos productivos y menos aún el mercado nacional.

Por otro lado, el desarrollo de los procesos poblacionales ha determinado que las características de las zonas de mayor concentración de población obedezcan a la lógica de la congregación de actividades económicas administrativas, que desde la colonia ha definido una serie de núcleos regionales y nacionales que han ejercido influencia en la construcción de las redes económicas sociales y políticas, determinando que algunas áreas terminen siendo reconocidas como los ejes del desarrollo, y el resto como subsidiarias de estas.

En este contexto en los últimos cincuenta años se ha venido desarrollando un proceso de organización económica que se inicia con la presencia del capital comercial y el desarrollo de grandes industrias de carácter monopólico y que en algunos casos eslabonan actividades productivas en torno a ellas, es el caso de Leche Gloria, mientras en

²¹ Cámara de comercio e Industria de Arequipa. Arequipa, 2010.

otros, generaron procesos de dependencia de los insumos importados tanto de fuera de la región como del país.

La Década de los 50 estuvo marcada por una serie de movimientos regionales para consolidar el modelo de desarrollo industrial bajo las concepciones de la sustitución de importaciones, el resultado fue la creación de parques industriales en la idea de generar polos de desarrollo que propicien la dinamización de las actividades económicas de sus áreas de influencia.

Bajo este modelo el parque industrial de Arequipa tuvo un éxito importante ya que en él se desarrollaron casi cincuenta empresas de tamaño mediano, siendo quizás el único parque industrial exitoso durante ese y sucesivos períodos.

Este estilo de desarrollo se sustentó en la orientación casi unilateral de la industria hacia el mercado interno, para lo cual se utilizaron los excedentes generados por otras actividades económicas y las divisas obtenidas de los sectores primarios. En este sentido la industria no constituyó una actividad productiva que articulase la producción regional y menos aun, no eslabonó procesos productivos que aprovechen de manera eficiente los recursos naturales con que cuenta la región sur.

A ello se debe agregar que las políticas económicas y de gobiernos en general implementadas durante los últimos 30 años, no han propiciado la superación de estas dificultades, por el contrario han agravado los

desequilibrios económicos, y sociales, lo cual condujo a un inadecuado aprovechamiento de los recursos naturales.

La estructura económica regional se refleja en la manera en que la PEA se incorpora a las actividades económicas. En 1972 la estructura económica era poco diversificada, más del 50% de la PEA se dedicaba a la Agricultura, siendo los departamentos de Puno y Cuzco en donde la concentración de la PEA agrícola superaba el 60% de la PEA total. En el resto de los departamentos, también, la agricultura es la principal actividad económica en términos de captación de Mano de Obra pero con porcentajes inferiores al 40%.

Veinte años después la situación ha variado, la participación de la agricultura ha disminuido al 37% a nivel regional. A nivel departamental Puno y Cuzco siguen siendo los que concentran mayor proporción de PEA en la agricultura, aunque ahora lo hacen por debajo del 50%.

Se han diversificado las actividades hacia los servicios, sobre todo aquellos que tienen que ver con la administración pública, las finanzas, servicios no personales y también comercio, restaurantes y hoteles, en total estas actividades concentran el 50% de la PEA regional. Respecto a la manufactura, en términos relativos mantienen la misma proporción a lo largo de los últimos 30 años (9%).

En cifras absolutas ha significado un incremento de la PEA industrial en 30,000 personas a nivel departamental, es Arequipa el que presenta

una mayor proporción 11,4%, en términos absolutos ello ha significado que entre 1972 y 1993, se han incrementado 17,632 en esta actividad, es decir más de 50% del incremento para la región.

En términos generales, se nota que los servicios han incrementado su participación relativa en casi el doble desde 1972, de 185,800 personas ocupadas en esta actividad se pasa a más de 390,000.

Este incremento de actividades de servicios se ha dado sobre la base de la proliferación de las micro y pequeñas unidades económicas, que se desarrollan en función de la generación de puestos de trabajo de bajo rendimientos y nivel de capacitación.

En términos de producción, el análisis del Producto Bruto Interno Regional, muestra una tendencia estable, habiéndose duplicado entre 1972 y 1990; sin embargo, entre 1990 y 2005 se presenta una disminución del 5% del PBI regional²².

2.1.1. PARTICIPACIÓN DE LAS MYPES EN LA ECONOMÍA REGIONAL²³

Para evaluar los aportes de las MYPES al desarrollo de la Región Arequipa se ha considerado analizar las siguientes variables: valor bruto de la producción, generación de empleo, generación de ingresos.

²² INEI: Perú en Números 2003.

²³ Convenio PROSUR-CAF-UNSA.

2.1.1.1. VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN

Lamentablemente no existe información sobre la proporción del producto bruto interno regional generado por las MYPES, con la información estadística que se dispone resulta difícil estimarlo.

Sin embargo, a fin de tener una idea aproximada de la relevancia de las MYPES en la economía regional, a partir del estudio aplicada se ha estimado el valor bruto de la producción, partiendo de la información sobre las ventas que genera la pequeña y micro empresa. Anualmente las MYPES de los sectores estudiados, agricultura, industria, comercio, turismo y transporte, generan un valor bruto de la producción de 743 MM de dólares, el mismo que equivale a sólo 22% del PBI de Arequipa, no obstante que las MYPES representan más del 99% de las unidades económicas.

De este valor corresponde a las MYPES urbanas US \$ 458 MM que representan el 62% del valor de las ventas de las MYPES. Así como el 13,6% del PBI del Departamento de Arequipa. En el caso de la agricultura, el valor bruto de las ventas anuales es de US \$ 284 MM, que representan el 8,4% del PBI departamental.

Esta desproporción se explica por la baja productividad del trabajo que tienen la mayoría de las MYPES, determinada esencialmente por el insuficiente desarrollo tecnológico, el precario desarrollo de servicios de soporte, y sobre todo la inserción en mercados de bajos ingresos.

CUADRO NRO. 04
VALOR BRUTO DE LAS MYPES VENTAS POR RAMA DE ACTIVIDAD

VB DE VENTAS POR RAMAS	%
Agricultura	38,0
Turismo	4,0
Comercio	43,0
Transporte	9,0
Industria	6,0
TOTAL	100,0

FUENTE: Cámara de Comercio e Industria de Arequipa. Elaboración propia

2.1.1.2. EMPLEO REGIONAL

Desde el punto de vista de la generación del empleo regional, las MYPES adquieren mayor relevancia con relación a la generación del valor bruto de la producción.

Sobre la base de la información recogida del documento elaborado por el Convenio PROSUR-CAF-UNSA, se estima que las ramas de las MYPES generan alrededor de 192,236 puestos de trabajo permanentes equivalentes al 53% de la PEA regional.

Es decir, son las la principal fuente de empleo de la población de la región Arequipa.

2.1.1.3. INGRESO

Como fuente principal de empleo de la mayoría de la población, las MYPES también se convierten en la principal fuente de ingreso familiar de la misma. A partir del documento indicado en el ítem anterior, se estima que, los cinco sectores estudiados de las MYPES generan anualmente un ingreso neto de US \$ 284 MM,

considerando únicamente utilidades y salario auto atribuido por el uso de la fuerza de trabajo familiar, sin considerar el ingreso que perciben los trabajadores asalariados,

Según el cuadro que se presenta a continuación los sectores que más contribuyen a la generación del ingreso son: la agricultura con 44% y el comercio con el 38%, seguidas de transporte con 8%, turismo con 5% e industria con 5%.

**CUADRO NRO. 05
DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO DE LAS MYPES POR RAMAS**

DISTRIBUCIÓN	%
Turismo	5,0
Comercio	38,0
Industria	5,0
Agricultura	44,0
Transporte	8,0
TOTAL	100,0

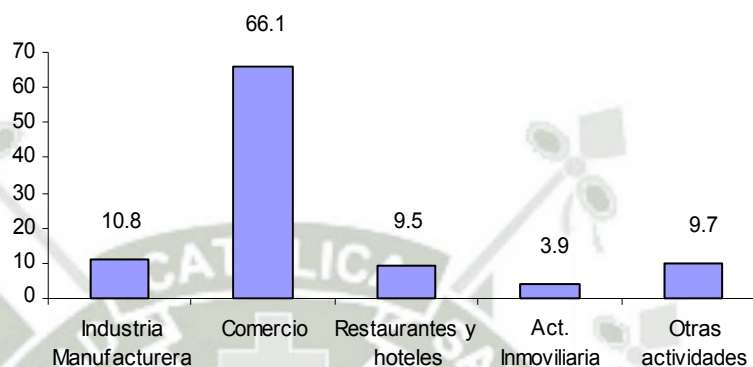
FUENTE: Cámara de Comercio e Industria de Arequipa. Elaboración propia

2.1.2. CONCENTRACIÓN DE LAS MYPES

Los resultados del III Censo Nacional Económico²⁴ permiten apreciar una presencia importante de las pequeñas y microempresas en la actividad productiva del país, que como ya se mencionó son responsables del 70% de los empleos y que se la adiciona la mediana empresa sobrepasa el 80% en la generación de puestos de trabajo.

²⁴ INEI. III Censo Nacional de Empresas -CENEC. 2011

GRÁFICO NRO. 01
ESTRUCTURA PORCENTUAL DE MYPES SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA



FUENTE: INEI – Elaboración propia

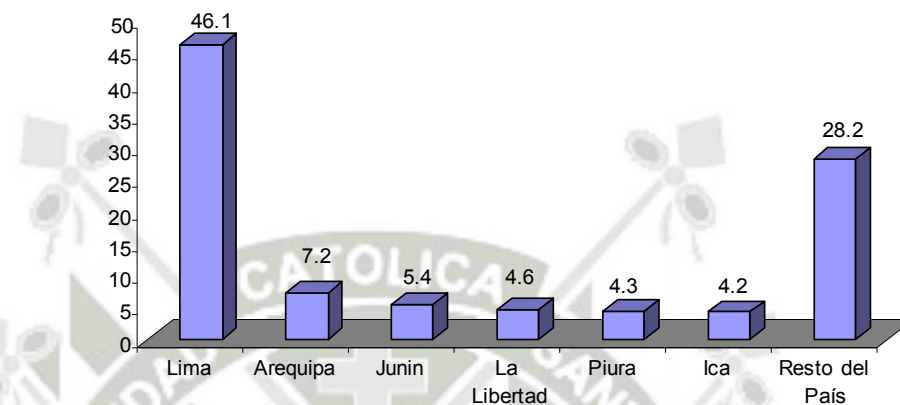
Lima concentra el 35.5% de los micronegocios que funcionan en todo el país y el 69% de las pequeñas empresas, dedicándose el 66% a la actividad de comercio, a la industria manufacturera el 10.8%, al trabajo en hoteles y restaurantes el 9.5%.

La mayoría de micro y pequeños negocios se dedican al comercio por requerir bajo nivel de inversión y por ser de fácil adaptabilidad para el cambio; además esta actividad concentra fundamentalmente el desarrollo de trueque de dinero por bienes.

Cuando se realizó el CENEC el número de MYPES formales y que contribuían al Estado llegaba a 231,249 empresas²⁵. Las estadísticas sobre éste sector empresarial señalan que el 35.5% de éstas empresa están ubicadas en Lima.

²⁵ Ibid. Pg. 39.

GRÁFICO NRO. 02
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL PERSONAL OCUPADO POR DEPARTAMENTO

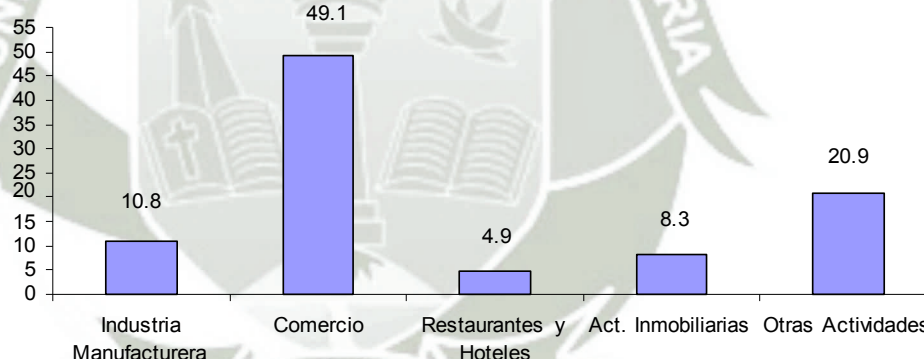


FUENTE: INEI – Elaboración propia

Los 231 mil establecimientos que censó el INEI el año 2011, daban empleo directo a 453,260 personas, concentrándose en Lima el 46,1% de la fuerza de trabajo, seguido muy lejos de Arequipa, Junín, La libertad, con el 7,2%, 5,4% y 4,6% de la fuerza laboral. En la microempresa y pequeña empresa, el mayor nivel de empleo se encuentran en los establecimientos de 1 a 4 personas, donde se puede localizar el 66.5% de las personas ocupadas.

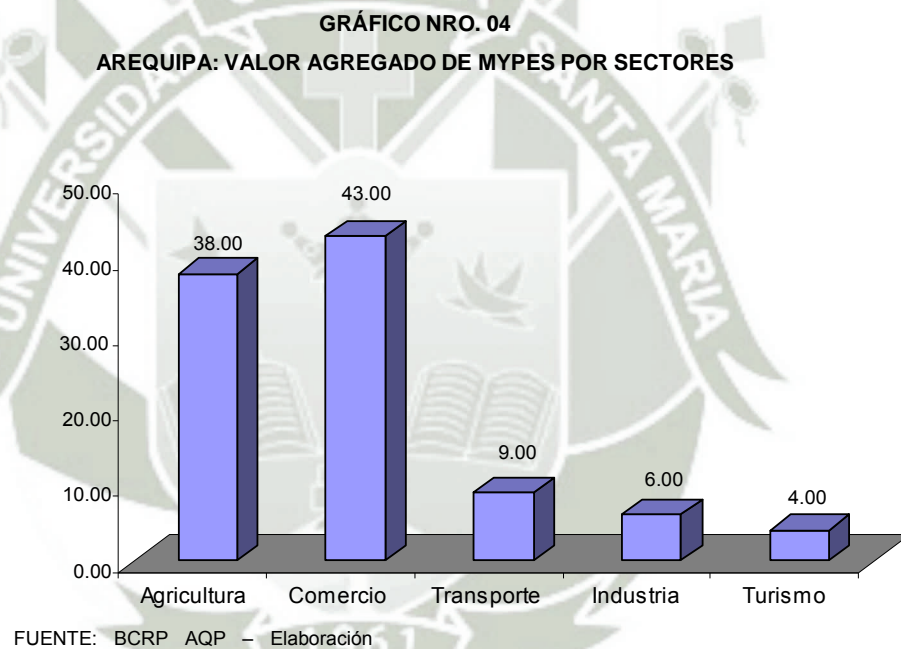
En cuanto al aporte proporcional al Producto Bruto Interno, el valor agregado de la producción, cabe señalar, que en el sector comercio se genera el 49,1% del valor agregado, en contraste con la industria manufacturera en donde se concentra el 10,8% de las empresa que genera el 16,8% del VA, situación que se refleja además en la generación de empleo de esta actividad económica que es relativamente poca con relación a otros sectores económicos, dentro de las MYPES.

GRÁFICO NRO. 03
LIMA: VALOR AGREGADO DE MYPES POR SECTORES



FUENTE: INEI – Elaboración propia

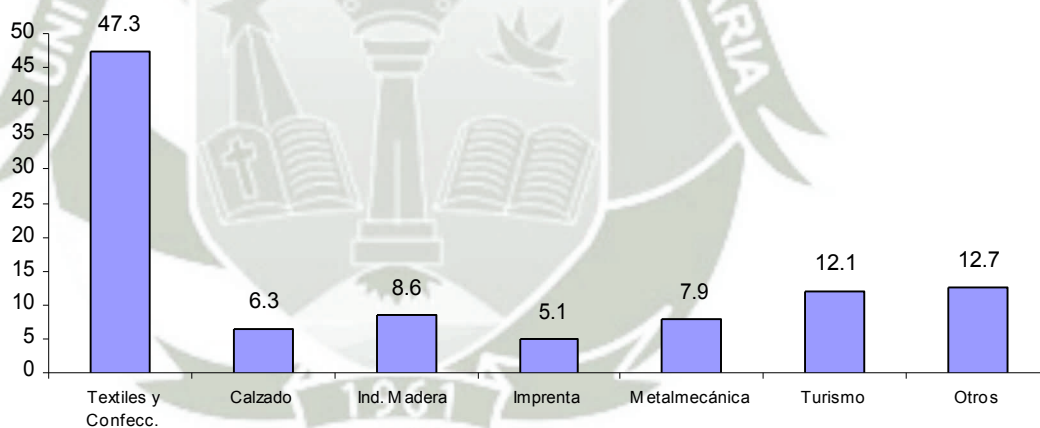
Esta estadística es reforzada por el trabajo efectuado en Arequipa por el Banco Central de Reserva²⁶ realizada con el financiamiento de la AID, estudio que concluyó que, el 6% de las MYPES pertenece al sector industrial, el 43% al sector comercio, el 9% al sector transporte; en tanto que, el 38% al sector agricultura y solo el 4% al sector turismo.



²⁶ Banco Central de Reserva del Perú-AID- Encuesta de Pyme en Arequipa. 2006

Este mismo estudio llegó a determinar que el sector industrial en nuestra ciudad, tiene como subsectores de apoyo productivo al de confecciones, con el 43,8% calzado, 6,3% industria de la madera, 22,6%, imprenta 5,1% metalmecánica, 7,9%, textiles, 3,5% y otros 10,9%. Como se aprecia por las cifras expuestas, el sector confecciones es el más representativo, actividad que podría potenciarse con la entrada en vigencia del TLC.

GRÁFICO NRO. 05
AREQUIPA: VALOR AGREGADO DE MYPES POR SUBSECTORES



FUENTE: BCRP AQP – Elaboración

2.1.3. DESAFÍOS PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO DE LA MYPE

Tal como se muestra en el gráfico siguiente, la MYPEy fundamentalmente la del sector textil, enfrenta una serie de

restricciones internas y externas, derivadas de su limitada escala y sus débiles relaciones de articulación y colaboración, que les impiden explotar su potencial competitivo.

**DIAGRAMA NRO. 05
PRINCIPALES RESTRICCIONES INTERNAS DE LAS MYPES**



Elaboración: PROMPYME

2.2. PERFIL DEL SECTOR TEXTIL

El sector textil, sin duda constituye una de las más importantes industrias en el Perú y nuestra región, tiene una gran repercusión en la economía: su desempeño basado en la tenencia de excelente materia prima y una larga trayectoria exportadora, la coloca como un sector potencial con altas expectativas para el desarrollo del país.

En los últimos años, el sector ha experimentado un crecimiento notable en las exportaciones, y aunque no llega a ser en nuestra región uno de los principales sectores exportadores, el ritmo de crecimiento como lo veremos más adelante es considerable por lo menos en el mercado externo, asimismo en Arequipa esta industria es intensiva en mano de

obra y ocupa directamente aproximadamente a no menos de 10,800 trabajadores²⁷, lo que refleja su importancia en la generación de empleo.

La estructura empresarial que muestra el sector textil prefiguran una industria conformada por una gran cantidad de micro y pequeñas empresas que, sin embargo, no tienen un impacto mayor en los volúmenes de exportación, en este sentido son las grandes empresas que sostienen estos niveles. Pero ya se observa su penetración en mercados externos, que bien podría potenciarse con un trabajo coordinado con las grandes empresas y las entidades que están involucradas en esta actividad.

Además, las MYPES constituyen un eslabón en las estrategias de circulación y cooperación entre las empresas del sector, así como con los demás agentes de esta cadena productiva.

Por la investigación realizada se puede afirmar que el sector textil viene demostrando un alto potencial para el desarrollo en nuestra región a pesar de las dificultades que enfrenta, y no sólo por las ventajas relacionadas con la materia prima, la cercanía del mercado, sino esencialmente por que cuenta con una experiencia empresarial y laboral importante que debería potenciarse, ya que constituye un capital social para impulsar esta industria.

En el contexto nacional, una experiencia importante que conviene

²⁷ MINCETUR: La Situación de la Micro y Pequeña Empresa en el Perú. Setiembre 2011.

resaltar en el sector textil, especialmente el de confecciones, es el de Gamarra, que a partir de 1987, viene experimentando un crecimiento acelerado y debido a esto se ha convertido en el principal centro de atención de todas aquellas personas dedicadas al capitalismo popular.

Para tener una idea del tamaño que ha adquirido Gamarra, podemos mencionar que, en la actualidad el 80% del comercio de textiles es realizado a través de este mercado, este complejo no solamente incluye empresas de confecciones, sino también empresas dedicadas a la tejeduría y tintorería que se encuentran ubicadas, en los cerros aledaños, (El Pino y San Cosme). En 1990 había solo 30 galerías y 2000 negocios, en el año 2011 se han contabilizado más de 180 galerías, con 20,000 tiendas comerciales, llegando sus ventas anuales a más de US \$ 750 millones por año. Gamarra, recibe por día en promedio entre 60 y 70 mil compradores. Para atender ésta demanda los confeccionistas compran a los proveedores de tela 35TM/día. En época de navidad, la compra de telas llega a los 100Tm/día.

En lo referente a la producción se puede apreciar que el complejo de Gamarra está constituido por un elevado número de pequeñas empresas que producen una gran variedad de productos y que, en conjunto, ofertan cantidad de confecciones con la finalidad de abastecer a las clases populares y media de Lima e incluso provincia.

El elevado número de pequeñas empresas crean una situación competitiva en la que los agentes de producción buscan reducir sus

márgenes y vender grandes cantidades para tener ingresos por volúmenes.

La elevada evasión tributaria es una característica más saltante de esta actividad económica. Si bien es cierto que estas pequeñas empresas empezaron siendo informales y se mantuvieron así por un largo período de tiempo, se puede apreciar en la medida en que estas se capitalizan y transitan de la informalidad a la formalidad empresarial.

Como se mencionó líneas arriba, la evasión es elevada y, por tanto, genera problemas de competitividad para el sector formal. Estos talleres, que destinan su producción a Gamarra, no pagan impuesto a la renta ni el impuesto general a las ventas. Como es lógico, tampoco pagan aportaciones a ESSALUD. Por otro lado se debe considerar el robo de energía eléctrica y de agua, ya que no pagan tarifas industriales como corresponde. Dejando de lado la evasión tributaria y sus consecuencias negativas sobre las empresas formales dedicadas a la fabricación de productos textiles, hay que resaltar el mecanismo de subcontratación de servicios que se encuentra muy difundido en Gamarra y que, para muchos estudiosos, es una muestra de la capacidad de adaptación e innovación del capitalismo popular.

