Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

TESIS Para optar el Grado Académico de: MAGÍSTER EN CONTABILIDAD con Mención en Banca y Finanzas

NICKO ALBERTO GOMERO GONZÁLEZ
LIMA – PERÚ  2003
CAPÍTULO III. PERFIL DE LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS Y SU GRADO DE ARTICULACIÓN CON LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS.

1. CONCEPTUALIZACION DE LAS PYMES
2. CONCENTRACIÓN DE LAS PYMES
3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LAS PYMES
4. LAS PYMES Y EL EMPLEO
5. ESLABONAMIENTO ENTRE LAS PYMES Y EL SISTEMA FINANCIERO
6. ALGUNAS EXPERIENCIAS DE ESLABONAMIENTO ENTRE LAS PYMES Y LOS BANCOS

CAPÍTULO IV. LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES

1. ENTORNO DEL SECTOR
2. PERFIL DEL SECTOR TEXTIL EN LA ÚLTIMA DECADA
3. CONCENTRACIÓN DE LAS EMPRESAS TEXTILES
4. DESEMPEÑO DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES
   4.1. Producción y productividad
   4.2. Demanda de insumos nacionales e importados
   4.3. Inversiones en maquinaria y equipo
   4.4. Capacidad instalada
   4.5. Rentabilidad
5. PERFIL DE LA FUERZA LABORAL
6. LAS PYMES Y SU CAPACIDAD EXPORTADORA
   6.1. Evolución del sector textil exportador
   6.2. Perfil exportador de las PYMES
7. EVALUACIÓN DE LAS PYMES TEXTILES Y CONFECCIONES: ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE CAMPO
   7.1. Ficha de la Encuesta
7.2. Resultado de la Encuesta

7.3. Análisis de la Información

8. OTROS FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DE LAS PYMES TEXTILES

9. FACTORES CRÍTICOS QUE INFLUENCIARON POSITIVAMENTE EN EL DESARROLLO DE LAS PYMES TEXTILES EN LA DÉCADA DEL NOVENTA

10. DEBILIDADES QUE OBSTACULIZAN EL REPOTENCIAMIENTO DE LAS PYMES DEL SECTOR TEXTIL

11. PERSPECTIVAS DE LAS EXPORTACIONES TEXTILES BAJO EL ATPDEA

12. ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES DE PRENDAS DE VESTIR DE ESTADOS UNIDOS

13. PERFIL COMERCIAL DE GAMARRA: EMPORIO TEXTIL AL 2003. UNA CONVERSACIÓN CON LOS MIEMBROS DE LA COORDINADORA (CEG)

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS
DEDICATORIA  A la señora Rosa Gonzales Prudencio, que fue un ejemplo de madre, y que sólo repartió amor y comprensión en sus días de vida y a mis hijos Paul y Diana que se han constituido en las dos estrellas que iluminan mi camino.
Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000
AGRADECIMIENTO

A mis dos asesores de Tesis; Magíster Efrén Michue Salguedo y Magíster Miguel Angel Beretta Cisneros, por su constante orientación en al desarrollo de la tesis; quienes demostraron ser unos excelentes profesionales y expertos en el tema de las PYMES; producto de ello es que se dio culminación al presente trabajo de investigación.

Asimismo a todas aquellas personas que, directamente e indirectamente hicieron posible el desarrollo de los documentos técnicos y colaboraron a realizar el trabajo de campo; que fue arduo y laborioso.
Como se sabe, afrontando los retos de la globalización, las PYMES surgieron en nuestro país como fenómeno socioeconómico que buscaba responder a muchas de las necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población. Desde el inicio fueron una alternativa frente al desempleo, a los bajos recursos económicos y a la falta de oportunidades de desarrollo, entre otros; pero actualmente se han constituido en toda una fortaleza productiva para el país, que según muchos analistas económicos, lo consideran como el colchón social y económico de la sociedad.

Las PYMES, han ganado y acumulado fortalezas en el mercado, a base de iniciativa e ingenio empresarial, por eso se les conoce como micro emprendedores, pero este esfuerzo ha estado lejos de ser complementados, por organizaciones, como los intermediarios financieros, especialmente los bancos, quienes los han considerado como marginal en su cartera de colocaciones, basando este hecho en el argumento del riesgo y el costo.

No solo de los intermediarios financieros, los microempresarios no han recibido el apoyo estratégico, sino también este grado de exclusión se extendió a las entidades del Estado, como es el caso de PROMPERU o PROMPEX, que justamente tienen por función promover externamente a las empresas nacionales; para demostrar lo afirmado solo basta ver las estadísticas de exportación, que en el caso del sector textil y de confecciones, se encuentran concentradas en un minoritario grupo de grandes empresas; no llegando así los beneficios de la globalización a las PYMES.

Pero a pesar de todas estas limitaciones las PYMES, como las que se ubican en el sector textil y de confecciones han podido abrirse un espacio importante en el mercado y que está en constante crecimiento, y que es lo más importante, por sus grado de fortaleza, aun no explotada en su verdadera magnitud, se han convertido en una opción de desarrollo económico.
ABSTRACT

Since it is know, confronting the challenges of the globalization, PYMES arose in our country as socioeconomic phenomenon that seeks to answer many of th unsatisfied need of the poorest sectors of the population. From the beginning they were an alternative opposite to the unemployment, the low economic resources and the lack of opportunitis of developmnt, betwen others, but nowadays they have been constituted in the woie productive fortress for the country, wich according to many economic analysts, it they consider to be social and economic mattres of the society. PYMES, they have won and accumulatd fortresses on th market, to based on initiative and managerial ingenuity, because of it one knows them as mike enterprising, but this effort has been fra from being complemented, for organizations, as the financial intermediarisis, spcially th banks, who have considered them to be like marginal in his potfolio of colociones, basing this fact on the argument of the risk and the cost.

Not only of the financial intermediaries, the microbusinessmen have not received the strategic support, but also this degree of exclusión spread to the entities of the Estate, since it is PROMPERU or PROMPEX case, wich exactly they have for fuction promote extremely to the domestic enterprises; to demostrate roadbd only is enought to see the statistics of exportatión, wich in case of the textile sector and confections, are concentrated in a minority group of big companies, th benfits of the globalizatión have not come this way to PYMES.

But in spite of all thses limitations PYMES, as Wich they are located in the textile sector and confections and wich it is in constant growth, and that is the most important thing, for his degree of fortress, even they do not exploit in his real magnitude, have ben converted into an opció of economic development.
INTRODUCCIÓN

Las 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 PYMES 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 PYMES, 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.

El marco precedente orientó el análisis del desempeño de las pequeñas y
microempresas textiles habida cuenta de su importancia como sector industrial, su nivel de producción, su alta absorción de mano de obra, de su fuerte articulación con otros sectores de la economía y porque constituye para el Perú uno de los principales productos no tradicionales de exportación.

Este último aspecto resulta aún más relevante si consideramos que en los últimos años éste sector, por la contribución de las medianas y grandes empresas, ha experimentado un crecimiento de sus exportaciones, a una tasa superior al crecimiento promedio del total de productos que tienen como destinos los mercados de ultramar. Siendo la participación de las PYMES marginal en este tipo de actividad.

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 repotenciación de las PYMES.

El presente estudio se sustenta en diversas fuentes de información disponibles sobre el sector textil y de confecciones, cuyo centro de operaciones se concentran en el emporio de Gamarra, en la zona industrial textilera de San Juan de Lurigancho y otro porcentaje en el Parque Industrial de Villa Salvador.

La información secundaria recogida sirvió para analizar el entorno macroeconómico como para llegar a apreciar la articulación entre éste sector y el Sistema Financiero Nacional. así también para analizar la estructura y perfil del sector. Las principales fuentes estadísticas y bibliográficas fueron: el Instituto Nacional de Estadística e Informática, Aduanas, Ministerio de Trabajo y Promoción Social, Ministerio de Industria, Turismo e Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, gremios como la Sociedad Nacional de Industrias, Asociación de Exportadores, entre otros. También fueron consultados diversas publicaciones y estudios en torno a la problemática del sector en cuestión.

La información primaria utilizada incluyó la entrevista a una muestra de empresarios del sector. Este trabajo de campo se realizó aplicando una guía de encuesta cerrada que permitió evaluar de manera cualitativa su percepción respecto a la dinámica reciente del sector. Se consideró encuestar a 52 empresarios del sector textil y de confecciones ubicados en Lima Metropolitana (la elección de Lima como ámbito de estudio responde a la alta concentración de empresas textiles y de confecciones en esta ciudad).

Los capítulos desarrollados en la presente investigación se acomodan a los objetivos centrales e hipótesis de la presente investigación; por ello en:

El primer capítulo; como marca la norma académica se detalla la metodología del trabajo de investigación resaltando los objetivos e hipótesis.

En el segundo capítulo; se hace una explicación sobre la estructura y rol del sistema financiero en el desarrollo de las micro y pequeñas empresa; donde se evalúa el accionar de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios, como las ONGs, EDPYMES, Cajas Municipales, Bancos Comunales, a favor de las pequeñas y microempresas.
INTRODUCCIÓN

La relación entre el sector financiero y las PYMES en general se toca en el capítulo III; donde se llega apreciar el poco apoyo que han recibido éstas últimas empresas por parte de los intermediarios financieros, especialmente de los bancos, entidades que, prácticamente lo consideran como marginal dentro de sus cartera de colocaciones.

En el en el cuarto capítulo, se desarrolla el performance del sector textil y de confecciones en está última década, enfatizando su alta dependencia con el sector financiero. Pero esto no quita que la investigación se concentre en estudiar factores que han inducido a retardar el potecimiento el sector, como los factores que han influenciado en su crecimiento.

Por último, es conveniente señalar que, ningún investigador podría pasar por alto la globalización cuando procura explicar o comprender los cambios y tendencias del comportamiento económico y productivo del mundo actual, ya que, la llamada globalización no sólo tiene un carácter expansivo en acortar y acelerar las transacciones de mercancías en el mercado, sino que a la vez implica cambios radicales en la manera como los actores de la economía responden a sus necesidades y a las rápidas fluctuaciones en el mercado, como este marco filosófico está orientando el accionar de las empresas, también ha sido tomado e cuenta para explicar el fenómeno de las PYMES, en el Perú.
CAPITULO I. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

1. SELECCIÓN DE PROBLEMA

a. General:

“Importancia de las instituciones crediticias en el desarrollo empresarial”

La participación estratégica de los intermediarios financieros en el sector productivo, es sumamente importante para que un país pueda lograr un crecimiento económico sano y sostenido; en este sentido, estas instituciones, deben centrar su función en el financiamiento de proyectos que conlleven a la consolidación productiva de las empresas, ya que es uno de los medios para que estás puedan obtener ventajas competitivas, que lo conlleven a operar con éxito bajo este mundo globalizado. Sin duda, si las empresas crecen, también lo hace el país; pero para el logro de este macro objetivo, es necesario la participación estratégica de los bancos en este eslabonamiento de crecimiento.

“Las empresas no pueden vivir sin los bancos, ni los bancos sin las empresas”, por ello es necesario que entre ambos agentes económicos se desarrolle una Alianza
Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las PYMES Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

Estratégica, que implique el desarrollo de políticas encaminadas a fortalecer sus posiciones competitivas dentro del mercado, si se logra este propósito, aumentará la producción y la productividad, el empleo, las utilidades de las empresas, su capitalización, es decir se creará un escenario, de crecimiento económico con desarrollo social.

b. Específico:

“Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las PYMES textiles en Lima Metropolitana durante 1990 al 2000”

Como es importante los intermediarios financieros, por los créditos que canalizan para el desarrollo de empresarial, específicamente, en este caso, de las PYMES textiles, se hace necesario realizar un estudio de investigación que conlleve a determinar el grado de participación que han tenido, en estos últimos años, los bancos, COFIDE, ONGS, EDPYMES, CAJAS RURALES y otros intermediarios en el desarrollo de éste segmento empresarial.

Como se sabe, los mercados globalizados, exigen empresas competitivas, por ello, es necesario que las PYMES sean asistidas, técnica y financieramente por los intermediarios financieros bancarios y no bancarios, preocupación que motiva la presente investigación que, como es obvio conllevará a recomendar políticas para revertir los problemas que han impedido un desarrollo real sostenido de este sector empresarial.

2. DEFINICIÓN 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 quedó 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, cualesquiera 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 MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (PYMES), 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 PYMES, 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 PYMES tienen que competir con productos de origen asiático que, inclusive entran a nuestro mercado apoyados con precios DUMPING.

En un principio, la tecnología que usan las PYMES, en muchos casos, llega hasta la artesanal; la insuficiencia de activos líquidos (dinero) no les permiten hacer innovaciones tecnológicas, que les 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 PYMES textiles, ya que en estos últimos años han llegado a configurar una red industrial que, inclusive le ha permitido penetrar en determinados mercados externos.

Específicamente las PYMES textiles localizadas en Lima Metropolitana, como en la mayoría de las empresas de esta naturaleza, no sólo hay problemas de financiamiento para modernizar sus activos fijos (tecnología); si no también, esta vulnerabilidad va acompañada con la falta de recursos financieros para solventar el capital de trabajo, por ello, muchas veces por la lentitud de los intermediarios financieros formales tienen que acudir a la Banca Paralela, donde, el costo de financiamiento casi embarga sus utilidades del ejercicio. Para cubrir el desfase de capital, estas organizaciones utilizan, además, créditos de la Banca de Consumo que, tan igual como la Banca Paralela terminan por descapitalizarlos, restándoles así, competitividad.

El problema de financiamiento de las PYMES 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 PYMES, 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, agraviándose aún más la necesidad de financiamiento de estas organizaciones.

El financiamiento de las PYMES 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 perdida de un importante sector que absorbe importante cantidad de mano de obra calificada como no calificada.

3. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

a. Existen pocos trabajos que aborden en forma integral el financiamiento bancario y no bancario de las PYMES textiles.

b. La falta de financiamiento a las PYMES del sector textil, es un problema
estructural que viene afectando su competitividad en el mercado interno como externo, lo cual amerita un trabajo de investigación concienzudo para determinar los factores que vienen originando este escenario económico financiero.

c. Al determinar las causas por la que, los intermediarios financieros se muestran reacios de colocar sus capitales a las PYMES textiles, éstas instituciones reorientarán su política de financiamiento hacia éste sector empresarial.

d. La falta de una cultura financiera hace que los representantes de las PYMES textiles no conviertan a su institución en sujetos bancables; problema que será resuelto con la presente investigación.

e. El estudio de investigación servirá como punto de partida para que, tanto las instituciones de crédito como las empresas trabajen bajo estrategias conjuntas a fin de optimizar sus operaciones.

f. El conocimiento de la obsolescencia tecnológica que vienen atravesando las PYMES textiles, como producto de la descapitalización y falta de financiamiento, servirá para que las autoridades competentes del Gobierno Central orienten políticas dirigidas a corregir estas deficiencias estructurales.

g. Al conocer los resultados de la investigación, en especial COFIDE y MIBANCO, tomarán acciones con carácter de urgencia para cumplir su verdadero rol promotor de las inversiones en éste segmento empresarial.

h. Es necesario contribuir con la ciencia financiera y administrativa y económica, a fin de que con las conclusiones y apreciaciones obtenidas del presente trabajo de investigación, vaya fortaleciendo éstas disciplinas y que se conviertan así en herramientas potentes para tomar decisiones en el ámbito empresarial.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

a. Implicaciones sociales.

Al determinar las causas por la que los intermediarios financieros, especialmente los bancos, aún no optimizan sus operaciones de intermediación a favor de las PYMES para que se desarrollen sostenidamente; éstas instituciones crediticias reorientarán sus políticas de colocaciones lo cual impactará favorablemente en su desempeño, generando así un elevado efecto multiplicador en el sector real de la economía.

b. Limitantes

- **Teórica.** Durante el proceso de investigación, se utilizarán teorías financieras, administrativas y económicas, que expliquen el comportamiento de los intermediarios financieros; como entes prestamistas; y las PYMES como entes prestatarios. Para tal efecto se revisarán revistas especializadas trabajadas por el BCR, textos sobre teoría financiera y bancaria, como el de MARIO BAUCHE GARCIAEDIEGO (Operaciones Bancarias) en su capítulo cuarto, donde desarrolla con toda precisión la operaciones activas de los bancos, asimismo la publicación del BCR titulado " Manejo Monetario y
Cambiario" donde explica detalladamente las operaciones que realiza para influir en la liquidez del sistema y por ende en la tasa de interés, variable que como se sabe influye en el crédito dirigido a este segmento empresarial.

También se utilizará la investigación "Pequeña Industria Reactivación y Desarrollo Industrial" realizada por Jorge Pierano Morán, Jorge Manrique Cienfuegos bajo el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert, donde llega a destacar la importancia que tienen este tipo de empresa en el desarrollo industrial y económico de un país.

También serán utilizadas las estadísticas publicadas por el BCR y el INEI y artículos especializados que aparecen en los medios de comunicación como Gestión y Síntesis, en varios números.

- **Temporal.** El estudio es de tipo longitudinal. La investigación empezará en abril del 2001 y posiblemente termine en abril del 2002.

- **Espacial.** Las unidades de análisis e investigación corresponden a PYMES del sector textil, para lo cual se tomará como sujetos de investigación empresas localizadas en Lima Metropolitana, específicamente en el distrito de San Juan de Lurigancho, La Victoria, el Agustino, lugares donde se concentran la mayor cantidad de empresas de esta naturaleza.

**c. Interrogantes.**

El problema de la intermediación financiera a favor de las Micro y Pequeñas Empresas textiles en Lima Metropolitana se plantea a través de las siguientes interrogantes:

- **General.**

  ¿Cómo han participado los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las PYMES del sector textil en Lima Metropolitana durante de 1990 al 2000?

- **Específicas.**

  ¿Cuál es la relación entre las inversiones y el financiamiento de los intermediarios financieros con las Micro y Pequeñas Empresas textiles?

  ¿Los intermediarios financieros tienen inclinación favorable para financiar el capital de trabajo de las PYMES del sector textil?

  ¿Cuáles son los factores que motivan que las PYMES textiles tengan dificultades para trabajar con los intermediarios financieros?

  ¿Cómo solventan su capital de inversión las PYMES del sector textil?

  ¿Cuál es la situación de los estados financieros y cuentas patrimoniales de las PYMES del sector textil?

  ¿Cuál es el volumen de ventas que manejan anualmente las PYMES textiles?

  ¿Cuál es la cultura financiera de las PYMES del sector textil?

  ¿Las PYMES del sector textil han desarrollado ventajas competitivas con el apoyo de los intermediarios financieros?

  ¿Cómo las PYMES textiles podrían lograr un óptimo posicionamiento en el mercado
Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

con el apoyo financiero y tecnológico de los bancos y otras organizaciones financieras?

5. OBJETIVOS

5.1. General.

Determinar el grado de participación de los intermediarios financieros, tanto bancarios y no bancarios en el desarrollo de las PYMES del sector textil en Lima Metropolitana de 1990 al 2000.

5.2. Específicos.

a. Determinar la correlación existente entre el apoyo de los intermediarios financieros y el desarrollo empresarial de las PYMES textiles.

b. Precisar la relación existente entre los proyectos estratégicos de las PYMES textiles con el financiamiento bancario y no bancario.

c. Conocer los motivos por la que los intermediarios financieros presentan cierta aversión para financiar los proyectos de las PYMES.

d. Conocer los factores por la cual los créditos dirigido a las PYMES textiles, por parte de los intermediarios financieros, especialmente los bancos, no son nada onerosos en cuanto a tiempo y tasa de interés.

e. Determinar las políticas de crédito que han estado llevando a cabo las entidades financieras con las Micro y Pequeñas Empresas textiles

f. Precisar las políticas del gobierno local y Gubernamental para crear una cultura financiera dentro de las PYMES.

6. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL DE REFERENCIA

Históricamente, el sector de la pequeña empresa, en su proceso de desarrollo, ha tenido poco apoyo en la mayoría de los países de América Latina, mas concretamente, en el aspecto del financiamiento. Si bien es cierto que existen algunos países, cuyos gobiernos, han brindado ha este sector oportunidades para su desarrollo, pero estos esfuerzos han quedado cortos con relación a las verdaderas necesidades del mismo.

La presencia de las Micro y Pequeñas Empresas como unidad básica en el proceso de desarrollo económico de los pueblos, es indiscutible. No obstante, el estudio de su
CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

problemática y participación en el desarrollo productivo ha sido postergado en innumerables oportunidades por la falta de una política integral que asocie a las empresas, gobierno y trabajadores; por ello es esencial para la estabilidad y crecimiento de este sector empresarial, la existencia de políticas económicas, claras y coherentes pero en un ambiente de respeto al libre mercado.

Las PYMES en el Perú, como en gran parte de Latinoamérica, constituyen la forma empresarial más extensa de organización y una alternativa generadora de empleo, pues el 48% de la población económicamente de la PEA es absorbida por la micro empresa. Por otro lado, sólo el 6% de los conductores de las PYMES acceden al sistema bancario privado formal; mientras la oferta de crédito en 1995 era de US$ 82.2 millones, la demanda por préstamos comerciales alcanzaba US$ 1000 millones. En suma, existe un exceso de demanda de crédito, que tiene que ser cubierta por las instituciones del sistema.

¿Cómo se conceptualiza a las PYMEs en el Perú?

Se entiende por PYME a la unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización y gestión, que desarrollan actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes y prestación de servicios dentro de los parámetros que establezca la ley 27268.

El único requisito que la ley establece para clasificar a las micro y pequeñas empresas es el numero de trabajadores, para el primer caso, éste no excede a 10 y para el segundo caso a 40. Se supone que el Estado tiene por responsabilidad incentivar la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que permitan su consolidación empresarial y su crecimiento sostenido, funciones que en estos últimos años lo han implementado, pero muy marginalmente para la realidad económica del país.

Las Micro y Pequeñas Empresas se han constituido en una de los brazos productivos más importantes del país. Su importancia no sólo se puede medir por su grado de participación en la formación del Producto Bruto Interno, sino que, además, se ha constituido en un sector que ha abierto espacios para la captación de mano de obra, contribuyendo por ello a la generación de empleo coyuntural y sostenido.

El hecho que hayan cubiertos espacios productivos no significa que han crecido en forma sana y con fortalezas estructurales, si observamos su comportamiento a través del tiempo nos podemos dar cuenta que estas unidades productivas adolecen de deficiencias en sus economías internas que le impide alcanzar niveles óptimos de competitividad. Si revisamos la Cadena de Valor 1 de una empresa típica nos vamos a dar cuenta de las debilidades que presenta en cada una de sus actividades primarias y de apoyo, lo cual constituyen en factores retardantes en su proceso de desarrollo.

La ventaja competitiva no puede ser comprendida viendo a la empresa como un todo, en éstas organizaciones radican muchas actividades discretas en sus diferentes áreas operativas. Por ello la Cadena de Valor descompone a la empresa ya sea PYMES o grandes organizaciones en sus actividades estratégicas relevantes, para comprender el

---

1 Administración Estratégica, Charles W. Hill, McGraw Hill Bogotá - Colombia 1996. PP. 133-134

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existentes y potenciales. La cadena de valor esta inserta en un sistema de valor.

Por otro lado, otro concepto que tienen que entender las Micro y pequeñas Empresas para optimizar sus gestión y así puedan superar sus deficiencias estructurales es la matriz FODA(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Esta matriz es una manera de concatenar el análisis del entorno, y determinar un diagnostico sobre los escenarios futuros del sector al que pörtenece la empresa. A partir de dicho diagnostico se deberán identificar las oportunidades y amenazas presentes y futuras que plantean las diversas variables analizadas.

Antes de elaborar una acción empresarial conviene conocer el medio ambiente dentro del cual operan las empresas. ¿Cuáles son sus oportunidades?, ¿A Qué amenazas y restricciones se enfrentan?. Lo que llamamos comúnmente investigación de mercadeo, pero que en realidad corresponde, en un sentido más amplio, a un estudio del medio ambiente actual y futuro, es la base de todo esfuerzo de la Planeación Estratégica.