Este mecanismo es usado por las empresas que operan en este “complejo” para encargar el proceso productivo a una tercera persona, la cual cuenta con las máquinas necesarias para realizar las tareas de subcontratación en la mayoría de los casos. De esta manera, la

empresa subcontratante reduce costos fijos, entre los cuales destaca el generado por el pago de planillas. Como consecuencia del sistema de subcontratación, las empresas de Gamarra pueden contar con una mayor flexibilidad para adecuar su producción, en todo momento, a la demanda de mercado.

Un efecto adicional de la subcontratación es reducir los requerimientos de capital de trabajo para la empresa subcontratada, pues ésta recibe adelantos por los servicios prestados. Adelantos que son los utilizados para financiar la adquisición de material de trabajo cuando este no es proporcionado por la empresa que subcontrata.

Es importante mencionar también la existencia de trabajo no remunerado, con lo cual los gastos en sueldos y salarios se ven reducidos, debido a la estructura familiar de muchas empresas del complejo de Gamarra. De la misma manera, el trabajo a destajo origina una mayor rapidez en la producción, pero no considerable disminución en la calidad de producto final.

“A partir de la “Encuesta a Unidades Productivas de Pequeñas Escala”; realizada por el Banco Central de Reserva del Perú, se puede apreciar cómo se distribuye la fuerza laboral permanentemente en las pequeñas empresas dedicadas a la producción de ropa y calzado. Las unidades productivas unipersonales captan al 53,5% del total de la fuerza laboral permanentemente (se debe resaltar que por tratarse de empresas unipersonales, el dueño es el único que trabaja en ella y, evidentemente, es un trabajador permanente) el 54,42% es captado por las empresas que tienen 2 a 4 trabajadores a aquellas cuyo número de trabajadores fluctúa entre 5 y 9 captan el 3,5%. Se puede notar una tendencia a contratar menos número de personal permanente mientras mayor tamaño tenga la unidad productiva. Adicionalmente, en las unidades productivas que cuentan con un número de trabajadores entre 10 y 50, la captación de personal permanente es tan pequeña que el porcentaje correspondiente es casi cero. Esto es una muestra de la magnitud que alcanza el sistema de subcontratación en el sector informal de ropa y calzado y, por consiguiente, en Gamarra”²⁸

²⁸ Situación de las PYMES del sector textil, caso Gamarra: Mario Mesía, Eduardo Costa, Oscar Graham, Robert Soto y Alex Rabanal. Subgerencia de Análisis del Trabajo Temporal. MYPE. 2006.

2.3. DESEMPEÑO DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES EN LA REGIÓN AREQUIPA

El crecimiento de la producción y de las exportaciones implica al mismo tiempo el resultado de la mejora de las condiciones del entorno y del desempeño de las empresas, que en los últimos años se han visto obligadas a optimizar su eficiencia y competitividad en el mercado. Los indicadores que se analizarán corresponden a la evolución en los niveles de producción, tipo de insumos utilizados, inversión en maquinaria y equipo, uso de la capacidad instalada, nivel de las ventas, y rentabilidad de las empresas del sector en la década de los noventa.

La potencialidad del sector textil se verá reforzada con el Tratado de Libre Comercio con estados Unidos, pero cuyos efectos se podrán visualizar progresivamente. Para este año se puede esperar un aumento en la producción del 5%. Asimismo para éste período de tiempo las exportaciones apuntan a un crecimiento del 3,5% lo cual equivaldría aproximadamente unos US\$ 58 millones y un aumento del 15% de la producción²⁹. Pero para que el sector logre esta meta de producción es estratégico el apoyo financiero y una óptima reconversión tecnológica, lo cual además en cierta forma coadyuvaría a que el Perú mejore su posición como país exportador de prendas de vestir y de confecciones.

A nivel mundial, a pesar de las ventajas comparativas que se posee,

²⁹ Informe Semestral Julio 2011, estudios Económicos BCRP Arequipa.

especialmente en las materias primas y de confecciones, es sumamente débil, cuya participación en el mercado estadounidense es mínimo, esta debilidad estructural ha generado a la vez que se tenga un sector exportador más basado en productos tradicionales con poco valor agregado, que no ejercen ningún efecto multiplicador en la economía; cuya cifra en el caso peruano es casi la mitad de lo que exporta Chile a pesar que este último país tiene menos ventajas comparativas y recursos productivos .

El sector textil, a pesar de las debilidades que presenta, es una de las actividades estratégicas más relevantes del país, pero este grado de importancia puede mejorar, si es que todos los sectores ligados a esta actividad productiva, llamados colaterales, forman una alianza estratégica, con fines productivos y de exportación.

Tal como ya se afirmó en párrafos anteriores, Gamarra es un claro ejemplo de lo que puede lograr el sector de confecciones y textiles. La participación de las MYPES conjuntamente con las grandes empresas, ambas eslabonadas, configuraría una fuerza productiva que aprovecharía la nueva coyuntura del mercado internacional.

2.3.1. PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD

En nuestra región, el sector manufacturero participa con el 19.2% del PBI y dentro de éste, el sector textil solamente participa con el 1.54% en su estructura, de los cuales el 80% es generado por el sub-sector textil y el 20% por el de confecciones, llegando ambos a

un monto aproximado de US \$ 88MM de dólares³⁰. De acuerdo a la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, en su memoria Anual del año 2006 el PBI textil y de confecciones destinado al mercado interno se estima en alrededor de 80 millones de dólares, destinando para el mercado externo cerca a los 8 MM de dólares americanos.

2.3.2. DEMANDA DE INSUMOS NACIONALES E IMPORTADOS

La importancia del sub-sector textil radica en su articulación con otros sectores de la economía regional y por el nivel de consumo de insumos nacionales, principalmente vinculados al sector agrícola y la crianza de camélidos y ovejas. En la década anterior en promedio, el incremento en el consumo de los insumos regionales del sector textil fue del 102% y de insumos de origen extranjero del 141%. Cabe mencionar que la proporción entre insumos nacionales y extranjeros es de siete a uno, es decir, que el 88% corresponde a insumos nacionales y el 12% importados³¹.

Esta proporción no ha variado significativamente, lo que ha permitido dinamizar los sectores antes mencionados; de otro lado, un aspecto importante que caracteriza al sub-sector textil es la participación de los insumos en el valor de la producción el cual llega al 78%. Esta dinámica revela, de alguna manera, la creciente demanda que esta industria genera.

³⁰ Memoria Anual año 2006. Cámara de Comercio e Industria de Arequipa.

³¹ CCI, Memoria Anual 2011.

Al igual que el sub-sector textil, el sub-sector de confecciones se constituye en un sector industrial estratégico porque se articula con otros sectores de la economía nacional, y también por su alto nivel de consumo de insumos nacionales, la mayor parte proveniente del sector textil, el que a su vez se articula con otros sectores, en especial con el de agricultura.

Asimismo, como promedio en la última década, el incremento en el consumo de los insumos nacionales del sector confecciones fue del 235,1%, mientras que en los de origen extranjero fue del 118,5%. Cabe mencionar que la proporción entre insumos nacionales y extranjeros es de tres a uno, es decir, el 98% son insumos nacionales y el 2% importados³². Esta proporción no ha variado significativamente, por lo que el sector ha logrado mantener un incremento significativo.

2.3.3. INVERSIONES EN MAQUINARIA Y EQUIPO

A pesar de que existe capacidad instalada no utilizada en el sub-sector textil, la inversión en maquinaria y equipos ha sido creciente. La principal inversión en maquinaria se hizo con la importación de máquinas de tejido plano y de punto, y para la preparación de hilatura.

La maquinaria utilizada en el sub-sector proviene de Estados Unidos, Alemania y Japón; este aumento de inversión se debería a

³² CCIA, Memoria Anual 2006.

la renovación de tecnología que las empresas vienen realizando para mejorar su productividad y eficiencia.

A diferencia del sub-sector textil, las inversiones en maquinarias y equipos en el sub-sector de confecciones han sido menores, al parecer, la principal inversión se ha orientado a la repotenciación de equipos, en tanto que al igual que el sub-sector textil los principales proveedores de maquinaria son los Estados Unidos, Alemania, Japón e Italia.

2.3.4. CAPACIDAD INSTALADA

Existe capacidad instalada ociosa en el sub-sector textil. En el año 2002 la capacidad instalada utilizada alcanzó el 53%, porcentaje que ha ido aumentando hasta alcanzar en el 2011 el 74%³³.

Asimismo, al igual que el sub-sector textil, se estima que la industria de confecciones ha mantenido un porcentaje de la capacidad instalada ociosa importante en los últimos años que bordea el 30 por ciento, excedente de maquinaria que podría ser utilizado ahora que se tiene la oportunidad de entrar al mercado americano bajo los beneficios del TLC.

2.3.5. RENTABILIDAD³⁴

En la región Arequipa, el sub-sector textil vio incrementado su

³³ Análisis de memorias anuales de la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, años 2002 al 2006.

³⁴ "Impacto del ATPDEA en el Sector Textil y Confecciones" monografía para optar el Título Profesional de: Ingeniero Industrial. NINA MANSILLA NUÑEZ. UNMSM. Lima Perú. 2006.

margen de rentabilidad en los años posteriores al inicio del ATPA y ATPDA. Por ejemplo en el período 2005 al 2010 de 1,5% a 6,31%, lo que representa un 320% de incremento.

Esta evolución favorable se debió al incremento del margen diferencial del producto por costos de materias primas y mayor utilización de mano de obra valorizada por debajo de los estándares internacionales. A diferencia de los textiles, en el sub-sector de confecciones decrece su margen de rentabilidad durante este mismo período, de 0,77% a 0,43%, lo que representa un descenso de -44,7%.

Este descenso se debió a la caída de los precios en el mercado nacional por efecto de la contracción de la demanda interna y también por la competencia de productos importados, en particular provenientes de Asia.

2.4. PERFIL DE LA FUERZA LABORAL

Para la región Arequipa, el desarrollo de la industria textil es importante no sólo por los niveles de producción y ventas alcanzados en los últimos años, sino que tiene una particular importancia por cuanto es una industria intensiva en mano de obra y por tanto generadora de empleo.

2.4.1. PEA OCUPADA Y EVOLUCIÓN DEL INGRESO

En Arequipa la industria textil y de confecciones se convirtió en la última década en la actividad industrial que mayor fuerza laboral ocupada. De acuerdo a la información disponible en el Ministerio de Trabajo y promoción del Empleo, se estima que la industria textil y de confecciones tiene un contingente de PEA de mayor a los 11,500 trabajadores aproximadamente, cuya composición respecto de las demás ramas industriales representa el 11.3% (ver Cuadro Nro. 21) del conjunto de la Población Económicamente Activa (PEA) en la industria manufacturera. La composición al interior del sector, muestra que el 15% de trabajadores pertenece al sub-sector textil, y el 85% al de confecciones.

Evidentemente, la magnitud del sub-sector de confecciones pone de relieve que se trata de una industria intensiva en mano de obra y, por lo tanto, estratégica en la generación de empleo en el Perú. El crecimiento de la PEA del sector ha estado marcado por las condiciones del entorno interno y los cambios en el mercado internacional.

La composición de la PEA del sector muestra una gran concentración de la fuerza laboral en el estrato de la micro y pequeña empresa. Así, la estructura del sector revela que el 55.5% de fuerza laboral se encuentra en la microempresa, el 21.9% en la Pequeña y solo un 2.6% en la Mediana y Gran Empresa.

Comparando la composición de la PEA en los sub-sectores, vemos que en confecciones la fuerza laboral se encuentra más concentrada en los estratos de la microempresa y las MYPES que en el sub-sector textil³⁵.

La evolución de la estructura salarial del sector textil representa un factor importante en el precio del producto y por tanto, en su nivel de competitividad. Como se sabe, los salarios forman parte de los costos directos de los productos textiles y de confecciones por lo que cualquier variación en su valor incide en su nivel de competitividad, principalmente en el mercado internacional, habida cuenta del uso intensivo en mano de obra del sector.

De acuerdo a un estudio realizado por la OIT (2005), los costos laborales pueden llegar hasta un 80 por ciento del valor del producto acabado, por lo que las diferencias de salario de un país a otro son un factor muy importante de la competitividad internacional, principalmente en aquellos que sustentan su competitividad vía precio.

El valor del salario en la industria de confecciones de Perú para el año 2006 fue similar a países productores como Colombia o México, pero más alto que el salario de países como China, India o Egipto, lo que de hecho otorga una ventaja comparativa para los últimos cuando compiten en mercados como el de Estados Unidos.

³⁵ "Impacto del ATPDEA en el Sector Textil y Confecciones" monografía para optar el Título Profesional de: Ingeniero Industrial. NINA MANSILLA NUÑEZ. UNMSM. Lima Perú. 2006.

Si bien es cierto que el salario es un factor importante en el costo y precio de los productos textiles y las confecciones, se debe tener en cuenta la presencia de otros factores que afectan la competitividad entre los países productores. Por ejemplo, las exigencias de calidad vienen teniendo mayor importancia que las exigencias de costo; así también, la proximidad a los mercados de destino otorga ventajas adicionales y determinantes a los productores en la competencia internacional, lo que ha provocado un viraje estratégico de muchos países para obtener un mejor posicionamiento en el mercado.

Además, aun cuando el costo salarial por hora en algunos países puede ser bajo, el precio por unidad producida resulta a menudo muy alto respecto al de otros competidores debido a la baja productividad de las empresas que no cuentan con la tecnología adecuada para asegurar una mayor producción en menor tiempo por trabajador. En el caso arequipeño son las MYPES quienes mayores dificultades enfrentan para poder mejorar su productividad por su limitada capacidad de innovación de tecnología de punta, entre otros factores.

2.5. AREQUIPA Y SU SECTOR TEXTIL EXPORTADOR³⁶

Cuando se aplicó el programa de reforma estructural a mediados de 1990, las fortalezas y debilidades del sector cambiaron radicalmente, y con ello, la situación y perspectivas. El sector sufrió los primeros

³⁶ CCIA. Información tomada de las memorias Anuales de los años correspondientes.

efectos de la liberalización comercial, por lo que se vio forzado a modificar su estructura de costos y buscar elaborar productos de mayor calidad, de manera que se pueda obtener una mayor competitividad en los mercados externos.

El año 1994 marcó el inicio de la recuperación de la producción y de las exportaciones del sector textil. La recuperación empezó a evidenciarse desde el segundo trimestre del año destacando el crecimiento de los tejidos de punto. En aquellos años, un mayor número de mercados abrió sus puertas a los productos peruanos favoreciendo la colocación de nuestros textiles en el exterior.

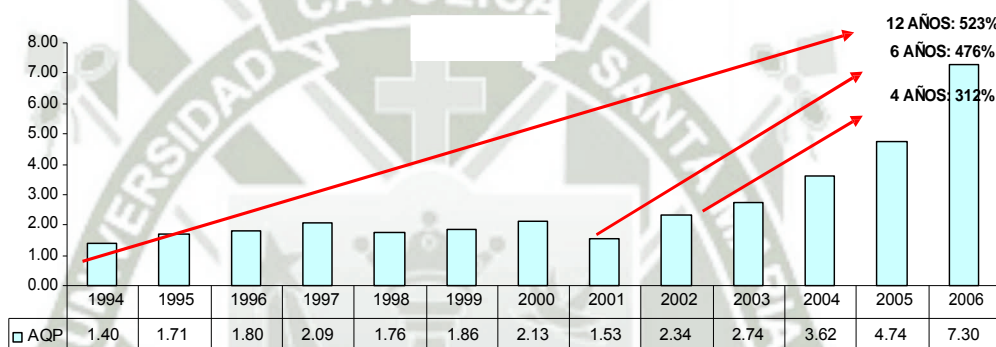
Así, el gran despegue de las exportaciones textiles se dio en 1994, año a partir del cual éstas han crecido a una tasa promedio anual superior al 43%, en este tiempo solo se registró una caída en el año 2001, por el atentado a las Torres Gemelas de Manhattan, Nueva York.

Respecto a la evolución de los principales mercados de destino de las exportaciones, éstas han venido dándose algunos ligeros cambios en la composición de los diferentes países o regiones económicas que reciben los productos textiles nacionales.

Al 2006, cerca del 80% de las exportaciones es explicada por ocho mercados, manteniendo los EE.UU., un 39 por ciento aproximadamente, seguido de la Unión Europea con un 24 por ciento y la Comunidad Andina con un 16 por ciento.

En el caso del primer y el tercer mercado, se evidencia un notorio incremento en los niveles de participación, mientras que en el caso del segundo (La Unión Europea) la participación se mantiene a niveles relativamente constantes.

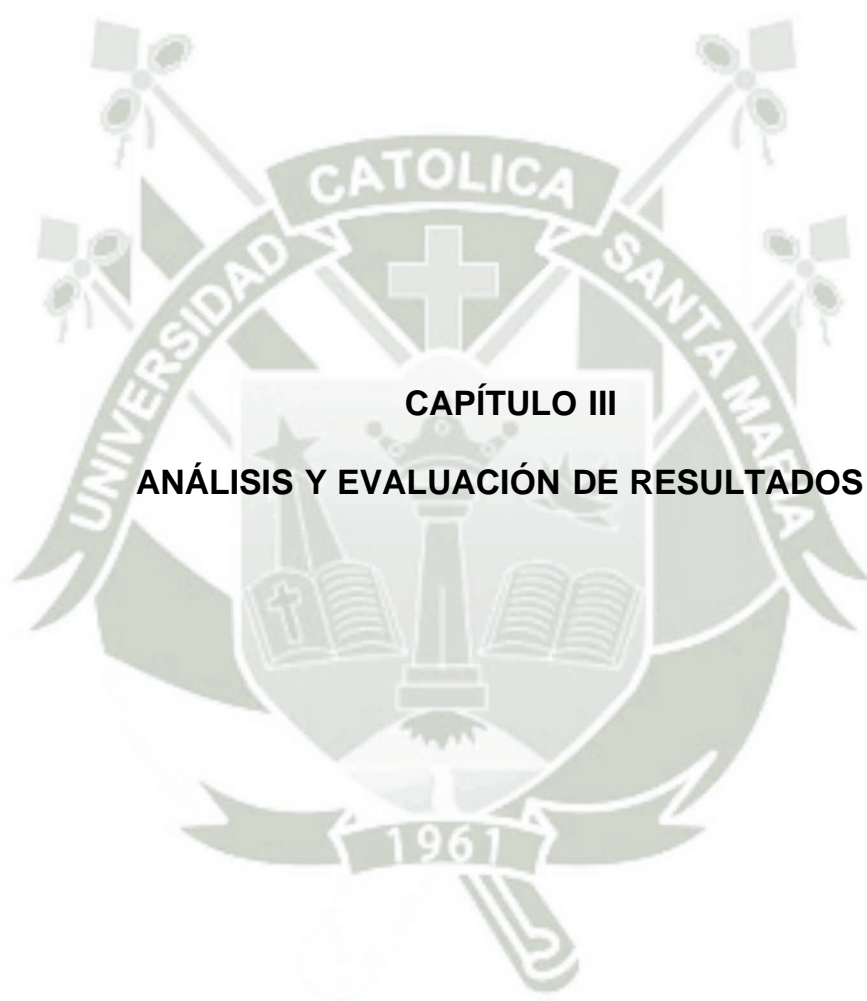
GRÁFICO NRO. 06
AREQUIPA: EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL
(MM de US\$)



FUENTE: CCIA – Elaboración propia

↑ ATENTADO SET. 2001

↑ INICIO ATPDA



CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS

3.1. EVALUACIÓN DE LAS MYPES TEXTILES Y CONFECCIONES EN AREQUIPA METROPLITANA: ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE CAMPO

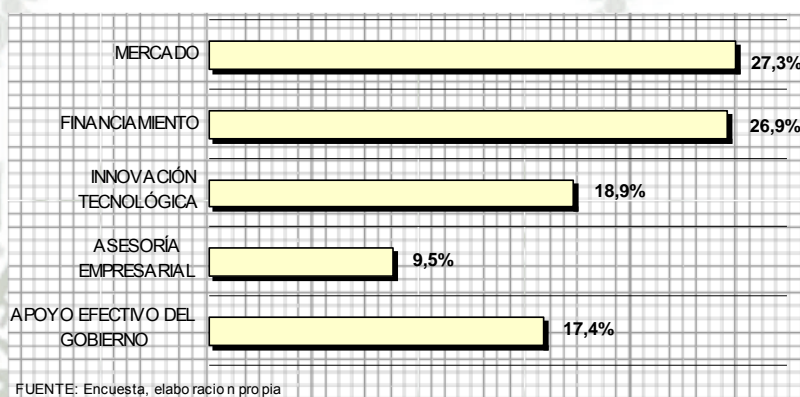
3.1.1. FICHA DE LA ENCUESTA(ANEXO Nº 03)

- Encuestas realizadas : 52
- Grado de error : E = + - 5%
- Grado de Confiabilidad : Z : 95%
- Cobertura geográfica de la encuesta: Provincia de Arequipa
- Lugares en donde se ejecutó las encuestas: Provincia de Arequipa (Distritos de José Luís Bustamante y Rivero, Miraflores, Paucarpata, Socabaya, Alto Selva Alegre, Cayma, Cerro Colorado, Mariano Melgar y Yanahuara)
- Tipo de empresas visitadas: Confecciones y Textileras
- Tamaño del negocio: Micro y pequeñas empresas
- Mes de la entrevista: La encuesta se realizó los meses de enero y junio del presente año.
- Tiempo promedio por entrevista: 15 minutos
- Contacto realizado: A través de llamadas telefónicas y visitas directas.
- Número de encuestadores: 5

3.1.2. RESULTADO DE LA ENCUESTA

En las páginas siguientes analizaremos cada una de las preguntas formuladas en la ficha de encuesta tomada a los mipempresarios del sector textil en nuestra ciudad.

GRÁFICO NRO. 07
FACTORES DE DIFÍCIL SOLUCIÓN



Como podemos observar, los mipempresarios consideran como factores de difícil solución, su acceso al mercado, en las continuas conversaciones con muchos de ellos lamentablemente sus inversiones pequeñas en la mayoría de los casos lo hacen sin un criterio técnico, solo obedeciendo a un efecto ovejero (lo que hacen los demás lo hago también), no obedece a una inversión planificada y los requerimientos de rentabilidad muchas veces no se cumplen como se esperan.

Lo que resulta un tanto contradictorio, es que lo que menos piden es asesoría empresarial cuando el mercado es su problema más cotidiano. Razón más que suficiente para que asesoría y mercado juntos son la posibilidad más importante para ser competitivos.

GRÁFICO NRO. 08
FACTORES URGENTES DE SOLUCIONAR

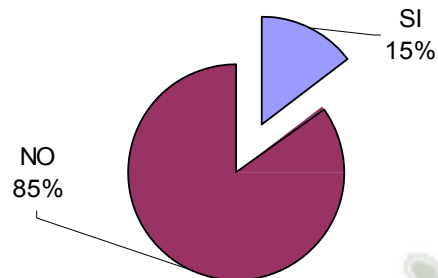


FUENTE: Encuesta, elaboración propia

En este caso, la pregunta los lleva a contestar que en primer lugar el asunto financiero es en un 36.9% una situación de urgente de solucionar, reiterando el problema de acceso a mercado en este caso en segundo lugar.

A pesar de que existe una variedad y amplia oferta de servicios financieros, éstos no son de fácil acceso a los mipempresarios ya que por un lado son objeto de maltrato bancario y por otro lado las exigencias a veces exageradas de requisitos hacen inviable sus peticiones.

GRÁFICO NRO. 09
PODRÁ MEJORAR EL PROBLEMA TECNOLÓGICO

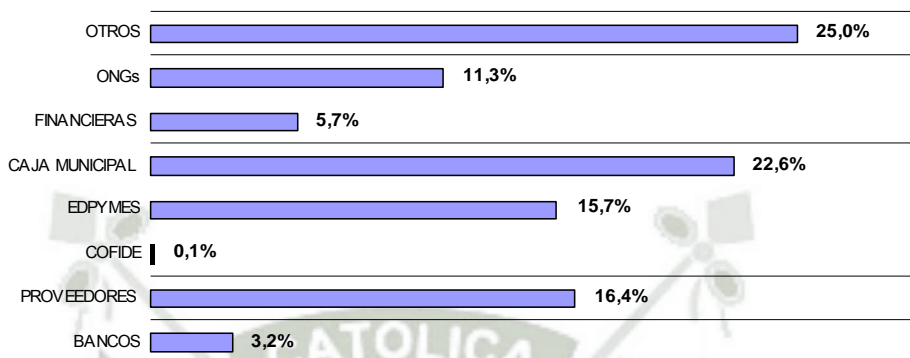


FUENTE: Encuesta, elaboracion propia

Aquí podemos apreciar el escaso optimismo frente a una situación de ausencia muchas veces de tecnología de punta y otras veces ausencia incluso de por lo menos tecnología propia o de maquinaria obsoleta y con muchos años de vida posteriores al promedio de vida útil.

Entonces el 85% de los mipempresarios opinan que no podrán solucionar sus problemas de tecnología en tanto que el 15% opina lo contrario.

GRÁFICO NRO. 10
CÓMO SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS DE FINANCIAMIENTO EN SU EMPRESA

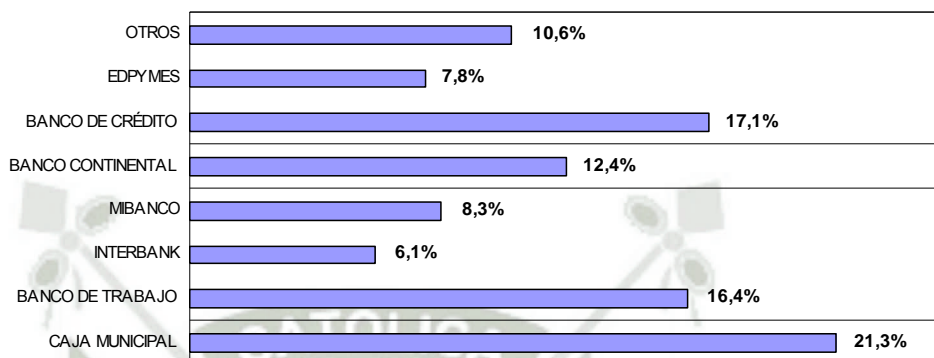


FUENTE: Encuesta, elaboración propia

Retomamos nuevamente el asunto financiero y preguntamos que cómo soluciona los problemas de financiamiento en su empresa y en un 22.6% acuden a la Caja Municipal ya que ésta brinda una serie de servicios basados fundamentalmente en la confianza en su cliente, la Caja no necesariamente sigue las sugerencias dictadas por la SBS y asume indudablemente un riesgo mayor al otorgar un crédito a un mipempresario pero lo va tratando y midiendo en el tiempo, créditos menores ayudan a otorgar otros y otros cada vez mayores hasta convertirlo en un cliente solidario con ella misma, lo fideliza a él y sus familia inclusive.

Pero por otro lado vemos que lamentablemente la gran mayoría recurre a otros medios nada prácticos para solucionar sus problemas de liquidez, medios que normalmente son muy caros y exigentes lo que conlleva a que pierdan hasta su propio capital social inicial.

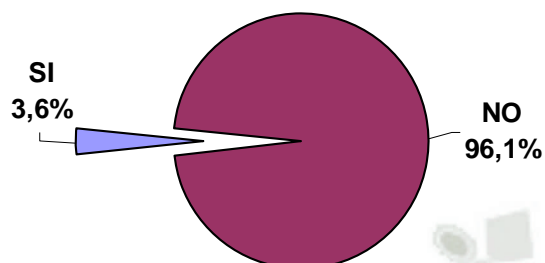
GRÁFICO NRO. 11
INSTITUCIÓN FINANCIERA A LA QUE ACUDIÓ PARA SOLUCIONAR SU PROBLEMA DE LIQUIDEZ



FUENTE: Encuesta, elaboración propia

En esta pregunta el mipempresario responde a donde acude para solucionar sus problemas de liquidez y vemos que nuevamente es la Caja Municipal la institución crediticia la más visitada ya que el 21.3% de los encuestados la buscan como solucionadora de sus necesidades de efectivo para capital de trabajo o activos fijos que les permitan mantenerse en un mercado cada vez más exigente.

GRÁFICO NRO. 12
CONOCE LA POLÍTICA DE APOYO COFIDE A LAS MYPES

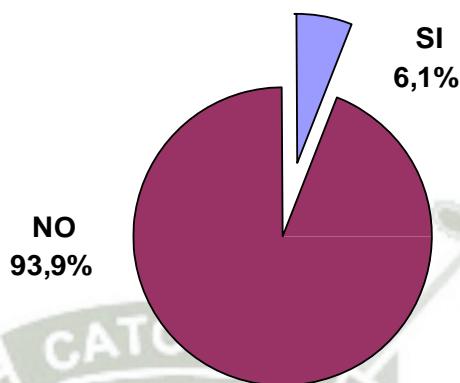


FUENTE: Encuesta, elaboracion propia

Lamentablemente en esta respuesta vemos que la Corporación Financiera de desarrollo (COFIDE SA), institución financiera que justamente en su página Web indica: *“es una empresa de economía mixta que cuenta con autonomía administrativa, económica y financiera y cuyo capital pertenece en un 98,56% al Estado peruano, representado por el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado - FONAFE, dependencia del Ministerio de Economía y Finanzas y en el 1,41% a la Corporación Andina de Fomento. Desde su creación hasta el año 1992, COFIDE se desempeñó como un banco de primer piso para, a partir de ese momento, desempeñar exclusivamente las funciones de un banco de desarrollo de segundo piso, canalizando los recursos que administra únicamente a través de las instituciones supervisadas por la SBS. La modalidad operativa de segundo piso, le permite complementar la labor del sector financiero privado, en actividades como el financiamiento del mediano y largo plazo, del sector exportador y de la micro y pequeña empresa, canalizando recursos, gracias a su cultura corporativa que privilegia la responsabilidad y el compromiso con la misión y objetivos institucionales.”*

Pero lamentablemente estas actividades pareciera ser conocidas por ella misma ya que el 96.1% de los mipempresarios encuestados desconoce la política de apoyo a su sector lo que hace inefectivo su trabajo de financiamiento empresarial.

GRÁFICO NRO. 13
¿RECIBIÓ LA VISITA INOPINADA DE ALGUNA ENTIDAD FINANCIERA QUE APOYE LAS MYPES?

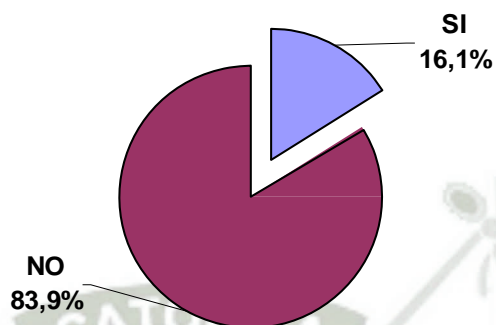


FUENTE: Encuesta, elaboración propia

Son muchas las instituciones bancarias y no bancarias las que ofertan una serie de servicios financieros al público arequipeño, pero lamentablemente en la respuesta vemos que el 93.9% de mipempresarios no recibió visita alguna de entidades financieras que apoyen a las MYPES.

Vemos pues de esta manera que esas instituciones como que no les interesa buscar su mercado objetivo, es el mercado en este caso el que busca los servicios financieros para solucionar sus problemas de efectivo.

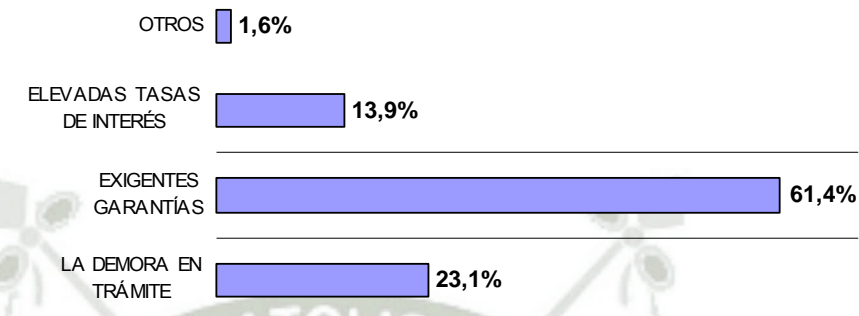
GRÁFICO NRO. 14
¿RECIBIÓ APOYO OPORTUNO DE LA ENTIDAD FINANCIERA CUANDO AUDIÓ A ELLA?



FUENTE: Encuesta, elaboracion propia

El mipempresario cuando acude a una entidad financiera para la búsqueda de soluciones a sus problemas de liquidez, solo en un 16.1% recibe el apoyo oportuno, en el 83.9% de los casos no la recibe, por lo que creemos esa puede ser una de las razones para que estos empresarios acudan a soluciones vedadas para el normal desarrollo de sus operaciones, soluciones que muchas veces son demasiado caras para lograr objetivos adecuados para su crecimiento y desarrollo.

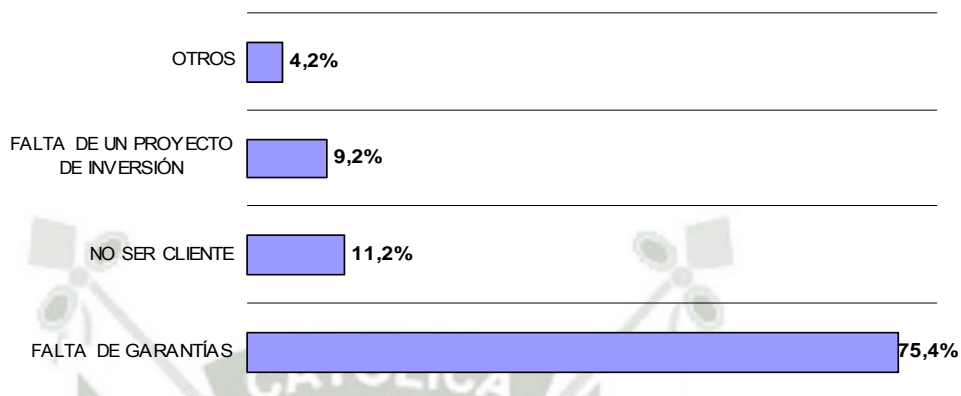
GRÁFICO NRO. 15
¿QUÉ FACTOR CREE QUE AFECTA EL OTORGAMIENTO
DEL CRÉDITO A LAS MYPES?



FUENTE: Encuesta, elaboración propia

Vemos pues en estas respuestas que en un 61.4% de los mipempresarios opinan que la solicitud de exigentes garantías es el factor principal para que las instituciones bancarias fundamentalmente no otorguen créditos a este sector ávido de recursos para llevar adelante una serie de proyectos muchas veces rentables pero solo en la idea y criterios propios, experiencias que no se cristalizan en hechos tangibles por la burocracia administrativa del mercado financiero.

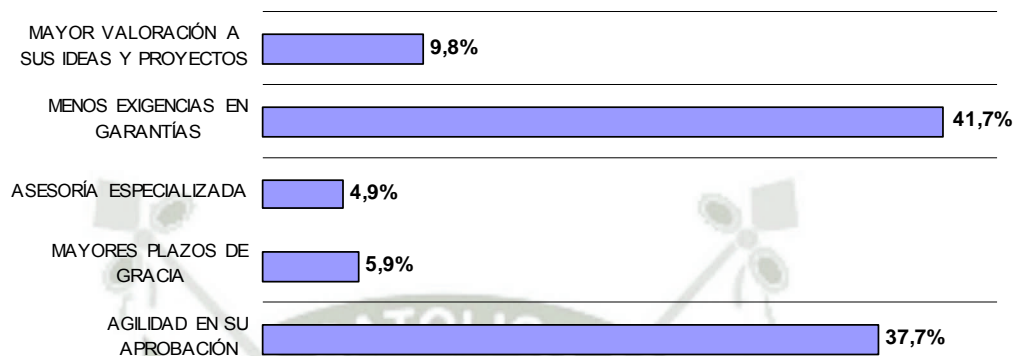
GRÁFICO NRO. 16
FACTORES QUE MOTIVARON LA FALTA DE APOYO FINANCIERO



FUENTE: Encuesta, elaboracion propia

Nuevamente esta respuesta es solo la consecuencia directa de la anterior. Si hay muchas exigencias de garantías, la falta de apoyo financiero cae indudablemente en esa ausencia de bienes tangibles que se endosen a favor de una solicitud de crédito. Creemos que en determinadas circunstancias son los proyectos; es decir, ideas maduras las que sirvan de soporte y garantía a una solicitud de crédito siempre y cuando el mercado lo demuestre.

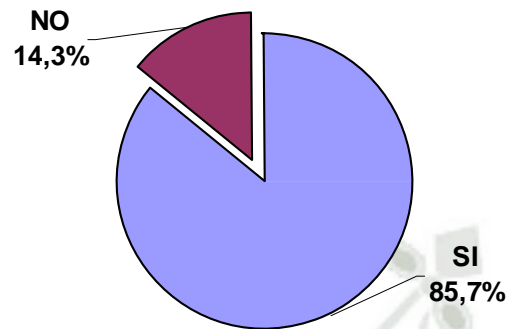
GRÁFICO NRO. 17
¿QUÉ DESEARÍA EL MICROEMPRESARIO ENCONTRAR EN UNA ENTIDAD FINANCIERA EN SU SOLICITUD DE CRÉDITO?



FUENTE: Encuesta, elaboración propia

Vemos en esta respuesta que el mipempresario sugiere en un 41.7), que se soliciten menos garantías para sus solicitudes de crédito. Creemos que lo primero que debieran pedir es que las entidades financieras debieran solicitar mayor valoración a sus ideas y proyectos pues son ellos los que sustentan cualquier deseo de inversión.

GRÁFICO NRO. 18
¿ACUDIÓ A AJIOTISTAS PARA CONSEGUIR DINERO?

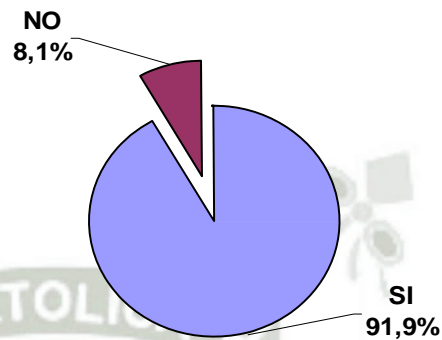


FUENTE: Encuesta, elaboración propia

Esta respuesta no muestra sino el corolario de una lejana visión de lo que debiera ser el sistema financiero.

El 85.7% de los encuestados han acudido a créditos de personas que cobran intereses altísimos y con ello sus ganancias se ven desfavorecidas por el costo financiero en el que incurren. Éste crédito es rápido pero caro y eso supone que en muchos de los casos pierden su capital y su misma empresa.

GRÁFICO NRO. 19
¿CREE NECESARIO LA CREACIÓN DE UN BANCO EXCLUSIVO
PARA SUS NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO?

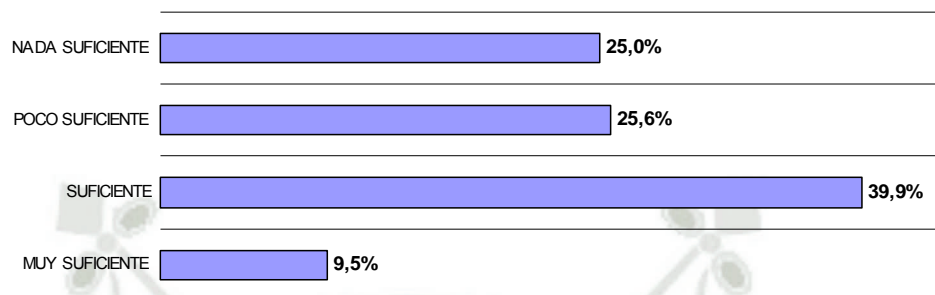


FUENTE: Encuesta, elaboracion propia

El 91.9% de los encuestados opina necesaria la creación de un banco exclusivo para solucionar sus necesidades de financiamiento; en tanto que el 8.1% opina que no es necesario.

Personalmente creo que sería mejor que se asocien para buscar un trato diádico; es decir, agruparse para exigir acuerdos conjuntos, buscar mejores tasas en instituciones que las ofrezcan bajo determinadas condiciones, evitando el trato individual que es el que mejores resultados da a los financieros desde todo punto de vista.

GRÁFICO NRO. 20
¿SE SIENTE CON LA FORTALEZA NECESARIA
PARA COMPETIR EXTERNAMENTE?



FUENTE: Encuesta, elaboración propia

Lamentablemente esta respuesta nos da una visión del mipempresario un tanto pesimista, el 50.6% de los encuestados no tienen la fortaleza suficiente para afrontar la competencia externa.

Esta es una razón para deplorar aquella frase escuchada en cuanto organización sindicalizada tenemos “no estamos preparados”.

Cuando estaremos preparados, tal vez nunca si no nos atrevemos a caminar al lindero del atrevimiento empresarial que se impone objetivos comunes, soles nunca se alcanzarán.

3.1.3. ANÁLISIS GERENAL DE LA INFORMACIÓN

El trabajo de campo se realizó en la ciudad de Arequipa, que por cierto es congruente con el espacio elegido para realizar el presente trabajo de investigación, arroja datos interesantes que conducirán a plantear políticas que conduzcan a mejorar el performance de las MYPES de éste sector en el mercado, que por la globalización de los mercados, se ha convertido altamente competitiva.

Los factores críticos que se desprenden del trabajo de campo, en orden de prioridades, son las siguientes:

- El financiamiento
- El mercado
- La tecnología
- Apoyo gubernamental

En un principio, en el sector de las MYPES, aquellas empresas que están ligadas a la actividad textilera como a la de confecciones, no existe una verdadera cultura financiera, primero, porque las personas que dirigen estos negocios no son conscientes de los beneficios que podrían obtener con el acercamiento bancario, y segundo porque ven en los bancos, entidades que sólo buscan lucrar con las precarias rentabilidades que obtienen.

En cierta forma, esta imagen formada de los bancos es por la débil interconexión que existe entre el sistema financiero y los

microempresarios, no porque estos últimos se sientan reacios a tal acercamiento, sino porque las entidades financieras, especialmente los bancos, no ven a éste sector empresarial un nicho importante a explotar, por ello su poco interés de desarrollar y promocionar productos que tengan por finalidad palanquear financieramente a las MYPES.

A pesar de esta debilidad estructural, los microempresarios encuestados dan una respuesta contundente en forma mayoritaria que acuden a los bancos para dar solución a los problemas de financiamiento, pero esto no implica necesariamente que todos hayan tenido una solución definitiva y oportuna a su necesidad presentada cuando recurrieron a éste sector del sistema financiero.

Hecho que se demuestra cuando afirman a la vez que, uno de los factores que impidieron que tengan atención por parte de los bancos fue la debilidad presentada en sus garantías hipotecarias que exigían las entidades financieras para realizar el desembolso, y por el poco interés que mostraban los agentes financieros para atender sus necesidades de crédito.

Pero al margen de las garantías solicitadas, es la discriminación sufrida por los mipempresarios en el trato no solo en el aspecto financiero; sino, en el trato y proceder por parte de funcionarios bancarios a todo nivel.

Como es lógico, esta situación va a conducir a problemas superiores, que se refleja en la competitividad de las MYPES textiles, ya que ante la carencia de capital de trabajo o de inversión se ven forzados a acudir a mercados mucho más caros, el informal agiotista o usurero, que por la tasa de interés que se acostumbra a cobrar por las operaciones activas, los mipempresarios incluso llegan a comprometer su patrimonio personal y empresarial.

Las respuestas claramente reflejan esta afirmación; específicamente ante la pregunta, ¿cómo microempresario acudió a agiotistas para conseguir dinero? El 85.7% afirma que sí; respuesta que no hace más que corroborar el poco interés del sistema bancario por apoyar a los microempresarios peruanos.

Esta falta de apoyo se hace más notoria en la banca comercial, pero no así con la banca especializada en este sector empresarial, el Banco del Trabajo, MIBANCO o el mismo Interbank, que movilizan capitales de bajo monto pero con gran agilidad. Pero estas entidades, por la tasa de interés que cobran se asemejan algunas veces al mercado usurero; es decir, aquel mercado que si coloca capitales en forma ágil, pero a costos que superan las expectativas del microempresario.

Por otro lado, si bien es cierto que las MYPES podrían encontrar una solución al problema de financiamiento en otros intermediarios financieros no bancarios, como las ONGs. Las EDMYPES; las Cajas

Municipales, la débil cultura financiera de los microempresarios hace, que desperdicie esta oportunidad de financiamiento aunque a veces cara, pero que está ahí y que también se refleja en la encuesta formulada:

Ante la pregunta ¿cómo solucionar sus problemas de financiamiento en su empresa? mayoritariamente inclina su respuesta hacia la Caja Municipal, quedando en segunda instancia los proveedores, las ONGs, COFIDE apenas si se le menciona, EDMYPES, es decir entidades, cuya función es justamente apoyar financieramente al microempresario.