Si hablamos de las Micro y pequeñas Empresas, las operaciones, la logística interna, mercadotecnia y ventas como el servicio post venta, presentan problemas que urgen corregir a fin de que hagan más consiste su participación en el mercado. Como bien sabemos, el actual escenario económico exige empresa competitivas y eficientes, con estrategias que apunten a cobertura mercados y posicionarse de ellos a base de sus propias fortalezas. Como se sabe ventaja competitiva es cualquier característica de la empresa que la diferencia de la competencia dentro de un sector. Como afirma Michael Porter, " toda empresa que obtiene beneficios de un modo sostenido tiene algo que sus competidores no pueden igualar; aunque en muchos casos lo imiten, no solo tiene una ventaja competitiva sino que ésta es sostenible a mediano y largo plazo.

Porter, afirma, además, que, sólo existen dos tipos básicos de ventajas competitivas que las empresas pueden poseer: Las de bajo costo y las de diferenciación, los cuales se combina en el alcance de las operaciones de la empresa, para producir estrategias genéricas y alcanzar un desempeño superior a la media de la industria.

Toda empresa, así también las Micro y Pequeñas empresas buscan la diferenciación como forma de lograra rentabilidades importantes en el mercado. ¿Cuándo un mercado es susceptible de diferenciación?, Aquel donde los clientes están dispuestos a pagar más para obtener un producto o servicio de una empresa que de otra. Cabe señalar que la diferenciación no solo es posible en sectores industriales, sino también en el sector servicio, en estos casos el producto único esta incluido en el personal de la empresa, en los sistemas de funcionamiento y en su estilo de dirección.

Pero a pesar de las limitaciones presentadas en las PYMES, donde todavía no se manejan óptimamente los conceptos sobre planeación estratégica, o ventaja competitiva, han sabido abrirse espacios en los mercados, un claro ejemplo es el emporio comercial de Gamarra, que inclusive vienen llegando con sus productos a mercados externos, pero esto no quita la conveniencia de replantear estrategias, para maximizar su valor como organización.

El capital de trabajo y de inversión que manejan las Pequeñas y Microempresas, son insuficientes para reconvertirse tecnológicamente, que bien se podría decir que es una
CAPITULO I. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

debilidad estructural, esto aunado a la falta de liquidez para negociar con sus proveedores, se constituyen en un serio problema financiero que les limita las posibilidad de crecer sanamente y coberturar nuevos mercados.

Los factores que condicionan el desenvolvimiento de la pequeña industria se derivan en parte, de los que denomina comúmente la coyuntura económica, es decir, del comportamiento en el corto plazo de determinadas variables vinculadas con el desarrollo. 2 Esto es lo que viene pasando con las PYMES del país; como la recesión se ha profundizado en estos últimos años, existen muchas empresas que han cerrado sus operaciones y otras que merecen una labor profunda de reingeniería empresarial.

Como sabemos el Sistema Financiero, se divide en dos grandes campos, los intermediarios financieros bancarios y los intermediarios financieros no bancarios 3, con sus respectivos órganos de control y supervisión, como lo son la Superintendencia de Banca y Seguros y la CONASEV. En esta macro estructura ubicamos a COFIDE a las EDPYMES, Cajas Rurales, Municipales, financieras y los bancos que canalizan recursos a los agentes económicos deficitarios, entre ellos, las Micro y pequeñas empresas.

Los Bancos, son intermediarios financieros, que tienen por función asistir financieramente a las empresas deficitarias de capital. Como bien se conoce los entes prestamistas pueden conceder prestamos pero debidamente coberturados con respaldo patrimonial de los entes solicitantes de crédito. Para que las empresas, como las Micro y pequeñas Empresas, accedan a un crédito es necesario la presentación de un proyecto de inversión, el cual pasará a un comité calificador para su evaluación. Este mecanismo, por ejemplo, lo emplea COFIDE para sus diferentes líneas de crédito.

Los intermediarios financieros bancarios también han estado inmerso en la crisis local como internacional; muestra de ello es el crecimiento de su cartera pesada, la quiebra de algunos y el salvamento de algunos de ellos, como fue el Banco Latino, situación que los ha llevado a ser mesurados y cuidadosos con sus operaciones activas. Para ser sujetos bancables, actualmente se necesita ser una empresa sólida, con buenos ratios financieros, con un buen respaldo patrimonial, con ingresos que asegure el retorno de los créditos, es decir, que sea0n catalogados como clientes exclusivos de los bancos.

La no exclusividad o clientes dudosos implica limitación en los créditos para solventar el capital de trabajo y de inversión en las PYMES, lo cual le imposibilita acumular valores de competitividad. Esto es lo que sucede en las PYMES textiles que, por las limitaciones que tienen para el acceso del crédito, tiene serios problemas, por ejemplo, para cumplir con sus metas de producción. Esto se ha convertido en una cadena perniciosa, que no permite acumular fortalezas para repotenciar el principal brazo productivo del país.

Una verdadera cultura de competitividad, la falta de creación de valor, el desconocimiento para abrir nuevos espacios de mercado, la falta de una gerencia estratégica han originado que las PYMES proyecten una imagen de serias debilidades al Sistema Bancario y no Bancario; organismos que han respondido con la limitación de sus

2 Pequeña industria reactivación y desarrollo industrial. José Lanz Romero - Universidad del Pacifico Fundación Friedrich Ebert

3 BCR. Dirección de Estudios Económicos
 créditos; hecho que por cierto ha impedido formar una franja microempresarial con optimas potencialidades en el distrito.

Sin duda, los bancos juegan un papel de primer orden en el desarrollo productivo, la actual coyuntura económica aunada a la globalización exige, Alianzas Estratégicas entre ambos sectores, como forma de afrontar la elevada competencia que se viene dando en el mercado.

Como las PYMES, observaron serias restricciones en la banca tradicional o comercial, orientaron sus necesidades de crédito a la Banca de Consumo, incluido MIBANCO, cuyos costos financieros, en vez de dar solución a sus problemas de liquidez agravaron su situación financiera, llegando al extremos de perder sus activos por los elevados costos crediticios que imponían estos intermediarios financieros. Con mercados con elevada competencia, es difícil soportar un costo financiero por más del 100%, tal como cobra la Banca de Consumo, pero fue así como operaban y siguen operando en el actual escenario financiero.

Es de esperar que los Intermediarios Financieros reordenen su política y perciban al las PYMES como un mercado objetivo seguro y rentable, que bien podrían convertirse en sus principales aliados estratégicos.

6.1. Hipótesis

Si los intermediarios financieros bancarios y no bancarios hubieran desarrollado políticas crediticias estratégicas orientadas a fortalecer el sector de las PYMES, las empresas del sector textil incluido el de confecciones hubieran logrado mejores niveles de competitividad en los mercados globalizados en la década de los noventa.

6.2. Operacionalización

Determinación de variables e indicadores

a. Variable (X): Intermediarios financieros bancarios y no bancarios

Indicadores

Estructura del Sistema Financiero

- Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE): \( x_1 \)
- Banca Corporativa: \( x_2 \)
- Banca de Consumo: \( x_3 \)
- Financieras: \( x_4 \)
- EDPYMES: \( X_5 \)
- Cajas Rurales: \( X_6 \)
- Org. No Gubernamentales: \( X_7 \)
- Banco Central: \( x_8 \)
b. Variable (Y): Políticas Estratégicas Crediticias

Indicadores

- Productos financieros: \( y_1 \)
- Líneas de crédito: \( y_2 \)
- Costo del crédito: \( y_3 \)
- Colocaciones: \( y_4 \)
- Riesgo por colocaciones: \( y_5 \)
- Morosidad financiera: \( y_6 \)
- Spread financiero: \( y_7 \)
- Garantías hipotecarias: \( y_8 \)
- Proyectos estratégicos: \( y_9 \)

7. DISEÑO MUESTRAL

7.1. Población: la población estratificada para los fines de la presente investigación serán “Las PYMES del sector textil en Lima Metropolitana”.

7.2. 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 = \frac{(p)(q)Z^2}{E^2}

Donde
N : Muestra
Z : Límite de confianza para generalizar resultados: 95%
p, q : Campo de variabilidad del fenómeno a investigarse.

p, representa a los aciertos y q a los errores
E: Nivel de precisión Z: 1,96

P: 0.956 = 0.96
Q: 0.044 = 0.04
Z: 5%

N = \frac{(0.956)(0.044)(1.96)^2}{(0.05)^2}

N: 58 empresas

La muestra inicial se ajusta a través de la fórmula

N = \frac{n}{1 + \frac{n - 1}{N}}

N = \frac{58}{1 + \frac{58 - 1}{550}}

n = 52

La muestra elegida para el trabajo de investigación será de 52 empresas

8. MATERIALES Y MÉTODOS

8.1. De los materiales: de ejecución.

Para la realización de la presente investigación, se necesitará el siguiente material.

- Disketes
- Cuestionarios pre - codificados
- Cámara y rollo fotográfica
- Copias fotostáticas
- Revistas periódicas
- Minigrabadora para entrevista estructurada
- Movilidad
- Revistas especializadas
- Libros especializados

8.2. De impresión

Para la realización de la presente investigación
- Papel bond de 80 gramos
- Tinta para impresora de inyección
- Cuadernos
- Lapiceros

8.3. De los Métodos

Durante el proceso de investigación, se aplicará los métodos que ha continuación se indican.

   a. Generales. 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 desarrollo de las PYMES textiles y el segundo para descubrir y fundamentar las causas y consecuencias que han motivado el grado de desarrollo de las PYMES con la participación de los intermediarios financieros en Lima Metropolitana.

   b. Específicos. Aplicaremos el método de matematización para determinar el grado de correlación entre la política de crédito de los intermediarios financieros, tanto bancarios como no bancarios y el grado de desarrollo de las PYMES textiles, asimismo, la deducción -inducción para generalizar los resultados a partir de hechos generales y particulares particularmente.

8.4. De las informaciones

Se levantarán información de la muestra elegida, insumos que servirá para demostrar la hipótesis formulada.
1. INTERMEDIACIÓN FINANCIERA

En 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 utilizarios 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 intermediarios financieros, como los bancos, que dentro del sistema van actuar 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 normatividades emanadas del Gobierno Central como la Ley de Bancos; 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 ahorraría.

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 domestico como el de ultramar. Por cierto, este último 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 optima 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.

**GRAFICO N° 1. INTERMEDIARIOS FINANCIEROS**

Entre los agentes deficitarios se pueden localizar a las pequeñas y microempresas (PYMES); 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 cuan 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; 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; y a la vez 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 PYMES, las medianas y las grandes empresas, es decir aquellas organizaciones cuya función principal es la creación de riqueza.

Uno de los graves problemas del país, y así lo afirman los microempresarios textiles que fueron entrevistados en la zona de Gamarra ⁴, es la actitud paquídémica de los intermediarios financieros para otorgar los créditos para solventar sus proyectos de inversión; situación que según ellos, los induce a acudir a un mercado informal de capitales, que si bien es cierto es ágil para los desembolsos, pero prácticamente movilizan capitales con tasas de interés y condiciones de retorno, que en vez de apoyar al despegue empresarial, se convierten en un elemento confiscador y retardante.

Por la calidad de los activos que manejan y por la deficiente garantías reales que tienen disponible para respaldar un crédito las PYMES se convierten en sujetos no bancables, lo cual como es de entender dificultan su proceso de desarrollo. Por ello la propuesta de Hernando de Soto en su texto El Otro Sendero ⁵; en donde explícitamente da entender la necesidad de formalizar los patrimonios de aquellos grupos microempresariales para convertirse justamente en sujetos de créditos para los intermediarios financieros: Situación que, por cierto se propuso lograr con los programas como la titulación rural, pero que se está muy lejos de alcanzar el óptimo para palanquear financieramente a los micronegocios.

2. ESTRUCTURA DEL SISTEMA FINANCIERO: ORGANISMOS FINANCIEROS LIGADOS DIRECTAMENTE AL FINANCIAMIENTO DE LAS PYMES

Los intermediarios financieros que se ha conceptualizado en el primer punto de la presente investigación; están debidamente organizados; que van a configurar el Sistema Financiero de un país. Cabe señalar que, los intermediarios financieros pueden ser clasificados como de primer piso y de segundo piso; siendo los primeros de ellos, aquéllos que colocan directamente a los agentes deficitarios; y los segundos se caracterizan por movilizar sus activos líquidos a través de intermediarios financieros de primer piso; un claro ejemplo es la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE); organización financiera que coloca su amplia gama de líneas de crédito a través de los bancos, Cajas Rurales, Cajas Municipales, EDPYMES y otros tipo de instituciones financieras.

⁴ Encuestas realizada por el autor en Gamarra, cuadra siete, galería YUYI. Distrito la Victoria

⁵ Hernando de Soto "El Otro Sendero" Primera Edición. Lima Perú
Otra forma de clasificar a los intermediarios financieros; es en bancario como no bancarios, cuyas operaciones activas como pasivas las realizan en el mercado monetario.

2.1. Intermediarios Bancario.

2.1.1. La Banca Comercial.

Las PYMES en la última década no ha experimentado suficiente apoyo para fortalecer sus operaciones por parte de la banca comercial, o la banca corporativa; ya que para estos intermediarios crediticios, la calificación era muy pobre para sus exigencias de colocaciones.

La Banca Comercial dentro del Sistema Financiero, por el tipo de fondos que maneja, que son de corto plazo, son muy exigentes en la calificación de las solicitudes de crédito para financiar proyectos; ponderando para la viabilizar los fondos líquidos las garantías hipotecarias o reales, que es una de las debilidades estructurales que presenta las PYMES, incluidas las textiles y de confecciones, en todos los sectores productivos en la cual están operando.

Un estudio realizado por las Universidad Nacional de Ingeniería en CENTRO COFIDE ⁶, donde daba servicios tecnológicos, llegó a establecer que por cada 20 usuarios (PYMES), que era la atención promedio diaria, 15 acudían a éste Centro de Consultoría con la creencia de acceder a un crédito, ya que en la banca comercial prácticamente le habían quitado todo tipo de posibilidad para lograr fondos líquidos. Y otro porcentaje demandaba reconversión tecnológica o mejora de procesos para mejorar su productividad.

Consultados los microempresarios sobre su respaldo patrimonial, los presentados eran insuficientes para sus requerimientos de capitales. Aquí se centra una de las deficiencias estructurales de las PYMES que a la vez induce que no sea un sector atractivo para la banca Comercial, que según los funcionarios de estos bancos, las tasas de interés que cobran, a pesar que están muy por encima de los internacionales, (LIBOR - PRIME- RATE) no coberturan los riesgos ni los costos en que incurren por este tipo de intermediación.

Al margen del problema planteado, la Banca Comercial, mantiene vinculaciones con las PYMES a través de varios servicios. Productos que, por las investigaciones realizadas dentro de los microempresarios, no llegan a cubrir sus expectativas para potenciar sus negocios, con la eficacia que exigen los mercados globalizados.

A continuación se detalla el perfil de los principales bancos del Sistema Financiero

A. BANCO DE CRÉDITO.

Banca de Negocios: fue creada especialmente para atender las necesidades y

---

exigencias de las empresas (sea personal natural o jurídica), si tienen una facturación menor a un millón de dólares. Las garantías reales para los créditos agrícolas llega hasta el 200% del préstamo.  

Dentro de la banca de negocios, desarrolló el producto Crédito Efectivo de Negocios, que financia las necesidades de capital de trabajo y la compra de activos fijos, con montos que va de US$ 2 000 a US$ 20 000 y US$ 5 000 y US$ 30 000 respectivamente, con una tasa efectiva que oscila entre 45% y 25%.

**Banca Corporativa:** Es una banca que atiende a un segmento empresarial, cuyas ventas superen los US$ 15 millones. Para ser calificado como cliente de está banca, aparte del monto ya señalado, se requiere; tener activos de gran tamaño, y demandantes de servicios electrónicos de alta tecnología, ser emisores de papeles comerciales u obligaciones y cotizaciones de acciones en bolsa, además poseer una posición diferenciada en el mercado a través de ventas, marcas o procesos especiales, por último mantener una estructura administrativa profesionalizada y sofisticada, con gran potencialidad de negocios.

**Banca Institucional:** es una banca que está dirigida atender las necesidades crediticias de instituciones gubernamentales, organismos descentralizados, proyectos estatales, colegios, universidades, ONGs, organizaciones internacionales, Cooperativas, Cajas Rurales.

**B. BANCO CONTINENTAL.**

Es la tercera entidad bancaria en el Perú, con una cuota del mercado, depósitos del 16.7%, es la cuarta empresa peruana en activos, la quinta en beneficio neto y la sexta en beneficio bursátil.

**Prestamos comerciales:** otorga liquidez para capital de trabajo y la compra de activos fijos.

Dentro de los intermediarios financieros bancarios se encuentra una clase de banca especializada en las PYMES, que a pesar de contar con intereses que muchas veces son prohibitivas en estos últimos años se han constituido en una importante fuente de financiamiento a éste sector empresarial. Una de ellas es

**C. MIBANCO.**

Es una entidad financiera conformada por capitales privados y con respaldo de instituciones internacionales como Profound Internacional S.A. y Acción Comunitaria Internacional. Las tasas que maneja en moneda nacional, supera el 40%, pero son de rápido desembolso y retorno. Está política crediticia manejada por el banco, es con la finalidad de cubrir contingencias de devolución de los créditos, ya que el 70% de los desembolsos que otorga son sin aval.

Las líneas que maneja éste banco son las siguientes:

**Prestamos para empresas. Mi Capital**

---


8 Banco Central de Reserva (BCR) Nota Semanal. 2001.
Son prestamos de capital de trabajo, para hacer devueltos en un plazo de 24 meses, cuyo monto mínimo es de S/ 300 y en dólares el monto mínimo es de US$ 300, siendo la tasa activa del 50% y 30% respectivamente.

**Mi Equipo**

Es una línea crediticia que maneja MIBANCO para la adquisición de activos fijos. El monto mínimo en soles como en dólares es de S/ 850 y US$ 250 respectivamente, con un costo crediticio del 45% y 25% al año.

**Mi Local**

Los microempresarios con ésta línea de crédito tiene la opción de comprar locales comerciales, para centralizar sus operaciones, asimismo puede ser usado para la ampliación o remodelación del que posee. El monto mínimo como la tasa de interés es igual para la línea de Mi Equipo.

**Préstamos personales - Banca Personal**

**Mi Facilidad**

Es el préstamo personal de MIBANCO que ayuda resolver situaciones inesperadas de salud, viaje, oportunidad de negocio. Es un crédito para dependientes como independientes. Los montos mínimos es de S/ 300 y US$ 100 respectivamente; con una tasa de interés del 45% y 30%.

**Mi Casa**

Es una línea que está dirigida a financiar la construcción de viviendas, con un plazo máximo de devolución de 10 años en moneda nacional y de 20 años en moneda extranjera. Financia el 90% del valor del inmueble. Siendo la tasa activa por esta operación del 45% y 12,5% respectivamente.

La relación entre MIBANCO y las PYMES no sólo se limita al financiamiento, sino que incluye asesorías técnicas, situación que se hace explica con la información que se obtuvo al entrevistar a un funcionario de éste intermediario financiero. Quien expresó lo siguiente: "...mucho de los niveles bajos de la microempresa no conocen como hacer un flujo de caja ni tienen inventario, todo ese trabajo lo hace MIBANCO y en parte realiza una labor de educación. Sin embargo, a pesar de todo ese trabajo los créditos se otorgan en solo 5 días...".

Actualmente, éste banco maneja una cartera por encima de 54 mil clientes con un monto total de colocaciones de 65 millones de soles. Del total de colocaciones el 85% corresponde a las microempresas y el 15% a las pequeñas empresas. A nivel de Superintendencia de Banca y Seguros, MIBANCO, es tratado como los otros bancos del sistema, este banco tiene la mora más baja del sistema y ello demuestra que los microempresarios cuida su crédito y esto lo hace por que son consientes que nadie les ofrece un crédito sin aval y por que el Estado no participa como accionista de este banco.

---

**2.1.2. Banca de Consumo**

---

9 MIBANCO. Agencia de los Próceres. San Juan de Lurigancho. Entrevista realizada el 20 de Julio del 2002
Durante los años en que viene operando este tipo de banca, sus operaciones se ha segmentado a atender necesidades de capital de personas naturales como jurídicas, con un tipo de intermediación que podría calificarse como ágil, pero costosa. Los bancos que median estos tipos de capital, en el ranking de tasas activas podría considerarlas como las primeras, ya que los capitales que colocan tienen un costo muy por encima del promedio del mercado. Por ejemplo el Banco del Trabajo mantiene una tasa del 95% que para un microempresario se torna prohibitiva para financiar sus actividades de inversión. Por cierto, la función de estos bancos no es atender necesidades de inversión, pero las evidencias apuntan que en los primeros años de funcionamiento se consolidó en éste nicho de mercado, que en muchos casos, en ves de solucionar los problemas de liquidez de los prestatarios le generaron un problema estructural, diluyendo inclusive su respaldo patrimonial.

Estos bancos y financieras están reguladas por la SBS. A parte del Banco de Trabajo, las financieras Solución, CMR (del grupo Saga Falabella) y Cordillera (del grupo Ripley), son las que se dedican a movilizar capitales categorizadas de consumo.

Las cifras de morosidad que presentan estos intermediarios está por debajo del promedio del mercado financiero. Para el año 2000 el banco del trabajo presenta un indicador del 6,7% y las demás instituciones financieras alcanzaron un promedio del 2,5%, cuya lectura nos dice que los microempresarios, que se han convertido en clientes des este tipo de instituciones financieras, especialmente del banco del Trabajo, son buenos pagadores.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Institución financiera</th>
<th>Inicio de Operaciones</th>
<th>Activos (miles de US$)</th>
<th>Colocaciones (miles de US$)</th>
<th>Patrimonio (miles de US$)</th>
<th>Morosidad %</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>3. del trabajo</td>
<td>Dic. 94</td>
<td>134.3</td>
<td>83.9</td>
<td>17.7</td>
<td>6.7</td>
</tr>
<tr>
<td>F. Solución</td>
<td>Ago.96</td>
<td>62.0</td>
<td>43.9</td>
<td>18.9</td>
<td>2.4</td>
</tr>
<tr>
<td>F. CMR</td>
<td>Enero 97</td>
<td>64.9</td>
<td>46.6</td>
<td>14.3</td>
<td>2.2</td>
</tr>
<tr>
<td>F. Cordillera</td>
<td>n.d</td>
<td>18.2</td>
<td>15.3</td>
<td>9.6</td>
<td>2.8</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Fuente: Super Intendencia de Banca y Seguro. Elaboración Propia

2.2. Intermediarios no Bancarios

2.2.1. Corporación Financiera de Desarrollo. (COFIDE)

Es una empresa de economía mixta que cuenta con autonomía administrativa, económica y financiera, cuyo capital en un 98,58% pertenece al Estado, representado por el Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad empresarial del Estado -FONAFE,

BCR Nota Semanal. N° 9 - 2002
Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

dependencia del Ministerio de Economía y Finanzas y en 14,1% a la Corporación Andina de Fomento (CAF). Forma parte del Sistema Financiero Nacional y puede realizar todas aquellas operaciones de intermediación financiera permitidas por su legislación y sus estatutos en general toda clase de operaciones afines. Desde su creación hasta el año 1992 COFIDE se desempeño 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 a través de instituciones supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguro. La labor 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 la cultura corporativa que privilegia la responsabilidad y el compromiso con la misión y objetivos institucionales.