Lo más preocupante es la respuesta de los microempresarios entrevistados, que dan con respecto a la Corporación Financiera de Desarrollo, COFIDE, entidad financiera de segundo piso, que como se sabe, su misión es apoyar a éste sector microempresarial, con las diversas líneas de crédito que maneja, como: (ver Anexo 02).

- Microglobal
- Propem
- Créditos subordinados
- Fondemi
- Microcrédito habitacional

Pero cuya operatividad es desconocida por los microempresarios, situación que se ve reflejada ante la pregunta. ¿Conoce la política de

apoyo de COFIDE a las MYPES y de sus líneas de crédito? Un 96.1% de los encuestados dio una respuesta negativa ante tal pregunta.

Esta afirmación, deja un espacio para plantar una política que implique la reformulación de este centro de apoyo de las MYPES, cuyas líneas de crédito que manejan son alimentadas por desembolsos que realizan el Banco Mundial, La Corporación Financiera de Desarrollo, el Banco Interamericano de Desarrollo, para innovar tecnologías, desarrollar productos, en general para que los microempresarios, logren mejores niveles de competitividad en los mercados.

Las necesidades de crédito en los microempresarios son críticas, es por ello que en la encuesta realizada, a priori, se perfilan algunas recomendaciones, cuya fuente es la preocupación de los microempresarios, para optimizar la gestión del financiamiento. Los encuestados opinan que es necesario que los agentes colocadores de crédito, no vean sólo las garantías hipotecarias como mecanismo para sustentar un crédito, sino que exigen que el tipo de proyecto presentado se convierta en la verdadera palanca para movilizar los créditos.

Es más el 91.9% opina que la creación de un banco de las MYPES, cubriría el espacio dejado por los organismos financieros que actualmente operan en el mercado. Pero la creación de éste banco, tiene que romper los esquemas tradicionales. Es decir tiene que

apuntar, a la asesoría especializada, a la Alianza Estratégica, al otorgamiento de créditos blandos, más claramente su misión tendría que estar centrada en palanquear financieramente a los microempresarios, para que como empresarios, incluso puedan llegar con ventajas al mercado internacional, que como se vio en puntos anteriores, ya están llegando a mercado de ultramar.

Si bien es cierto que el microempresario, tal como se aprecia en el resultado de la encuesta, se siente mayoritariamente con fortalezas para competir en el mercado externo, y enfrentar las exportaciones en el mercado local, llevado más que todo por su ingenio, como empresario, es necesario que los bancos repotencien esta ventaja, lo cual va a conducir que las MYPES tengan mayor protagonismo En el mercado nacional como internacional.

En cuanto a la tecnología y al mercado, estos factores que marcan la tendencia de este sector empresarial, tiene mucha relación con la calidad del financiamiento. Ya que la reconversión tecnológica, para mejorar la capacidad productiva de la empresa exige maquinas modernas que, muchas veces no se encuentra en el mercado local, cuyo costo superan lo que el microempresario cuenta como capital para afianzar su competitividad en este acervo productivo. Como, cuando acuden al sistema financiero se dan cuenta que no son sujetos de crédito, tienen que verse forzados a utilizar tecnología que en otros países se han convertido en tecnologías de desecho.

Asimismo, mejorar la competitividad microempresarial, no solo está por el lado de la tecnología, sino también por el lado del mercado; como éste es altamente volátil y cambiante, los microempresarios, están en la obligación de hacer investigaciones, desarrollar nuevos productos, mejorar la calidad de los que están colocando en el mercado, mejor dicho su marcha como empresa tiene que estar acompañada a lo que mande el mercado, pero esto necesita inversiones y por lo tanto financiamiento, que es el punto crítico que los empresarios consideran de primera prioridad para mejorar su competitividad.

3.2. OTROS FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DE LAS MYPES TEXTILES

Otros rasgos más saltantes que inciden muchas veces negativamente en la gestión por lo tanto en la competitividad de las MYPES textiles son las siguientes:

- Producción y productividad
- La subcontratación y la cooperación entre firmas
- Acceso al mercado de exportación
- Acceso y manejo de tecnología e infraestructura
- Acceso a la información y asesoramiento
- Calificación de la mano de obra

- Estabilidad económica y social del país
- Facilidades arancelarias de acceso a los mercados norteamericano y europeo
- Cercanía de los mercados
- Alta calidad de la materia prima

3.2.1. PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES

Las MYPES textiles muestran que el ritmo de producción durante el año depende mucho de la estacionalidad y las variaciones de la demanda. Este tipo de dependencia, sumado a otros factores, hace que estas empresas muestren indicadores reiterados de subutilización de su capacidad instalada. Sin embargo, cabe aclarar que la existencia de capacidad instalada ociosa se debe en parte al tipo de “líneas de producción” implementadas para cada modelo que no siempre utilizan toda la maquinaria disponible de la firma.

Un rasgo que caracteriza la industria de las MYPES es la presencia del trabajo a destajo, principalmente en el sub-sector de confecciones de vestir. Estas empresas cubren una parte básica de la producción con mano de obra remunerada de manera fija, y la otra, que es la mayor proporción del costo, es asumida al destajo. Esta modalidad permite a estas empresas controlar la relación costo-producción, que a su vez es un acercamiento primario para evaluar su nivel de productividad.

De otro lado, las MYPES implementan una gama diversa y heterogénea de estrategias y modalidades para aumentar la producción, productividad y la calidad de sus productos, entre las más difundidas es el outsourcing y la subcontratación. Estas modalidades buscan, a través de la flexibilidad y la especialización, gestionar una estructura de costos y calidad adecuada de sus productos para así poder competir en el mercado local como de exportación.

El control de la estructura de costos y precios resulta siempre una prioridad para las MYPES ya que esta condición es indispensable, para acceder a mercados altamente competitivos.

Los efectos de los costos en el nivel de competitividad de las MYPES plantea dos ideas relacionadas con la eficiencia y la productividad de las empresas: primero, que hay un consenso entre los empresarios sobre la necesidad de contar con mano de obra calificada y experimentada para garantizar la calidad y una mayor productividad; segundo, si no se invierte para renovar la tecnología hacia una de punta, cualquier cambio o ajuste en la tecno estructura de la empresa siempre tendrá resultados coyunturales y limitados para mejorar su productividad, y por ende su competitividad.

Podemos concluir que el incremento de la productividad de la MYPE será posible no sólo tomando como variable de ajuste la reducción del costo de la mano de obra, sino usando tecnología de punta, lo que implica elevar los niveles de inversión de las MYPES en la compra de

mejor maquinaria, inversión que no hace tangible, por le debilidad en el financiamiento.

De otro lado, si bien es cierto existen sobrecostos laborales que afectan los costos de producción (impuestos antitécnicos) y el precio de mercado para competir, y que por otro lado, tampoco benefician al trabajador de manera total, éstos afectan en cuanto el desnivel y diferencias de condiciones respecto a los países con los que el empresario peruano compete.

Lamentablemente la cultura empresarial entre los propietarios, gerentes y familiares cercanos a las MYPES, es contraria a la producción asociada, trabajo grupal que permite obtener mayores volúmenes de producto para cumplir con requerimientos del mercado interno y externo. Mientras esto siga de la misma manera, sus posibilidades de enfrentar las exigencias de un TLC se hace cada vez más precaria.

No obstante, respecto a los demás factores que intervienen en la productividad de las empresas, los efectos de los sobrecostos o su reducción no implicarán los mismos efectos en la competitividad como sí lo haría la tecnología que se utilice.

3.2.2. LA SUBCONTRATACIÓN Y LA COOPERACIÓN ENTRE FIRMAS

Las MYPES del sector textil y de confecciones implementan diversas estrategias orientadas a mejorar la eficiencia, productividad y competitividad de sus productos, optimizando los recursos internos y

externos de la firma.

Bajo esta premisa referencial básica, la cooperación y los acuerdos empresariales se conciben como prácticas comunes y concertadas entre dos o más empresas independientes a lo largo del tiempo, no necesariamente explícitas, que apuntan a llevar a cabo proyectos comunes de distinto tipo, incluyendo algunas etapas de la realización del producto como la concepción, producción y comercialización de mercancías.

La cooperación entre firmas puede ubicarse en el medio de un continuo entre la competencia pura de mercado, por un lado, y la integración (vertical u horizontal) de empresas, en otro. Esta forma es reconocida como semi-integración, cuyo modelo más destacable es la subcontratación.

En el sector textil, y con mayor incidencia en confecciones, la recurrencia a la subcontratación es una de las más difundidas respecto a otros sectores industriales en el Perú. Las evidencias muestran que las MYPES textiles, utilizan la subcontratación como una estrategia y comportamiento dual: por un lado, como contratistas de pequeñas firmas o empresas de similar tamaño, y por otro, como subcontratistas de medianas o grandes empresas exportadoras. Cada una de estas modalidades específicas tienen una significación estratégica diferenciada para las firmas, no obstante, ambas se convierten en factores importantes que afectan y orientan a la

empresa en distintos momentos y entornos externos.

La dinámica de transferencia a través de la subcontratación es muy importante para las subcontratistas, porque les significa adquirir un know-how validado que difícilmente podrían adquirir por cuenta propia, habida cuenta de sus restricciones para invertir en cursos u otro medio. De otro lado, este intangible, que los subcontratistas van acumulando se convierte en elemento de reconocimiento y prestigio en el mercado de la subcontratación.

De esta manera, un efecto concomitante al aprendizaje es la posibilidad de estas firmas de ampliar sus oportunidades de ser subcontratados por otras empresas, y de otro lado, les permite prepararse para exportar por cuenta propia en el futuro.

Aún hoy, esta subcontratación se hace siempre en forma individual, lo que lamentablemente es el resultado de una política arcaica de trabajo personalizado que no busca integrarse a objetivos sectoriales.

3.2.3. ACCESO AL MERCADO DE EXPORTACIÓN

Uno de los indicadores más importantes que explican el nivel de desempeño de las MYPES textiles y de confecciones, especialmente, es su acceso al mercado externo. La decisión de exportar responde a la necesidad de buscar una alternativa al mercado interno. La prolongada crisis y la constante caída de la demanda local hace que las MYPES se vean obligadas a voltear su mirada al mercado externo y alternar con el mercado interno, para muchas firmas éste fue el

inicio de su experiencia como exportadores.

Sin embargo, para otras la experiencia previa en el mercado interno se inició con distribuidores y tiendas que atendían a una demanda de alta exigencia en calidad.

Esta experiencia previa es percibida por las MYPES como un factor determinante para dar el salto al mercado de exportación, al igual que su experiencia como subcontratistas de grandes empresas exportadoras, de otro lado, el trabajo de campo revela que, a pesar de que un gran porcentaje se encuentra en capacidad para exportar, aproximadamente el 10% de las empresas encuestadas orientan su producción al mercado local en la actualidad, además del mercado exterior, pero este acceso es incipiente y muchas veces de manera informal.

Sin embargo, la permanencia de las MYPES exportadoras en el mercado local también responde a la débil inserción en el mercado exterior, no obstante haber logrado cierto nivel de éxito en el mercado exterior. Esta limitación se debe principalmente a las restricciones de infraestructura, capital y tecnología que limitan la capacidad productiva de la firma así como la capacidad de asumir mayores compromisos con los clientes.

Asimismo, la limitación de recursos para gastos de las MYPES para el mercadeo directo (realizar viajes o participar en eventos de mercadeo

como las ruedas de negocio en el extranjero, etc.) es también una barrera que no permite a las MYPES insertarse con más solidez en el mercado de exportación.

Coincidiendo con los diversos estudios realizados sobre el sector textil y de confecciones, las MYPES tienen como principales clientes a empresas que desarrollan marcas reconocidas en el ámbito mundial, cuya estrategia tiende cada día más a recurrir a países productores de bajo costo de mano de obra, materia prima disponible y rápido abastecimiento. Estas MYPES producen artículos para sus clientes, con parámetros muy exigentes en materia de diseño y calidad.

Las transacciones se realizan a través de agentes, los cuales son quienes realizan la negociación de manera directa, controlan la producción de las firmas y son elementos de enlace con los intermediarios. La importancia de Estados Unidos como país de destino de las exportaciones, especialmente el de confecciones, se explica por un conjunto de factores que facilita el entorno de inserción para los productores en este mercado.

Entre los principales tenemos el tamaño del mercado, la cercanía geográfica, la existencia de acuerdos comerciales que benefician a los países andinos, y la existencia de un sistema de cuotas para los productos asiáticos.

La cercanía y los menores costos de mercadeo y negociación serían los principales factores que explicaría la presencia de la MYPES en

estos mercados. La fórmula fundamental que las MYPES han tenido que cumplir para exportar es el cumplimiento de la calidad de acuerdo a los parámetros solicitados, un precio competitivo, y realizar oportunamente las entregas. En muchos casos, estas exigencias se convirtieron al principio en medios de aprendizaje y un reto para las MYPES.

Pero a la vez, la experiencia de exportación le ha significado a la MYPES, enfrentar diversos problemas asociados a manejar su estructura de costos y lograr un precio competitivo; la restricción de financiamiento oportuno; y las dificultades para preparar oportunamente la producción y las entregas en los plazos fijados con el cliente.

De otro lado, no podemos soslayar las dificultades asociadas a la falta de una conciencia de calidad en toda la cadena de producción, es decir, no todos los agentes involucrados en la producción cuentan con una calidad homogénea necesaria para garantizar un buen producto.

En algunos casos, la búsqueda de compradores le puede significar a las MYPES altos costos y gastos en el mercadeo del producto, a veces sin ningún resultado concreto. Si estos empresarios elaboran productos de costo y precio unitario altos (como un abrigo de alpaca), la inversión en muestras es bastante alta, y puede significarle un incremento en el costo marginal de la producción, especialmente si se tiene en cuenta que el envío de muestras no siempre deriva en una

negociación positiva para el productor.

De otro lado, el mercado de exportación también supone una serie de condiciones a los productores exportadores textiles y de confecciones relacionados con el uso de tecnologías limpias y productos ecológicos, que cada día tienen más importancia en Estados Unidos, Unión Europea y Japón, y están sustentados en certificaciones internacionales que aprueban la calidad del producto. En el futuro, este rasgo del mercado mundial se expandirá aún más, y puede convertirse en una amenaza para las MYPES productoras que no estén preparadas para cumplir los requisitos estipulados en los acuerdos comerciales de la OMC.

3.2.4. ACCESO Y MANEJO DE TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA

Es conveniente reiterar algunos puntos referidos a los problemas de productividad y competitividad que presentan las MYPES, y que hemos señalado anteriormente, para ellas, la competitividad vía precio se resuelve básicamente reduciendo al máximo los costos de producción, principalmente los laborales. Como la innovación de tecnología de las MYPES es lenta por la poca capacidad de inversión en tecnología de punta, la vía más factible de llegar a un precio competitivo es reduciendo los costos laborales, entre otros.

En la medida que las MYPES enfrenten esta restricción, las posibilidades de ser más competitivos será una tarea difícil, ya que

dependerán de su capacidad de innovación. Por ello, es imprescindible que este tipo de empresarios dispongan de líneas de financiamiento y asistencia técnica para renovar su tecnología y puedan competir en el mercado externo en mejores condiciones.

3.2.5. ACCESO A LA INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO

Las MYPES que han logrado penetrar a mercados externos, iniciaron su experiencia como exportadores sin orientación ni asesoramiento, el aprendizaje se realizó con el contacto de los primeros clientes. En la actualidad, podemos colegir anteladamente que es muy poco el apoyo que las MYPES del sector textil respecto a información y orientación de diversas entidades, principalmente nacionales.

El apoyo que se busca, básicamente se relaciona con presentación de contactos con clientes importadores, la participación en rueda de negocios y la dotación de información de mercado, entre otras formas de apoyo.

El apoyo a las MYPES, aún con muy serias limitaciones, proviene de gremios empresariales (Sociedad Nacional de Industria, Asociación de Exportadores), y de PROMPEX, institución promovida por el Gobierno para promocionar las exportaciones no tradicionales. No obstante, cabe señalar que los empresarios visitados consideran que, el apoyo en asistencia, orientación y asesoramiento sigue siendo insuficiente.

El diseño e implementación de políticas que complementen los

esfuerzos actuales del Gobierno es un imperativo para potenciar las exportaciones del sector textil, y de las micro y pequeñas empresas en particular.

3.2.6. CALIFICACIÓN DE LA MANO DE OBRA

Un rasgo importante de las MYPES y que de alguna forma es un factor que explica su nivel de desempeño está relacionado con la calificación de sus trabajadores. El estudio de campo, también arrojó que las firmas disponen de mano de obra con experiencia y de buena calidad. Dicha composición laboral se debería principalmente a que en la mayoría de los casos las MYPES normalmente son iniciadas por trabajadores con experiencia anterior en otras empresas medianas y grandes con perfil exportador. Las MYPES también tienen que capacitar su propio personal. Generalmente se trata de trabajadores que llegan a la firma con poca o nula experiencia y empiezan desempeñando tareas de menor responsabilidad, pero que gradualmente van adquiriendo mayor experiencia y también tareas de mayor complejidad en la producción.

La capacitación es una labor con muchas limitaciones y restricciones para los pequeños y microempresarios porque no cuentan con los recursos suficientes para montar un centro de capacitación. El aprendizaje se realiza transfiriendo los conocimientos de los obreros más calificados a los menos calificados en el mismo proceso productivo.

La experiencia ha demostrado la reticencia de los mipempresarios a querer capacitarse y capacitar a sus operarios, ellos suponen que quien trabaja con ellos no necesitan que se les adiestre por lo menos ya que ello significa en muchos de las veces pérdidas de tiempo en labores productivas y no se dan cuenta de lo que significa en alcances de productividad y competitividad muchas veces en el corto o mediano plazo; lo intolerante a veces es que estas capacitaciones no les cuesta a los empresarios porque hay fondos del estado que apoyan estas actividades, los empresarios no se inscriben.

Esto hace que las MYPES muchas veces tengan que asumir pérdidas en materiales y en productos mal confeccionados; además, el operario antiguo y calificado no siempre resulta siendo un buen instructor. Por ello, el proceso de transferencia es muchas veces lento y acarrea gastos y pérdida de productividad; también otra de las dificultades que las MYPES tienen que enfrentar para capacitar a sus trabajadores, se relaciona a la oferta de formación en el sector.

En el Perú aún no se ha consolidado la base de formación técnico-industrial para el sector textil, y principalmente de confecciones, la oferta institucional de capacitación no cuenta con el perfil adecuado a los requerimientos industriales y de mercado exigentes de hoy.

Por ejemplo, en el caso de la industria de confecciones, en la mayoría de casos se trata de centros de instrucción de confeccionistas artesanales y por lo tanto no responden de manera adecuada a la

demanda productiva industrial de una empresa exportadora, no obstante los esfuerzos de renovación del SENATI, creemos que todavía persisten las restricciones en la oferta de capacitación.

3.2.7. ESTABILIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PAÍS

El control de la inflación y la pacificación del país, se convirtieron en condiciones importantes para alentar la inversión en el sector textil y en las MYPES en particular.

La estabilidad permitió, de otro lado, mejorar la imagen del Perú en el extranjero, lo que favoreció el entorno de negociación entre exportadores e importador, así como afianzar la confianza de los importadores a los productores peruanos.

3.2.8. FACILIDADES ARANCELARIAS DE ACCESO A LOS MERCADOS NORTEAMERICANO Y EUROPEO

Las condiciones de acceso favorecieron a los mercados al incremento de las exportaciones del sector, porque el Perú no tiene limitaciones de cuota en el mercado norteamericano, y en Europa las exportaciones peruanas gozan de desgravación arancelaria, lo que le permite acceder a estos mercados con mayor preferencia que otros países exportadores, las estadísticas de las exportaciones del sector corroboran el efecto de ésta ventaja.

3.2.9. CERCANÍA DE LOS MERCADOS

La mayor cercanía al mercado americano, a los países que conforman

la Comunidad Andina y a Chile, permite que el sector, y en particular las MYPES, vean en estos países un mercado atractivo para exportar. La rapidez de aprovisionamiento del producto es un factor apreciado por los importadores para decidir de dónde comprar.

En este sentido, los productores textiles y confecciones nacionales pueden competir mejor con los países asiáticos aprovechando la cercanía de estos mercados.

Asimismo, la preferencia a mercados cercanos permite a las firmas llegar a mercados de fácil acceso por los menores costos de negociación que implican, respecto a otros mercados como Japón.

3.2.10. ALTA CALIDAD DE LA MATERIA PRIMA

Este es un factor básico que coloca al Perú en una posición ventajosa respecto a otros países productores de textiles. Como se sabe, el prestigio de los textiles peruanos se sustenta en la calidad reconocida del algodón pima y tangüis, los pelos finos de alpaca y lana en el mercado internacional.

En la actualidad, los diseñadores de ropa peruanos y en especial de nuestra región, están ganando un lugar destacado, con un estilo que combina modernidad y toques autóctonos. Junto con esta tendencia, cada vez más pronunciada, conviven otras, de inspiración más clásica o que privilegian lo utilitario y lo económico, además de aquellas enfocadas en mercados exclusivos o alternativos.

En ellas se lucen también elementos propios de nuestro país, como las fibras de vicuña y alpaca, junto con el renombrado algodón peruano.

3.3. DEBILIDADES QUE OBSTACULIZAN EL REPOTENCIAMIENTO DE LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL

3.3.1. POLÍTICA TRIBUTARIA Y LABORAL DESFAVORABLES

A pesar de que la estructura de los sobrecostos laborales se ha modificado sustancialmente a lo largo de la presente década, la tendencia en los últimos años ha sido hacia la reducción de las cargas laborales.

Sin embargo, los sobrecostos laborales afectan directamente la competitividad del sector textil, teniendo en cuenta que es un sector intensivo en mano de obra, que compite en los mercados internacionales con países como los asiáticos cuya mano de obra es relativamente más abundante y barata que la peruana.

Estos costos relacionados al pago de impuestos laborales, incrementan desfavorablemente los costos no salariales de las MYPES, lo cual afecta su competitividad y su acceso al mercado externo.

3.3.2. RESTRICCIONES EN LA OFERTA DE SERVICIOS DE CAPACITACIÓN PARA EL SECTOR

Uno de los principales problemas para el sector es no contar con

servicios de capacitación adecuados y suficientes, no obstante el esfuerzo de algunas instituciones como el SENATI.

Para los pequeños y microempresarios, esta restricción es aún más notoria, ya que no cuentan con centros de capacitación propios como sí ocurre en la gran empresa.

3.3.3. DIFICULTADES DE FINANCIAMIENTO

Esta restricción se presenta en mayor incidencia en las MYPES, ya que no cuenta con las garantías suficientes para acceder a crédito adecuado y oportuno. Esta limitación también restringe la obtención de cartas de crédito que son importantes para que una empresa negocie con el importador o con los proveedores. De otro lado, el crédito al que acceden las MYPES tiene altas tasas de interés, lo que incrementa los costos indirectos de las empresas.

3.3.4. ESCASA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA

A pesar que algunas MYPES vienen renovando constantemente su tecnología, muchas de éstas, en particular las más pequeñas no tienen la capacidad suficiente para adquirir tecnología de punta por lo que la opción más cercana es repotenciar la tecnología existente.

Esta limitación se relaciona también a la falta de financiamiento adecuado para la renovación de maquinaria.

3.3.5. FALTA DE UNA POLÍTICA ADECUADA DE PROMOCIÓN DE APOYO EN A LAS MYPES.

No obstante que el Gobierno ha implementado en los últimos años algunas acciones de promoción a las MYPES, el estudio demuestra que su alcance es insuficiente y limitado.

El trabajo que realiza PROMPEX y PROMPYME es valioso, pero se debilita cuando no cuenta con la articulación de un soporte institucional complementario en los asuntos del crédito, capacitación.

Lamentablemente si tenemos un incremento sostenido del valor de nuestras exportaciones, fundamentalmente es por incremento de precios y producción del sector minero, como no lo es ciertamente del sector industrial.

3.4. PERSPECTIVAS DE LAS EXPORTACIONES TEXTILES BAJO EL ATPDEA O EL TLC

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas que fue renovada y ampliada a los textiles y confecciones elaborados con insumos nacionales y el ya firmado Tratado de Libre Comercio han dejado un enorme espacio para el crecimiento de la reconocida industria textil nacional, dadas las buenas perspectivas sustentadas en el actual ingreso de confecciones peruanas a los Estados Unidos de Norteamérica.

El ATPDEA FUE una preferencia unilateral que el gobierno de

Estados Unidos otorgó a Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, y les permitía a estos países exportar gran parte de sus productos al mercado estadounidense sin pagar aranceles.

Sin duda, este beneficio unilateral otorgado a los Estados Unidos permitirá crear una oportunidad de crecimiento para la economía nacional a través de un incremento de la producción y la exportación, más aun considerando que EE.UU es el principal mercado de destino de los productos peruanos al adquirir en promedio el 25% de las exportaciones.

Cabe resaltar que si no se hubiese firmado el TLC con estados Unidos, para los textiles peruanos, las perspectivas hubieran sido muy negativas dadas las ventajas comerciales que presentan desde hace buen tiempo México y Canadá (NAFTA) y recientemente los países de América Central y el caribe (CBTPA), que ingresan sin pagar aranceles.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Si bien es cierto que el mipempresario, tal como se aprecia en el resultado de la encuesta, se siente mayoritariamente con fortalezas para competir en el mercado interno y externo, y enfrentar los retos de cualquier mercado, llevado más que todo por su ingenio, como empresario, es necesario que los bancos repotencien esta ventaja, lo cual va a conducir que las MYPES tengan mayor protagonismo En el mercado nacional como internacional.

En cuanto a la tecnología y al mercado, estos factores que marcan la tendencia de este sector empresarial, tiene mucha relación con la calidad del financiamiento. Ya que la reconversión tecnológica, para mejorar la capacidad productiva de la empresa exige maquinas modernas que, muchas veces no se encuentra en el mercado local, cuyo costo superan lo que el microempresario cuenta como capital para afianzar su competitividad en este acervo productivo. **Como, cuando acuden al sistema financiero se dan cuenta que no son sujetos de crédito**, tienen que verse forzados a utilizar tecnología que en otros países se han convertido en tecnologías de desecho.

Asimismo, mejorar la competitividad microempresarial, no solo está por el lado de la tecnología, sino también por el lado del mercado; como éste es altamente volátil y cambiante, los mipempresarios, están en la obligación de hacer investigaciones, desarrollar nuevos productos, mejorar la calidad de los que están colocando en el mercado, mejor dicho su marcha como empresa tiene que estar acompañada a lo que mande el mercado, pero esto necesita inversiones y por lo tanto financiamiento, que es el punto crítico que los empresarios consideran de primera prioridad para mejorar su competitividad; y como no la tienen entonces su nivel de crecimiento es exigua, percepción sentida en las respuestas de la encuesta formulada en la investigación.

SEGUNDA: Las MYPES son una pequeña unidad de producción, comercio o prestación de servicios. Según la legislación peruana, unamicro o pequeña empresa, es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Según Paulino Barragán Arque (2002) existen cuatro estructuras organizativas básicas: La estructura simple, estructura funcional, estructura divisional y estructura matricial, cada una se adapta a

un tamaño y complejidad de los procesos de las empresas empezando por la estructura simple hasta llegar a la matricial; lamentablemente entre los principales problemas que se pueden observar en la estructura organizacional de una MYPES están:

- El personal realiza una misma función de manera repetida e innecesaria.
- Jefes sin personal a cargo o con exceso de personal.
- Definiciones imprecisas de funciones para determinado cargo.
- Asignación de funciones diversas a un mismo cargo.
- Aumento de la complejidad del cargo sin el debido aumento salarial.
- Falta de especialización en las tareas.

Todos estos problemas provocan diversas trabas y descoordinaciones en el trabajo, como:

- Desequilibrios en las cargas de trabajo.
- Falta de información entre el personal.
- Deterioro del ambiente de trabajo.
- Desmotivación del personal.
- Falta de control interno.
- Centralismo en la toma de decisiones.
- Incumplimiento de metas o tareas.

TERCERA: Anualmente las MYPES, generan un valor bruto de la producción de 743 MM de dólares, el mismo que equivale a sólo 22% del PBI de Arequipa, no obstante que las MYPES representan más del 99% de las unidades económicas.

De este valor corresponde a las MYPES urbanas US \$ 458 MM que representan el 62% del valor de las ventas de las MYPES. Así como el 13,6% del PBI del Departamento de Arequipa. En el caso de la agricultura, el valor bruto de las ventas anuales es de US \$ 284 MM, que representan el 8,4% del PBI departamental

CUARTA: Las MYPES encuentran particularmente difícil tener acceso al mercado formal de créditos, dada la existencia de asimetría de información que introducen elevados costos en la evaluación de los créditos. Como la mayoría de las MYPES funciona con bajos niveles de tecnología, no posee activos suficientes para respaldar los créditos. Por este motivo, a la hora de solicitar un crédito, el empresario enfrenta elevadas tasas de interés, ya que no ofrecen a los entes financieros los colaterales mínimos contra los cuales ejecutar una garantía en caso de no pago de la deuda, como consecuencia el riesgo se eleva y se restringe la capacidad de inversión de las MYPES.

Por el lado los volúmenes prestados en el sector microfinanzas son muy pequeños y dado que el número de prestatarios es elevado, resulta sumamente costoso realizar el cobro; ésta es la

razón principal, por el lado de la oferta, por la cual los microempresarios reciben créditos caros; esto hace además que los créditos no se hacen flexibles en cuanto a tiempo y tasas de interés.

QUINTA: Las técnicas de evaluación son diversas. Una de ellas es conocida como las 5 C o las 5 categorías, las mismas que según la Superintendencia Nacional de Banca y Seguros queda como sigue:

- Carácter:** Consiste en las cualidades del prestatario, como su honestidad, integridad, la experiencia pasada. Si bien es uno de los factores menos cuantificables, es de los más importantes, porque las cifras pueden decir todo lo contrario y el crédito estar destinado al fracaso, por la mala calidad del sujeto de crédito.
- Capacidad:** Es el conocimiento del negocio y la calidad técnica de los accionistas y la plana gerencial, así como todo su capital humano en general.
- Capital:** Es la inversión realizada, vista tanto por la tecnología adquirida mediante los activos como por el nivel de endeudamiento con terceros, respecto al capital propio.
- Colateral:** Cumple con dos finalidades; reducir el riesgo de la operación cuando la evaluación así lo exija, e incrementar la rentabilidad del dinero prestado. La última

dependerá de que el tipo de colateral exigido pueda ser usado por el banco para incrementar sus ingresos. Se trata por ejemplo de los depósitos de efectivo y las letras en cobranza, entre otros.

- Condiciones:** De acuerdo con la evaluación realizada, se puede considerar convenientemente supervisar el desembolso del crédito; de esta manera se controla que el dinero se emplee según los intereses del banco.

Como podemos apreciar y concluir entonces los mipempresarios en la mayoría de los casos son sesgados de estas políticas que anteponen a una idea madurada o perfil, una calidad de cliente que no alcanzan.

SEXTA: Pero a pesar de una serie de limitantes en la evaluación a solicitudes de financiamiento por parte de los mipempresarios, los bancos han ampliado sus operaciones a este éste sector. Los productos financieros que vienen ofreciendo a las MYPES son una canasta de productos financieros, en la cual se combinan productos tradicionales y productos innovados y/o reformulados para adecuarlos a la naturaleza y operatividad de aquellos; adicionalmente creemos que un actor llamado a tener un rol importante en facilitar el crédito a las MYPES es la Corporación Financiera de Desarrollo – COFIDE, única institución financiera de propiedad del Estado que actúa como banca de segundo

piso intermediando recursos líquidos a través de instituciones acreditadas e incluso incluyendo a empresas proveedoras de insumos en el sector agrario.

Otra institución importante es el Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI), la Sociedad Nacional de Industrias (SNI) a través de su Comité de Pequeña Industria (COPEI), entre otros

SEPTIMA: Por último, se concluye que en el sector de las MYPES, aquellas empresas que están ligadas a la actividad textilera como a la de confecciones, no existe una verdadera cultura financiera, primero, porque las personas que dirigen estos negocios no son conscientes de los beneficios que podrían obtener con el acercamiento bancario, y segundo porque ven en los bancos, entidades que sólo buscan lucrar con las precarias rentabilidades que obtienen.

En cierta forma, esta imagen formada de los bancos es por la débil interconexión que existe entre el sistema financiero y los microempresarios, no porque estos últimos se sientan reacios a tal acercamiento, sino porque las entidades financieras, especialmente los bancos, no ven a éste sector empresarial un nicho importante a explotar, por ello su poco interés de desarrollar y promocionar productos que tengan por finalidad palanquear financieramente a las MYPES.

A pesar de esta debilidad estructural, los microempresarios encuestados dan una respuesta contundente en forma mayoritaria que acuden a los bancos para dar solución a los problemas de financiamiento, pero esto no implica necesariamente que todos hayan tenido una solución definitiva y oportuna a su necesidad presentada cuando recurrieron a éste sector del sistema financiero.

Hecho que se demuestra cuando afirman a la vez que, uno de los factores que impidieron que tengan atención por parte de los bancos fue la debilidad presentada en sus garantías hipotecarias que exigían las entidades financieras para realizar el desembolso, y por el poco interés que mostraban los agentes financieros para atender sus necesidades de crédito.

Pero al margen de las garantías solicitadas, es la discriminación sufrida por los mipempresarios en el trato no solo en el aspecto financiero; sino, en el trato y proceder por parte de funcionarios bancarios a todo nivel.

Como es lógico, está situación va a conducir a problemas superiores, que se refleja en la competitividad las micro y pequeñas empresas textiles, ya que ante la carencia de capital de trabajo o de inversión se ven forzados ha acudir a mercados mucho más caros, el informal agiotista o usurero, que por la tasa de interés que se acostumbra a cobrar por las operaciones

activas, los mipempresarios incluso llegan a comprometer sus patrimonio personal y empresarial o en muchos de los casos poco a poco se van consumiendo su propio capital sin darse cuenta de ello.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: A pesar de que las normas de la Superintendencia de Banca y Seguros indican claramente los requisitos para ser sujetos de crédito, creo muy importante como recomendación, darle al sectorista o ejecutivo de cuentas la posibilidad de variar estos criterios en función a:

- ▣ Experiencia crediticia del cliente
- ▣ Análisis de estudio de mercado presentado por el solicitante
- ▣ Visita de supervisión a empresa, etc.

SEGUNDA: Se debe ampliar la aceptación de garantías, ya no solamente a activos tangibles; sino también a otros como:

- ▣ Operaciones garantizadas
- ▣ Derechos
- ▣ Bienes intangibles
- ▣ Bienes fungibles y no fungibles
- ▣ Otros similares que no necesariamente sean bienes de capital o infraestructura.

TERCERA: El banquero no sólo debe pensar en la recuperación de sus colocaciones sino también en mantener a su clientela, por eso recomendable que en momentos difíciles no se debe retirar el apoyo sin antes haberse cerciorado de la verdadera situación

por la que estaría atravesando.

CUARTA: Para evitar parcializaciones e influencias externas por parte de las personas encargadas de la concesión de los créditos se recomienda que, estas no deban ser las mismas que se encarguen del análisis y estudio de solicitudes. La primera función debe encomendarse a personas con buena experiencia bancaria con estudios en administración y economía, y para la segunda función a Contadores Públicos y/o Analistas requiriendo en ambos casos una permanente capacitación y adiestramiento.

QUINTA: Se recomienda dar a conocer al empresario las ventajas y desventajas de la obtención de créditos en instituciones financieras, así como las características de estos créditos; esto se podrá lograr a través del desarrollo de programas de capacitación que permitan enriquecer el conocimiento técnico financiero de los empresarios. El logro de este objetivo supone un trabajo permanente y horizontal entre los especialistas y los empresarios.

SEXTA: Los bancos deben firmar convenios con centros de investigación, Organizaciones No Gubernamentales, universidades, etc. que enriquezcan el conocimiento sobre la pequeña y micro empresa y sobre el contexto económico - social en que se desenvuelve ésta, de tal forma que se planteen constantemente nuevas propuestas para el mejoramiento de los sistemas de

financiamiento y de participación del sector en la producción nacional, al punto que hagan llegar sus propuestas y sean factibles de viabilización a favor de los mipempresarios en general.



BIBLIOGRAFÍA

1. AGUILAR CRUZ, JESÚS. "Promoción de la Microempresa". Alternativa. Lima. 1994.
2. ALEGRE ELERA, JENNER. "El Cálculo Financiero". Edit. América. Lima 1994.
3. ALEGRE, CÉSAR Y AGUILAR JESÚS. "Impacto del crédito en la Microempresas urbanas". Alternativa. Lima. 1992.
4. ANDRADE, E. SIMÓN. "Diccionario de Finanzas, Economía y Contabilidad", Edit. Lucero. Lima 1998.
5. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. "Terminología Monetaria". 1984.
6. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. "El Costo del Crédito en el Perú". Noviembre del 2004.
7. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ-AID. Encuesta de Pyme en Arequipa. 2006.
8. BARRAGÁN ARQUE, PAULINO. "Administración de las Pequeñas y Medianas Empresas". 2002.
9. BASURTO ROLANDO, "Manual del Funcionario de Crédito", Lima: Edit. Muruhuay, 1982.
10. BCRP. Estudios Económicos. Informe Semestral. Arequipa. Julio 2008.

11. BORDA RIVERA, EDGARD. "Estrategias Competitivas de las MYPES en Arequipa. Ramas de Confecciones, Calzado y Carpintería".
12. BORDA RIVERA, EDGARD. "Estrategias de Mercado y Perfil de los Consumidores de Prendas de Vestir, Calzado y Muebles en la Ciudad de Arequipa".
13. DRAGO KISIC, WAGNER. "Diagnóstico del Sector Empresarial Peruano", Lima: CONASEP. 1995.
14. Facultad de Economía (Unidad de Investigación) - UNSA. "Visión Panorámica de la Pequeña Industria de Arequipa".
15. INEI. III Censo Nacional de Empresas -CENEC. 1993. Actualizado al año 2006.
16. IRIGOYEN HORACIO. PUEBLA FRANCISCO. "MYPES su Economía y Organización". Ediciones Macchi. 1997.
17. LANEGRA GARCÍA, HUGO. "La Gestión Crediticia del Perú".
18. Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (ley 28015).
19. MANSILLA NUÑEZ, NINA. "Impacto del ATPDEA en el Sector Textil y Confecciones". Monografía para optar el Título Profesional de: Ingeniero Industrial. UNMSM. Lima Perú. 2006.
20. MITINCI, "Lineamientos Básicos de Política para la Promoción de la Pequeña y Microempresa".
21. MONITOR COMPANY. "Construyendo las Ventajas Competitivas del

- Perú". El Turismo. Lima. 1995.
- 22.MYPE. Situación de las PYMES del sector textil, caso Gamarra: Mario Mesías, Eduardo Costa, Oscar Graham, Robert Soto y Alex Rabanal. Subgerencia de Análisis del Trabajo Temporal. 2006.
- 23.OLCESE FERNÁNDEZ, JORGE. Revista Ciencia Económica. Facultad de Economía. Universidad de Lima. Junio 1995.
- 24.PORTER, MICHAEL. "La Ventaja Competitiva de las Naciones". Editorial Vergara. Buenos Aires. 1991.
- 25.SÁNCHEZ YÁBAR, GUIDO. "Cómo Iniciar una Empresa".
- 26.SELDON, ARTHUR y F.G. PENNANCE. "Diccionario de Economía" Edit. Oikos Tau. 1985.
- 27.SIERRA BRAVO, RESTITUTO: "Tesis Doctorales y Trabajos de Investigación Científica". Edit. Thompson. 5ta. Edic., España 2002.
- 28.TAFUR P., RAUL. "La Tesis Universitaria". Edit. Mantaro. 1ra. Edición. Lima Perú. 1997.
- 29.VELA QUICO, ALEJANDRO: "La Investigación Científica". Guía Académica. 1ra. Edic., Arequipa, Perú. Abril 2006.
- 30.VILLARÁN FERNANDO. "Las PYMES en la Estructura Industrial Peruana". Lima. 2002.
- 31.VILLARÁN, FERNANDO. "El Nuevo Desarrollo, La Pequeña Industria en el Perú". PEMTEC – ONUDI. Lima, 1992.

32. VILLARÁN, FERNANDO. "Empleo y Pequeña Empresa en el Perú".
Fundación Friedrich Ebert. Lima. 1993.
33. VILLARÁN, FERNANDO. "Riqueza Popular, Pasión y Gloria de la
Pequeña Empresa".
34. WONG CAM, DAVID. "Los Grandes Pequeños Negocios". CIUP. Lima.
1997.
35. www.economistas.org
36. www.macroconsult.com.pe
37. www.sbs.gob.pe al 22.07.2008
38. ZAMBRANO SAYAVERDE, ABRAHAM. "Financiamiento Empresarial
Garantías": Edit. San Marcos. Lima. 1992.

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“INFLUENCIA DEL SISTEMA FINANCIERO EN EL CRECIMIENTO Y
DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR
INDUSTRIAL TEXTIL EN LA CIUDAD DE AREQUIPA”**

Plan de Tesis presentada por
KARINA LIZBETH CHAVEZ NÚÑEZ
Para optar por el Título Profesional de
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

AREQUIPA – PERÚ
2012

ÍNDICE

SUMMARY	1
INTRODUCCIÓN.....	4
1. CAPÍTULO I DISEÑO METODOLÓGICO Y PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....	7
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.1.1. ENUNCIADO.....	8
1.1.2. FUNDAMENTACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.1.3. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	11
1.1.4. RELEVANCIA	14
1.1.4.1. RELEVANCIA CONTEMPORÁNEA	14
1.1.4.2. RELEVANCIA HUMANA	18
1.1.4.3. RELEVANCIA INSTITUCIONAL	24
1.1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.1.5.1. OBJETIVO GENERAL	25
1.1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
1.1.6. VARIABLES	27
1.1.6.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	27
1.1.6.2. VARIABLE DEPENDIENTE	27
1.1.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	27
1.1.8. INTERROGANTES BÁSICAS.....	28
1.1.9. DELIMITACIÓN DE LA FRONTERA DE TRABAJO	28
1.2. MARCO TEÓRICO	29
1.2.1. ¿QUÉ ES UNA MYPE?.....	30
1.2.2. IMPORTANCIA DE LAS MYPES EN LA ECONOMÍA DEL PAÍS.....	31
1.2.3. CULTURA EMPRENDEDORA = CAPACIDAD DE VER	

INTERÉS.....	75
1.5. EVALUACIÓN DEL RIESGO	76
1.5.1. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DEL RIESGO	76
1.5.2. FACTORES PARA LA EVALUACIÓN DEL RIESGO	77
1.5.3. FUENTES DE INFORMACIÓN	79
1.5.4. DISPOSICIONES DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCA Y SEGUROS (SBS) RESPECTO A LA EVALUACIÓN Y DE LA CARTERA DE CRÉDITOS.....	80
1.5.4.1. CONSIDERACIONES GENERALES	81
1.5.5. CLASIFICACIÓN DE LA CARTERA.....	83
1.5.5.1. CARTERA CRÉDITOS COMERCIALES	84
1.6. ANÁLISIS ECONÓMICO	87
1.6.1. DESCRIPCIÓN	87
1.6.2. ESTUDIO DE LA CUENTA DE RESULTADOS (ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS)	88
1.6.3. RENDIMIENTO GLOBAL DEL ACTIVO (ROA) O RENTABILIDAD ECONÓMICA	89
1.6.4. RENTABILIDAD DEL CAPITAL PROPIO (ROE) O RENTABILIDAD FINANCIERA	91
1.7. PERFIL DE LAS MYPES Y SU GRADO DE ARTICULACIÓN CON LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS.....	92
1.7.1. LAS MYPES Y EL EMPLEO	92
1.7.2. ESLABONAMIENTO ENTRE LAS MYPES Y EL SISTEMA FINANCIERO	96
1.7.2.1. RELACIÓN FINANCIERA: BANCO -CLIENTE	97
1.7.2.2. RELACIÓN NO FINANCIERA BANCO - CLIENTE.....	98
1.7.2.3. RELACIÓN BANCO - GESTIÓN DE LAS MYPES	99
1.8. LAS POLÍTICAS DE FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES EN EL PERÚ	100

1.8.1. MARCO LEGAL INSTITUCIONAL DE LAS POLÍTICAS DE FINANCIAMIENTO A MYPES.....	102
1.9. ACTORES EN LAS POLÍTICAS FINANCIERAS PARA MYPES.....	107
1.9.1. HIPÓTESIS	108
1.10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	109
1.10.1. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN	109
1.10.2. TIPO DE INVESTIGACION.....	110
1.11. DISEÑO MUESTRAL	111
1.12. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO	112
1.13. TEMPORALIDAD	112
1.14. ESTRATEGIA	112
2. CAPÍTULO II LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL EN LA CIUDAD DE AREQUIPA	113
2.1. LAS MYPES EN LA REGIÓN AREQUIPA.....	114
2.1.1. PARTICIPACIÓN DE LAS MYPES EN LA ECONOMÍA REGIONAL	117
2.1.1.1. VALOR BRUTO DE LA PRODUCCIÓN.....	118
2.1.1.2. EMPLEO REGIONAL.....	119
2.1.1.3. INGRESO.....	119
2.1.2. CONCENTRACIÓN DE LAS MYPES	120
2.1.3. DESAFÍOS PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO DE LA MYPE ...	125
2.2. PERFIL DEL SECTOR TEXTIL	126
2.3. DESEMPEÑO DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES EN LA REGIÓN AREQUIPA.....	131
2.3.1. PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD.....	132
2.3.2. DEMANDA DE INSUMOS NACIONALES E IMPORTADOS.....	133
2.3.3. INVERSIONES EN MAQUINARIA Y EQUIPO.....	134
2.3.4. CAPACIDAD INSTALADA	135