Las líneas de crédito que maneja están dirigidas a personas naturales y jurídicas con actividades pertenecientes a los sectores productivos de bienes incluyendo el sector comercial. Financia todos los requerimientos de financiamiento, cubriendo hasta el 100% de sus necesidades. El plazo máximo de pago para capital de trabajo es de 5 años, y las líneas de crédito que están dirigidas para la compra de activos fijos incluyendo obras civiles, el periodo de reembolso puede llegar a los 5 años, con tres de gracia. Tiempo de holgura que se da a los proyectos para que puedan consolidarse económicamente y financieramente. Existen líneas de crédito como el AVIAGRO, donde el periodo de amortización de la deuda depende del ciclo productivo, pero se maneja un techo de 18 meses para el pago correspondiente.

Las líneas de crédito que maneja COFIDE y que están dirigidas a las PYMES son las siguientes: PROMICRO, PROPEM, MICROGLOBAL. El monto máximo que COFIDE coloca por este tipo de línea de crédito es de US$ 5 000.

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>TAMAÑO DE EMPRESA</td>
<td>US$</td>
<td>%</td>
<td>US$</td>
<td>%</td>
<td>US$</td>
</tr>
<tr>
<td>Mediana y gran empresa</td>
<td>695,2</td>
<td>88,3</td>
<td>1068,1</td>
<td>89,8</td>
<td>1332,6</td>
</tr>
<tr>
<td>Pequeña empresa</td>
<td>24,1</td>
<td>3,1</td>
<td>40,1</td>
<td>3,4</td>
<td>39,3</td>
</tr>
<tr>
<td>Micro empresa</td>
<td>7,5</td>
<td>0,0</td>
<td>60,5</td>
<td>6,8</td>
<td>120,6</td>
</tr>
<tr>
<td>TOTAL</td>
<td>786,8</td>
<td>100,0</td>
<td>1158,7</td>
<td>100,0</td>
<td>1542,5</td>
</tr>
</tbody>
</table>

CAPÍTULO II. INTERMEDIARIOS FINANCIEROS LIGADOS AL DESARROLLO DE LAS PYMES

**Fuente: Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE)**

Si bien que las colocaciones de COFIDE para las microempresas han tenido un comportamiento creciente; pero sin lugar a dudas es insuficiente para cubrir los requerimientos financieros de éste sector empresarial. La concentración a favor de las grandes y medianas empresas es notorio, situación que se percibe en la actitud de los microempresarios, quienes, al realizar el estudio de campo mas del 65% 11 llegó afirmar que sienten poca receptividad de éste agente financiero. Aquí cabe resaltar un hecho importante, la concentración del crédito no es por política de COFIDE; lo que ocurre es que los intermediarios que se encargan de movilizar sus líneas de crédito, por cuestiones de riesgo y otros factores propios de la intermediación, desvían los capitales a aquellas empresas que supuestamente califican mejor para un seguro retorno. Paradigma por cierto que, presenta graves vulnerabilidades; y así lo demuestra el estudio realizado por Patricia Stuart 12 bajo el artículo "Servicios Financieros Alternativos para Microempresas: una opción para el Desarrollo" donde llega a demostrar que comparativamente las microempresas son buenos pagadores; y entre ellos las mujeres tienen mayor responsabilidad en el cumplimiento de pago de sus pasivos.

GRAFICO N° 2. COLOCACIONES DE COFIDE: 1996-2000. (ESTRUCTURA PORCENTUAL)

**Fuente: SNI. Elaboración propia.**

---

11 Encuestas realizadas por el autor en la zona textil de Gamarra. Cuadra 5 y 6. La Victoria.

12 Banco Central de Reserva (BCR) Revista Moneda N° 98 1996.

Fuente: COFIDE. Elaboración Propia

CUADRO N° 4: COLOCACIONES DE COFIDE POR REGIONES

Fuente: COFIDE. Elaboración Propia

La concentración del crédito a favor de las medianas y grandes empresas, se ve complementada con la concentración de los mismos a nivel de regiones; siendo Lima la más favorecida, esta debilidad estructural, como bien se sabe ha originado una grave distorsión en la economía que se ve reflejada en la pobre evolución de los indicadores macroeconómicos y microeconómicos. El escenario descrito, es uno de los factores que siguen entrampado la economía del país, por ello sigue sin resolverse el grave problema del empleo y la pobreza.

Es más esta concentración de los créditos, que supuestamente debe ser supervisada por la Superintendencia de Banca y Seguros, impide la viabilidad de muchos proyectos que se desarrollan en las provincias, que por sus bondades generarían elevados efectos multiplicadores, ya que están dirigidos a explotar, bajo los lineamientos del desarrollo sostenible, aquellos recursos naturales que generan ventajas comparativas.
Para exponer un caso, podemos poner como ejemplo a los textileros manuales de Puno,\textsuperscript{13} microempresarios que sólo les queda el canal del mercado informal de capitales y en cierto grado, el apoyo de FONCODES y Cajas Rurales; pero no así de los intermediarios bancarios, que por las cifras que se presentan, aparentemente están introducidos en la cultura del usufructo que el del desarrollo del país.

Por cierto no sólo COFIDE tiene la hegemonía en el manejo de los créditos hacia las PYMES, existen otras instituciones de menor envergadura, pero no menos importante en éste rol de financiamiento; en este bloque de prestamistas se ubican las EDPYMES, las Cajas Rurales, las ONGS, Cajas Municipales; instituciones que en estos últimos años han jugado un papel estratégico en el financiamiento de las PYMES, dando origen lo que ahora los teóricos lo llaman como micro créditos.

Aquí cabe resaltar un hecho sumamente interesante, salido de la encuesta formulada. El concepto es la Chanchita\textsuperscript{14}, que es mucho más ágil que la "Junta", es decir, es un capital que se usa para resolver problemas inmediatos o diarios. Este canal, que por cierto es incipiente, pero se encarga de coberturar aquel espacio que los intermediarios financieros no tienen la predisposición de ejercer el palanqueo del caso. Esta modalidad de crédito es complementada con la tradicional "Junta", organizada por los propios comerciantes o pequeños productores.

2.2.2. Empresas de Desarrollo de la Microempresas (EDPYMES)

Para encausar el trabajo de investigación e introducirlo al esquema didáctico, es conveniente conceptuar a estos últimos intermediarios financieros. ¿Qué es la EDPYMES?. Conforme se expresa en la Resolución SBS N 847-94 ésta organización financiera tiene por objeto otorgar financiamiento a personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades calificadas como pequeña y microempresa, utilizando para ello su capital propio y los recursos que provengan de donaciones. Asimismo también, bajo la forma de líneas de crédito de instituciones financieras.

Las EDPYMES están autorizadas a conceder créditos directos a corto, mediano y largo plazo, otorgar avales y otras garantías, descontar letras de cambio y pagarés, recibir líneas de financiamiento de provenientes de instituciones de cooperación internacional, organismos multilaterales, empresas o entidades financieras como COFIDE. De igual modo, administran en comisión de confianza, fondos de empresas nacionales o extranjeras, siempre que el objeto sea el apoyo a fomentar la micro y pequeña empresa; efectuar depósitos en cuenta corriente y otros servicios.

Una experiencia importante sobre este tipo de intermediario financiero es EDPYME - PROMEMPRESA, que en su Plan Estratégico contempla la Visión de constituirse en el 2010 en la líder a nivel nacional en la atención a la micro y pequeña empresa, con una meta de cobertura de 100 mil clientes con calidad, eficiencia y oportunidad.

\textsuperscript{13} Conversación sostenida por el autor, con los microempresarios textileros de Puno, Yunguyo, Juliaca en 1998.

\textsuperscript{14} Grupo de gente que se reúne para formar un capital que será prestado a uno de los conformantes del grupos bajo condiciones que ellos mismos estipulan.
Su visión es "otorgar servicios financieros para el desarrollo y crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresas a través de un sistema de trabajo de excelencia, generando importantes niveles de rentabilidad para la consolidación de la entidad financiera especializada"  

Este intermediario financiero tiene una cobertura a nivel nacional, centralizando sus operaciones en Arequipa, Ayacucho, Cusco y Lima, lugares que, es en donde se desarrollan importante cantidad de microempresas, artesanales como las que emplean tecnología intermedia en sus proceso de producción. Cabe señalar que esta EDPYMES en 1998 solo logró cobertura el 3.0% de la demanda potencial por este tipo de crédito; es decir solo se colocó 3.0 millones de un potencial de 389 millones.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Plazas</th>
<th>Demanda Potencial</th>
<th>Colocaciones 1998</th>
<th>% de atención de la demanda</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Arequipa</td>
<td>35</td>
<td>2.0</td>
<td>6.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Ayacucho</td>
<td>6</td>
<td>2.5</td>
<td>40.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Cusco</td>
<td>4</td>
<td>1.0</td>
<td>2.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Lima</td>
<td>344</td>
<td>5.5</td>
<td>2.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>389</td>
<td>11.0</td>
<td>3.0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

CUADRO N° 5. PARTICIPACIÓN CREDITICIA PROYECTADA POR PLAZA FINANCIERA. (Millones de US$)

Fuente: Estados Financieros de EDPYMES PROEMPRESA. 1999.

Las líneas de crédito que maneja éste intermediario financiero son: Prodesarrollo, con un monto mínimo de US$ 3000 y máximo de US$ 10 000 para ser devuelto en 24 meses. Promercado, con un monto mínimo de US$ 1 000 y máximo de US$ 5 000 para ser devuelto en 24 meses. Pro Crecer, con un monto mínimo de préstamo de US$ 50 y máximo de US$ 990 para ser reembolsado en un período de 36 meses.

Este mercado financiero no esta muy desarrollado en el Perú, por lo que su grado de cobertura no lograr cubrir las expectativas de los microempresarios, pero quienes no han dejado de aprobar su oportuna participación en el financiamiento de los capitales de inversión. A nivel del país estas instituciones sólo llegan a trece: las cuales son: PROEMPRESA, EDYFICAR, Crear, Tacna, Crear arequipa, Nueva Visión, Confianza, Raiz, Crear Cusco, Solidaridad, Credivisión, Credinpet, Crear Trujillo, Campo Piura, cuya participación es insuficiente para palanquear debidamente esta nueva fortaleza empresarial.

2.2.3. Cajas Municipales (CMACS)

Se crearon bajo el amparo del DL 23039 del 14-05-1980, reglamentado por el DS 147-81-EF del 08-1981, bajo la Constitución Política de 1979, pretendió darle un giro descentralizador a la economía de nuestro país, otorgándoles a los Gobiernos Regionales y Locales mayores atribuciones y responsabilidades en la tarea de impulsar el  

desarrollo integral regional. El decreto ley bajo mención plantea como fundamento para la creación de las CAMACs el fomento del ahorro comunal para apoyar el desarrollo de actividades productivas en las provincias, o sea el fomento de la micro y pequeña empresa, bajo la visión de mejorar los niveles de empleo.

Bajo la normatividad correspondiente las CAMACs, han iniciado sus gestiones con un objetivo concreto, el cual es la descentralización y profundización financiera, captando ahorros del publico para financiar actividades productivas que fomenten el empleo en las provincias y regiones a través de la creación de microempresas. Sin embargo, para cumplir con esta tarea las CAMACs han contado con el apoyo de las Municipalidades, de la GTZ, SBS; FEPMAC. El camino recorrido por las CAMACs no ha sido fácil, estas instituciones han tenido en primer lugar que forjar su propia identidad, separándola de la identidad de la Municipalidad, mostrándose a la comunidad que las CAMACs son instituciones financieras con autonomía económica, financiera y administrativa. Las CAMACs que operan en el país son: Caja Municipal de Sullana, Caja Municipal de Piura, Caja Municipal de Paite, Caja Municipal de Trujillo, Caja Municipal de Maynas, Caja Municipal de Huancayo, Caja Municipal de Tacna, Caja Municipal de Lima. Las 66 instituciones que operan en el país, llegaron a movilizar en el año 2000, 162 millones de dólares, mostrando sus preferencia para los microempresario cuyas operaciones se centran en el sector comercio con una participación en los créditos desembolsados del 40%, seguido del sector agricultura con un 11,55% e industria con el 5,5%, fondos que por sus caracteristica no ejercen mayores efectos productivos reales en la economía de la región donde se desarrollan estos intermediarios financieros. ¹⁶

Las CAMACs, han tenido un desarrollo importante en el volumen de operaciones y el incremento de sus utilidades. De esta manera el desarrollo del ratio activos ponderados /patrimonio efectivo en la mayoría de los casos supera 06 veces. Actualmente se puede apreciar que la globalización del Sistema Financiero está tendiendo a que en el mercado permanezcan pocos bancos grandes, lo cual deja espacio para la operatividad de estas instituciones financieras.

Cabe señalar que las CAMACs deben plantearse una clara estrategia de mercado que defina sus productos financieros y servicios de acuerdo a los requerimientos de sus clientes, orientándose a nichos, donde dificilmente tiene acceso la banca comercial. El nivel estratégico debe estar atento a las variaciones del mercado, de tal manera que no lo sorprenda la competencia y termine vulnerando su nivel de posicionamiento.

Algunos casos importantes de las CAMACs lo representan las Cajas Municipales de Piura y Arequipa, instituciones que han encontrado en los microempresarios un importante segmento para intermediar sus fondos líquidos, tal es así que han desarrollado productos que implica colocar microcréditos desde US$ 100.00. Es más, han implementado unan tecnología que sustituye la exigencia de garantías tradicionales por informaciones que permiten evaluar adecuadamente la capacidad de pago del cliente y estimar sus voluntad de pago. Para tal efecto tienen en cuenta una rigurosa metodología de evaluación de créditos y la utilización de créditos no convencionales respecto a la apreciación de las garantías, han incorporado aspectos positivos de mercado como son:

la flexibilidad, rapidez y la utilización de garantías no tradicionales.

2.2.4. Fondo Nacional de Compensación y Desarrollo Social (FONCODES).  
Es un organismo descentralizado autónomo, que depende directamente de la Presidencia de la República del Perú, cuya misión es la de mejorar las condiciones de vida de los más pobres, generando empleo, atendiendo las necesidades básicas de la población en la gestión de su propio desarrollo. Las líneas de financiamiento de FONCODES son para financiar proyectos de infraestructura básica y proyectos de desarrollo integral. Este último programa abarca la ejecución de Proyectos Especiales; Proyectos Regulares, Proyectos Integrales, Proyectos Articulados de Desarrollo.

<table>
<thead>
<tr>
<th>TIPO DE PROYECTO</th>
<th>INVERSIÓN</th>
<th>PORCENTAJES</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>(Millones de nuevos soles)</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td>Apoyo Social</td>
<td>135</td>
<td>3.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Infraestructura Social</td>
<td>1694</td>
<td>43.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Infraestructura Económica</td>
<td>882</td>
<td>22.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Desarrollo Productivo</td>
<td>181</td>
<td>5.0</td>
</tr>
<tr>
<td>Proyectos Especiales</td>
<td>1054</td>
<td>27.0</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Fuente: Ministerio de la Presidencia

2.2.5. Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria. (FOGAPI)  
Esta institución tiene como objetivo " Apoyar, promover y asesorar el desarrollo de las Pequeñas y Microempresas (PYMES) de cualquier sector económico, mediante operaciones de afianzamiento que les permita acceder al crédito de las instituciones financiera y de los proveedores, así como también participar en licitaciones, concursos públicos o privados y lograr adelantos de retribuciones en condiciones adecuadas de oportunidad y costos". Esta institución que viene operando desde Julio de 1997, establece vínculos contractuales directamente con las instituciones financieras, a efecto de respaldar con créditos que se otorguen a dicho sector, en un porcentaje de cobertura de hasta 62,5%, cuyas características y condiciones son determinadas en el contrato. 17

Los principios básicos de ésta modalidad operativa son las de adicionalidad y de selección adversa. La adicionalidad consiste en facilitar que un mayor número de
pequeñas y microempresas accedan al crédito formal. La selección adversa se sustenta en que las Instituciones Financieras Intermediarias (IFIS) no excluyan de la garantía las operaciones desembolsadas y que en orden cronológico cumplan con las características preestablecidas en dicho contrato.

Los beneficios de FOGAPI se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Facilita el acceso de las PYMES al crédito del Sistema Financiero.
- La evaluación, aprobación y seguimiento del crédito sólo se realiza por la institución financiera que otorga el préstamo.
- Logra mayor interés de las instituciones financiera, pues incrementa el volumen de sus operaciones que reportan alta rentabilidad.
- Minimiza el riesgo crediticio y complementa la insuficiencia de garantía que otorgan las PYMES.

Cabe señalar que éste servicio de garantía, cuenta con el apoyo de COFIDE, así como de la Cooperación Técnica Internacional. En base a estos dos respaldos otorga cartas fianzas a las PYMES, con la finalidad se garantizar sus obligaciones ante terceros.

Las cartas fianzas emitidas por FOGAPI han permitido a las PYMES, al igual que el servicio de garantía de cartera, acceder al crédito de proveedores, lograr adelantos y participar en licitaciones y concursos convocados por instituciones públicas y privadas.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo de empresa</th>
<th>1999</th>
<th></th>
<th>2000</th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>N°empresas</td>
<td>%</td>
<td>Poblac.</td>
<td>N°empresas</td>
</tr>
<tr>
<td>Pequeña empresa</td>
<td>4861</td>
<td>0.16</td>
<td>12 163</td>
<td>5 442</td>
</tr>
<tr>
<td>Microempresa de acumulación</td>
<td>12 650</td>
<td>0.41</td>
<td>31 625</td>
<td>14 161</td>
</tr>
<tr>
<td>acumulada</td>
<td>213 741</td>
<td>6.90</td>
<td>534 353</td>
<td>239 276</td>
</tr>
<tr>
<td>Microempresa de acumulación</td>
<td>2 885 856</td>
<td>62.53</td>
<td>7 164 640</td>
<td>3 208 229</td>
</tr>
<tr>
<td>simple</td>
<td>2 885 856</td>
<td>62.53</td>
<td>7 164 640</td>
<td>3 208 229</td>
</tr>
<tr>
<td>Microempresa de subsistencia</td>
<td>3 097 108</td>
<td>100.00</td>
<td>7 742 771</td>
<td>3 467 103</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros. Elaboración propia.

Las encuestas arrojan que este organismo tiene poca presencia entre los microprestariios. Información obtenida en conversaciones con los microempresarios de San Juan de Lurigancho.
2.2.6. Los Bancos Comunales

Son comunidades que buscan que sus asociados obtengan préstamos y logren ahorros. Nacen en los años ochenta. Cada grupo está conformado entre 30 y 50 miembros. Esta dirigido fundamentalmente por gente muy pobre. Todos los miembros firman un acuerdo de préstamo en la que todos garantizan el financiamiento. el primer préstamo usualmente de US$ 50.00 por un lapso de 4 meses para ser repagado mensualmente. Se financia capital de trabajo. La metodología propone al menos que se ahorre el 20% del préstamo. La idea es conseguir conciencia de ahorro y de pago.

La experiencia hasta 1999 dice que la tasa de repago está por encima del 90%. Los principales exponentes de está metodología son. Freedman Hunger Fundatión (FFH) en Tailandia, Catholic Relie Service en Tailandia, CARE en Guatemala, FINCA en Costa Rica y México y CRS en Perú.

2.2.7. Los intermediarios financieros, los micro créditos y las microfinazas.

Puede definirse como micro finanzas aquellas actividades que procura ofrecer financiamiento de muy bajo monto y posibilidades de ahorro a segmentos de bajos recursos. En muchas circunstancias estos créditos llegan a apenas US$ 100 y los ahorros son exiguos en la medida que éstas instituciones no están preparadas para la captación.

Las micro finanzas atienden fundamentalmente a empresas y personas naturales. Actualmente es posible segmentar el mercado de empresas según la etapa de desarrollo por la que están atravesando en su evolución económica. De esta forma se puede distinguir a las PYMES, de menor a mayor desarrollo, las microempresas de subsistencia, de acumulación simple y de acumulación ampliada.

CUADRO N° 8. UNIVERSO DE LAS PYMES EN EL PERÚ: 1990-2000


Las Instituciones en Microfinanzas (IMFs) están constituidas por las Organizaciones
no Gubernamentales (ONGs) que ofrecen créditos individuales; las ONGs que ofrecen créditos bajo la metodología de grupos solidarios, los bancos comunales, las entidades de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (EDPYNES), las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMACs) y las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRACs).

Se puede hacer mención a dos grupos de instituciones que ofrecen más recursos financieros de este tipo, la Banca de Consumo, y las Cooperativas de Ahorro y Crédito. La Banca de Consumo es aquel sector del Sistema Financiero que otorga créditos de consumo. Está conformada por Bancos y Financieras reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguro (SBS) que se especializan en colocar prestamos de rápido retorno. Actualmente cuatro instituciones se dedican a esta actividad, estas son; Banco del Trabajo, Financiera Solución, CMR y Cordillera (Grupo Ripley), organismos que llegaron a desarrollarse cuando se liberalizó el mercado financiero, bajo el modelo neoliberal que se implementó en los años noventa.

![Table Image]


Fuente: Superintendencia de Banca y Seguro

Puede observarse que el total de colocaciones asciende a US$ 190 millones a agosto del 2000, es decir, US$ 40 millones menos que en diciembre de 2000. El índice de morosidad oscila entre el 2,2% y el 6,7%. La tasa de morosidad nos da una idea sobre el grado de responsabilidad de las microempresas para cumplir con sus pasivos, situación que expresa, que a pesar de las debilidades que presenta este sector para acceder a los créditos, pueden ser calificados como buenos sujetos bancables. Sin duda alguna, las micro empresas necesitan del apoyo financiero, solo así estarán en capacidad de mejorar sus tecnologías y optimizar sus recursos productivos, vías que conducen a trabajar con ciertas ventajas en los mercados globalizados. Esto, coadyuvará a potenciar la economía del país, que es lo que realmente se necesita en esta coyuntura, para mejorar el empleo y la pobreza.

Estudio de posicionamiento de los intermediarios financieros en la zona industrial de Gamarra y San Juan de Lurigancho, demuestran lo afirmado.

Ante la pregunta ¿para usted, qué entidad financiera apoya más a los
microempresas? La respuesta fue como sigue:  

<table>
<thead>
<tr>
<th>Entidades</th>
<th>Cantidad</th>
<th>Cantidad</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Las Juntas</td>
<td>17</td>
<td>30.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Los proveedores</td>
<td>15</td>
<td>25.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Los Bancos de consumo</td>
<td>9</td>
<td>15.00</td>
</tr>
<tr>
<td>La Banca Comercial</td>
<td>6</td>
<td>10.00</td>
</tr>
<tr>
<td>ONGs</td>
<td>5</td>
<td>8.00</td>
</tr>
<tr>
<td>Cajas Municipales</td>
<td>4</td>
<td>7.00</td>
</tr>
<tr>
<td>ONGs</td>
<td>3</td>
<td>5.00</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>TOTAL</strong></td>
<td><strong>58</strong></td>
<td><strong>100.00</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Es conocido que las PYMES, por las debilidades que presentan para acceder un crédito de la banca formal orientan sus preferencias a organizaciones no bancarias, como ONGs. EDPYMES, Cajas Rurales, como Cajas Municipales, que paradójicamente transfieren una carga financiera a las PYMES que, inclusive en muchos casos, es superior al que rige en la banca corporativa, con excepción a la banca de consumo. Si bien es cierto que la velocidad del desembolso en los intermediarios financieros no bancarios, es más rápido que en la banca corporativa; pero implícito a ello, está el riesgo crediticio, situación que se ve reflejada en la tasa efectiva activa en moneda extranjera; (TAMEX) y la tasa Activa en Monda Nacional (TAMN).

Pero como el microempresario, por su grado de cultura financiera y limitaciones de sus garantías reales, llevados por la necesidad de capital para mejorar sus proceso productivo o simplemente mantener sus cadena de producción, se ve forzado a acudir a mercados informales de crédito; que por transarse activos líquidos a tasas prohibitivas; los prestatarios (PYMES) se ven imposibilitados en cumplir con su compromiso financiero; comprometiendo así su situación patrimonial, que en muchos casos se convierte en quiebra empresarial. Por evidencia se sabe que en el mercado usurero de capitales se cobran por los créditos una tasa que oscila entre 10% y 20% mensual; tasa que no podría ser cubierta, en el Perú, por la empresa más competitiva del medio; peor aún en estos años que se viene experimentando una persistente recesión, hecho más que evidente para afirmar que estos capitales son perniciosos para el desarrollo de las PYMES, incluido las del sector textil.