2.3.5. RENTABILIDAD	135
2.4. PERFIL DE LA FUERZA LABORAL	136
2.4.1. PEA OCUPADA Y EVOLUCIÓN DEL INGRESO	137
2.5. AREQUIPA Y SU SECTOR TEXTIL EXPORTADOR	139
3. CAPÍTULO III ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS	142
3.1. EVALUACIÓN DE LAS MYPES TEXTILES Y CONFECCIONES EN AREQUIPA METROPLITANA: ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE CAMPO	143
3.1.1. FICHA DE LA ENCUESTA (Anexo N° 03)	143
3.1.2. RESULTADO DE LA ENCUESTA	144
3.1.3. ANÁLISIS GERENAL DE LA INFORMACIÓN	158
3.2. OTROS FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DE LAS MYPES TEXTILES....	164
3.2.1. PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES	165
3.2.2. LA SUBCONTRATACIÓN Y LA COOPERACIÓN ENTRE FIRMAS	167
3.2.3. ACCESO AL MERCADO DE EXPORTACIÓN	169
3.2.4. ACCESO Y MANEJO DE TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA	173
3.2.5. ACCESO A LA INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO	174
3.2.6. CALIFICACIÓN DE LA MANO DE OBRA.....	175
3.2.7. ESTABILIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL DEL PAÍS	177
3.2.8. FACILIDADES ARANCELARIAS DE ACCESO A LOS MERCADOS NORTEAMERICANO Y EUROPEO.....	177
3.2.9. CERCANÍA DE LOS MERCADOS.....	177
3.2.10. ALTA CALIDAD DE LA MATERIA PRIMA	178
3.3. DEBILIDADES QUE OBSTACULIZAN EL REPOTENCIAMIENTO DE LAS MYPES DEL SECTOR TEXTIL	179
3.3.1. POLÍTICA TRIBUTARIA Y LABORAL DESFAVORABLES	179
3.3.2. RESTRICCIONES EN LA OFERTA DE SERVICIOS DE CAPACITACIÓN PARA EL SECTOR	179

3.3.3. DIFICULTADES DE FINANCIAMIENTO.....	180
3.3.4. ESCASA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA	180
3.3.5. FALTA DE UNA POLÍTICA ADECUADA DE PROMOCIÓN DE APOYO EN A LAS MYPES.	181
3.4. PERSPECTIVAS DE LAS EXPORTACIONES TEXTILES BAJO EL ATPDEA O EL TLC	181
CONCLUSIONES	183
RECOMENDACIONES	192
BIBLIOGRAFÍA	195
ANEXOS	
1. RELACIÓN DE MYPES DEL SECTOR TEXTIL	
2. LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO Y TASAS DE INTERÉS COBRADAS POR COFIDE	
3. FICHA DE ENCUESTA A MYPEMPRESARIOS	

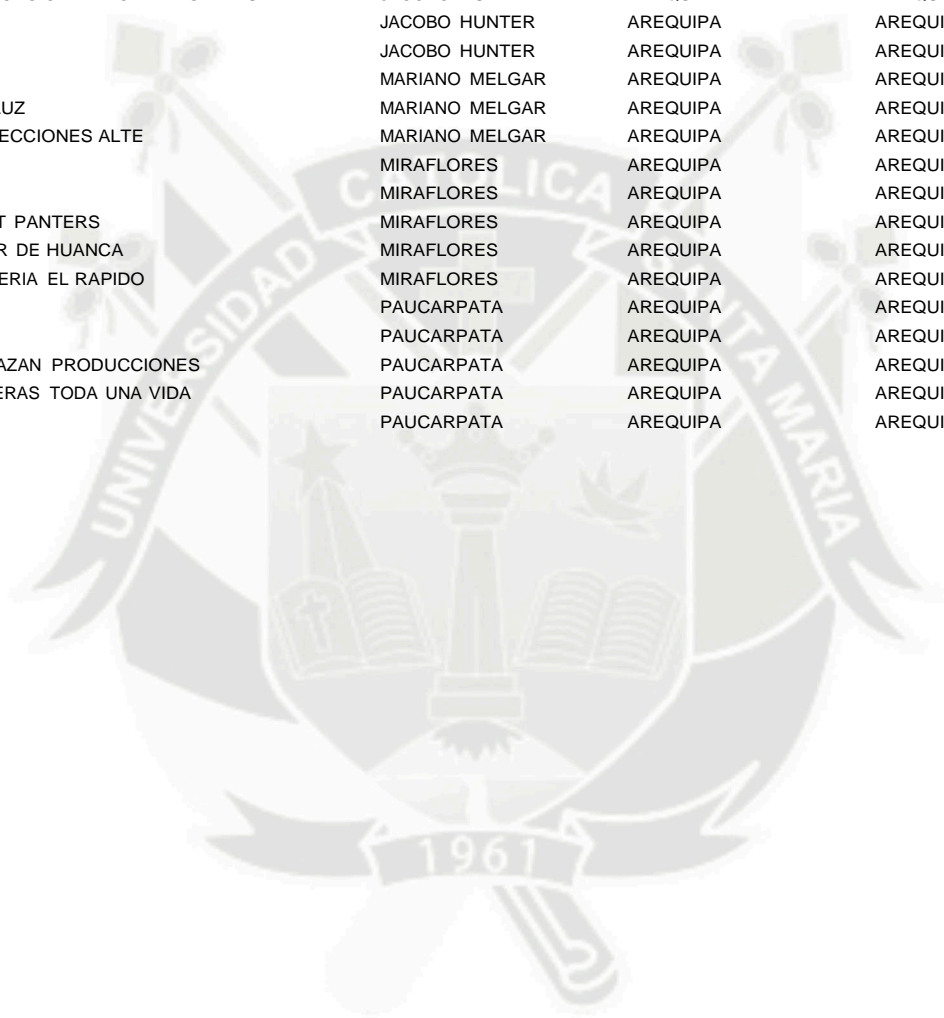


TEXTILES

	NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE	NOMBRE COMERCIAL	DISTRITO	PROVINCIA	DEPART.	TELEFONO
1	TEXTILES SABA S DIBAN S.A.	TEXTILES SABA S DIBAN S.A.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	212181
2	COOPERATIVA DE PRODUCCION Y TRAB ARTESAN	COOP. DE PROD. Y TRAB. ARTESAN	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
3	INCA TOPS S A	INCA TOPS SA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	232636
4	OROZCO HUANQUE ROSA HANY	ATESANIAS BABY ALPACA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
5	D.B. CORPORATION S.A.C.	D.B.CORPORATION S.A.C.	CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
6	INTERNACIONAL DE COMERCIO S.A	INTERNACIONAL DE COMERCIO S.A	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	252646
7	EL VELLON E.I.R.L.		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
8	BUSTOS VALDIVIA MARCOS		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
9	CONFECCIONES Y TEXTILES ISRAEL S.R.L.	COTEXIS S.R.L.	PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
10	ALPACA ARTESANIA TEXTIL DEL MISTI S.R.L.		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
11	INCALPACA TEXTILES PERUANOS DE EXPORT SA	INCALPACA TPX S.A.	SACHACA	AREQUIPA	AREQUIPA	251319
12	CONDORI CCUNO CLIMACO		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
13	CHAMBILLA GOMEZ VICTOR CARMELO		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
14	EUROPA TEXTIL S.A.	EUROTEX S.A.	J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	426314
15	SAN MIGUEL E.I.R.L.	BOTICA OMEGA	J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	
16	LANIFICIO DEL PERU S.A.EN LIQUIDACION	LANIFICIO	J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	431352
17	FITNESS S.R.L.	FITNESS S.R.L.	J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	455140
18	PAZ YANEZ SILVIA GIOVANNA JANET		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
19	GARCIA DE ZEBALLOS MARIA TERESA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
20	ROESPIA S.R.LTDA.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
21	NARVAEZ MEDINA MARTHA ELIZABETH		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
22	PALLI MAMANI ENGELBERTO RUFO	TEX TELA HOGAR FELIZ	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
23	VACA PARICANAZA MARIA YSABEL	CASA NUEVA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	428976
24	CACERES PORTILLA OSCAR RAUL	BORDADOS TEXTILES DE O.CACERES	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
25	CESPEDES CHOQUE DAVID		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	496135
26	RODRIGUEZ GARCIA MARIA ZELMIRA	COMERCIAL MARY	CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
27	RUIZ YANQUI LADISLA MARGARA	BORDADOS	JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
28	ESQUIVIAS QUINTANILLA WALTER MAXIMO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
29	CASQUINO SANCA PABLO APARECIO		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
30	PORTUGAL ALVAREZ MARJORIE RAQUEL		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
31	APAZA APAZA SANTIAGO AURELIO		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
32	CORNEJO DE VILLA MARIA ANTONIETA	M.A.C.	YANAHUARA	AREQUIPA	AREQUIPA	
33	CONDORI CAYLLAHUA FELIPE		YURA	AREQUIPA	AREQUIPA	
34	AVENDANO DELGADO SILVIA FELICITAS		J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	
35	MALLEA CRUZ NELSON ALONSO	RAYMI PERU	J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	429949
36	SOR ANA DE LOS ANGELES E.I.R.L.		J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	460039
37	PALACIOS DE TAPIA EDITH ANTONIETA	CONFECCIONES ANAFER	J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	
38	CHURA BENAVIDES JUANA AGRIPINA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
39	PEREZ MAQUE ALEJANDRO LEONIDAS	DACORACIONES PEREZ	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	



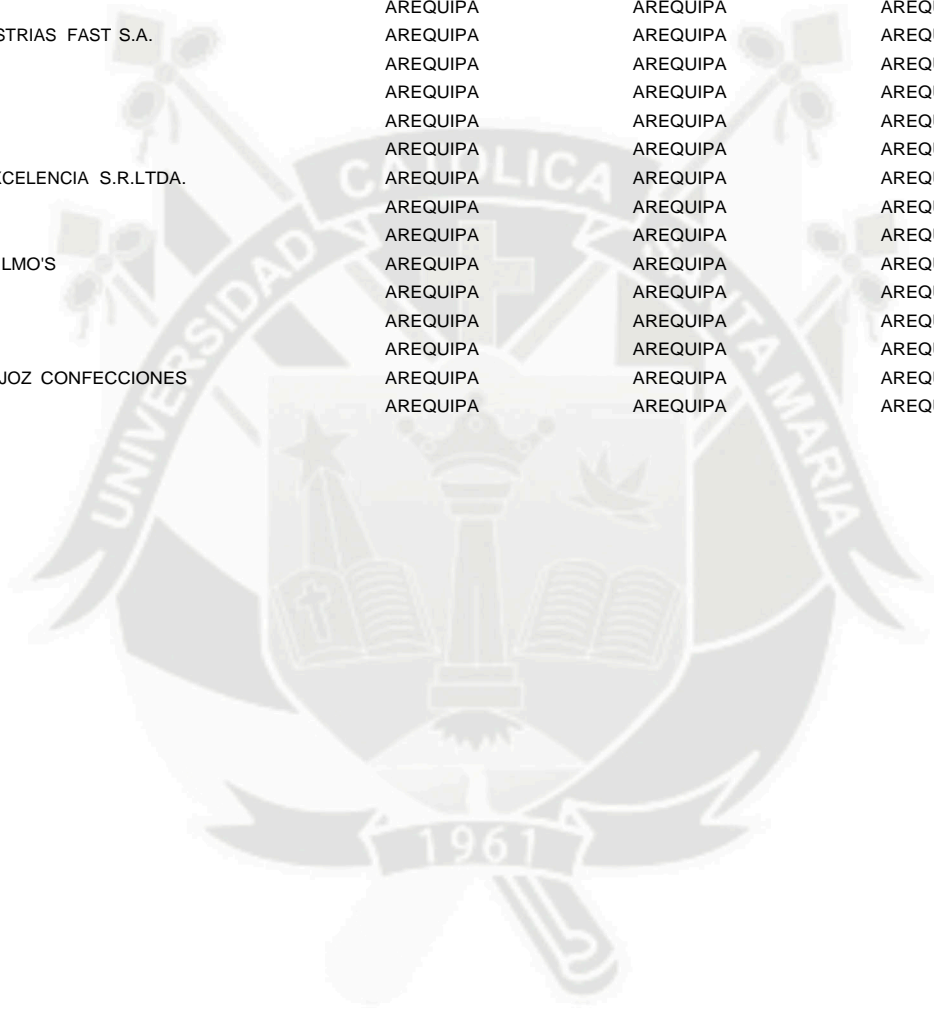
40	CHAVEZ FERNANDEZ JUAN BAUTISTA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
41	HUACO RODRIGUEZ ANA CARLINA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
42	ZAMALLOA TORRES ELEANA JOSEFA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	234473
43	YAPU YAPU JUAN	CONFECCIONES DE TOLDERAS YAPU	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
44	NUNEZ PONCE JUAN SIMION		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	287431
45	VALDIVIA NUNEZ FELIX ADRIAN		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
46	CONDORI CHOQUEHUANCA JULIA ANA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	427388
47	SERVICIOS Y CONFECCIONES CJA E.I.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
48	TEXTILES MISTI EIRL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
49	FERNANDEZ DE VELASQUEZ ALICIA	COMERCIAL LEON DEL SUR	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
50	BANDA CALLO MIGUEL ANGEL	CORTIHOGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
51	DURAN DURO S.R.L	DURAN DURO S.R.L	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
52	DECORACIONES AREQUIPA SRLTDA	DECORAR S.R.LTD	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	237405
53	CREACIONES EMANUEL E.I.R.LTDA.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	247029
54	CHOQUE ARELA MARTA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
55	DELGADO DE AVENDAÑO BERENICE	BOUTIQUE PARA TI	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	228326
56	QUISPE FLORES EDGAR SANTIAGO	MODAS BAZAR "DINA"	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
57	BANDA CASTRO ALBERTO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
58	PRODUCTOS TEXTILES ECOLOGICOS S.R.L.	ECOTEXTIL S.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	443171
59	GUTIERREZ CIELO LAURA ISABEL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
60	PEÑA PFOCCOALATA JOLWER	DECORACIONES SUR ANDINO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
61	MANRIQUE FEBRES GLORIA MARIA ALEJANDRA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
62	QUINO APAZA MARIO FELIX		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
63	PENARRIETA ARENAZAS PETRONILA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
64	GONZALES NUNEZ CHARITO MILUZKA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
65	TEXTILAN S.R.LTDA	TEXTILAN S.R.LTDA.	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
66	YAPU MAMANI OSCAR DAVID	FABRICACION DE TOLDERAS YAPU	JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
67	PACHECO ESPEJO ARNALDO FERNANDO		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	222415
68	LAURA OCHOCHOQUE JOSE		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
69	ZUNIGA AGUILAR LUISA VIRGINIA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
70	CINA PAURO LUZ MARCIA	VIMALUZ	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
71	HUALLA SIRENA ALFREDO	CONFECCIONES ALTE	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
72	MALDONADO QUISPE LEONILDA ISABEL		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
73	MENDOZA ANCALLA FAUSTINO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
74	BEJAR VILCHEZ JUAN ALBERTO	SPORT PANTERS	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	244799
75	HUANCA TICONA SONIA AUREA	SEÑOR DE HUANCA	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
76	COLOMA BELLIDO SAMUEL JESUS	TAPICERIA EL RAPIDO	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
77	MAMANI PAMPAMALLCO DE HUMPIRI MANUELA E.		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
78	COAQUIRA APAZA HECTOR SIMON		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
79	SUCASACA RIVERA RAUL FREDDY	HOLGAZAN PRODUCCIONES	PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
80	SILVA YAPU OSCAR JHON	TOLDERAS TODA UNA VIDA	PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
81	HUISA CONDO CARLOS RONALD		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	



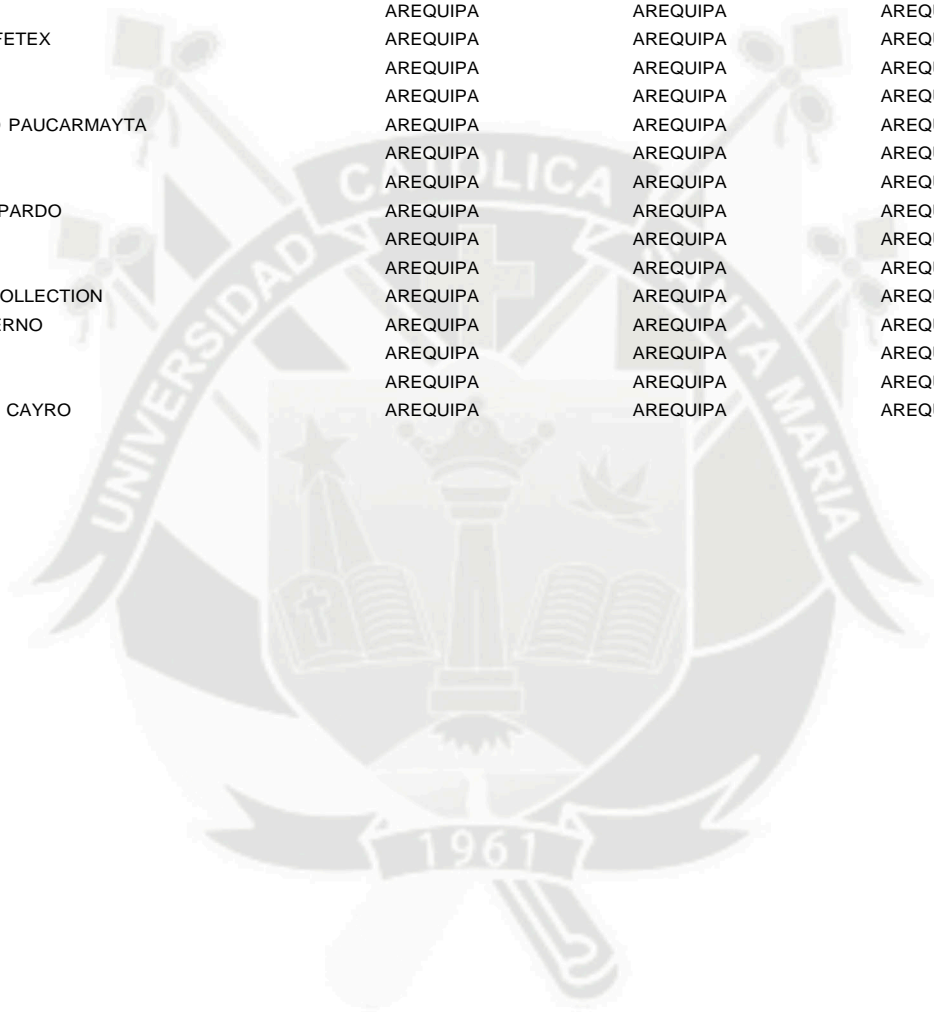
82	TISNADO COYLA JESUS ARTURO		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
83	TISNADO QUISPE MARCOS EDWAR		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
84	SILVA YAPU JORGE CARLOS		PAUCARPATA	AREQUIPA	AREQUIPA	
85	CEBALLOS MEJIA MARIA ANTONIETA		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
86	CONFECCIONES YONSIN E I R LTDA		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
87	INDUSTRIAL SUALCHI S.R.L.		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
88	QUIZA PEREZ MARCIA ENRIQUETA		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
89	BANDA CORNEJO HECTOR		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
90	PRODUCTOS AVALON S.A.C.		SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
91	CASTRO CORNEJO PAOLA LEONOR	COMERCIAL ALMOHADA	SOCABAYA	AREQUIPA	AREQUIPA	
92	MENACHO OBLITAS MARTHA UBERLINDA		UCHUMAYO	AREQUIPA	AREQUIPA	
93	SOMOS VILU E.I.R.L.		YANAHUARA	AREQUIPA	AREQUIPA	252918
94	DECORACIONES LA VILLA E.I.R.L.		YANAHUARA	AREQUIPA	AREQUIPA	
95	YAPU CHAINA RITA JOSEFA		J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	
96	CREACIONES EDISON E.I.R.LTDA.		J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	
97	HUANCA TICONA MARIO		J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	
98	INDUSTRIA COLCHONERA TEXTIL S.R.L.	INCOTEX S.R.L.	J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	
99	HUAYLLA CHAVEZ ERMENEGILDA QUINTINA		J. L. BUSTAMENTE Y R.	AREQUIPA	AREQUIPA	
100	PRADO PANTIGOSO MARIO ALFONSO	SASTRERIA PRADO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	220419
101	ANDRADE TITO FELIPE SANTIAGO	SASTRERIA ANDRADE	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
102	SOTO ORTIZ DERY ELSA	INDUSTRIAS CARICIA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
103	RONDON FEBRES SOLEDAD FELICITAS	BOUTIQUE LIZABETH	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
104	RIMACHI UNAPILCO FAUSTINO	SASTRERIA RIMACHI	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	215011
105	ZEVALLOS ESPINOZA HUMBERTO FREDI	CREACIONES ENCANTOS	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
106	CRUZ DE BARRIOS CARMEN	EL COFRE	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
107	QUISPE RIVERA AGUSTINA BEATRIZ		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
108	SANCHEZ CAMARGO ESTEBAN		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
109	HUAMAN QUISPE SERAPIO	SASTRERIA MODAS DEL PUEBLO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
110	CHECYA CHECYA ALEJANDRO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
111	HINOJOSA CAYLLAHUA MANUEL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	450825
112	YUCRA COILA ANSELMO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	243877
113	VIZCARRA CARDENAS FRIDA MARIA DEL PILAR	COTECO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
114	KAFO SRLTDA	CONFECCION DE PRENDAS DE VESTI	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	213613
115	OJEDA RAMIREZ DILA MARY	ALPALUXE	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	228317
116	CONDORI JACHA ANTONIO	CREACIONES YESSICA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
117	CHOQUE ALVAREZ ESTHER	CONFECCIONES ALVAREZ	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	450782
118	PAREDES DELGADO LIZ HORTENCIA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
119	MEJIA CHOQUE ROBERTA PAULA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
120	MONTENEGRO MACHACA ADRIAN FAUSTINO	TEJIDOS MONTENEGRO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
121	CONFECCIONES QUIQUE SRLTDA	CONFECCIONES	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
122	TEXTILES L. B. S.R.LTDA.	TEXTILES L. B. S.R.LTDA.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
123	INCA TEX EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP LTDA	INCA TEX	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	203924