¿Cuál es el perfil de las entidades especializadas en micro crédito que apoyan a los pequeños negocios en Perú?

Es claro que las entidades especializadas en el micro crédito constituyen los proveedores fundamentales de éste tipo de financiamiento, incluyendo, como ya se mencionó, en este conjunto a las CMACS CRACs, EDPYMES y MIBANCO. Dentro de este grupo son las CMACs las que han alcanzado la mayor gravitación, concentrando el

---

18 Encuesta realizada a la muestra considerada en la presente investigación, con un grado de confiabilidad del 95% y error permisible del 5%.
45.7% de éste portafolio crediticio, logro que se ha obtenido a pesar de que éstas entidades no operan en el mercado de Lima Metropolitana. Asimismo, su promedio de préstamo vigentes muestran su clara orientación a los sectores más pobres y registran los mejores indicadores de calidad de portafolio (cartera atrasada 5.9%) y de rentabilidad (retorno sobre el patrimonio de 19.9% en 1998).

Las CRACs constituyen la segunda fuente más importante en el financiamiento a estas pequeñas empresas con una participación del 38.1% en la oferta crediticia, aunque con promedios más altos por cliente. Sin embargo, los elevados niveles de cartera pesada (17,5%) y las pérdidas generadas (equivale a 1,9% del patrimonio), a 1998 muchas CRACs no aseguraron aún su plena viabilidad financiera, por lo que, debieron realizar un importante esfuerzo para mejorar su gestión y tecnología crediticia, reformar su estructura patrimonial y racionalizar sus costos operativos.

Los indicadores de las EDPYMES se encuentran muy influenciados por los negativos resultados generados por la crisis de CREDDIMPT, sin considerar a ésta entidad las EDPYMES muestran una cartera atrasada del 4,5% y un rendimiento sobre el patrimonio del 1,1%. Otra situación semejante se presenta en MIBANCO, entidad que destaca por su reducido promedio de créditos y bajos niveles de morosidad.

En conclusión, es claro que en el micro crédito, las CMACS constituyen el proveedor dominante que opera con los mejores niveles de calidad de cartera y rentabilidad. Pero también es evidente que, el financiamiento a éstas pequeñas unidades empresariales presenta un gran mercado aún no explotado, a pesar del veloz crecimiento registrado en los últimos años, dado que se estima que existen 3,080,360 microempresas en el país. También hay que señalar que esta importante participación de las PYMES en la estructura productiva del Perú se mantendría a mediano plazo, dada la imposibilidad que el sector moderno de la economía pueda expandir su capacidad de absorción de empleo en la magnitud requerida como para absorber a este vasto contingente de trabajadores. En efecto hay que considerar que la PEA está aumentando más rápidamente que la población total por dos factores centrales:

**Primeramente:** Por el ingreso al mercado de trabajo de los amplios cohorts generacionales nacidos en el periodo de elevado dinamismo demográfico y;

**Segundo:** por la creciente incorporación de las mujeres a la PEA

De ahí el atractivo de los Intermediarios financieros especializados en microcréditos, que puedan superar el desafío de ampliar a escala masiva sus colocaciones a la microempresa y apoyar así la creación de oportunidades de trabajo para las mujeres y los jóvenes, diversificando e incrementando los ingresos de las unidades familiares en situación de pobreza.

A su vez, el actual marco regulatorio de las IMF en el Perú es en general favorable, ya que se han suprimido los controles a las tasas de interés, se han simplificado los requisitos de información sobre prestatarios y se han adoptado normas bien adaptadas a las necesidades de las IMF y de sus clientes. Sin embargo, podría resultar conveniente elevar los capitales mínimos, para evitar una fragmentación excesiva de las IMF que les impida alcanzar economías de escala, y adoptar normas de provisiones más estrictas, para reforzar los incentivos que favorezcan una gestión prudente de éstas entidades.
También se requiere un mayor esfuerzo de supervisión de las IMF, especialmente en el periodo actual de consolidación de estos intermediarios. Asimismo, sería importante eliminar las distorsiones legales que penalizan actualmente a la actividad de intermediación de las ONGS, como el caso del cobro del IGV sobre sus préstamos, pago que no deben realizar las entidades formales por encontrarse exoneradas. Sería importante evaluar en que medida las normas propuestas para incentivar la sostenibilidad de las IMF podrían conducir a que estas entidades descuilen la atención de los clientes percibidos como menos rentables, como los microempresarios más pobres o las mujeres.

Pero a pesar del rápido desarrollo del micro crédito en el Perú se registra todavía una amplia demanda insatisfecha, especialmente en los campos de micro crédito rural y de la financiación de la adquisición de activos para la microempresa. También debe destacarse el alto nivel de las tasas de interés cobradas por las IMF.

De ahí que se precisa incentivar la ampliación de la oferta crediticia a mayor velocidad y mejorar sus condiciones. Esta meta se podría lograr la acción del sector privado con la intervención del sector público. El desarrollo de las operaciones del primero generará una mayor competencia y abrirá mayores opciones para cubrir las necesidades de financiamiento de la microempresa con menores costos y productos adaptado a sus necesidades. A su vez el Sector Público debería propiciar la reforma institucional de las IMF; brindarles un apoyo financiero con normas claras, tasas de interés positiva en términos reales e incentivos a la diversificación de sus fuentes de recursos y capital y apoyarlas a través de programas de reforzamiento institucional de las IMF, absteniéndose de realizar intervenciones que puedan distorsionar el mercado financiero.

Pero para realizar estas tareas resulta muy importante disponer de los resultados de investigaciones socio-económicas, que puedan apoyar el desarrollo de las IMF, incentivar las actividades del sector privado en este campo y orientar las intervenciones del sector público y la cooperación internacional; mejorando sus herramientas de promoción. También resulta necesario evaluar el impacto del micro crédito en la reducción de la pobreza y las desigualdades de género, para orientar la formulación e implementación de las políticas de desarrollo. De ahí la relevancia de la red de investigación planteada.
CAPÍTULO III. PERFIL DE LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS Y SU GRADO DE ARTICULACIÓN CON LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS.

1. CONCEPTUALIZACION DE LAS PYMES

Existen diversas formas de diferenciar a las PYMES de otro tipo de empresa, dependiendo del aspecto o particular punto de vista del análisis que se quiera efectuar, que podría ser legal, tributario, organizativo. Se señalará tres enfoques, siendo estas las más usadas en el escenario nacional:

a. Desde el punto de vista de la estructura organizativa: las principales características que distinguen a estas empresas son:

- Actúan fuera del marco jurídico vigente para la gestión empresarial; es decir son fundamentalmente informales.
- La propiedad de la empresa es formalmente familiar. No existe diferencia entre el
patrimonio familiar con el de la empresa.
- No existe relaciones laborales formales
- El mercado al cual producen es mayoritariamente nacional
- La tecnología en el proceso productivo es sencilla, no intensiva en capital, ni utilizan insumos importados.

**b. Desde el punto de vista del Ministerio de Industria y COFIDE.**
- Para el Ministerio de Industrias, son aquellas empresas cuya venta anual llega hasta 12 UIT y son empresas que tienen como máximo 10 trabajadores y el propietario trabaja en ella.
- Para COFIDE. La microempresa es aquella que tiene activos fijos hasta un máximo de US$ 20 000 y tienen ventas anuales hasta US$ 40 000.

**c. Según la Ley 27268** que fue promulgada el 26 de mayo del 2000, se denomina:
- Microempresa: Cuando el número de trabajadores no excede a 10.
- Pequeña empresa: Cuando la cantidad de trabajadores no exceda a 40.

La ley mencionada conceptualiza de la forma siguiente a las PYMES "Unidad económica que opera como persona natural o jurídica, cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción, y comercialización de bienes o prestación de servicios dentro de los parámetros de la presente ley".

Las referencias estadísticas disponibles, no brindan información homogénea existente sobre éstas empresas; sin embargo, tomando estimaciones de consultores especializados en el tema, se puede indicar que existen alrededor de 3 millones 100 mil pequeñas y microempresas, de las cuales el 40% están registradas como empresas contribuyentes.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tipo de empresas</th>
<th>Nº de trabajadores</th>
<th>% del Total de Empresas</th>
<th>% de la PEA</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Micro</td>
<td>1 a 10</td>
<td>95.65</td>
<td>45.34</td>
</tr>
<tr>
<td>Pequeña</td>
<td>11 a 50</td>
<td>3.28</td>
<td>14.65</td>
</tr>
<tr>
<td>Mediana</td>
<td>51 a 200</td>
<td>0.74</td>
<td>12.31</td>
</tr>
<tr>
<td>Grande</td>
<td>201 a más</td>
<td>0.33</td>
<td>27.70</td>
</tr>
</tbody>
</table>

*CUADRO N° 10. ESTRUCTURA INDUSTRIAL PERUANA*

**Fuente**: INEI - Universidad del Pacifico - Centro de Investigación-CIUP.
2. CONCENTRACIÓN DE LAS PYMES

Los resultados del III Censo Nacional Económico\(^{19}\) 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. Cuando se realizó el CENEC el numero de PYMES formales y que contribuían al Estado llegaba a 231249 empresas\(^{20}\).

Las estadísticas sobre éste sector empresarial señalan que el 35.5% de éstas empresa están ubicadas en Lima. Esta concentración empresarial ha motivado que en las provincias su grado de participación sea en menor escala. Arequipa concentra el 8,7%, Junín el 6,6% La Libertad el 5,0%, Piura el 4,6% de este tipo de empresas; fenómeno que además induce a la concentración del empleo en la capital.

Lima concentra el 35.5% de los micro negocios que funcionan en todo el país y el 69% de las pequeñas empresas\(^{21}\), dedicándose el 62% a la actividad de comercio y reparaciones de vehículos mientras que el 12% realiza actividades industriales. La mayoría de micro y pequeños negocios se dedican al comercio por requerir bajo nivel de inversión y por ser de fácil adapatabilidad para el cambio.

---

1. GRÁFICO N° 3. Estructura Porcentual de los Establecimientos de las Pymes, según Actividad Económica.

\(^{19}\) INEI. III Censo Nacional de Empresas -CENEC. 1993.actualizado 1996.

\(^{20}\) Ibid. Pg. 39

\(^{21}\) 1-10 trabajadores: Microempresa. 11-20 trabajadores: Pequeña empresa

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"

Los 231 mil establecimientos que censo el CENEC 1993, 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.


Fuente: INEI.III CENEC. Elaboración propia

En cuanto al aporte del PBI, 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 PYMES.
GRÁFICO N° 5. Valor Agregado de la Micro y Pequeña Empresa.

**Fuente**: INEI.III CENEC. Elaboración propia

Los establecimientos que realizan actividades en la industria de la manufacturera contribuyen a la generación de una cuarta parte de la producción bruta de la micro y pequeña empresa, mientras que la actividad de comercio lo hace con el 36.5%.

Esta estadística es reforzada por el trabajo realizado por el Banco Central de Reserva realiza con el financiamiento de la Agencia Interamericana de Desarrollo (AID), estudio que concluyó que, el 9,5% de las PYMES pertenece al sector industrial, el 66,7% al sector comercio, el 3,8% al sector transporte. Este mismo estudio llegó a determinar que el sector industrial en Lima metropolitana, 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 ATPA.

![Gráfico de barras](image)


**Fuente**: INEI.III CENEC. Elaboración propia.

### 3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LAS PYMES

Como las estadísticas lo demuestran, las PYMES han sido el colchón para quienes el sector moderno de la economía no era una alternativa cuando el Perú entro a la etapa de reformas estructurales. No obstante, el espíritu empresarial se ha traducido en más de miles unidades empresariales sostenibles. ¿Cuáles han sido las fuentes de financiamiento "externo" de estas unidades? Aquí cabe distinguir dos segmentos de mercado, con el objetivo de tener una visión clara de las diferentes dinámicas de financiamiento. En un extremo, en la base de la pirámide empresarial, los conductores de

---

22 Banco Central de Reserva del Perú-AID- Encuesta de Pyme en Lima Metropolitana.1995

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
actividades generadoras de ingresos de subsistencia acceden mayoritariamente a fuentes de financiamiento informal o no acceden a fuentes de financiamiento alguno. En el otro extremo en la punta de la pirámide, se puede identificar aquellos negocios en expansión, producto de la acumulación de conocimiento del mercado y activos que respaldan cualquier inserción, quienes encuentran, principalmente en los intermediarios financieros no bancarios una importante fuente de financiamiento.

En suma, el segmento más dinámico de las PYMES ha encontrado en las instituciones de desarrollo un socio estratégico; sin embargo y a pesar del esfuerzo estatal, los alcances son aún limitados. La banca comercial podría ser el agente que dinamice su actividad, objetivo que están lejos por lograrse.

Sin embargo, los problemas de las PYMES van más allá de los financieros. Por esta razón, es vital urgencia resolver los siguientes problemas estructurales.

- Las garantías que exigen los bancos para asignar mayores recursos para micro créditos.
- El mercado de información es determinante para que los pequeños empresarios y los microempresarios puedan asignar eficientemente sus recursos.
- La asistencia técnica es uno de los servicios no financieros más importantes. Pero aún más importantes es la capacidad técnica de quienes lo proveen.

 Pero a pesar de estas limitantes, los microempresarios tienen gran importancia en la estructura económica del país, generan empleo para el 45% de la PEA urbana y ha provisto el 63.3% de los nuevos empleos creados de 1993-1998 \(^{23}\). Asimismo refleja está gravitación el hecho que las PYMES aportan el 42.1% del PBI. Esta fortaleza no contrasta con el apoyo de la banca comercial. Los empresarios que están involucrados en esta actividad, sólo el 6% accede a está clase de bancos. En 1995 la oferta de crédito llegó a US$ 82,2 millones, la demanda por prestamos comerciales alcanzaba US$ 1000 millones. Existe una demanda de crédito que se traduce en tasas de interés de hasta 112% anual en moneda local y 29% en moneda extranjera.

El presente diagnóstico se podría plasmar en el siguiente análisis FODA, que permitiría al final de la investigación recomendar las políticas de desarrollo del caso.

**Fortalezas:**

- Bajo nivel de inversión por puestos de trabajo, hay una relación de 1 a 20 entre la inversión más baja por puesto de trabajo en una PYME del sector construcción y la más alta es en una PYME del sector transporte.
- Flexibilidad para la reconversión productiva, de acuerdo a las necesidades de la demanda (por bajo nivel de inversión y ser empresa familiar)
- Son herramientas de capacitación y aprendizaje, que ponen de relieve al factor trabajo como elemento más importante del proceso productivo.
- Creatividad e innovación en el campo tecnológico y para la producción de bienes y

\(^{23}\) INPET. Estudio de Factibilidad para una entidad de desarrollo de Pequeña y microempresa - EDPYMES CRINPET. 1995

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
servicios.

**Debilidades:**

- El insuficiente desarrollo en el nivel tecnológico y organizacional.
- Las dificultades que tienen para generar una oferta regular, en cantidad y calidad.
- El bajo poder de negociación para el trato con sus proveedores y clientes el acceso restringido a las fuentes de financiamiento.
- Cuentan con infraestructura y equipo que podrían ser calificado como precario.
- Actúan en la informalidad en el campo legal y tributario.
- Carecen de capacitación en gestión empresarial.

**Amenazas:**

- El incremento constante de la competencia, no sólo nacional sino del resto del mundo, como consecuencia de la apertura de los mercados y la globalización.
- La alta velocidad de los cambios tecnológicos, que demandan de éstas empresas una permanente adecuación y/o renovación de sus activos (maquinaria y equipo).
- El incremento del poder de los clientes que demandan mayor calidad, mejores servicios y costos decrecientes.

**Oportunidades:**

- La existencia de números nichos de mercado que no son cubiertas por las empresas de mayor tamaño, y también aquellos sectores del mercado que requieren ser atendidos como producto de la reconversión empresarial que se vienen produciendo.
- El aprovechamiento de ventajas competitivas en la producción de determinados bienes de exportación no tradicionales.
- Los cambios en las disposiciones legales; como por ejemplo los referidos a la flexibilidad de los contratos laborales y algunas facilidades tributarias que están orientadas a crear un contexto que permitiría la formalización de estas empresas.
- El desarrollo del ATPA y el ALCA que implicará abrir el mercado norteamericano y un megamercado de más 800 millones de consumidores para los productos de países procedentes de la Comunidad Andina de Naciones(CAN).

**4. LAS PYMES Y EL EMPLEO**

En el Perú las micro y pequeñas, concentran el 96% de las empresas y contribuyen, junto con las medianas empresas con un 42.1% de la producción nacional. 24. Si embargo a

---

24 Villarán Fernando Las PYMES en la estructura Industrial Peruana.Lima. S.A.P. 12 1999

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
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 PYMES 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, 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 PYMES funcionan como proveedores de productos especializados que satisfacen las necesidades de las grandes empresas, la cual permite el aprovechamiento óptimo de las potencialidades de cada eslabón de la cadena económica. En este sentido, es posible distinguir una serie de factores que limitan la capacidad de las PYMES 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 éstas 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 unidades empresariales, dado su extenso número y elevada dispersión. Desde que una persona se convierte en vendedor ambulante, ya está considerado como un microempresario. En este sentido, el Estado, ha implementado una serie de programas de ayudas, tales como Bonopyme, Prodame, Profeco, 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 Prompyme 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 e 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

---


"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
CAPÍTULO III. PERfil DE LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS Y SU GRADO DE ARTICULACIÓN CON LOS INTERMEDIARIOS FINANCIEROS.

necesitan más asistencia, hacen que los programas de ayuda (como los de asistencia técnica y capacitación) no sean suficientemente efectivos.

El fomento de las PYMES como estrategia de la creación de empleo parece ser un 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 PYMES. 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, 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 de traducir en la generación de nuevos y mejores empleos.

5. Eslabonamiento entre las PYMES y el sistema financiero.

Las PYMES encuentran particularmente difícil accesar 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 PYMES 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 PYMES.

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. Esta 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 PYMES es 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:

**a. Relación financiera: banco - Cliente**

- **Relación directa:** Es la relación clásica, en la cual se ofrecen créditos a las PYMES 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 de segundo piso.

Dentro de este contexto hay que señalar, que las entidades financieras especializadas en las micropemepresas 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 PYMES, 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.

**b. 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 PYMES que son los clientes.

**c. Relación banco - gestión de las PYMES.**

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. Dentro de este enfoque de Banca Múltiple definido por la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros, han abierto 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 las PYMES en el ámbito rural.

6. ALGUNAS EXPERIENCIAS DE ESLABONAMIENTO ENTRE LAS PYMES Y LOS BANCOS

El crecimiento económico del país pasa por desarrollar las PYMES, de tal forma que la generación de VA no se vea limitada a reducido grupo de actividades productivas. Así, esta diversificación permitirá mejorar el escenario económico. Como ya se mencionó uno de los problemas fundamentales es su acceso al sistema financiero, por lo cual se ha visto por conveniente desarrollar a continuación, como algunas empresas financieras vienen tratando el tema de las PYMES.

Con respecto al Banco Wiese, incursionó en el sector de las PYMES en 1991. Inicialmente el banco se vinculó con los microempresarios a través de las ONGs. Esto fue necesario por las facilidades que éstas contaban para elaborar y mantener su base de datos de los microempresarios. Así, hasta 1996 el banco actuaba como operador de riesgos de terceros, periodo que le permitió al banco conocer el sector. La política del banco es establecer garantías reales, el cual es un elemento de respaldo para la institución. El Gerente de PYMES del éste banco aparecida en una revista que publica la Universidad del Pacífico, expresó “... los volúmenes invertidos en los microempresarios no ha sido importante y no ha reportado mayores utilidades para la institución”. En contraste, el actual desarrollo del mercado de capitales ha obligado a los bancos a incursionar en nuevos sectores donde canalizan préstamos, siendo el sector de la pequeña empresa una posibilidad atractiva, cuya utilidad para el banco fue de 2/1 con una morosidad del 3%. Por el lado del Banco de Crédito, cabe señalar que ésta institución financiera se vinculo a las PYMES en 1996. Las tasas de interés que maneja éste banco en el sector de las PYMES es superior a las tradicionales, debido al mayor riesgo involucrado, el punto de referencia es la tasa cobrada por los proveedores. La morosidad de la cartera de colocaciones para este sector llega al 4%, cifra que evidencia que los microempresarios son buenos pagadores.

La cobranza del crédito bancario para éste sector depende del ciclo de los negocios (Producción-Comercialización-Cobranza). Para créditos mínimos (US$ 600) el banco no solicita garantías reales, operación que si le permitirá conocer y calificar al microempresarios para futuras operaciones de crédito.

Por su parte COFIDE, se articula con las PYMES a través de las diversas entidades del sistema financiero, lo cual no sólo dificulta la canalización de los créditos, sino que además genera una elevación de la tasa de interés, lo cual merma la capacidad de los


"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
microempresarios para operar con ventajas competitivas.

COFIDE, con aval del gobierno, capta fondos para apoyar a la microempresa del BID (Banco Interamericano de Desarrollo), la CAF (Corporación Andina de Fomento), el BM (Banco Mundial), a tasa internacionales, (LIBOR - PRIME RATE), pero por sus condición de banca de segundo piso, estos fondos, dentro de las diversas líneas de crédito que maneja, como pueden ser: Programa Microglobal, PROPEM, PRIDA, AVIAGRO, llegan al usuario con tasas comerciales que maneja cada banco o agente financiero que tenga el encargo de COFIDE de colocar sus fondos líquidos en el sector micro empresarial, tasas que son iguales al TAMEX si es en moneda extranjera o al TAMN si los créditos son en moneda nacional. Si a esta deficiencia en la canalización de los créditos se le adiciona, las exigencias propias de cada banco para garantizar las colocaciones, más la carencia de garantías reales por parte de los solicitantes de créditos; los desembolsos son lentos e exiguo a lo que realmente necesita este sector para despegar económicamente.

![Cuadro 11. PYMES: Estimación de la Demanda de Créditos](image)

CUADRO N° 11. PYMES: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE CRÉDITOS

1/Encuesta INEI 1997, considera empresas con menos de 50 trabajadores y activos totales.

2/Promedio por Unidad productiva.

3/Asumiendo que el 40% de las PYMES tiene acceso a créditos.

4/Sólo un 45% de las PYMES con acceso al crédito son urbanas.

Fuente: COFIDE. Elaboración propia.

Los bancos tienen un rol importante en el fortalecimiento competitivo de las empresas, entre ellas las PYMES. Pero, a pesar de que éste último sector, es la responsable de dar el soporte al mercado laboral, los bancos no le asignan la importancia que se merece, evidencia de ello, es que actualmente, según un reporte de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), sólo seis de los quince bancos del Sistema Financiero presentan información de tasas de interés de préstamo para microempresas a plazos mayores de 360 días. El costo promedio registrado es de 51.77% al año.,
incluir el costo de comisiones por el servicio ofrecido. Los bancos que menos cobran son el Continental, Crédito y el Wiese Sudameris.

¿Qué pasa con los demás bancos del Sistema Financiero? Consideran a las PYMES como un sector marginal dentro de cartera de colocaciones, lo cual no ayuda en nada a repotenciar el sector en sus debida dimensión.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Banco</th>
<th>Costo del Crédito %</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Continental</td>
<td>30.63</td>
</tr>
<tr>
<td>Crédito</td>
<td>51.40</td>
</tr>
<tr>
<td>Wiese</td>
<td>51.88</td>
</tr>
<tr>
<td>Mibanco</td>
<td>58.90</td>
</tr>
<tr>
<td>Comercio</td>
<td>60.13</td>
</tr>
<tr>
<td>Trabajo</td>
<td>60.60</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Fuente: Superintendencia de Banca Y Seguros. Elaboración propia

GRÁFICO N° 7. SISTEMA FINANCIERO PERUANO: COSTO DEL CRÉDITO : 2003

Fuente: Banco Central de Reserva: elaboración propia
CAPÍTULO IV. LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES.

1. ENTORNO DEL SECTOR.

El modelo de sustitución de importaciones aplicado en el Perú en los años setenta con la intención de industrializar el país, siguiendo el esquema de crecimiento de algunos países asiáticos como Taiwán, Singapur o Corea del Sur, sumado a la aplicación de políticas macroeconómicas inconsistentes en los años ochenta, basada mas que todo en la expansión de la demanda agregada, no obtuvo el resultado deseado. Muy por el contrario la excesiva intervención del Estado en las actividades económicas lejos de generar una estructura empresarial productiva, creó una serie de incentivos artificiales y a la vez barras que le restaron potencial de competitividad a un sin numero de industrias.

En efecto tal como se observa en el cuadro de crecimiento anual de sectores industriales, durante el periodo 1971-1980, tanto los textiles como las confecciones experimentaron un crecimiento bastante reducido, mientras que en la etapa comprendida en los años 1981-1990 ambos registraron tasas de decrecimiento en promedio anual.
Esta situación resulta paradójica si se toma en consideración que, hacia fines de los años ochenta las prendas de vestir poseían una tasa efectiva de protección del 262%, en tanto que se había establecido prohibiciones de importación para 29 partidas en este rubro.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sector</th>
<th>Pro. 71/80</th>
<th>Pro. 81/90</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mecánico</td>
<td>8,07</td>
<td>-6,80</td>
</tr>
<tr>
<td>Cuero</td>
<td>0,80</td>
<td>-5,85</td>
</tr>
<tr>
<td>Diversos</td>
<td>3,45</td>
<td>-5,20</td>
</tr>
<tr>
<td>Caño y plástico</td>
<td>5,51</td>
<td>-4,92</td>
</tr>
<tr>
<td>Siderúrgico</td>
<td>12,26</td>
<td>-4,65</td>
</tr>
<tr>
<td>Papel de imprenta</td>
<td>0,76</td>
<td>-3,38</td>
</tr>
<tr>
<td>Calzado y confecciones</td>
<td>1,42</td>
<td>-2,78</td>
</tr>
<tr>
<td>Bebidas y tabaco</td>
<td>6,26</td>
<td>-1,79</td>
</tr>
<tr>
<td>Químico</td>
<td>8,41</td>
<td>-1,28</td>
</tr>
<tr>
<td>Textil</td>
<td>2,18</td>
<td>-0,60</td>
</tr>
<tr>
<td>Madera y muebles</td>
<td>-35,54</td>
<td>-0,34</td>
</tr>
<tr>
<td>Alimentación</td>
<td>3,59</td>
<td>0,13</td>
</tr>
<tr>
<td>Minerales no metalícios</td>
<td>4,62</td>
<td>0,18</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Fuente: INEI. Elaboración propia.

Recién en los años noventa con la puesta en marcha de una estabilización económica y de reformas estructurales, las autoridades gubernamentales redefinieron la estrategia de crecimiento del país, tomando en cuenta la cada vez mayor tendencia mundial hacia la integración económica y la conformación de bloques regionales. Bajo este esquema, las reformas aplicadas pretendieron insertar al Perú al proceso de globalización.

Así, la reforma vinculada en el sector externo tuvo éxito al facilitar las actividades de comercio exterior vía la reducción de impuestos a las exportaciones, la eliminación de obstáculos administrativos para las inversiones, la homogeneización y la reducción arancelaria entre otras medidas. Todo esto facilitó que los textiles y las confecciones nacionales obtuvieran ganancias por la reducción de las barras comerciales y registraran un ascenso productivo. Ello se tradujo en el incremento del índice del volumen físico en particular de la industria textil, la misma que tuvo una tendencia creciente desde 1994.

A pesar de no haber estado incluido en el beneficio del ATPA es ésta década, los textiles y las confecciones se han constituido en los principales referentes de la producción manufacturera nacional, representando alrededor del 14,5% del PBI. De esta participación el 7,0% corresponde a la fabricación de productos textiles y 7,5% a la elaboración de prendas de vestir. Por otro lado se estima que el sector cuenta con más de 18 mil empresas formales que absorbe 150 mil empleos directos y 530 mil indirectos.
A pesar de estas fortalezas, el sector cuenta con suficiente potencialidad para poder absorber nuevas inversiones, ya que al primer semestre del año 2002 solo llegó a captar el 0,37% de la inversión extranjera directa (IED) el mismo que supera los US$ 10 mil millones. Incluso en los dos últimos años se evidencia un estancamiento de las perspectivas de crecimiento generado entre otros aspectos por los sobre costos laborales, la competencia desleal de productos importados, la informalidad empresarial la falta de dinamismo de las PYMES, así como el declive económico observado en EE.UU. y Europa.

Por ello, la reciente ampliación del ATPA hacia los productos textiles elaborados con insumo de la región ha puesto de manifiesto la enorme necesidad de aprovechar al máximo este tratamiento preferencial para conseguir un nuevo y definitivo impulso para el desarrollo del sector en el Perú. Promover su crecimiento sostenido influirá positivamente no sólo en la capacidad que éste posee para dinamizar a los diferentes estratos empresariales gracias a que se encuentran integrados verticalmente, encadenados de las actividades agrícolas hasta los insumos químicos, sino además en las posibilidades de generación de una gran cantidad de puestos de trabajo descentralizado y de divisas provenientes de un sector no tradicional de la economía.

Sin embargo, las condiciones para conseguir éste objetivo se darán siempre y cuando se entienda que para ello es necesario una estrategia claramente definida que incorpore la participación del sector público los empresarios, como los intermediarios financieros con una optima política de crédito.

Es importante destacar que actualmente las principales empresas líderes del sector de acuerdo con los ingresos del año 2000 son la Cía. Industrial Textil Credisa S.A. San Miguel Industrial S.A. y textil San Cristóbal S.A. Tan solo ésta última empresa absorbe 2400 trabajadores entre la planta de Lima y Chincha.

CUADRO N° 14. EMPRESAS FORMALES DE SUBSECTORES A DICIEMBRE DEL 2000

<table>
<thead>
<tr>
<th>Subsector</th>
<th>Cantidad</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Prendas de vestir</td>
<td>15 130</td>
</tr>
<tr>
<td>‘Tejido y art. De punto y ganchillo’</td>
<td>1 772</td>
</tr>
<tr>
<td>Hilatura y tejido de productos textiles</td>
<td>728</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>TOTAL</strong></td>
<td><strong>17,630</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>


2. PERFIL DEL SECTOR TEXTIL EN LA ÚLTIMA DECADA.

El sector textil, sin duda constituye una de las más importantes industrias en el Perú y
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, llegando a ser el principal producto que el Perú exporta. Asimismo, esta industria es intensiva en mano de obra y ocupa directamente a más de 180 mil trabajadores, lo que refleja su importancia en la generación de empleo.

La estructura empresarial que muestra el subsector textil y de confecciones 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 mercado externos, que bien podría potenciarse con un trabajo coordinado con las grandes empresas y las entidades que están involucradas en esta actividad. Es importante resaltar que las PYMES del subsector confecciones generan mayores ingresos por venta que el subsector textil. Además, las PYMES constituyen un eslabón en las estrategias de circulación y cooperación entre las empresas del sector, así como con los demás agentes de la cadena.

Por la investigación realizada se puede afirmar que el sector textil viene demostrando un alto potencial para el desarrollo del país 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.

Una experiencia importante que conviene 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 del artículo 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 2003 se han contabilizado más de 130 galerías, con 16 000 tiendas comerciales. Llegando sus ventas anuales a US$ 500 millones por año. Gamarra, recibe por día en promedio unos 60 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 menciono 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.


Fuente: Maximice


Fuente: SNI. Elaboración propia

La potencialidad del sector textil y de confecciones se verá reforzada con la aprobación del ATPA, pero cuyos efectos se podrían visualizar en el 2003. Para este año se puede esperar un aumento en la producción del 5.2%. Asimismo para éste período de tiempo las exportaciones apuntan a un crecimiento del 17,4% de las Confecciones. 27, lo cual equivaldría a US$ 588 millones y un aumento del 13.4% de la producción. Pero para que el sector logre esta meta de producción es estratégico el apoyo financiero y una optima reconversión tecnológica, lo cual además en cierta forma coadyuvaría a que el Perú mejore sus posición como país exportador de prendas de vestir y de confecciones. A nivel mundial, a pesar de las ventajas comparativas que se posee, especialmente en las materias primas y de confecciones, es sumamente débil, cuya participación en el mercado estadounidense sólo llega al 0.7%. 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 ejerencen ningún efecto multiplicador en la economía; cuya cifra 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

27 Estudio realizado por la Consultora Maximice. Perú. 2002
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 s un claro ejemplo de lo que puede lograr el sector de confecciones y textiles. La participación de las PYMES conjuntamente con las grandes empresas, ambas eslabonadas, configurarían una fuerza productiva que aprovecharía la nueva coyuntura del mercado internacional.

3. CONCENTRACIÓN DE LAS EMPRESAS TEXTILES

- Concentración geográfica.

El sector textil muestra una nítida concentración de las empresas del país en Lima, con el 64,6 por ciento en el subsector textil y 75,0 por ciento en confecciones, a la vez que también representa el 66 por ciento y 92,5 por ciento de las ventas, respectivamente. Otros lugares del Perú que concentran las ventas son Arequipa, de fuerte tradición en la industria de pelo de alpaca; Ica, que ha recibido importantes inversiones de empresas textiles limeñas; y el Callao.

El alto índice de concentración de empresas en Lima se ha convertido en un factor importante que facilita las transacciones de abastecimiento y comercialización, de la misma manera que reduce costos de transporte de las empresas. En parte, esta tendencia se ha afianzado habida cuenta que los estratos empresariales más grandes se encuentran también centralizados en Lima, mientras que en el resto del país estos estratos no tienen mayor presencia, como si lo tienen la pequeña y microempresa. De otro lado, es interesante señalar que los departamentos de la costa son los que concentran el mayor número de empresas textiles que utilizan como materia prima el algodón, al igual que las empresas que utilizan los pelos finos.

En Lima metropolitana, la principal concentración de las ventas del subsector textil se encuentra en los distritos de Lima, Ate y La Victoria, mientras que en confecciones la concentración la encontramos en los distritos de La Victoria, Lima y San Juan de Lurigancho. Cabe mencionar de una manera especial la concentración de la industria textil y de confecciones en el distrito de La Victoria, por la importancia del conglomerado (cluster) más grande de la industria textil en el Perú denominado «Gamarra», conformado principalmente por pequeños productores que desarrollan mecanismos de cooperación empresarial y cuya principal orientación de su producción se dirige al mercado interno.

La estructura empresarial del sector textil es piramidal, es decir, que esta industria se concentra en un alto número de PYMES y medianas empresas, y sólo una pequeña proporción en grandes. No obstante, existe una relación inversa respecto al número de establecimientos y los volúmenes de venta (en los textiles, más del 75 por ciento del valor de éstos provienen de la gran empresa). A diferencia de los textiles, en el subsector de confecciones las PYME parecen tener mayor participación en la composición y estructura de las ventas, aunque mantienen la tendencia piramidal. Además, la industria de
confecciones ha demostrado ser una actividad de mayor inserción relativa de mano de obra y generación de empleo a través de la pequeña y microempresa.

4. DESEMPEÑO DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES

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.

4.1. Producción y productividad.

El sector textil y de confecciones participa con el 12 por ciento del PBI manufacturero, de los cuales el 7,3 por ciento es generado por el subsector textil y el 4,7 por el de confecciones, llegando ambos a un monto aproximado a 1.100 millones de dólares. De acuerdo a la información de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI-IES 1998) el PBI textil y de confecciones destinado al mercado interno se estima en alrededor de 900 millones de dólares, considerando el valor agregado de las exportaciones.

La industria textil está conformada por cuatro tipos de productos que participan en diferentes mercados, éstos son: algodón pima, que compite en mercados internacionales de alta sofisticación; algodón tanguis, que compite tanto en mercados internacionales y nacional; lana y pelos finos, que compite en mercados internacionales principalmente, por su precio en el mercado nacional su participación es mínima, y las fibras sintéticas, que compiten en el mercado nacional.

En el caso del subsector de confecciones, los productos están agrupados en tres tipos de materias primas: Los producidos con fibra de algodón, fibras sintéticas y los pelos finos. Los principales productos son los t-shirts de algodón para hombres y mujeres, camisas de algodón, ropa de baño, ropa de bebé, chaquetas de mujer, y vestidos y trajes para mujeres y prendas de dormir. Los productos de prendas de vestir para los mercados internacionales se agrupan principalmente en algodón pima con productos t-shirts, camisas de algodón que compiten en mercados exigentes como los Estados Unidos y Europa, y lana y pelos finos, con productos como suéters, chalecos y cárdigans.

4.2. Demanda de insumos nacionales e importados.

La importancia del subsector textil radica en su articulación con otros sectores de la economía nacional 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 nacionales del sector textil fue del 102 por ciento y de insumos de origen extranjero del 141 por ciento. Cabe mencionar que la proporción entre insumos nacionales y extranjeros es de siete a uno, es decir, que el 88 por ciento corresponde a insumos nacionales y el 12 por ciento importados. Esta proporción no ha variado significativamente, lo que ha permitido dinamizar los sectores antes mencionados. De otro lado, un aspecto importante que caracteriza al subsector textil es la participación de los insumos en el valor de la producción el cual llega al 78 por ciento. Está dinámica revela, de alguna manera, la creciente demanda que está industria genera.

Al igual que el subsector textil, el subsector 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 década de los noventa, el incremento en el consumo de los insumos nacionales del sector confecciones fue del 235,1 por ciento, mientras que en los de origen extranjero fue del 118,5 por ciento. Cabe mencionar que la proporción entre insumos nacionales y extranjeros es de tres a uno, es decir, el 98 por ciento son insumos nacionales y el 2 por ciento importados. Está proporción no ha variado significativamente, por lo que el sector ha logrado mantener un incremento significativo.

4.3. Inversiones en maquinaria y equipo.

A pesar de que existe capacidad instalada no utilizada en el subsector 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 subsector proviene de Estados Unidos, Alemania y Japón. Este aumento de inversión se debería a la renovación de tecnología que las empresas vienen realizando para mejorar su productividad y eficiencia.

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

4.4. Capacidad instalada.

Existe capacidad instalada ociosa en el subsector textil. En el año 1992 la capacidad instalada utilizada alcanzó el 53 por ciento, porcentaje que ha ido aumentando hasta alcanzar en 1997 el 74 por ciento. Durante el año 1998 la utilización de la capacidad instalada disminuyó debido a la recesión de la economía, también por los estragos que dejó el fenómeno El Niño. Asimismo, al igual que el subsector 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 ATPA

4.5. Rentabilidad

El subsector textil vio incrementado su margen de rentabilidad en los años antes Niño y post Niño. Por ejemplo en el período 1992 al 1994 de 1,5 por ciento a 6,31 por ciento, lo que representa un 320 por ciento 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 subsector de confecciones decrece su margen de rentabilidad durante este mismo periodo, de 0,77 por ciento a 0,43 por ciento, lo que representa un descenso de -44,7 por ciento. 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.

En suma, el desempeño del sector ha tenido las siguientes características:

Subsector textil

- El subsector ha recibido una importante inversión en tecnología desde inicios de los años noventa, lo que ha permitido mejorar la productividad de la industria. La inversión en tecnología de punta ha reducido los puestos de trabajo que generaba el subsector.
- La demanda de insumos nacionales versus la importada es de siete a una.
- El sector mantiene una capacidad instalada ociosa promedio del 20 por ciento.
- El mercado interno es más importante para el subsector, destinando el 75 por ciento de su producción y el 25 por ciento para exportación. Esta composición está variando en los últimos años, ya que el mercado externo se está configurando como un importante mercado de destino.
- La alta calidad del algodón peruano permite distinguir los productos en el mercado internacional, pero han comenzado a aparecer productos sustitutos más baratos que limitan el crecimiento del mercado.

Subsector confecciones

- La importancia del subsector es debido al aporte significativo en el PIB manufacturero, que en promedio en la década de los noventa llegó al 4,7 por ciento.
- La inversión en activos fijos no ha sido considerable debido a que el sector cuenta con una capacidad ociosa importante, la inversión ha sido orientada a repotenciar los equipos ya existentes.
- A pesar de haberse incrementado la producción del subsector, los niveles de productividad se mantienen bajos, debido a que no se ha estado preparado para un crecimiento tan acelerado, y la mano de obra no responde a los estándares internacionales por falta de capacitación y aplicación de técnicas modernas en la producción.

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
CAPÍTULO IV. LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES.

- Existe una reducida gama de productos que puede ofertar el subsector, y la adición de valor agregado al producto en muchos de ellos es mínima, este es uno de los factores que viene limitando el mayor desarrollo del sector.
- El 98 por ciento de insumos que utiliza el subsector es de origen nacional, quedando un 2 por ciento para los insumos extranjeros. Debemos considerar que la principal materia utilizada para las confecciones son los productos textiles de algodón (telas, hilados, etc.).
- El principal mercado para el subsector confecciones es el interno. Los productos orientados a mercados de exportación representan el 12 por ciento de la producción total.
- Los márgenes de rentabilidad analizados para el subsector en la década de los noventa, por la competencia mantenían una tendencia a la baja.

5. PERFIL DE LA FUERZA LABORAL

Para el Perú, 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. La información que se analiza a continuación proviene de la estadística oficial disponible del Ministerio de Trabajo y Promoción Social (MTPS).

**PEA ocupada y evolución del ingreso**

La industria textil y de confecciones se convirtió en la década de los noventa en la actividad industrial que mayor fuerza laboral ocupada. De acuerdo a la información disponible, se estima que la industria textil y de confecciones tiene un contingente de PEA de 180.500 trabajadores aproximadamente, cuya composición respecto de las demás ramas industriales representa el 32 por ciento del conjunto de la Población Económicamente Activa (PEA) en la industria manufacturera. La composición al interior del sector, muestra que el 15 por ciento de trabajadores pertenece al subsector textil, y el 85 por ciento al de confecciones. Evidentemente, la magnitud del subsector 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 58 por ciento de fuerza laboral se encuentra en la microempresa, el 32 por ciento en la Pequeña y Mediana empresa y solo un 10 por ciento en la Gran Empresa. Comparando la composición de la PEA en los subsectores, vemos que en confecciones la fuerza laboral se encuentra más concentrada en los estratos de la microempresa y las PYME que en el subsector textil.
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 (1995), 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 1999 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.

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 otorgan 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 peruano son las PYME quienes mayores dificultades enfrentan para poder mejorar su productividad por su limitada capacidad de innovación de tecnología de punta, entre otros factores.

6. LAS PYMES Y SU CAPACIDAD EXPORTADORA

6.1. Evolución del sector textil exportador

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 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 16%, destacando el incremento mostrado en los años 1994 y 1997. Respecto a la evolución de los principales mercados de destino de las exportaciones, desde 1990 han venido dándose algunos ligeros cambios en la composición de los diferentes países o regiones económicas que reciben los productos textiles nacionales.

Al 2000, 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.

6.2. Perfil exportador de las PYMES

Durante el período 1993-1997 el número de PYMES exportadoras de sector textil y confecciones ha disminuido. En textiles la tasa anual fue de -14 por ciento y en las confecciones de prendas de vestir fue de -12 por ciento. No obstante, en este mismo período las PYME de confecciones han experimentado un aumento promedio del 9,1 por ciento en los montos de exportación. Esta relación inversa se debería, por un lado, a que el volumen más importante de exportación corresponde en mayor medida a la mediana empresa que a la pequeña, y micro y por otro, a que las empresas pequeñas exportan de manera más irregular, motivo por el cual el número de empresas exportadoras no sea estable o disminuya.

a. Exportaciones del subsector textil

La gran empresa representa en promedio el 94 por ciento de las exportaciones del subsector textil, el monto promedio exportado anualmente en la década de los noventa, llegó a 1998 millones de dólares y la PYME ha exportado en promedio 13 millones de dólares anuales que equivale en participación al 6% del total de las exportaciones del subsector textil.

En cuanto al desempeño exportador, las pequeñas y medianas empresas del subsector textil en los últimos años han venido perdiendo participación en las exportaciones teniendo una disminución promedio de -12 por ciento. Por el contrario, la gran empresa ha crecido en promedio 14 por ciento en el mismo período. Un elemento que justifica la disminución en la participación de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas del subsector textil es la integración con el subsector confecciones que le permite dar valor agregado al producto final. La caída de las exportaciones que experimentó el subsector textil, se vio largamente recompensado con el incremento de las exportaciones del subsector confecciones. Los productos que han promovido el crecimiento del sector textil son; hilados e hilos, algodón tejido, pelo de alpaca y tejidos sintéticos artificiales en los últimos años.

b. Exportaciones del subsector confecciones

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
En este subsector, la participación de la gran empresa representa el 82 por ciento del total de exportaciones, el resto representa la mediana y la pequeña empresa.

El monto de exportación promedio del subsector en el período analizado es de aproximadamente 300 millones de dólares, alcanzando un crecimiento anual promedio del 20 por ciento.Siendo el promedio, entre el de confecciones y de textiles, que incluye fibras textiles, tejidos, hilados, a US$ 650 millones.

La exportación de la pequeña y mediana empresa ha crecido a un ritmo del 9,1 por ciento anual en este período. El monto promedio de exportación de este segmento de empresas es de aproximadamente 45 millones de dólares anuales. En el caso de las grandes empresas el comportamiento ha sido más estable y las exportaciones de las empresas han crecido anualmente a un ritmo promedio de 24 por ciento. La media de exportación en este segmento de empresas es de aproximadamente 179 millones de dólares anuales.

A diferencia de los textiles, las empresas de confecciones han incrementado sus niveles de exportación a un ritmo sostenido. Un aspecto importante que resalta del subsector confecciones es que ha empezado a liderar a partir de 1996 el mercado de las exportaciones desplazando al textil que por muchos años lo lideró.

El mercado más importante de las PYME, en especial de la pequeña empresa, es la Comunidad Andina (29,4 por ciento). Otros mercado de destino son la Unión Europea (28 por ciento), Estados Unidos (14,1 por ciento), Chile (105 por ciento) y Japón con 4,4 por ciento. Para las PYME es más fácil penetrar mercados relativamente cercanos como la Comunidad Andina ya que los costos de negociación y transporte son inferiores y porque las barreras de acceso son menores a diferencia de los mercados europeos, asiáticos y de Norteamérica.

Es preciso señalar que, las exportaciones de confecciones durante el período 1993-2000 se orientaron a los Estados Unidos, principal mercado, a los países que agrupa la Comunidad Europea y en los últimos años los países de la Comunidad Andina. El crecimiento de las exportaciones del subsector confecciones se explica porque el mercado más importante en el ámbito mundial eliminó barreras de entrada a los productos provenientes de la zona andina. Con la promulgación de la Ley de Preferencias Comerciales Andinas (ATPA), los países ubicados en dicha región tienen el beneficio de llevar sus productos al mercado de los Estados Unidos libre de impuestos; el Perú es beneficiado con esta ley a partir de septiembre de 1993. Otro factor que permitió este crecimiento acelerado del subsector es debido a que los productos asiáticos -- principalmente de China -- fueron afectados por un sistema de cuotas especiales implementado por los Estados Unidos para regular los ingresos de productos provenientes del Asia. Esta medida benefició al Perú ya que su principal competidor está limitado, pero esta ventaja finalizará en diciembre del año 2004, situación que se presenta como un riesgo para el sector en los próximos años.