124	ROPA Y CALZADO INDUSTRIAS SRL	R & C SRL	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
125	TEJADA TALAVERA RODOLFO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
126	HERRERA GONZALES MARBY MARCIA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
127	ALEJOS DOLMOS REBECA GUADALUPE		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
128	VARGAS DE ALVAREZ DORA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
129	VARGAS YUCRA LUIS		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
130	RODRIGUEZ VILLAROEL SANTOS AUGUSTO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	234752
131	CREACIONES MARLENY EXPORT E IMPORT SCRL	CREACIONES MARLENY EXPORTACION	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
132	FLORES DE CHOQUE SUSANA	BAZAR DE NOVIAS SUGEY	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
133	CORPORACIONES BEGAZO S.A.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	283514
134	SOTO TOALA NESTOR RONALD		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
135	MAMANI MAMANI EDUARDO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
136	PINTO CARPIO EULOGIO	SASTRERIA PINTO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
137	CONFECCIONES BURTON S.A.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
138	EL POLO FELIZ S.R.LTDA.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
139	RIVERA ZEVALLOS MANUEL GUILLERMO	CONFECCIONES W.R.POWER IN	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
140	AGUILAR CORNEJO SONIA JUANA	AGUAREIA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
141	CONFECCIONES FACHA'S E.I.R.L.	CONFECCIONES FACHA'S E.I.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	281232
142	VILLA CAVIDES MARIA ELENA	EL TALLER DE LA MODA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
143	SALAS GAITAN LISSY ROSARIO	DISENOS LISSY	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	211295
144	MUNOZ CALSINA CIRIACO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
145	VELASQUEZ GAMBARINI MARITA BEATRIZ		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	238592
146	HUAYANA BARCENA EUGENIO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
147	YUCRA DE VARGAS CELIA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
148	TERNOS SIGLO XXI SCR LTDA	TERNOS SIGLO XXI SCR LTDA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
149	ROSAS MUNOZ YULIANA MARGARITA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
150	CAJMA MOLLEAPAZA HERMILO ZENON	FABRY SPORT	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
151	LAGOS CANO MAXIMO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
152	INDUSTRIAS FAST S.A.	INDUSTRIAS FAST S.A.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
153	MAMANI CONDORI GERONIMO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
154	COMERCIAL NANOS E.I.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
155	OPORTO TRILLO VERONIKA ESTELA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
156	YAURI VELASQUEZ MARTA BEATRIZ		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
157	INDUSTRIAS LA EXCELENCIA S.R.LTDA.	LA EXCELENCIA S.R.LTDA.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
158	TISSU CONFECCIONES S.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
159	QUICAÑO DE SALAZAR JUDITH		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
160	VARGAS YUCRA ALEXANDER	ANSELMO'S	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	214392
161	MOLINA BARRIGA MAGNO DEAN		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
162	DIAZ QUISPE JULIA ROSARIO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	690424
163	HUARHUA PALMA TERESA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
164	ESCOBEDO DELGADO RENAN GUSTAVO MARTIN	BADAJOS CONFECCIONES	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
165	VALERIANO CHAVEZ FRANCISCA NELLY		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	



166	NAVARRO CORIHUAMAN RUTH BERNARDA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
167	FAWEL TEXTIL E.I.R.L	FAWEL TEXTIL E.I.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	271232
168	MAMANI CHURA FLOR		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
169	NAVARRO VDA.DE PEREZ MARTA NATALIA	MAX SPORT	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
170	CUTIMANCO HUALLPA DOMINGO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
171	THALIE CONFECCIONES E.I.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
172	HUMBSER ROMERO CHRISTA INGRID		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
173	CASTILLO DIAZ TEOFILO UBER		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
174	YUCRA ARCE GABRIELA	LA CATEDRAL BABY ALPACA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
175	ORDONEZ CORTEZ ROSARIO ALEJANDRA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
176	PRODUCTS COVER & COMFORT AQP S.A.	C & C S.A.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	229998
177	GOMEZ MORON GRITS MAUT		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	663292
178	ESCOBEDO ARIZACA JUDHIT		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
179	CACERES DE SALAZAR AIDA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
180	MATO PASCUAL ASUNCIONA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
181	GARZON TICONA ODON VIANI		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
182	CASTRO HUAMANI ANGEL	COMERCIAL RUTSBEL	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
183	CALIFORNIA WEARS SRLTDA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
184	GARCIA PUMA LUIS ALBERTO	GAREL JEAN'S	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	993055
185	TRAPITOS E I R L		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
186	CONFECCIONES INDUSTRIALES MTV EIRL	CONFECC INDUST MTV EIRL	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
187	MAMANI AMBROCIO CAYETANO	RAMBO SPORT	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
188	FERNANDEZ HUAHUACHAMPI SABINO LUCIANO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
189	ZELA GUTIERREZ FREDY	CONFECCIONES FREDY	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
190	ZAMBRANO DE MARROQUIN RUTH CONCEPCION		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
191	INDUSTRIAS MENESES MEJIA E.I.R.LTDA.	INMEPERU E.I.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
192	VALDIVIA CHAUCA YANET OLINDA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
193	OXSA APAZA EVARISTO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
194	TELLEZ QUICO CARLOS SANTIAGO	CONFETEX	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
195	HANCCO CHOQUE CEFERINO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
196	MANRIQUE DIAZ FLAVIA JESUS		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
197	MEDINA DIAZ GABY ROCIO	TUCO PAUCARMAYTA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
198	INDUSTRIAS GRUPP EIRL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	212396
199	SS DE CONFEC Y ACABADOS LIZED EIRL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
200	CALDERON LINDO LUIS ALFREDO	OSO PARDO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
201	DIAZ ROMERO LELIS ESTELA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
202	HUAMANQUISPE SULLA FILBERTO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
203	DELGADO CENTTY RODNEY EUSEBIO	D'R COLLECTION	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	201264
204	DANER VIRRUETA BERTA LUZ	EL TERNO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
205	PEPPER PASTOR DE BEECK MARIA BEATRIZ		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
206	GONZALES AGUIRRE JORGE CUSTODIO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
207	SASTRERIA CONFECCIONES CAYRO S.A.C.	CASA CAYRO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	215066



208	COMPANIA PROCESADORA DEL DENIN S R LTDA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
209	COSER E.I.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
210	P & P E.I.R.LTDA.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
211	CENTURYFIELD S.R.L.	CENTURYFIELD S.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	272395
212	GARANTIA EN CONTRATOS EMPRESARIALES EIRL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	201596
213	CHAVEZ CORNEJO MARTIN HELARD	CONFECCIONES MARTIN'S	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	663170
214	PUMA SOTO MARITZA ELIANA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
215	GAONA DE MACEDO PETRONILA ELVIRA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
216	ZEBALLOS CACERES ELIZABETH		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	201911
217	CACERES MUNOZ MARIA DEL ROSARIO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
218	OROS NUNEZ MAGDA ELIZABETH		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
219	MUNOZ PRADO EDILBERTO OSIRIS		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
220	MACHACA CALCINA JULIANA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
221	OCAMPO SANCHEZ JORGE WASHINGTON		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
222	HUAMANI GONZALES YENNY LORENZA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
223	CAMELO EL TALLER S.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
224	HUAMAN PALOMINO BACILIO	CONFECCIONES ESCALA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
225	MAMANI CCALLOHUANCA JOSE		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
226	MULTINEGOCIS KIMBER POOL SRL	MULTINEGOCIOS KIMBER POOL	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
227	LLANOS MAMANI LUIS ALBERTO	18100	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
228	YUCRA HUANCA FRANCISCO	ARTESANO TEJEDOR	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
229	MAMANI ARESTIGUE MERCEDES HILDA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
230	WITITI E.I.R.L.	WITITI EIRL	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	223992
231	TODO CUERO E.I.R.L.	TODO CUERO E.I.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
232	COMPANIA INDUSTRIAL BMA E I R L	COMPANIA INDUSTRIAL BMA EIRL	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	287335
233	EMPRESA DE SERVICIOS J.D.R. E.I.R.LTDA.	EMP. DE SERV. J.D.R.E.I.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
234	HUAJARDO DE LA CUBA FERNANDO JESUS		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
235	PERUDRESS SOCIEDAD ANONIMA	PERUDRESS S.A.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
236	CONFECCIONES ATLAS E.I.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
237	TUCO PAUCARMAYTA VALENTIN	CASA TUCO PAUCARMAYTA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	212179
238	VALDIVIA DE TORRES MAGGUE LUZ	CONFECCIONES VERILU	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
239	CASTELO CHULLO GLADIS NIEVES		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
240	CHARAJA SANTOS JOSE ABEL	ABEL'S KEPICERIA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
241	CONDOR SPORT S.R.L.	CONDOR SPORT S.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	671370
242	CONNECTION E I R LTDA	CONNECTION E I R LTDA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
243	CONFECCIONES SOLORIO E I R LTDA	FABRICACION DE PRENDAS DE VEST	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
244	BERTEX S.R.L.	BERTEX	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	237791
245	GONZALES VELASQUEZ MARIA JOSEFA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
246	ROMERO DUCCA NARCISO	ROTEX	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
247	CODEL S.R. LTDA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	234422
248	VILLA LUNA ESTHER LUCRECIA	BAZAR VERONA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
249	HUANCA QUISPE WILMER PERCY		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	



250	CONFECCIONES MARINA E.I.R.LTDA.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
251	CONFECCIONES BUQUE SA EN LIQUIDACION	CONFECCIONES BUQUE S A	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	211461
252	LINARES MARROQUIN LUIS EDUARDO	GLENDIA BOUTIQUE	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
253	JACHB E I R LTDA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
254	LINARES TINA MARTINA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
255	CALLOAPAZA CALCINA GIL MELITON		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
256	DURAND BERROA ESTHER ROSA	TERNOS Y MODAS DURAND	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
257	DIAZ PORTUGAL MARCO TULIO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
258	GUEVARA BARRIOS ELSA JESUS		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
259	SILVA ORE ANDRES ABEL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
260	VILCA RAMOS MICHELL ANGEL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
261	TUNI MAYTA VALERIANO MARCIAL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
262	LINEAS EXCLUSIVAS S.C.R.L.	LINEAS EXCLUSIVAS S.C.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	251636
263	PAZ ZEGARRA HECTOR DANIEL	FRANCIA IMPORT	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	289222
264	BEA & ANI BOUTIQUE S.R.LTDA.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
265	TERNO VOGUE S.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
266	CESPEDES DE COLQUEHUANCA BLANCA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
267	SERVICIOS GENERALES ORC E.I.R.L.	SERVICIOS GENERALES ORC EIRL	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	224740
268	CASA TUCO PAUCARMAYTA S.A. EN LIQUIDAC.	CASA TUCO PAUCARMAYTA S.A.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	224539
269	LAURA CANAZA ESTEBAN		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
270	PERALTA NAVARRO RUTH TERESA	CREACIONES GUAYITO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
271	LAYME MAMANI ANGELA PATRICIA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
272	ALVAREZ POLAR CARMEN YNES		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	288309
273	IND. DE LA MODA Y LA CONFECCION S.R.L.	IMC S.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	201160
274	MOSCOSO PUMA GERARDO FREDY		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
275	LLANOS QUISPE ALBERTO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
276	MAMANI VILCA ALBERTO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
277	PUBLICIDAD Y MEDIOS S.A.C.	PUBLIMED S.A.C.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	285548
278	CONFECCIONES SOL S.R.L.	CONSOL S.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
279	PLAYER'S E.I.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
280	MEDINA DIAZ JORGE DOMINGO		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
281	WORK WEAR INDUSTRIAL E.I.R.L.	WWI E.I.R.L.	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	201160
282	TITO AGUILAR REYNA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
283	DELGADO DAVILA ANA MARIA	ADDA EXCLUSIVIDADES	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
284	ROSAS DE HINOJOSA GARLETH CRISTEL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
285	AMANQUI TAYPE RONALD JUAN		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
286	FRANKY Y RICKY S.A.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	282020
287	SHAHIN DE MARAGLIANO FARIDE	CASA TAJMANI	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	234372
288	GOMEZ DE LA TORRE PRETELL MARIA ANGELA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
289	NERO E BIANCO SRL	NERO E BIANCO SRL	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
290	MENDIGURI AMES MARITZA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
291	CONFECCIONES Y DISTRIBUCIONES JBC EIRL.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	424399



292	CONFECCION OSDALUZ SRL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
293	ROSADO ARCE NEVARDO ADRIAN		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
294	VILLEGAS CACHAY RAUL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
295	MILAGR'S PRODUCCIONES TEXTILES S.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
296	CHULLO CONDO ENGELES ALEYANDER		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
297	CCAITA CUTIRE ISIDRA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
298	TERNOMODA'S E.I.R.LTDA.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
299	PERU ALPACA E.I.R.L.		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
300	TEXTILES TIO SAM E.I.R.L.	TEXTILES TIO SAM	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
301	MAMANI SUPO SONIA YOSELINA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
302	ZELA GUTIERREZ ANA MARIA	CONFECCIONES ZELA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
303	HUAMANI CHALLA DAVID		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
304	PAEDES PEREZ MABEL MARGOT		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
305	MAMANI HUANCA MARGARITA	MODAS CENTER MARCIBETH	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
306	MORENO CHAMBI ELIZABETH SARA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
307	ARAGON MITA PATRICIA CAROL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	203108
308	TUCO DE WONG FRAXI MERY		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
309	CREACIONES BUQUE SRL		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
310	CORREA CHUJULALLI ROSA DEL CARMEN		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
311	VENTURA MIRANDA FLORA FAUSTINA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
312	SALAZAR DE SUAREZ JUANA CLARA		AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
313	YUCRA MAMANI GRACIELA	ARTESANIAS COPACABANA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	
314	SOTO RIVERA BENITO YUSEPI	SASTRERIA ERNESTO SOTO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	213102
315	VALDIVIA YUCRA NERI ESPERANZA	CNA SPORT	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
316	TELLEZ DE CACERES EDITH MARLENY	PIU BELLI.	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	235055
317	MEDINA DE CAYRO ANGELITA GREGORIA		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
318	CARRASCO VALENCIA HERIBERTA RUTH	CREACIONES PRINCESS PRETTY	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
319	CHIPANA CHIPANA FORTUNATO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
320	PALACIOS ROMAN JESUS ARNULFO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
321	VALDIVIA ABRIGO CARLOS FRANCISCO	FACETAS	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
322	HUANCAHUIRE CHAVEZ FRANCISCO ELMER		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
323	BORDA DE PORTUGAL BETTY FRANCISCA		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	214386
324	VARGAS QUISPE JUANA PRESENTACION		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
325	GUTIERREZ MAMANI ALEJANDRO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
326	VARGAS ALVAREZ ANGELICA BEATRIZ		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
327	HERRERA ALFARO ARTURO FORTUNATO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
328	HERRERA VERA FRANCISCA TERESA	CONFECCIONES TECHY	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
329	HERRERA VERASTEGUI HUMBERT LUPE		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
330	SANGA VILCA JULIA BERNARDINA	CONFECCIONES CARLA	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
331	CAMERON CCOPA MARIA LUISA		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
332	LEON CRUZ FERNANDO HERACLEO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
333	MAMANI MAMANI EUFEMIA	BROSTERIA SUPREMA CHICKEN	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	304181



334	ZAMORA DE VASQUEZ YOVANA NECDI G.	CONFECCIONES MOISES	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	264909
335	DIAZ ARGANDONA ANA MARIA	TEXTIL.Y CONFEC.VIRGEN DEL SOL	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
336	CREACIONES SAN JOSE S.C.R.L.	CREACIONES SAN JOSE	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	227193
337	HUAMAN GUTIERREZ WASHINGTON		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
338	VELASQUEZ MEDRANO ZENON ALBERTO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
339	QUISPE MAMANI DAVID	CREACIONES ROSSELYN	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
340	MARIFE S.R.L.		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	264021
341	FLORES DE VALDIVIA GLADYS ROSA		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
342	HUMPIRI ORIHUELA CARMEN FATMAH		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
343	CORPHA JEANS E.I.R.L.	PHARAO JEANS	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	425958
344	GUTIERREZ MAMANI FRANCISCO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
345	VARGAS DELGADO JESSICA	JESUCITO	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
346	TICONA HUANCACHUIRE EDUARDO FELIX		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
347	LOPEZ SALVATIERRA HELENE CHRISTINE		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
348	CONDORI CACERES MARCOS		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
349	ALCCAMARI QUISPE EDWIN LALO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
350	FABRICA DE CONFECCIONES PARETTO EIRL		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
351	PEÑARANDA DEL CARPIO VICTOR HUGO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
352	CCALLO CCAJMA HONORATO	CREACIONES JEAN'S STRONG	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
353	HUMPIRI VELASQUEZ DELFIN		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
354	ALVAREZ ANCASI HIPOLITO RAMIRO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
355	SUPANTA CCOPA BERNABEL LORENZO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	200921
356	LOPEZ DELGADO GILMER HUMBERTO	SPORT ANGELES	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
357	CALDERON SARDON BAYARDO DIONICIO	CONFECCIONES EN GENERAL	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	935933
358	TEXTILES FRAN'S E.I.R.L.		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
359	CARDENA QUISPE VICENTE FIDEL		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	263797
360	ZEVALLS MANCCO DELIA		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
361	OROSCO DE CHIRINOS MARINA JUANA		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
362	CARPIO VELARDE JACQUELINE BETTY		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	266004
363	CONFECCIONES CARMENCITA E.I.R.L.		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
364	CREACIONES FANTASIA INTIMA E.I.R.L.	CREFANINT E.I.R.L.	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
365	TORRES DURAND LUIS ALBERTO	DE RIPLEY	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
366	HUAMANI HUAMANI ALEDIO SALOME		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
367	CONDE BERNAL CIPRIANA MARIA		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
368	CALIZAYA CHOQUE VICENTE EPIFANIO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
369	HANCCO VALDEZ MARTHA NATIVIDAD		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
370	SILVA LINAREZ CIPRIANA VERMA		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
371	APAZA VARGAS ELSA GEORGINA	CONFECCIONES XIOMY	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
372	CALLA APAZA EDWIN RICARDO		ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	615092
373	GONZALES CENTI YULIANA MARIA	CONFECCIONES YOALI	ALTO SELVA ALEGRE	AREQUIPA	AREQUIPA	
374	SANCHEZ HIDALGO LUIS FERNANDO	CONFECCIONES FERANCHEZ	CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	241475
375	NUÑEZ CHAVEZ ANDREA SUSANA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	



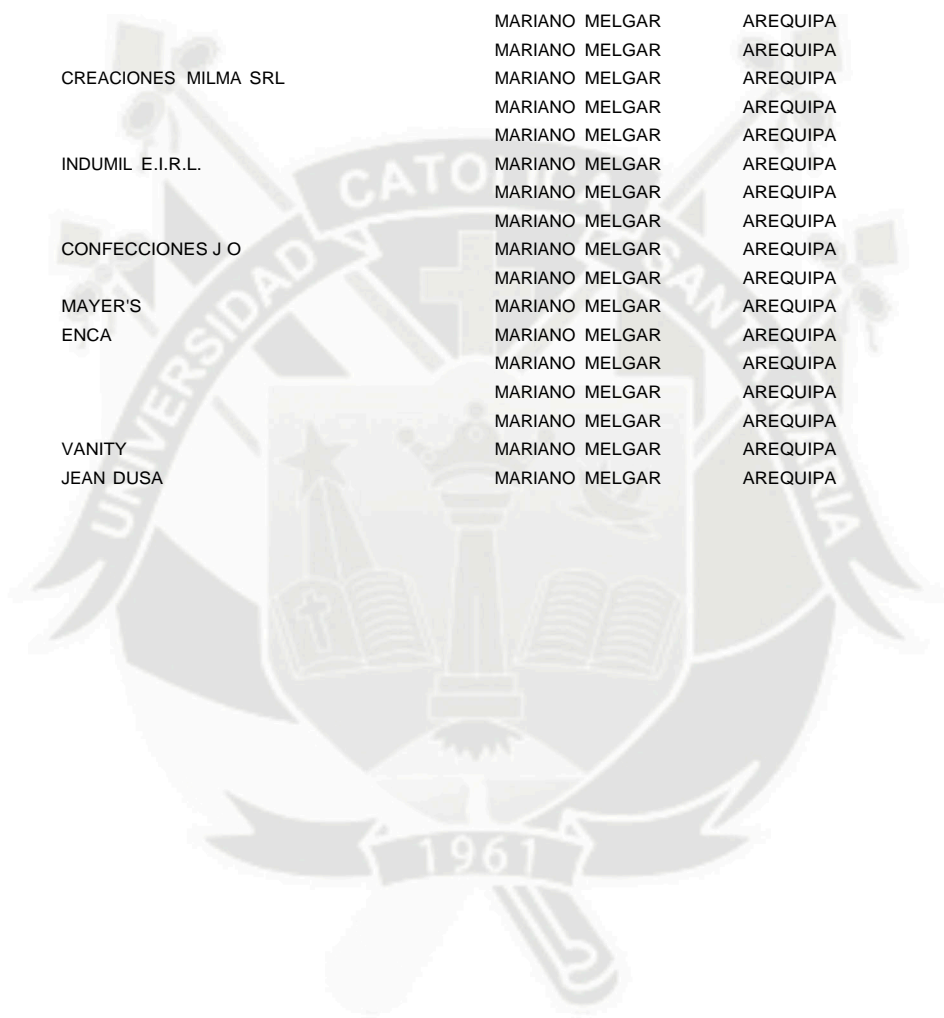
376	PAOLA'S CHIC S C R LTDA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	221288
377	QUISPE PERALTA SATURNINO		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
378	CCAMA CONDORI VICTORIA FELICITAS		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
379	GRANADOS JUAREZ DWIGHT ROOSEVELT		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
380	SOLORZANO DE LAGUNA ANA MARIA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	458081
381	VALDIVIA GUTIERREZ MAYELA AMPARO		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
382	DISENOS INDUSTRIALES S.C.R.L.	DISENOS INDUSTRIALES S.C.R.L.	CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	251636
383	CALDERON CHACCO WALTHER		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
384	YAULLI HUAYNA NARCISO JORDAN	REPRESENTACIONES JORDAN	CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
385	ARTESANIAS ALPAZURI S.R.LTDA.		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
386	PUMA BERNAL FORTUNATA CALISTRA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
387	LEDEZMA ADCO RODOLFO REMIGIO		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	458109
388	HUAMAN GUTIERREZ AURA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
389	HUAMANI LLAMOCA JESUS ANTONIO		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
390	VILCA BUSTAMANTE SILVIA CATALINA	ROCHYS BAZAR	CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
391	ROJAS PACHECO DAVID		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
392	MARTINEZ TELLEZ AUGUSTO SEGUNDO		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
393	LAYME CANAZA AGUSTIN ELARD		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
394	J.A. DE LA GALA S.A.	JADSA	CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	244690
395	PIZARRO MENDOZA LUIS ALBERTO		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
396	PUERTAS GALLEGOS NELLY AQUILINA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
397	CHILO LAULI PIO PELEGRIN		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
398	DIAZ VIZCARRA LUCY TEODORA.		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
399	PACSI MERMA CIRILA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
400	BARRIGA CERVANTES LILIANA JUDITH		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	455330
401	HANARI QUISPE FRANCISCO JAVIER		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
402	QUISPE MIRANDA EUSEBIA ELSA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	443156
403	AQUEPUCHO CARRASCO GERALDINA		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
404	WORLDTEX TRADING SRL	WORLDTEX TRADING SRL	CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	251948
405	CHUCO HUAMAN EDGAR OSWALDO		CAYMA	AREQUIPA	AREQUIPA	
406	BRAVO DE CANO EUDOMAR EVITA	MODAS Y CREACIONES EVITA	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
407	RIMACHI DE MANRIQUE TEOFILA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
408	CONFECCIONES SUR PERUANO E.I.R.L.		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
409	GOMEZ LUQUE MARGARITA DINA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
410	CHUCTAYA SULLA JUAN		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
411	RODRIGUEZ DE NAHUI YUDHI AMPARO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	443661
412	JUSTO AVENDANO VICTOR FLORENCIO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
413	CRUZ HILASACA GABRIEL		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
414	CREACIONES LUCY E I R LTDA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
415	LEDEZMA ADCO RICHARD GUIDO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
416	RIVERA ARCE IRMA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
417	CORONEL SORIA DEMETRIO BENEDICTO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	