Fuente: Maximice. Elaboración propia


Fuente: SNI- Elaboración propia
2002(Participación %)

**Fuente**: SNI-Elaboración propia.

**Principales productos exportados**

A diferencia del segmento de las grandes empresas, las pequeñas y medianas empresas, diversifican más los productos a exportar, aunque los productos de tejido de punto de algodón siguen siendo los que ocupan el mayor porcentaje de las exportaciones con aproximadamente el 77 por ciento, y manteniendo la composición de productos similares al de las grandes empresas. En segundo lugar, se ubican los productos fabricados de pelos finos y lanas, principalmente de alpaca con el 23 por ciento de las exportaciones. El principal factor que ha hecho que los productos de pelos finos pierdan mercado de exportación ha sido el incremento del valor de la materia prima y porque además han aparecido productos sustitutos de menor precio. Los productos de pelos finos se orientan a mercados cuyo segmento es la clase media alta de los países europeos, de Estados Unidos y Japón.

7. EVALUACIÓN DE LAS PYMES TEXTILES Y CONFECCIONES: ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE CAMPO

7.1. Ficha de la Encuesta

- Encuestas realizadas: 52
- Grado de error: E = + - 5%
7.2. Resultado de la Encuesta

¿Cómo microempresario, cuál de los factores considerados en la pregunta, es la más difícil de dar solución?

Fuente: Encuestas. Elaboración propia
¿Cuál de los factores considerados considera urgente actualmente para su negocio?

**Fuente**: Encuestas: Elaboración propia

¿Es fácil para usted mejorar su tecnología?

**Fuente**: Encuestas: Elaboración propia.

¿Cómo acostumbra satisfacer sus necesidades de capital en su empresa?

**Fuente**: Encuestas: Elaboración propia.
¿A qué banco ha acudido usted para dar solución a los problemas de financiamiento?

¿Tiene reconocimiento de la existencia de COFIDE y CENTRO COFIDE, como organismos que prestan apoyo a las pymes?

Fuente: Encuestas: Elaboración propia.

¿Recibió apoyo oportunuo de su Banco o la entidad financiera donde acudió?

Fuente: Encuestas: Elaboración propia.
¿Qué factores motivaron para que no lo apoyen financieramente?

**Fuente:** Encuestas: Elaboración propia.

¿Recibió visita inopinada de las entidades financieras que apoyan a las pymes?

**Fuente:** Encuestas: Elaboración propia.

¿Qué factores afectan el otorgamiento del crédito a las pymes?
**CAPÍTULO IV. LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES.**

**Fuente**: Encuestas: Elaboración propia.

¿Qué desearía encontrar en las entidades financieras en el otorgamiento de crédito a las pymes?

**Fuente**: Encuestas: Elaboración propia.

¿Cómo microempresario acudió alguna vez al mercado informal (usureros) para conseguir dinero?

**Fuente**: Encuestas: Elaboración propia.

¿Cree usted que la creación de un banco de los microempresarios solucionará el problema del financiamiento?

**Fuente**: Encuestas: Elaboración propia.
¿Se siente con suficientes fortalezas para competir externamente y enfrentar las importaciones?

*Fuente: Encuestas: Elaboración propia.*

### 7.3. Análisis de la Información

El trabajo de campo se realizó en la ciudad de Lima, 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 PYMES 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 PYMES, aquellas empresas que están ligadas a la actividad textilera como a la de confecciones, no existe una verdadera cultura financiera, primero, por que las personas que dirigen estos negocios no son consientes de los beneficios que podrían obtener con el acercamiento bancario, y segundo por que ven en los bancos, entidades que sólo buscan lucrar con sus 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 por que estos últimos se sientan reacios a tal acercamiento, sino por que 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 PYMES.

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.

Como es lógico, está situación va a conducir a problemas superiores, que se va a ver reflejado en la competitividad las PYMES textiles, ya que ante la carencia de capital de trabajo o de inversión se verán forzados acudir a mercado muchos más caros, el informal o usurero, que por la tasa de interés que se acostumbra a cobrar por las operaciones activas, los microempresarios incluso llegan a comprometer sus patrimonio personal y empresarial. Las respuestas claramente reflejan esta afirmación. Específicamente ante la pregunta, ¿Ha acudido alguna vez al mercado informal (usureros) para conseguir dinero? El 80% 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 mas notorio en la banca comercial, pero no así con la banca especializada en este sector empresarial, como MIBANCO, que moviliza capitales de bajo monto pero con gran agilidad. Pero éste banco, por la tasa de interés que cobra se asemeja 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 PYMES podrían encontrar una solución al problema de financiamiento en los intermediarios financieros no bancarios, como las ONGs. las EDPYMES, las Cajas Municipales, la débil cultura financiera de los microempresarios hace, que desperdicie esta oportunidad de financiamiento. Que también se refleja en la encuesta formulada:

Ante la pregunta ¿Cómo acostumbra a financiar sus necesidades de capital en su empresa? mayoritariamente inclina su respuesta hacia los bancos, quedando por debajo, las ONGs, COFIDE, EDPYMES, es decir entidades, cuya función es justamente apoyar financieramente al microempresario.

Lo mas 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, es el Multiesectorial, Aviagro, entre otros, pero cuya operatividad es desconocida por los microempresarios, situación que se ve reflejada ante la pregunta. ¿Tiene conocimiento de la existencia de COFIDE como entidad que presta dinero a las PYMES y que a la vez los capacita en el CENTRO COFIDE? Un 70% 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 PYMES, 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 es crítico, 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 80% opina que la creación de un banco de las PYMES, 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 paliar 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 PYMES 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.

8. OTROS FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DE LAS
CAPÍTULO IV. LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES.

PYMES TEXTILES.

Otros rasgos más saltones que inciden en la gestión por lo tanto en la competitividad de las PYMES textiles son las siguientes:

- 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.

a. Producción y productividad de las PYMES

Las PYME textiles muestran que el ritmo de produicción 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 PYMES es la presencia del trabajo a destajo, principalmente en el subsector 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 PYMES 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 out sourcing 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 PYME ya que esta condición es indispensable, para acceder a mercados altamente competitivos.

Los efectos de los costos en el nivel de competitividad de las PYME 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 tecnoestructura 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 PYME 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 PYME en la
compra de mejor maquinaria, inversión que no hace tangible, por lo debilidad en el
financiamiento.

De otro lado, si bien es cierto existen sobrecostos laborales que afectan los costos
de producción (FONAVI, CTS, etc.) 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 compite. No obstante, respecto a los demás factores que intervienen en la
productividad de las empresas, los efectos de los sobrecostos o su reducción no
implicará los mismos efectos en la competitividad como si lo haría la tecnología que se
utilice.

b. La subcontratación y la cooperación entre firmas

Las PYME 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
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 continuum entre la
competencia pura de mercado, por una lado, y la integración (vertical u horizontal) de
empresas, en otro. Esta forma es reconocida como semiintegración, cuyo modelo más
descendible 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 PYME 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.

c. Acceso al mercado de exportación
CAPÍTULO IV. LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES.

Uno de los indicadores más importantes que explican el nivel de desempeño de las PYME 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 hicieron que las PYME se vieran 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 PYME 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 el 50% se encuentra en capacidad para exportar, sólo el 10% de las empresas encuestadas orientan su producción al mercado local en la actualidad, además del mercado exterior. Esta combinación responde a una estrategia de las firmas a cubrirse los riesgos de altibajos y el carácter estacional del mercado exterior, es decir, cuando las firmas no exportan orientan su producción al mercado local, y viceversa. En otros casos, las firmas se mantienen en el mercado local porque tienen un posicionamiento y prestigio ganados en el mercado interno durante mucho tiempo y que es aprovechado como una ventaja frente a la competencia. Sin embargo, la permanencia de las PYMES exportadoras en el mercado local también respondería 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 PYME 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 PYMES insertarse con más solidez en el mercado de exportación.

Coincidiendo con los diversos estudios realizados sobre el sector textil y de confecciones, las PYME tienen como principales clientes a empresas que desarrollan marcas reconocidas en el ámbito mundial (Gap, Nike, etc.), 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 PYME 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. Cabe resaltar también la importancia para las PYMES del mercado chileno y de los países que conforman la Comunidad Andina. La cercanía y los menores costos de mercadeo y negociación serían los principales factores que explicaría la
presencia de la PYMES en estos mercados.

La fórmula fundamental que las PYME han tenido que cumplir para exportar son 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 PYME.

Pero a la vez, la experiencia de exportación le ha significado a la PYMES, en particular a las pequeñas y medianas, 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 PYMES altos costos y gastos en el mercadeo del producto, a veces sin ningún resultado concreto. Si la PYME elabora productos de costo y precio unitario altos (como un abrigo de alpaca), la inversión en muestras en 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 PYMES productoras que no estén preparadas para cumplir los requisitos estipulados en los acuerdos comerciales de la OMC.

d. Acceso y manejo de tecnología e infraestructura

Es conveniente reiterar algunos puntos referidos a los problemas de productividad y competitividad que presentan las PYME, y que hemos señalado líneas atrás. Para las PYMES, la competitividad vía precio se resuelve básicamente reduciendo al máximo los costos de producción, principalmente los laborales. Como la innovación de tecnología de las PYMES 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 PYME 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 las PYME dispongan de líneas de financiamiento y asistencia técnica para renovar su tecnología y puedan competir en el mercado externo en mejores condiciones.

e. Acceso a la información y asesoramiento

Las PYMES 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, casi todas las PYMES integrantes de la
muestra de investigación respondieron que reciben apoyo en información y orientación de diversas entidades, principalmente nacionales. El apoyo, en aquellas firmas que lo reciben, 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 PYMES, aún con serias limitaciones, provienen 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 entrevistados 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 PYMES en particular.

f. Calificación de la mano de obra

Un rasgo importante de las PYME 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 las PYME reclutan trabajadores con experiencia anterior en otras empresas medianas y grandes con perfil exportador.

Las PYMES 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 las PYME 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. Esto hace que las PYMES 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.

Otra de las dificultades que las PYME 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 técnicoindustrial 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.
9. FACTORES CRÍTICOS QUE INFLUENCIARON POSITIVAMENTE EN EL DESARROLLO DE LAS PYMES TEXTILES EN LA DÉCADA DEL NOVENTA.

No obstante que el sector textil y de confecciones ha mostrado en los últimos años un incremento de las exportaciones, su participación en el mercado mundial de textiles es aún muy pequeña llegando sólo a 0,1 por ciento. Asimismo, las ventas por exportación a su principal mercado, EE.UU., están concentradas en sólo diez compradores, a pesar que dicho mercado está conformado por más de 6.000 compradores (Monitor, 1995). Por ello, resulta exagerado hablar de éxito, sabiendo que la participación de la PYME en la exportación es muy pequeña.

Sin embargo, es importante señalar algunos factores de «éxito» que han favorecido al desempeño de las PYME exportadores en los últimos años, cuyo alcance ha sido analizado a lo largo del presente estudio.

a. 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 la PYME 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.

b. Facilidades arancelarias de acceso a los mercados; norteamericano y europeo.

Las condiciones de acceso a los mercados favoreció 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 corrobora el efecto de ésta ventaja.

c. 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 PYME, 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.

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

e. Alta calidad de la mano de obra

Las PYME cuentan con una fuerza laboral calificada que les permite obtener un producto de óptima calidad, a pesar de la restricción de la oferta de servicios de capacitación para el sector. De otro lado, existe un contingente de trabajadores de las PYME que trabajaron anteriormente en grandes empresas exportadoras, en donde ganaron experiencia, a la vez que fueron capacitados permanentemente.

10. DEBILIDADES QUE OSBATA CULIZAN EL REPOTECIACIEMIENTO DE LAS PYMES DEL SECTOR TEXTIL

a. 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 los PYME, lo cual afecta su competitividad y su acceso al mercado externo.

b. 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 la PYME, esta restricción es aún más notoria, ya que no cuentan con centros de capacitación propios como sí ocurre en la gran empresa.

c. Dificultades de financiamiento

Esta restricción se presenta en mayor incidencia en las PYME, 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 PYME tienen altas tasas de interés, lo que incrementa los costos indirectos de las empresas.

d. Escasa inversión en tecnología
A pesar que algunas PYME vienen renovando constantemente su tecnología, muchas de éstas, en particular las 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.

**e. Falta de una política adecuada de promoción de apoyo en a las PYMES.**

No obstante que el Gobierno ha implementado en los últimos años algunas acciones de promoción a las PYMES, 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.

### 11. PERSPECTIVAS DE LAS EXPORTACIONES TEXTILES BAJO EL ATPDEA.

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas que fue renovada y ampliada a los textiles y confecciones elaborados con insumos nacionales ha dejado un espacio para el crecimiento de la industria textil, dadas las buenas perspectivas sustentadas en el actual ingreso de confecciones peruanas a los Estados Unidos.

El ATPDEA es una preferencia unilateral que el gobierno de Estados Unidos otorga a Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, que les permite 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 aún 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 de no ampliarse la vigencia del ATPA a 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 ingresas sin pagar aranceles. a ello, habría que agregar que en 2003 vence el Acuerdo Multifibras que establece cuotas de importación de productos textiles desde los países asiáticos. Dada esta coyuntura, el ATPDEA abre las posibilidades de mantener la perspectiva exportable del Perú y retornar así a la senda del crecimiento, ya que se conoce que el año 2001 fue desfavorable para las empresas exportadoras textiles.


*Participación de EE.UU como mercado destino del respectivo exportador.


Las ventas al exterior de textiles y confecciones han presentado un desempeño extraordinario en la última década, que lo han convertido en el rubro de exportaciones no tradicional más importante de las exportaciones, con el 30.3% de participación. Este resultado es destacable si se considera que en 1990 las exportaciones textiles ascendieron a US$ 364.40 millones, lo que significa que a partir de dicho año crecieron a una tasa anual promedio de 5.6% hasta llegar a los US$ 663.70 en el 2001.

La razón importante de este crecimiento es el incremento de las confecciones textiles, pues participar éstas con el 22.1% del total con US$ 80.4 millones, al año 2001
Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

representó al 76, 3% con US$ 506,16 millones. Gracias a la ampliación del ATPA se espera que estas cifras lleguen a duplicarse.

La "Andean Trade promotion and Drug Erradication Act" ATPDEA" que es una extensión anterior al ATPA, estará vigente desde el 1° de octubre del 2002 hasta el 31 de diciembre del 2006. Los requisitos generales son los siguientes:

1°. Los productos deben ser importados directamente al territorio aduanero de Estados Unidos. esto es (1) sin hacer trasbordo en otro país no beneficiario (2) haciendo trasbordo en otro país pro sin entrar a consumo y (3) si no se cuenta con olo anterior, con una declaración de la autoridad aduanera del país de tránsito indicado que el producto en cuestión no han entrado en su territorio aduanero.

2°. Deben ser originarios de algún país beneficiario. No son legibles los productos que no se han cultivado, producido o manufacturado en el país beneficiario. No confieren origen las operaciones de embarque, dilución o armado de piezas.

3°. El contenido doméstico mínimo debe ser el 35% de su valor (suma del costo o valor de los materiales más los costos directos de las operaciones de procesamiento en uno o más de los países beneficiarios)

Es conveniente señalar que la ATPDEA define por exclusión los productos sujetos al tratamiento de arancel cero. Es decir no define cuales están beneficiados, pero si cuales no lo están. Los nuevos productos con arancel cero son:

- **Artículos de importación "no sensibles"**. Calzado petrolídeo y derivados, relojes y sus partes, maletas y artículos de cuero, siempre y cuando sean importadas directamente al territorio aduanero de Estados Unidos y que sean originarios de Estados Unidos o de algún país beneficiario.

- **Confecciones en general.** Tendrán tratamiento de arancel cero las confecciones ensambladas a partir de productos (hilados y telas) originarios de Estados Unidos o de algún país andino beneficiario. el componente andino no debe no debe ser menor de 75% de los costos de los componentes de los productos ensamblados. Las confecciones podrán tener hasta un 7% de hilados procedentes de países diferentes de Estados Unidos o Andinos beneficiarios.

Desde la fecha de inicio de este programa existirá una cuota equivalente al 2% (en metros cuadrados) del total de confecciones importados de Estados Unidos, incrmetándose cada año, hasta llegar a 5%, el 1° de octubre del 2006. En la actualidad las confecciones de los 4 países andinos representan aproximadamente el 1% del total. Las confecciones elaboradas de alpaca, llama o vicuña también gozarán de arancel cero, y no estarán sujetas a las cuotas mencionadas. Los productos "hechos a mano" y folkloricos también serán beneficiados, pero deberán ser certificados por una autoridad competente en el país de origen.

**Productos de atún.** Los productos de atún beneficiado son (19 aquellos pescados con embarcación de estados Unidos o de países andinos beneficiarios, (2) que son preparados o preservados en un país andino beneficiario, (3) en bolsas, empaques o cualquier otro contenedor hermético al vacío (4) que sus peso no exceda de 6.8 Kg por
cada bolsa de empaque, y (5) que sean importados directamente a territorio aduanero norteamericano desde un país andino beneficiario. No existen limitaciones de cuotas para este producto.

4°. La ley estadounidense precisa que los países andinos beneficiarios deben:

- Cumplir con la normatividad de la OMC y sus acuerdos en la Ronda de Uruguay
- Participar en las negociaciones del ALCA
- Proteger los derechos de propiedad intelectual de acuerdo a los establecido en la OMC
- Reconocer los derechos internacionales de los trabajadores, como la eliminación del trabajo forzado.
- Cumplir con los criterios para lograr la certificación norteamericana contra narcóticos.
- Pertenecer a la Convención Interamericana contra la corrupción
- Cumplir con lo establecido por la OMC respecto a Compras Públicas (procedimientos transparentes, no discriminatorios y competitivos)
- Apoyar a los Estados Unidos en su lucha contra el terrorismo

12. ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES DE PRENDAS DE VESTIR DE ESTADOS UNIDOS

Durante el primer semestre del 2003, los resultados de las importaciones estadounidenses de prendas de vestir (Capítulo 61 –Prendas de Vestir y Complementos de Tejido Punto- y Capítulo 62 –Prendas de Vestir y Complementos, excepto de Tejido Punto-) muestran un desempeño positivo al haber aumentado en 14.6% y alcanzar los US$ 29 585 millones. Cabe señalar que ambos rubros representan el 5% del total de importaciones de Estados Unidos, las que también han venido incrementándose en los seis primeros meses del año, aunque a una tasa menor de 9.7%.

<table>
<thead>
<tr>
<th>HTS</th>
<th>2002</th>
<th>En-Jun</th>
<th>En-Jun.</th>
<th>Var%</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>01</td>
<td>27 777</td>
<td>11 490</td>
<td>13 019</td>
<td>13.3</td>
</tr>
<tr>
<td>02</td>
<td>30 850</td>
<td>14 333</td>
<td>16 567</td>
<td>15.6</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>58 627</td>
<td>25 824</td>
<td>29 585</td>
<td>14.6</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**CUADRO N° 19. IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE PRENDAS DE VESTIR.**

**Millones FOB.**

**Fuente**: USITC. PROMPEX Elaboración propia.

Entre los hechos resaltantes, destaca el que China se ha convertido en el principal proveedor de prendas de vestir en Estados Unidos, desplazando tras cinco años de liderazgo a México y obteniendo el 13% del mercado. Ello debido a la elevada tasa de crecimiento que las exportaciones chinas presentaron: 34% con la cual alcanzaron los
US$ 3 879 millones. Por su parte, México redujo sus ventas de prendas de vestir a Estados Unidos en 2.1% ubicándose cerca de China con US$ 3 581 millones.

Entre los países con mayor crecimiento en montos exportados a Estados Unidos en prendas de vestir figuran además de China (incremento en US$ 983 millones), Vietnam con un aumento de US$ 1 060 millones (+689%), India con uno de US$ 186 millones, Cambodia con US$ 157 millones, Filipinas con US$ 128 millones, Honduras con US$ 110 millones, Indonesia con US$ 106 millones, entre otros.

Se aprecia que los países asiáticos han presentado buenos desempeños, pues con excepción de Hong Kong (US$ 1 473 millones, -10.8%), Corea del Sur (US$ 728 millones, -15.2%), Singapur (US$ 116 millones, -6.9%) y Brunei (US$ 89 millones, -1.5%), el resto de 22 países han incrementado sus exportaciones de prendas de vestir a los Estados Unidos. En este sentido, desde los países asiáticos provienen el 54% del total de importaciones estadounidenses de prendas de vestir, lo que implica un comercio de US$ 15 997 millones y un crecimiento de 20.7% durante el primer semestre del 2003.

En cuanto a las que provienen de los países que reciben las preferencias del CBTPA 28 (Caribbean Basin Trade Partnership Act –antes CBI), éstas han aumentado en 7.4% al acumular US$ 4 704 millones durante los seis primeros meses del 2003. Destaca el crecimiento de 9.7% de Honduras US$ 1 242 millones), el de 5.2% de República Dominicana (US$ 1,023 millones), el de 12.8% de Guatemala (US$ 869 millones) y el de 4.7% de El Salvador (US$ 807 millones).

CUADRO N° 20. IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS.ENERO-JUNIO 2003

<table>
<thead>
<tr>
<th>BLOQUE COMERCIAL</th>
<th>Millones de US$</th>
<th>Participación Percentual</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ATPADEA</td>
<td>502.9</td>
<td>17</td>
</tr>
<tr>
<td>NAFTA</td>
<td>4343.9</td>
<td>14.7</td>
</tr>
<tr>
<td>CBTPA</td>
<td>4704.0</td>
<td>15.9</td>
</tr>
<tr>
<td>ASIA</td>
<td>16 001.5</td>
<td>54.1</td>
</tr>
<tr>
<td>OTR0</td>
<td>3399.7</td>
<td>13.5</td>
</tr>
<tr>
<td>TOTAL</td>
<td>29 585.0</td>
<td>100.0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: USITEC. Prompex. Elaboración propia

Finalmente, respecto a las importaciones estadounidenses desde los países beneficiarios del ATPDEA (Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act), éstas han aumentado en 44.3% equivalentes a US$ 155 millones, pues acumularon en los seis primeros meses US$ 504 millones. Perú continuó liderando este grupo con exportaciones por US$ 249 millones, aunque se encuentra ahora muy cerca Colombia con US$ 229 millones.

Ambos mostraron crecimientos, aunque Colombia tuvo un mejor desempeño pues aumentó su participación en US$ 81 millones al crecer en 54.2%, mientras que Perú lo hizo en US$ 63 millones al aumentar sólo en 33.8%.

28 En el caso textil, la preferencia consiste en el ingreso libre de aranceles a Estados Unidos de prendas de vestir elaboradas con insumos estadounidenses (maquila). Los países beneficiados son: Barbados, Belice, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, Isla S. Lucía Trinidad y Tobago.
Al analizar las exportaciones de Perú y Colombia se aprecia que Perú continúa destacando en cuanto a confecciones de tejido punto –en su mayoría de algodón– al exportar durante los seis primeros meses US$ 235 millones a Estados Unidos, lo que significa un crecimiento de 32.1% equivalente a US$ 57 millones. En este mismo grupo de productos, Colombia exportó US$ 69 millones y ha aumentado sus ventas a Estados Unidos en 81%, es decir en US$ 6 millones.

Con respecto a las importaciones del Capítulo 62 en las que se incluyen las prendas de vestir de tejido plano, Colombia llegó a exportar US$ 160 millones durante los seis primeros meses del año, habiendo incrementado en 70.8% sus ventas (US$ 50 millones). Por su parte, Perú exportó US$ 14 millones e incrementó en 149.6% las mismas (US$ 6 millones).

<table>
<thead>
<tr>
<th>HTS</th>
<th>PAÍS</th>
<th>2002</th>
<th>E-J 2002</th>
<th>E-J 2003</th>
<th>VAR%</th>
<th>Equivalente EN us$</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>61</td>
<td>Perú</td>
<td>365.0</td>
<td>177.7</td>
<td>234.8</td>
<td>32.1</td>
<td>57.1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Colombia</td>
<td>88.0</td>
<td>38.1</td>
<td>68.9</td>
<td>81.9</td>
<td>30.8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Bolivia</td>
<td>15.6</td>
<td>7.7</td>
<td>162.2</td>
<td>110.1</td>
<td>8.5</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Ecuador</td>
<td>10.6</td>
<td>4.9</td>
<td>7.3</td>
<td>47.3</td>
<td>2.3</td>
</tr>
<tr>
<td>Sub total 61</td>
<td>480.9</td>
<td>228.4</td>
<td>327.2</td>
<td>34.2</td>
<td>98.7</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>62</td>
<td>Perú</td>
<td>247.6</td>
<td>110.5</td>
<td>160.2</td>
<td>45.0</td>
<td>49.7</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Colombia</td>
<td>18.2</td>
<td>8.2</td>
<td>14.0</td>
<td>70.6</td>
<td>5.3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Bolivia</td>
<td>1.7</td>
<td>0.6</td>
<td>1.5</td>
<td>149.6</td>
<td>0.9</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Ecuador</td>
<td>2.7</td>
<td>1.5</td>
<td>0.9</td>
<td>-39.2</td>
<td>-0.6</td>
</tr>
<tr>
<td>Sub total 62</td>
<td>270.3</td>
<td>120.8</td>
<td>176.6</td>
<td>46.2</td>
<td>55.8</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>TOTAL</td>
<td></td>
<td>751.2</td>
<td>349.2</td>
<td>503.8</td>
<td>44.3</td>
<td>154.6</td>
</tr>
<tr>
<td>61+62</td>
<td>Perú</td>
<td>383.2</td>
<td>185.9</td>
<td>246.8</td>
<td>33.8</td>
<td>62.9</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Colombia</td>
<td>336.4</td>
<td>148.6</td>
<td>226.1</td>
<td>54.2</td>
<td>80.5</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Bolivia</td>
<td>18.3</td>
<td>8.3</td>
<td>17.8</td>
<td>113.0</td>
<td>9.4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Ecuador</td>
<td>13.3</td>
<td>6.4</td>
<td>8.1</td>
<td>27.6</td>
<td>1.8</td>
</tr>
<tr>
<td>TOTAL</td>
<td></td>
<td>751.2</td>
<td>349.2</td>
<td>503.8</td>
<td>44.3</td>
<td>154.6</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Fuente: USITC.OIMI-PROMPEX. Elaboración propia

13. PERFIL COMERCIAL DE GAMARRA: EMPORIO TEXTIL AL 2003. UNA CONVERSACIÓN CON LOS MIEMBROS DE LA COORDINADORA (CEG)
El camino de Gamarra está compuesto por unas 40 cuadras (entre las avenidas 28 de julio y Aviación, y los jirónes Italia y Luis Giribaldi) y su crecimiento como centro de comercio ha sido impresionante. En 1990 había sólo 30 galerías y 2000 negocios en la zona; hoy existen más de 130 galerías y más de 16,000 negocios.

Miguel Zanatti proviene de Andahuaylas y desde los siete años está “atado” a Gamarra. Hoy, con más de 30 años, administra su propia empresa, Alexa Collection y es también vicepresidente de la Coordinadora de Empresarios de Gamarra (CEG), uno de los gremios más importantes del distrito comercial. Según los datos que maneja Zanatti, desde 1995 se han invertido cerca de US$300 millones en maquinarias y locales en la zona. Pero eso no es todo si de cifras se trata, PromPyme estima, “de manera conservadora”, sostiene Aldo Vallejo, director de conglomerados de esta entidad, que las ventas anuales de este centro de comercio alcanzan US$500 millones anuales. Según Zanatti, la estacionalidad en las ventas de Gamarra es muy marcada: un 25% se realiza durante Fiestas Patrias y el 40% en Navidad.

El formato comercial por excelencia es la galería, un enorme complejo de crecimiento vertical antes que nada y donde el metro cuadrado en una zona bien ubicada, incluso en una transitada escalera, es un codiciado tesoro. “Hay espacios de hasta de un metro cuadrado y hasta las vitrinas de los locales que dan a la calle se arriendan”, comenta Mariella Aráoz, del departamento de planificación de PromPyme. Diógenes Alva, presidente de la CEG y hombre de mil batallas en Gamarra, llegó a los 16 años a La Victoria proveniente de Amazonas. Y quien mejor que él, que estuvo durante el boom de las galerías, para saber dónde está el corazón de Gamarra. “Las zonas más cotizadas para el comercio se encuentran en la cuadra 15 del jirón Hipólito Unanue y las cuadras 6 y 7 de Gamarra”, dice. En esta zona se ubican las dos galerías más importantes de la zona y las que presentan mayor porcentaje de ocupación: Galerías Industriales Guizado y Centro Comercial El Rey de Gamarra. La primera es la más grande del damero: 12 pisos de concreto puro y 1,250 locales. A diferencia de ella, El Rey tiene sólo cuatro pisos, pero casi la misma cantidad de locales: 1,200 distribuidos entre el complejo que da al jirón Gamarra (800 locales) y el que da a Sebastián Barranca (400). Pero la actividad en Guizado y El Rey es una excepción antes que una norma. “Otras galerías sólo están ocupadas en sus dos primeros pisos, el resto está vacío”, dice el dirigente.

Operar en Gamarra se ha vuelto caro. Y la industria de confecciones, otra bastión de la actividad económica del damero, está retrocediendo ante costos de alquileres cada vez más altos, lo que significa mayores beneficios para los empresarios que están en el negocio inmobiliario. “Tener un taller en Gamarra es caro. Para reducir costos muchos confeccionistas están haciendo mini tiendas y las subarriendan, llevándose su taller a casa”, dice Zanatti. De hecho PromPyme ha planteado una hipótesis más que interesante: “Gamarra se está convirtiendo antes que nada en una plaza comercial y está dejando el lado productivo”, señala Vallejo. Y es que, en principio, las confecciones fueron el motor de la actividad económica en la zona, “pero al convertirse en un polo de atracción de mayoristas y minoristas que iban a comprar básicamente por los precios, se ha hecho indispensable vender y no tanto producir”, explica. La encuesta que realizó PromPyme en junio de este año lo corroboró: 61% de las empresas de la zona se dedica exclusivamente a la comercialización de prendas, mientras que el 31% comparte estas
CAPÍTULO IV. LAS PEQUEÑAS Y MICROEMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES.

labores con las de manufactura. Según la misma encuesta, el 83% de las empresas presentes en Gamarra alquila sus locales.

Según Alva, el precio de un m\(^2\) en el primer piso del corazón de Gamarra puede llegar a costar entre US$7,000 y US$10,000. Guillermo Sangster, economista y administrador de El Rey, indica que el precio de lista de un m\(^2\) en sus galerías es de US$3,450, aunque en el primer piso éste puede cotizarse hasta en US$20,000. “Esos montos son irreales”, comenta asombrado Eric Rey de Castro, director gerente de la firma inmobiliaria Colliers International. Los precios de los alquileres también podrían ser considerados así: entre US$40 y US$110 mensuales por m\(^2\), con un año de pago adelantado; al menos tres veces lo que cuesta el m\(^2\) de una oficina Clase A en el centro financiero de San Isidro.

La escalada en el precio de los alquileres comenzó en 1999, tras el desalojo de más de 3,000 ambulantes de la zona, y desde allí no ha parado, en lo que muchos ya consideran una burbuja que está a punto de explotar. “En Gamarra podría repetirse lo que sucedió con el Mercado Central de Lima, donde el edificio en que operaba estaba lleno de gente y hoy está vacío”, comenta Fares Jabbour, un comerciante libanés que llegó a Gamarra en diciembre de 1973 y que hoy vende elásticos a los confeccionistas del jirón Antonio Bazo a través de Textil Mela, una de las empresas que el año pasado el Banco Wiese Sudameris premió como uno de sus mejores clientes en Pequeña y Microempresa.


Según Zanatti, hace unos cinco años el flujo promedio de compradores en la zona era de 100,000 visitantes por día, en una “época dorada” en la que todo el conglomerado vendía US$800 millones anuales. Pero hoy la cifra de visitantes se ha reducido a su cuarta parte y se proyectan ventas este año por sólo US$300 millones. Los datos de tráfico de personas que maneja Zanatti coinciden con los de Sangster en El Rey, teniendo en cuenta que los compradores de Gamarra visitan casi todas las galerías que allí se encuentran. De acuerdo con los estimados del centro comercial, entre julio y setiembre de este año, el promedio de visitantes a sus instalaciones era de 22,400 por día, con un máximo de 56,000 visitas diarias durante Fiestas Patrias. “Reportamos alrededor de 200,000 en Navidad”, comenta Sangster. Comparaciones aparte, el Jockey Plaza es visitado por un promedio de 67,000 personas al día.

Para atender toda esta demanda los talleres de confecciones de Gamarra se abastecen en promedio de 35 TM/día de diferentes telas, aunque para prepararse ante la demanda que llegará en Navidad los despachos pueden alcanzar hasta 100 TM/día. Honorato Quispe, presidente de la Asociación de Servicios Especiales de Transporte Menor del Complejo de Gamarra, señala que las 306 carretas que prestan servicios en el damero se dan abasto más que suficiente para despachar estos lotes de telas, principalmente procedentes de Asia.
La demanda de Gamarra exige calidad, “pero ante todo precio”, relata Zanatti. Eso explica por qué los resultados de una encuesta que realizó PromPyme a los compradores de Gamarra arrojó un alto índice de satisfacción. “Van por precio, no les importa lo demás”, concluye Vallejo. Pero aquí radica también la principal debilidad de la oferta actual de Gamarra, ya que sus consumidores pueden acceder a productos con menores precios, a partir de confecciones hechas con textiles del Asia, que muchas veces se obtienen en formatos comerciales modernos, como Ripley o Saga Falabella, que están cada vez más cerca de sus clientes y que les prestan mayores comodidades. Y ése ya empieza a ser un componente importante que valoran los compradores de una zona comercial que enfrenta no pocos problemas. Por lo pronto, según la CEG, la industria de confecciones de la zona opera al 25% de su capacidad instalada.

En la oficina de PromPyme en el piso 10 de Galerías Guizado hay un papel en el fondo de la sala, quizás olvidado, que esquematiza la problemática del centro comercial de Gamarra. Ésta, según el documento, no sólo se centra en una competencia desleal del contrabando y la subvaluación de mercaderías que enfrenta el confeccionista de Gamarra y que ha sido denunciada por todos sus dirigentes en cuanto espacio público han tenido; sino también en los problemas inherentes a un mercado recesado, una reducida escala de producción, la poca calidad de algunos de sus productos (Zanatti ha sufrido, en carne propia, la competencia de copias de sus productos hechos con moldes más pequeños para abaratar costos) y sobretodo a la incomodidad del cliente que asiste allí a hacer sus compras, ya sea por cuestiones de seguridad, acceso, comodidad y trato.

El tema de la seguridad se ha resuelto parcialmente con la contratación de vigilantes particulares al interior de Gamarra, pero una vez fuera del damero no hay ninguna garantía para la seguridad de los compradores. Y si bien los ambulantes fueron desalojados de la zona en 1999, éstos han proliferado en las zonas aledañas a los jirones Huánuco, América y Giribaldi, y ni qué decir de la avenida Aviación. Así, el comprador está condenado a una “procesión” para llegar o salir de Gamarra. Sólo en la avenida Huánuco transitan 64 empresas de transporte, “pero debería operar sólo la mitad y el resto ir por la Aviación”, dice Sangster. Los servicios disponibles en Gamarra son también bastante limitados. Sólo 14 cocheras funcionan en las inmediaciones del distrito comercial, con alrededor de 500 parqueos, la tercera parte de los que se han habilitado para el MegaPlaza de Independencia. Más limitadas aún son las facilidades para los clientes al interior de las galerías, algunas de ellas con probadores ubicados en las mismas escaleras de las galerías y baños con escaso mantenimiento. Y en cuanto a oferta de restaurantes, sólo el patio de comidas de parque Cánepa, manejado por Raúl Guizado, uno de los hijos del “patriarca” Nemesio Guizado, y sus 150 mesas, cumplen con los estándares de un servicio e higiene aceptable para cualquier cliente. En él operan franquicias de KFC, Piiza Hut, China Wok y Norky’s, entre las más conocidas.

Eso explica los resultados alcanzados en la campaña de julio pasado. “Se vendió el 50% de lo presupuestado”, declara Zanatti, producto de las menores compras de los mayoristas de Jesús María o Magdalena, y fruto también del crecimiento de las grandes cadenas y sus sistemas de compras a plazos, que también se están proyectando a las provincias. En el negocio inmobiliario también se empiezan a sentir los efectos de esta situación: “los negocios en Gamarra están bastante recesados. Este año hay una
morosidad de 30% en los pagos de los locatarios de El Rey, cuando nunca antes ha habido”, confiesa Sangster.

Pero quizás la crisis más grave que atraviesa Gamarra es una de carácter institucional, reflejo también de los tiempos que vive el país. “Un cluster no es posible sin una institucionalidad pública ni privada. Una de nuestras mayores preocupaciones es que hay 40 gremios en la zona y el mayor está conformado sólo por 40 empresas, de las 16,000 que hay. La representatividad es casi nula”, señala Vallejo. Para Margarita Casas, otra empresaria del emporio comercial, se trata también de un problema de valores de los propios gamarrinos: “Nosotros mismos somos responsables. En Gamarra no hay empresarios, sino comerciantes. Aquí todo es ‘sálvese quien pueda’”, denuncia. Y es que aunada a la desesperación que genera una recesión, la gente no hace un trabajo científico de costos y se descapitaliza. Además, “muchos de nosotros somos incumplidos con los pedidos y tratamos de sorprender con ropa mal hecha y de tallas pequeñas, en resumen, somos informales”, reconoce.

Sin duda, la solución a muchos de estos problemas requieren de la decisión y respaldo de las autoridades del Ejecutivo, organismos reguladores, Poder Judicial y las municipalidades. Y es que la percepción de los empresarios gamarrinos entrevistados por es que ellas no están dispuestas a hacer mucho por solucionar los problemas, ya sea por falta de presupuesto o por otro tipo de intereses. “Las autoridades tienen que cuidar Gamarra, es el centro comercial más importante a nivel nacional”, exhorta Jabbour.

Pero los gamarrinos no se han dormido en sus laureles. “Somos gente pujante, perseverante y esforzada, por eso nos mantenemos”, dice Alva, a la espera que esos valores hagan que Gamarra resista los embates que hoy sufre. Por lo pronto, muchos de ellos ya empezaron a ver hacia otros mercados de América para buscar oportunidades de crecimiento y no quedar “atrapados” ante una posible crisis del conglomerado, aunque PromPyme sostenga que la mayoría de ellos no dispone de las herramientas necesarias para enfrentar con éxito este desafío. Las cifras así lo demuestran: sólo el 6% de ellos exporta.

En el caso de Zanatti, su empresa ya ha previsto vender dos de los cuatro locales que posee para capitalizarse y así emprender su proyecto exportador hacia Bolivia o Chile. Y es que, según la CEG, el 80% del patrimonio de Gamarra está en sus locales, como un activo valioso, pero inmovilizado, y sujeto a los vaivenes de una burbuja inmobiliaria que podría reventar en cualquier momento. “Financiarse a través de los bancos es costoso y a través del crédito informal más”, comenta el empresario, quien refiere que esta modalidad de préstamos exige a veces retribuciones del 1% efectivo diario. “¡Donde mejor nos vaya, ahí nos vamos a vivir! El Perú ya ha tenido una fugacía de profesionales, ahora se viene la de empresarios hacia países con reglas de juego más claras”, afirma. Zanatti no está solo en su esfuerzo. Margarita Casas y su esposo Francisco han optado por una iniciativa más participativa. “Hemos conformado un grupo de 15 empresas, entre las que exigimos calidad, cumplimiento y eficiencia, para enviar muestras de nuestros productos a otros países, como EEUU y Costa Rica, y así poder exportar”, señala.

Hoy, las expectativas del empresariado de Gamarra, se centran a nivel local en la
próxima campaña navideña. “Si esto no funciona, los empresarios tendremos que pensar más seriamente en mirar otros mercados fuera del Perú”, dice Zanatti. Atrás quedaron los tiempos en que, liderados por Juan Infante, ex presidente de PromPyme, Gamarra se proponía ser en el 2005 la Capital Latinoamericana de la Moda, en un proyecto que involucraba inversiones por US$12 millones para conseguir este objetivo. “Aún queremos serlo. En Gamarra se hace moda, ahí está el ejemplo de las faldas transparentes que presentamos en TV”, dice Alva. Zanatti, pone los pies en la tierra: “Vino gente de EEUU a comprarlas por US$2 la unidad y hoy las están produciendo en China a US$1. En estas condiciones nunca podremos competir con un país que va a reinar en confecciones”.

El empresario destaca en ese sentido la política que siguió Chile con sus confecciones: “Tras unos estudios encargados por el Estado, ellos comprendieron que no iban a ser competitivos y se retiraron de la actividad. Tampoco es una cuestión de escala, pues aún las empresas grandes del sector en el Perú están en dificultades y volverse importador, no me satisface, ¿qué pasa con la gente que tengo en mi taller?”, se pregunta. Quizás la alternativa que propusieron los representantes de Prompex, PromPyme y el Ministerio de la Producción a los empresarios de Gamarra, de capacitarlos para exportar, no les suene convincente, pero parece ser razonable si las empresas pueden resistir. “Nuestra idea es capacitarlos para que puedan usar sus habilidades en identificar nuevos mercados, tanto externos como internos, y ser subcontratados por confeccionistas exportadores en servicios muy especializados”.

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
CONCLUSIONES

1. A principios de la década de los noventa, se adoptaron en el Perú medidas conducentes a acabar con la inflación, estabilizar la economía, liberar los mercados de bienes y servicios, financiero y de trabajo, conducentes a brindar un marco de confianza para que el sector productivo tenga mejores condiciones de inversión. Al mismo tiempo, se implementaron un conjunto de reformas estructurales orientadas a modernizar y hacer más competitiva la actividad de la economía. En este marco, el sector textil y confecciones encontró un entorno favorable a las inversiones, y así incrementar la producción y sus exportaciones. No obstante, en la actualidad las condiciones macroeconómicas vienen restringiendo el desempeño de las PYMES exportadoras, debido a que el Gobierno no ha mostrado una política de articulación integral de mayor alcance para fomentar las exportaciones textiles y de la PYME en particular.

2. Los factores que han potenciado el desempeño de las PYMES en el mercado externo se pueden resumir en: la existencia de un entorno de estabilidad en el país, facilidades de acceso a los mercados americano y europeo, la cercanía de los mercados y la alta calidad de la materia prima. Los factores positivos asociados al desempeño de las empresas se centran principalmente en el know-how acumulado de las PYME, la renovación de la tecnología, la calidad de la mano de obra, y a la maduración y profesionalismo de los empresarios.

3. Las pequeñas y microempresas, en la década de los noventa se constituyeron en el colchón laboral para la economía. Este sector empresarial, se fue desarrollando como una alternativa para soportar los despidos en los años noventa, pero actualmente, su
Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

masificación, ha conllevado a posicionarse como el brazo productivo más importante del país, pero a pesar de este grado de participación en la formación del producto nacional, no tiene el apoyo estratégico financiero, tecnológico, legal y de otras categorías que vienen impidiendo que se repotencien en su verdadera magnitud.

4. A nivel geográfico las microempresas han concentrado su desarrollo en Lima Metropolitana. Esta localización se debe a una serie de factores, como es la cercanía al mercado objetivo, lo cual ha generado un desequilibrio en el desarrollo regional. Dentro de Lima de Lima Metropolitana, estas empresas se encuentran localizadas mayormente en los Conos y en la zona de la Victoria, saltando a la vista la falta de una verdadera articulación empresarial, situación que origina la carencia Alianzas Estratégicas que desemboquen en mayores condiciones para competir en los mercados globalizados.

5. En el sistema financiero Nacional se vienen desarrollando empresas financieras cuya misión es apoyar a los micronegocios, lo cual ha dado origen a las microfinanzas., pero los capitales que movilizan no son suficientes para cubrir las expectativas de todo el sector microempresarial, deficiencia que se ve alimentada por la falta de una cultura financiera de los microempresarios, que los lleva a desconocer las bondades y beneficios que podrían obtener de este sector financiero especializado en las PYMES.

6. Si bien las empresas que movilizan microcréditos son más ágiles en los desembolsos, pero esta bondad es contrarrestada por la elevada tasa de interés que cobran por sus operaciones activas, el hecho más relevante es el caso de MIBANCO, cuya tasa de interés está totalmente divorciada a lo que realmente podrían soportar los microempresarios. Hay que tener presente que la mayor agilidad de los desembolsos no implica necesariamente óptima cobertura de los créditos.

7. El elevado costo de financiamiento para las PYMES no solo es exclusividad de quienes movilizan microcréditos, sino también de la banca comercial, que prácticamente al sector microempresarial, lo consideran como marginal dentro de su cartera de colocaciones. Este grado de marginalidad, según la posición de los bancos, es producto del alto riesgo que representan y los elevados costos operativos que implica mantenerlos dentro de su cartera de colocaciones.

8. A parte que los bancos visualizan a las PYME como un sector de elevado riesgo para sus colocaciones, la situación se hace mucho más crítica cuando se aprecia que los pocos capitales que se movilizan en este sector, se concentran con mayor fuerza en Lima Metropolitana, castigando así a las empresas de provincias, organizaciones, que a pesar de tener ventajas comparativas y competitivas, no encuentran un apoyo estratégico por parte de la banca nacional. Está política además a generado que las PYME se centralicen en Lima Metropolitana, lo cual representa una debilidad del sector a pesar que en las provincias es en donde se tiene ventajas comparativas para impulsar el sector textil y de confecciones a nivel de micro y pequeñas empresas.

9. La falta de articulación que se da entre el sector microempresarial y las grandes empresas incluido el Estado, es otra de las debilidades de las microempresas, que aunadas a este escenario, la falta de apoyo estratégico y oportuno del Sistema Financiero, para la renovación de tecnología o para buscar nuevos mercados, entre otras actividades, origina que este sector empresarial, a pesar de su elevado desarrollo
CONCLUSIONES

relativo, no cuente con una plataforma adecuada para impulsar con mayor fuerza sus actividades dentro de los mercados globalizados.

10. Las microempresas en el Perú todavía no han desarrollado suficientes fortalezas para competir con ventajas en el mundo globalizado. Las debilidades de carácter estructural se pueden localizar en el financiamiento, ámbito tecnológico, de capacitación y búsqueda de mercados. Estas debilidades han originado que éste sector empresarial tenga una marginal participación en la actividad exportadora, dejando este espacio a las medianas y grandes empresas, estas últimas si bien es cierto son las más importantes generadora de divisas, pero no se constituyen en las generadoras de fuentes de empleo.

11. El respaldo patrimonial es un factor que viene impidiendo que las microempresas no sean atractivas para el sector financiero, especialmente el bancario, pero esto no quita que, los intermediarios financieros no bancarios, como las ONGS, Cajas Municipales, Cajas Rurales, aprecien que este sector empresarial tenga elevadas potencialidades para sus colocaciones. El apoyo crediticio de estas instituciones financieras, es imprescindible para que las microempresas puedan palanquearse financieramente, hecho que se ha de traducir en un mayor nivel de competitividad.

12. Los intermediarios financieros especializados en microcréditos, si bien es cierto que son más ágiles para la intermediación, específicamente en el otorgamiento de crédito a los micro negocios, pero su mayor grado agilidad en los desembolsos y grado de cobertura se ve reflejada en una mayor tasa de interés. Este costo del crédito, es marginal dentro de la toma de decisiones dentro de los microempresarios, ya que estos ponderan con mayor grado, la oportunidad de los créditos para resolver sus problema de capital de trabajo o de inversión en tecnología.