418	QUISPE ZAMALLOA IGNACIO CELSO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
419	HUERTA RIVERA EBALIS		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
420	SOTO RAMOS PABLO ALFREDO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
421	CONFEC. Y DECOR. VILLA EL PARAISO S.R.L.		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
422	PALACIOS VIVEROS YDALUZ PATRICIA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
423	TINTAYA LARICO DUWERLEY	DANDER	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
424	CONFECCIONES FRANCO'S S.R.LTDA.	CONFECCIONES FRANCO'S SRLTDA	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
425	RAMOS DE CORNEJO TERESA EDELMIRA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
426	HUANGUI TORBISCO ROBERINA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
427	RADO SPORT E.I.R.L.		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
428	MEDINA MOTTA ISABEL CLEMENCIA	CONFECCIONES ISABELA	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
429	CORONEL CASTRO SANTOS SALVADOR		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
430	REACTIVOS JEANS S.R.L.	REACJEANS	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	455483
431	NAYMERTH S.A.C.	NAYMERTH S.A.C.	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
432	PORTUGAL FARFAN JOSE JUSTINO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
433	QUISPE HUANEC BONIFACIO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
434	PANIBRA QUISPE HERMELINDA AGUSTINA	CONFECCIONES MELY	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
435	LOAIZA FIGUEROA DIANE YRENE		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
436	VERA DE CARAZAS DORILA SOLEDAD		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
437	LUCANA MOSCOSO MONICA	CONFECCIONES MONICA	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
438	TORIBIO LIPA ROLANDO JUVENAL	CARN BAN	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
439	LOAIZA FIGUEROA EDGAR TEOFILO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
440	CONFECCIONES DE ESTILO E.I.R.L.	D'STILO EIRL.	CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
441	GUTIERREZ MENACHO JUANA MARIA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
442	MAMANI QUISPE HILDA DIONICIA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
443	SALAS DE LAYME DELIA DEAMORA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
444	HERNANDEZ DE BENAVIDEZ BENITA ANGELICA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	255962
445	BENAVIDES HERNANDEZ MARCELA ELIZABETH		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	254738
446	LLANQUE LLANQUE MARCO ANTONIO		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
447	VELASQUEZ HILARI REYNA SOFIA		CERRO COLORADO	AREQUIPA	AREQUIPA	
448	CONDORI MAMANI JOSE		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
449	CALVO CORDOVA RODOLFO ANIBAL		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
450	QUICO PRIETO VALERIANO		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
451	HUARCAYA BRAVO EDYN JAVIER	SILVER STONE	JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
452	DELGADO GAONA ALEXIS	BABY HOUSE	JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
453	ACCARAPI HUANCA JUAN FERNANDO		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
454	HUILLCA SUPO FRIDA	BELLEZA Y GLAMOUR	JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
455	PUMACAYO MONTOYA NORBERTO	CREACIONES VISION SPORT	JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	218819
456	ROQUE CONDORI MARIO ERNESTO		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	440686
457	HUAYNA EGUILUZ YONI MARZOLINI	SERVITEX	JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	440465
458	GOMEZ CAZA RENE		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
459	GOMEZ CASA WINSTON		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	442248



460	CCACCA HUANCOLLO JULIA RINA		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
461	VISION SPORT S.R.L.	CONFECCIONES VISION SPORT SRL.	JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
462	DURAND MOTA FELIPE BERNARDINO		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	442401
463	GONZALES PACHARI GLEREYD BASILIA		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
464	JANO SUCAPUCA JUDAS TADEO		JACOBO HUNTER	AREQUIPA	AREQUIPA	
465	BENTURA VDA DE APAZA LEONARDA	VENTURE SPORT	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
466	MANUFACTURAS TEXTILES EIRL		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
467	HALLASI MACHACA CLAUDIO		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
468	ARCE ROJAS FRANCISCO JOSE		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
469	FLORES DE QUISPE JUSTINA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
470	SOAQUITA CANSAYA MAGDALENA MARIA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
471	QUISPE DE ROBLES CATALINA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
472	APAZA MAMANI NATIVIDAD JUSTINA	MODAS	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
473	MENDOZA URIARTE ODILON		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
474	LLAZA ANAZCO ANGEL ALBERTO		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
475	CAYA ARENAS JUANA NANCY		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
476	JAUREGUI MONTES DE CACERES PATRICIA E.		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
477	ZEVALLS MARIGORDA RICHARD GAVINO	RIKITEX	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	282640
478	CALLE HERRERA RONAL		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
479	SOAQUITA CANSAYA BONIFACIO JUAN		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
480	CHOQUE APAZA HERMOGENES		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
481	LLAZA ANASCO ZORAIDA ISIDORA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
482	SOLIS GUTIERREZ CARMEN CONCEPCION		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
483	ANASCO SONCO MARIA DEL CARMEN		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
484	LOPEZ RIVERA ROBERTO HERADIO	LIFE'SPORT	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
485	ALPHA CONFECCION.Y REPRESENTAC.E.I.R.L.		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
486	QUICO DUEÑAS HUBER JAVIER		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
487	CREACIONES MILMA SRL	CREACIONES MILMA SRL	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
488	CANO ANARI VIDAL		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
489	RODRIGO APAZA SOFIA MANUELA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
490	INDUSTRIAS MIL E.I.R.L.	INDUMIL E.I.R.L.	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
491	ENCISO CASTILLO ELSA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
492	PEREZ PEREDO OBDULIA LUCIA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
493	TALAVERA QUISPE MARTA JUDY	CONFECCIONES JO	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	234473
494	RIKITEX E.I.R.L.		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	451923
495	MAYER'S S.R.L.	MAYER'S	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	216143
496	RODRIGUEZ ENCISO JOSE MANUEL	ENCA	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
497	RODRIGUEZ HANCCO JOSE ROBERTO		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	450523
498	CASTILLO PAUCAR MARLENE		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
499	SANCA DE MENDOZA SILVIA FLORENCIA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
500	ESPINOZA OLIVARES SILVIA BELINDA	VANITY	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	650216
501	ALVAREZ VARGAS WILDER ELVIS	JEAN DUSA	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	



502	QUISPE HUARACALLO JORGE FULGENCIO		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
503	GARUS S.C.R.LTDA.		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	217117
504	ROQUE QUISPE CLEMENTE CECILIO	CREACIONES ROQUE	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
505	CONFECCIONES GENERALES CE A E.I.R.L.		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
506	FLORES CORA FABIO	SASTRERIA MODAS FLORES	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
507	VILLAVICENCIO BEGAZO JUANA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
508	MERMA HUACO VICTOR LUIS		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
509	TIPO CCORI JOSE	CHAVEZ	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
510	INDUSTRIAS FOREVER E.I.R.LTDA.	FOREVER	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
511	KAROCCI E.I.R.LTDA.		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
512	DISTRIBUCIONES E INVERSIONES ROBLES EIRL		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
513	SEGOVIA GALLEGOS GLADYS KATERINE	SOMMEIL	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
514	LAJO ENCISO CESAR AUGUSTO		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	454505
515	CCAMA MAMANI RODOLFO	LANCER SPORT	MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
516	SANCHEZ DAVID SIMON		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
517	LAJO PALOMINO OSWALDO		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
518	GUILLEN GOMEZ ADA PASTORA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
519	ALVAREZ CABANA DELIA MIGUELINA		MARIANO MELGAR	AREQUIPA	AREQUIPA	
520	QUINA AGUILA SALUSTINO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
521	CALLA MARAZA FORTUNATO	SASTERERIA IMPERIO	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
522	ALARCON ORTIZ ELISBAN LEONIDAS		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
523	LUPO CHOQUENAIRA ANA MARIA	KATHERINNE	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
524	MEDINA FARFAN JOSE HIPOLITO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
525	MANSILLA ALARCO GLADYS CAROLA	INDUSTRIAS MANSILLA 'IDMAN'	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
526	MANSILLA Y CIA NATURE TEX S R LTDA	NATURE TEX S R LTDA	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
527	MAMANI VIZA JOSE LEONCIO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
528	QUISPE SIVANA CUBA SANTIAGO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
529	LAZARINOS ALVAREZ KARINA YOLANDA		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	268455
530	VERA GUTIERREZ MARIANELA SHIRLEY	CREACIONES XIOMI	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
531	CHURA TACCA WENCESLAO MARCIAL		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
532	CHAMPI PINTO IRENE VICTORIA		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
533	CHAMBI PARI LIBIA SABINA		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
534	INKA TRICOT ART.PUNTO AREQUIPA PERU EIRL	ITAPAP E.I.R.LTDA.	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
535	NYM'S E.I.R.L.		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	654770
536	VASQUEZ CALDERON FIDEL JULIO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	263242
537	CHURA TACCA JORGE BENANCIO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
538	BENAVENTE VILCA ROSARIO VICENTINA		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
539	FIBRAS PERUANAS E I R LTDA	FIBRAS PERUANAS E I R LTDA	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	222283
540	CANAPATANA AMANQUI NESTOR DANIEL		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	287446
541	HUANCA PARI ISAAC JOSE		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	289437
542	ASTO CONTRERAS WALTER WARTON		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
543	CREACIONES NOR'A EIRL	CREACIONES NOR A	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	268136



544	SUANA DE YLLANES BELINDA MODESTA		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
545	ALVAREZ ROMERO LOURDES ANGELICA	COMERCIAL JHOJEHIROMA	MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	267276
546	OBLITAS NAVARRO JOSE FLORENCIO		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
547	EMP. SERV. VIRGEN DEL ROSARIO - UNON SRL		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
548	RIMACHE CHOQUE RICHARD ALEX		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	
549	MUÑOZ MALAGA DILMA ROXANA		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	220797
550	BUSTAMANTE HERRERA MARISOL BELINDA		MIRAFLORES	AREQUIPA	AREQUIPA	



TASAS DE INTERÉS Y COMISIONES A LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERMEDIARIAS DE LOS PROGRAMAS Y LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO DE COFIDE

PROGRAMAS / LÍNEAS	TASAS DE INTERÉS		COMISIONES
	Nuevos Soles (efectiva anual)	Dólares Americanos (nominal anual) ⁽¹⁾	
PROBID	Hasta 3 años: VAC + 6,000% Más de 3 años hasta 5 años: VAC + 6,500% Más de 5 años hasta 7 años: VAC + 7,000% Más de 7 años hasta 10 años: VAC + 7,125%	Hasta 3 años: Libor + 1,500% Más de 3 años hasta 5 años: Libor + 1,750% Más de 5 años hasta 7 años: Libor + 2,000% Más de 7 años: Libor + 2,250%	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
MULTISECTORIAL NUEVOS SOLES	Hasta 3 años: VAC + 6,500% Más de 3 años hasta 5 años: VAC + 7,000% Más de 5 años: VAC + 7,500%		De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
MICROGLOBAL	Hasta 3 años: VAC + 6,000% Más de 3 años: VAC + 6,500%	Hasta 3 años: Libor + 2,000% Más de 3 años: Libor + 2,250%	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
PROPEM	CT	Hasta 3 años: Libor + 2,000%	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
	INV	Hasta 3 años: VAC + 6,000% Más de 3 años hasta 5 años: VAC + 6,500% Más de 5 años: VAC + 7,000%	
HÁBITAT PRODUCTIVO	Hasta 3 años: VAC + 6,500% Más de 3 años hasta 5 años: VAC + 7,000% Más de 5 años: VAC + 7,500%	Hasta 3 años: 6,000% e.a. Más de 3 años hasta 5 años: 6,500% e.a. Más de 5 años: 7,000% e.a.	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
CRÉDITOS SUBORDINADOS	VAC + 10,000%	Libor + 5,500%	De Inspección y Vigilancia: 2,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
FONDEMI	Hasta 1 año: 8,000% e.a. Más de 1 año hasta 2 años: 9,500% e.a.	Hasta 1 año: 6,000% e.a. Más de 1 año hasta 2 años: 6,500% e.a.	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
CORTO PLAZO	De acuerdo a las condiciones de mercado vigentes al momento de cada operación.		
CAPITAL DE TRABAJO MEDIANO PLAZO		Hasta 3 años: Libor + 2,500% Más de 3 años hasta 5 años: Libor + 2,750% Más de 5 años: Libor + 3,000%	De Inspección y Vigilancia 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
FIMEX	De acuerdo a las condiciones de mercado vigentes al momento de cada operación.		
FIEX	INV	Hasta 3 años: Libor + 1,500% Más de 3 años hasta 5 años: Libor + 1,750% Más de 5 años hasta 7 años: Libor + 2,000% Más de 7 años: Libor + 2,250%	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
	CT	Hasta 3 años: Libor + 1,750%	
	PPE	De acuerdo a las condiciones de mercado vigentes al momento de cada operación.	
IMPORT EURO USA		Libor + 1,250% a Libor + 1,375%, según la cobertura del seguro del país de procedencia	De Compromiso: 0,375% anual De Gestión: desde 0,375% a 0,500% flat Prima seguro estatal: según país y cobertura
IMPORT CHILE		Fija: 5,350% a 5,750% ⁽²⁾ Flotante: Libor + 1,750% a Libor + 2,050% ⁽²⁾	De Compromiso: 0,750% anual
IMPORT HUNGRÍA		CIRR + 0,750% anual ⁽³⁾	De Compromiso: 0,500% anual De Administración: 0,500% flat
IMPORT PAÍSES NÓRDICOS		Hasta 3 años: Libor + 2,500% Más de 3 años hasta 5 años: Libor + 2,625% Más de 5 años: Libor + 2,750%	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
FONDO MIVIVIENDA	VAC + 6,250%	7,750% efectiva anual	De Inspección y Vigilancia: 0,250% flat De Gestión: 0,250% efectiva anual
COFICASA		Desde Libor + 2,500%	De Inspección y Vigilancia: 0,250% flat De Compromiso: 0,750% anual
MICROCRÉDITO HABITACIONAL	Hasta 3 años: VAC + 6,500% Más de 3 años: VAC + 7,000%	Hasta 3 años: Libor + 2,500% Más de 3 años: Libor + 2,750%	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual

TASAS DE INTERÉS Y COMISIONES A LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERMEDIARIAS DE LOS PROGRAMAS Y LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO DE COFIDE

COFIESTUDIOS		Hasta 3 años: Más de 3 años hasta 5 años: Más de 5 años:	Libor + 2,250% Libor + 2,500% Libor + 2,750%	De Inspección y Vigilancia: 0,500% flat De Compromiso: 0,750% anual
COFIDE TECNIFICA		Hasta 3 años: Más de 3 años:	Libor + 2,250% Libor + 2,500%	De Inspección y Vigilancia: 1,000% flat De Compromiso: 0,750% anual
CENTROS URBANOS	Hasta 5 años: VAC + 8,000% Más de 5 hasta 10 años: VAC + 8,500% Más de 10 hasta 15 años: VAC + 9,000%	Hasta 5 años: Más de 5 años hasta 10 años: Más de 10 hasta 15 años:	Libor + 2,500% Libor + 2,750% Libor + 3,000%	De Inspección y Vigilancia: 0,250% flat De Compromiso: 0,750% anual

- (1) Libor a 6 meses. Capitalización semestral.
 (2) Vigentes desde el 2005 04 16 al 2005 10 15.
 (3) CIRR: Commercial Interest Reference Rate: tasa referencial de financiamiento de los países europeos. Adicionalmente, existe el costo de la compañía oficial de seguro de exportaciones del país de origen.

- NOTAS:**
 La tasa Libor es fijada según la fuente de recursos, según metodología de Cofide.
 La comisión de compromiso se aplica siempre sobre los saldos no desembolsados.
 Cofide, además se reserva el derecho de aplicar:
- Comisión de prepago de 1%.
 - Comisión de no justificación de 2%.
 - Otras comisiones establecidas en el reglamento de cada programa o línea de crédito.



**ANEXO NRO. 03
FICHA DE ENCUESTA**

1.- ¿A USTED COMO MICROEMPRESARIO CUÁL DE LOS FACTORES CONSIDERADOS EN LA PREGUNTA, ES MÁS DIFÍCIL DE DAR SOLUCIÓN?

A	APOYO DEL GOBIERNO	
B	ASESORÍA EMPRESARIAL	
C	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	
D	FINANCIAMIENTO	
E	MERCADO	

2.- SEÑALE EL FACTOR PRIORITARIO A SOLUCIONAR EN SU NEGOCIO

A	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	
B	FINANCIAMIENTO	
C	MERCADO	

3.- ¿SERÁ FACTIBLE PARA USTED MEJORAR EL PROBLEMA TECNOLÓGICO EN SU EMPRESA?

A	SI	
B	NO	

4.- ¿Cómo SOLUCIONA SUS PROBLEMAS DE FINANCIAMIENTO EN SU EMPRESA? Acude a:

A	BANCOS	
B	PROVEEDORES	
C	COFIDE	
D	EDPYMES	
E	CAJA MUNICIPAL	
F	CAJA RURAL	
G	ONGs	
H	OTROS	

5.- SEÑALE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA A LA QUE ACUDIÓ PARA SOLUCIONAR SUS PROBLEMA DE LIQUIDEZ EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES

A	CAJA MUNICIPAL	
B	BANCO DE TRABAJO	
C	INTERBANK	
D	SCOTIANK BANK	
E	BANCO CONTINENTAL	
F	BANCO DE CRÉDITO	
G	EDPYMES	
H	OTROS	
I		
J		
K		

6.- ¿CONOCE LA POLÍTICA DE APOYO DE COFIDE A LAS MYPES Y DE SUS LÍNEAS DE CRÉDITO?

A	SI	
B	NO	

7.- ¿ALGUNA VEZ RECIBIÓ LA VISITA INOPINADA DE ALGUNA ENTIDAD FINANCIERA QUE APOYE A LAS PYMES?

A	SI	
B	NO	

8.- ¿QUÉ FACTOR CREE USTED QUE AFECTA EL OTORGAMIENTO DEL CRÉDITO A LAS PYMES?

- | | | |
|---|---------------------------|--------------------------|
| A | LA DEMORA EN TRÁMITE | <input type="checkbox"/> |
| B | EXIGENTES GARANTÍAS | <input type="checkbox"/> |
| C | ELEVADAS TASAS DE INTERÉS | <input type="checkbox"/> |
| D | OTROS | <input type="checkbox"/> |

10.- ¿RECIBIÓ APOYO OPORTUNO DE LA ENTIDAD FINANCIERA CUANDO ACUDIÓ A ELLA?

- | | | |
|---|----|--------------------------|
| A | SI | <input type="checkbox"/> |
| B | NO | <input type="checkbox"/> |

11.- INDIQUE LOS FACTORES QUE MOTIVARON LA FALTA DE APOYO FINANCIERO

- | | | |
|---|-----------------------------------|--------------------------|
| A | FALTA DE GARANTÍAS | <input type="checkbox"/> |
| B | NO SER CLIENTE | <input type="checkbox"/> |
| C | FALTA DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN | <input type="checkbox"/> |
| D | OTROS | <input type="checkbox"/> |

12.- ¿QUÉ DESEARÍA EL MICROEMPRESARIO ENCONTRAR EN UNA ENTIDAD FINANCIERA EN SU SOLICITUD DE CRÉDITO?

- | | | |
|---|--|--------------------------|
| A | AGILIDAD EN SU APROBACIÓN | <input type="checkbox"/> |
| B | MAYORES PLAZOS DE GRACIA | <input type="checkbox"/> |
| C | ASESORÍA ESPECIALIZADA | <input type="checkbox"/> |
| D | MENOS EXIGENCIAS EN GARANTÍAS | <input type="checkbox"/> |
| E | MAYOR VALORACIÓN A SUS IDEAS Y PROYECTOS | <input type="checkbox"/> |

13.- ¿COMO MICROEMPRESARIO ACUDIÓ A AJIOTISTAS PARA CONSEGUIR DINERO?

- | | | |
|---|----|--------------------------|
| A | SI | <input type="checkbox"/> |
| B | NO | <input type="checkbox"/> |

14.- ¿CREE NECESARIO LA CREACION DE UN BANCO EXCLUSIVO PARA SUS NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO?

- | | | |
|---|----|--------------------------|
| A | SI | <input type="checkbox"/> |
| B | NO | <input type="checkbox"/> |

15.- INDIQUE "SI SE SIENTE CON LA FORTALEZA NECESARIA PARA COMPETIR EXTERNAMENTE

- | | | |
|---|-----------------|--------------------------|
| A | MUY SUFICIENTE | <input type="checkbox"/> |
| B | SUFICIENTE | <input type="checkbox"/> |
| C | POCO SUFICIENTE | <input type="checkbox"/> |
| D | NADA SUFICIENTE | <input type="checkbox"/> |