13. Ante la estrechez del mercado financiero formal a pesar del avance en las operaciones de crédito en estos últimos diez años, los micro empresarios (PYMES) se ven forzados a acudir a la banca de consumo, que intermedian sus capital a intereses prohibitivos. Asimismo desvían su demanda de crédito al mercado informal, o usurero, cuyas tasas de interés, están por encima, inclusive al de la banca de consumo. O en todo caso las necesidades de crédito son cubiertas por la llamada "chanchita" o "Juntas de Capital".

14. Las microempresarios textiles y de confecciones consideran que los factores críticos de éxito de sus negocios son, el financiamiento, el mercado y la tecnología. Estos factores, por las debilidades estructurales que presentan, tan igual como es común para las PYMES, impiden que las microempresas de este sector, a pesar del desarrollo alcanzado, no logren desarrollarse en su verdadera potencialidad.

15. Un factor que lleva a concluir que los microempresarios textiles tienen una escasa cultura financiera, es la falta de conocimiento de la Corporación Financiera de Desarrollo, como entidad que maneja importantes líneas de créditos para las PYMES. No sólo desconoce el apoyo financiero que brinda está institución para impulsar su desarrollo, sino que además, por desconocimiento, no lo toma en cuenta en sus decisiones de financiamiento.

16. Los microempresarios textiles y de confecciones consideran que los bancos no lo apoya oportunamente y estratégicamente por la carencia de base hipotecaria para
respaldar su solicitud de crédito. Asimismo estiman conveniente la creación de un banco especializado en las PYMES para resolver su problema de financiamiento. Si bien, estos empresarios han acudido, con mayor frecuencia a los bancos, pero argumentan que no han podido resolver su problema de financiamiento en forma oportuna.

17. La falta de apoyo financiero como de mercado, por parte del Estado, son compensadas por las PYMES por algunas fortalezas de carácter estratégico, como la calidad de la mano de obra, y de los insumos, que es una de las más competitivas de la región. Su aprendizaje sería mucho más eficaz, si es que se desarrollaría una verdadera Alianza Estratégica con las grandes empresas exportadoras.

18. El ATPDEA se constituye en una verdadera oportunidad para el potenciamiento de las PYMES. Este megamercado especialmente podría configurarse en una "veta" para las exportaciones de confecciones, pero para aprovechar estratégicamente esta opción de exportación es imprescindible, el desarrollo integral del sector con el apoyo de las demás instituciones colaterales, como son el Estado, las instituciones financieras, las entidades de capacitación, las grandes empresas exportadoras, entre otras.
RECOMENDACIONES

1. Entre las entidades financieras bancarias y las no bancarias, incluida la Corporación Financiera de Desarrollo, deben de complementar esfuerzos para brindar apoyo oportuno y de bajo costo a las PYMES, por un lado, para cerrar el espacio que actualmente es cubierta por los usureros o la banca informal y por otro lado, para que éste sector pueda desarrollar sus fortalezas a su, máxima potencialidad, tanto en el mercado externo como interno.

2. Si bien es cierto que es importante que las instituciones financieras trabajen aliadas estratégicamente para potenciar el sector de las PYMES, como es el textil, pero de igual importancia es las políticas macroeconómicas que debe de emprender el Gobierno en apoyo al sector, basada más que todo en la estabilidad y coherencia del mismo, complementada con la estabilidad que se pueda dar en la esfera política, jurídica como social.

3. La participación del gobierno se debe de centrar en la búsqueda de mercado, en la capacitación, en la reconversión tecnológica, apoyo financiero, entre otros, pero no en subsidios directos. Es decir es importante la promoción de las PYMES, pero no los subsidios, ya que éste último genera brechas fiscales que terminan por diluir toda decisión macroeconómica.

4. Por ser las exportaciones la vía más importante para generar divisas, la poca participación que tiene el Perú en el mercado mundial de textiles y de confecciones, se puede revertir con una agresiva campaña gubernamental de búsqueda de mercado y posicionamiento de marcas como de productos, tarea que además debe ser
complementada por los gremios empresariales, como la CONFIEP, la Sociedad Nacional de Industria. Impulso que debe ser extensivo a las PYMES.

5. Es importante la creación de un banco especializado en el otorgamiento de créditos a las PYMES, recomendación que se desprende del trabajo de campo. Este banco, se encargaría, no sólo de otorgar créditos, sino también de desarrollar proyectos en forma corporativa, de dar apoyo tecnológico vía asesoramiento especializado, búsqueda de mercados externos, monitoreo de los créditos otorgados. Esta Alianza Estratégica conllevaría al desarrollo paralelo de las PYMES y de éste intermediario financiero.

6. La elevada concentración de las PYMES en Lima Metropolitana, debe ser revertida, con políticas de descentralización empresarial, para ello se debe de tener en cuenta medidas macroeconómicas y microeconómicas, pero que no generen distorsiones en los precios relativos. La descentralización de estas empresas debe ser horizontal de está forma se estaría contribuyendo a generar mayores oportunidades de empleo en las provincia, que es justamente, donde existen ventajas comparativas para que se desarrolle e impulse el sector.

7. Los intermediarios financieros, en especial los bancos, tienen que redefinir el concepto del crédito de las PYMES, considerando que no solamente los bienes hipotecarios pueden ser considerados como relevantes para la seguridad de los desembolsos, ya que es necesario que se considere como prioritario la bondad del proyecto, y la calidad de los prestatarios, para la intermediación.

8. Es necesario que los intermediarios bancarios, no consideren a las PYMES como prestatarios desmaliados riesgos para realizar sus colocaciones, ya que los microempresarios, por diversos estudios realizados han demostrado tener cumplimiento con los compromisos asumidos. Es más como estas empresas en número son altamente significativas, los costos operativos por colocaciones de los bancos podrían bajar, compensando de esta manera el riesgo explícito que asumen cuando realizan sus operaciones activas con este sector.

9. Es imprescindible la descentralización de los créditos, ya que podría configurarse como una estrategia para descentralizar a las microempresas, y a la vez fortalecer a las que están operando fuera de Lima Metropolitana. Estas tareas, que si bien es cierto que están siendo ejecutadas por las entidades especializadas en micro créditos, pero su dimensión y los capitales que movilizan no coberturan las necesidades de liquidez de este sector empresarial.

10. COFIDE por ser una institución, especializada en crédito a las PYME, deberá de dejar de actuar como un banco de segundo piso, para tener una relación directa con los prestatarios o las PYMES, sistema de intermediación que permitiría disminuir el costo del crédito que actualmente soportan estas empresas.

11. Es necesario que la Banca y los intermediarios financieros no bancarios, establezcan una Alianza Estratégica con las PYMES, no solamente para las operaciones de crédito, sino para otras operaciones reales, como búsqueda de mercado o asesoría tecnológica, lo que en cierta forma coadyuvaría a que este sector empresarial tenga mayores fortalezas para competir en el mercado y a la vez, acumule potencialidades para
ir configurándose como un cliente no riesgoso para los intermediarios bancarios.

12. Para que entidades financieras especializadas en microcréditos, hagan más efectiva sus tareas de intermediación, es necesario que implementen una política de posicionamiento a nivel de las PYMES, que sin es cierto, un porcentaje importante de ellos, los utilizan como fuente de financiamiento, aun no han logrado cubrir las expectativas de estos usuarios.

13. Por ser para las empresas textiles, el financiamiento, el mercado y la tecnología como factores críticos de éxito, es necesario la participación del Estado, no a través de subsidios directos, pero si con ayudas que podrían significar ampliación de mercado, innovación de productos, innovación tecnológica, capacitación empresarial, para ello sería estratégica la participación de las Universidades o Centros Tecnológicos de Capacitación; es más el Estado podría participar como accionista mayoritario o minoritario en la formación de un intermediario financiero especializado únicamente y exclusivamente en atención a los microempresarios.

14. Las PYMES textiles y de confecciones deberían de estar más articuladas a las grandes empresas exportadoras, como medio, en una primera instancia para llegar a los mercados externos. Esta Alianza Estratégica podría ejecutarse en calidad de proveedores o de producto final, por ambos lados, las PYMES tendrían mayores oportunidades para seguir creciendo sostenidamente.

15. Asimismo las Alianza Estratégica debería de abarcar a las empresas productoras de materia prima, de tal forma que, como consecuencia del ATPDEA los niveles de beneficio fluya hacia quienes son los encargados de producir el algodón, principalmente componente de los textiles y confeccionistas. Esta alianza estratégia además permitiría mejorar los niveles de competitividad en los mercados globalizados.

16. Las PYMES textiles, y de confecciones para impulsar su tecnología y así elevar su grado de eficiencia y eficacia en los mercado globalizados, es necesario crear líneas especiales de créditos para estos caso, ampliando la gama de productos financieros. Rol que podría ser cubierta por COFIDE o MIBANCO. Este grado de apoyo también debe de visualizarse en la búsqueda de mercado a través de PROMPERU y las Oficinas Consulares que el Perú posee en los diversos países del mundo.

17. Es necesario que la productividad de las PYME se eleve para que puedan competir en el mercado nacional, como internacional, pero para ello es importante el apoyo de instituciones que vayan más allá del financiamiento, tal es el caso que se debe de crear centros de capacitación especializados en el área textil, patrocinada por el Estado, pero operada bajo cooperación internacional, para asegurar los mercados de destino.

18. Lo que se plantea en el punto anterior es básico para que el Perú en el campo textil y de confecciones no solo pueda competir bajo el marco del ATPA, sino que es indispensable para que pueda estar en condiciones de competir bajo el marco del ALCA, en el 2005.

19. Las entidades del gobierno, como el MITINCI, bajo una Alianza Estratégica con PROMPEX y los grupos empresariales organizados deben de desarrollar proyectos para
lograr ayuda financiera internacional sin reembolso dirigida específicamente para potenciar tecnológicamente a los pequeños y microempresarios. Pero éste desembolso debe de llegar verdaderamente al usuario final, que como bien se sabe sus centros de producción, que alimentan a la cadena de distribución, mayormente están localizados en las zonas marginales. Apoyo Financiero que debe complementarse con un programa de capacitación en reconversión tecnológica.

20. Las micro y pequeñas empresas textiles y de confecciones, no sólo deben de buscar una Alianza Estratégica con las grandes empresas, sino que es necesario que está articulación se de entre ellos mismos, lo cual elevaría su capacidad para emprender negociaciones a nivel de mercado, como con los intermediarios financieros y con el Estado. Esta agrupación no debe de confundirse con la creación de un "sindicato" sino como micro y pequeñas empresas articuladas, bajo el objetivo de optimizar sus operaciones en el mercado.


ENRIQUE, Angeles. Las Pymes y la Gestión de la Calidad. Lima. Avance Económico 1999


Fundación Friedrich Ebert. IPIA La Pequeña Producción en Villa Salvador. Lima Peru.1989


OIT. 1995. Mundialización de las industrias del calzado, los textiles y el vestido , Ginebra.


Quiroz Salazar Willian La Investigación Jurídica. Lima Perú. 1998 IMSERGRAF.


SÁNCHEZ Guido El marketing en las Pequeñas Empresas" Lima, SYSA. 1996.


BCR. Nota semanal. Varios Números.

Diario Gestión. Varios números.

Diario Síntesis. Varios números.
CUADRO N° 1. RESUMEN DE LA COMPOSICIÓN DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Subsectores y tipo de empresa</th>
<th>Número de empresas</th>
<th>Valor de las exportaciones</th>
<th>Empleo</th>
<th>Ingreso por ventas</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Textiles</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Micro</td>
<td>92,4</td>
<td>0,0</td>
<td>23,4</td>
<td>1,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Pequeña y mediana</td>
<td>6,6</td>
<td>6,0</td>
<td>50,0</td>
<td>23,34</td>
</tr>
<tr>
<td>Grande</td>
<td>0,9</td>
<td>94,0</td>
<td>26,0</td>
<td>75,54</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Confecciones</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Micro</td>
<td>96,8</td>
<td>0,0</td>
<td>64,0</td>
<td>8,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Pequeña y mediana</td>
<td>3,2</td>
<td>18,0</td>
<td>28,0</td>
<td>66,28</td>
</tr>
<tr>
<td>Grande</td>
<td>0,1</td>
<td>82,0</td>
<td>7,6</td>
<td>25,7</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

 Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

CUADRO 2. COMPOSICIÓN Y CONCENTRACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TEXTIL POR SUBSECTORES SEGÚN UBICACIÓN GEOGRÁFICA. (EN MILES DE NUEVOS SOLES)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Subsector</th>
<th>Departamento</th>
<th>Establecimientos</th>
<th>Ventas</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>Número</td>
<td>Porcentaje</td>
</tr>
<tr>
<td>Textil</td>
<td>Lima</td>
<td>4.201</td>
<td>64,6</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Junín</td>
<td>748</td>
<td>11,5</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Arequipa</td>
<td>423</td>
<td>6,5</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Callao</td>
<td>252</td>
<td>3,9</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Cusco</td>
<td>194</td>
<td>3,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>La Libertad</td>
<td>175</td>
<td>2,7</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Lambayeque</td>
<td>135</td>
<td>2,1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Ica</td>
<td>64</td>
<td>1,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Los demás</td>
<td>308</td>
<td>4,7</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Total</td>
<td>6.500</td>
<td>100,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Confecciones</td>
<td>Lima</td>
<td>18.093</td>
<td>75,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Arequipa</td>
<td>1.035</td>
<td>4,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>La Libertad</td>
<td>953</td>
<td>4,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Junín</td>
<td>913</td>
<td>4,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Lambayeque</td>
<td>863</td>
<td>4,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Callao</td>
<td>738</td>
<td>3,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Los demás</td>
<td>1.531</td>
<td>6,0</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Total</td>
<td>24.126</td>
<td>100,0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: SIEM-MITINCI. Elaboración propia.

CUADRO N° 3. IMPORTACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE CONFECCIONES (EN MILES DE US$ CIF)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Para tejido plano y de punto</td>
<td>15.981</td>
<td>18.626</td>
<td>17.111</td>
<td>26.341</td>
</tr>
<tr>
<td>Equipos auxiliares</td>
<td>9.726</td>
<td>10.236</td>
<td>10.315</td>
<td>11.283</td>
</tr>
<tr>
<td>Para el lavado, secado y planchado</td>
<td>8.333</td>
<td>12.424</td>
<td>12.675</td>
<td>9.715</td>
</tr>
<tr>
<td>Para el acabado</td>
<td>8.682</td>
<td>8.856</td>
<td>12.211</td>
<td>19.021</td>
</tr>
<tr>
<td>Para la industria de la confección</td>
<td>16.121</td>
<td>20.976</td>
<td>16.081</td>
<td>16.388</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>72.291</td>
<td>82.219</td>
<td>81.500</td>
<td>104.012</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: SIN. Elaboración propia.

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
CUADRO N° 4. CAPACIDAD INSTALADA UTILIZADA EN LA INDUSTRIA TEXTIL.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Año</th>
<th>Porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1990</td>
<td>64,80</td>
</tr>
<tr>
<td>1991</td>
<td>60,50</td>
</tr>
<tr>
<td>1992</td>
<td>52,60</td>
</tr>
<tr>
<td>1993</td>
<td>55,20</td>
</tr>
<tr>
<td>1994</td>
<td>71,49</td>
</tr>
<tr>
<td>1995</td>
<td>68,62</td>
</tr>
<tr>
<td>1996</td>
<td>79,77</td>
</tr>
<tr>
<td>1997</td>
<td>82,52</td>
</tr>
<tr>
<td>1998</td>
<td>74,01</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Fuente:** SIN. Elaboración propia.

CUADRO N° 5. COMPOSICIÓN DE LA PEA ASALARIADA DEL SECTOR TEXTIL POR SUBSECTORES SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Tamaño</th>
<th>Textil porcentaje</th>
<th>Confecciones porcentaje</th>
<th>Total porcentaje</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Micro</td>
<td>12,8</td>
<td>43,0</td>
<td>37,0</td>
</tr>
<tr>
<td>Pequeña y mediana</td>
<td>57,1</td>
<td>45,4</td>
<td>47,7</td>
</tr>
<tr>
<td>Grande</td>
<td>30,1</td>
<td>11,6</td>
<td>15,3</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Total</strong></td>
<td><strong>100,0</strong></td>
<td><strong>100,0</strong></td>
<td><strong>100,0</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Fuente:** MTPS-DNEFP. Encuesta de hogares 1986-1995. El

CUADRO N° 6. COSTOS SALARIALES POR HORA EN LA INDUSTRIA DEL VESTIDO DE ALGUNOS PAÍSES*.

(EN DÓLARES AMERICANOS)
 Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

<table>
<thead>
<tr>
<th>País</th>
<th>1990</th>
<th>1991</th>
<th>1993</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Alemania</td>
<td>7,23</td>
<td>14,81</td>
<td>17,12</td>
</tr>
<tr>
<td>Argentina</td>
<td>1,07</td>
<td>1,81</td>
<td>1,85</td>
</tr>
<tr>
<td>Brasil</td>
<td>0,98</td>
<td>0,76</td>
<td>0,73</td>
</tr>
<tr>
<td>China</td>
<td>0,26</td>
<td>0,24</td>
<td>0,25</td>
</tr>
<tr>
<td>Colombia</td>
<td>1,23</td>
<td>1,18</td>
<td>1,22</td>
</tr>
<tr>
<td>República Dominicana</td>
<td>0,67</td>
<td>0,64</td>
<td>--</td>
</tr>
<tr>
<td>Egipto</td>
<td>0,34</td>
<td>0,32</td>
<td>0,43</td>
</tr>
<tr>
<td>Estados Unidos</td>
<td>6,56</td>
<td>6,77</td>
<td>8,13</td>
</tr>
<tr>
<td>India</td>
<td>0,33</td>
<td>0,25</td>
<td>0,27</td>
</tr>
<tr>
<td>Indonesia</td>
<td>0,16</td>
<td>0,18</td>
<td>0,28</td>
</tr>
<tr>
<td>Italia</td>
<td>12,50</td>
<td>13,50</td>
<td>12,31</td>
</tr>
<tr>
<td>Japón</td>
<td>6,34</td>
<td>7,44</td>
<td>10,64</td>
</tr>
<tr>
<td>México</td>
<td>0,92</td>
<td>1,17</td>
<td>1,08</td>
</tr>
<tr>
<td>Perú</td>
<td>0,86</td>
<td>0,88</td>
<td>1,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Singapur</td>
<td>2,43</td>
<td>2,72</td>
<td>3,06</td>
</tr>
<tr>
<td>Uruguay</td>
<td>1,41</td>
<td>1,59</td>
<td>2,35</td>
</tr>
<tr>
<td>Venezuela</td>
<td>1,11</td>
<td>1,38</td>
<td>1,48</td>
</tr>
</tbody>
</table>

* Salarios + cargas sociales. **Fuente:** «Sitуación reciente en la industria del vestido - Informe l». Organización Internacional del Trabajo, 1995, Ginebra. Elaboración propia

CUADRO N° 7. PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS SOBRECOSTOS EN EL COSTO TOTAL DE LAS PRENDAS DE VESTIR EXPORTADAS

<table>
<thead>
<tr>
<th>CONCEPTO</th>
<th>1996</th>
<th>1997</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>FONAVI</td>
<td>2,02</td>
<td>1,31</td>
</tr>
<tr>
<td>IPSS</td>
<td>2,25</td>
<td>2,25</td>
</tr>
<tr>
<td>CTS</td>
<td>1,92</td>
<td>1,92</td>
</tr>
<tr>
<td>SENATI</td>
<td>0,25</td>
<td>0,19</td>
</tr>
<tr>
<td>Sobrecostos laborales</td>
<td>6,44</td>
<td>5,67</td>
</tr>
<tr>
<td>Impuesto selectivo al petróleo</td>
<td>0,86</td>
<td>0,45</td>
</tr>
<tr>
<td>Aranceles</td>
<td>1,93</td>
<td>1,54</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Total</strong></td>
<td><strong>9,23</strong></td>
<td><strong>7,66</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Fuente:** Revista «Negocios Internacionales», Elaboración propia

CUADRO N° 8. MODALIDADES DE CONTACTO E INSERCIÓN AL MERCADO DE EXPORTACIÓN DE LAS PYME .

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
MODALIDAD | CASOS
--- | ---
Contacto personal/viajando al exterior en busca del cliente | 6
A través de agentes, pero sin salir del país | 3
El cliente acude a la empresa | 3
Ruedas de negocio promovidas | 3
Contacto a través de los gremios | 1

**Fuente:** Estudio de casos de PYME textiles y confecciones exportadoras, 1998. Elaboración: propia.

---

CUADRO N° 9. EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL Y DE CONFECCIONES POR TAMAÑO DE EMPRESA (EN DÓLARES FOB)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Confecciones</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Grande</td>
<td>111.455.032,39</td>
<td>148.979.848,33</td>
<td>167.140.267,32</td>
<td>207.697.819,06</td>
<td>263.737.729,49</td>
</tr>
<tr>
<td>PYME</td>
<td>45.815.862,65</td>
<td>39.324.056,95</td>
<td>35.133.441,35</td>
<td>47.346.442,57</td>
<td>59.812.412,91</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>157.270.895,04</td>
<td>188.303.905,28</td>
<td>202.273.708,67</td>
<td>255.044.261,63</td>
<td>323.550.142,40</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Textiles</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>PYME</td>
<td>16.052.500,44</td>
<td>14.932.530,14</td>
<td>13.810.147,47</td>
<td>12.995.547,24</td>
<td>9.582.133,52</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>167.234.294,27</td>
<td>208.284.902,48</td>
<td>238.384.938,95</td>
<td>199.930.539,65</td>
<td>246.972.946,21</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Total sector</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Grande</td>
<td>262.636.826,22</td>
<td>342.332.220,67</td>
<td>391.715.058,80</td>
<td>394.632.811,47</td>
<td>501.128.542,18</td>
</tr>
<tr>
<td>PYME</td>
<td>61.868.363,09</td>
<td>54.256.587,09</td>
<td>48.943.588,82</td>
<td>60.341.989,81</td>
<td>69.394.546,43</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>324.505.189,31</td>
<td>396.588.807,76</td>
<td>440.658.647,62</td>
<td>454.974.801,28</td>
<td>570.523.088,61</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Fuente:** Aduanas. Elaboración: propia.

---

CUADRO N° 10. COMPOSICIÓN DE LA PEA OCUPADA EN EL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES POR TAMAÑO DE EMPRESA.

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Micro</strong></td>
<td>25.223</td>
<td>10.469</td>
<td>30.823</td>
<td>4.234</td>
<td>5.289</td>
<td>6.189</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>74.352</td>
<td>50.742</td>
<td>67.188</td>
<td>20.862</td>
<td>24.282</td>
<td>26.412</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Micro</strong></td>
<td>74.416</td>
<td>73.977</td>
<td>60.358</td>
<td>74.824</td>
<td>92.832</td>
<td>98.559</td>
</tr>
<tr>
<td>PYME</td>
<td>37.232</td>
<td>36.933</td>
<td>19.884</td>
<td>43.016</td>
<td>40.810</td>
<td>43.746</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>124.518</td>
<td>117.216</td>
<td>84.279</td>
<td>130.182</td>
<td>145.077</td>
<td>154.069</td>
</tr>
</tbody>
</table>

---

CUADRO N° 11. EXPORTACIONES PERUANAS DE TEXTILES Y CONFECCIONES .

"Programa Cybertesis PERÚ - Derechos son del Autor"
Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Estados Unidos</td>
<td>24</td>
<td>31</td>
<td>35</td>
<td>37</td>
<td>35</td>
<td>38</td>
<td>39</td>
</tr>
<tr>
<td>Unión Europea</td>
<td>31</td>
<td>33</td>
<td>31</td>
<td>27</td>
<td>24</td>
<td>27</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>CAN</td>
<td>9</td>
<td>12</td>
<td>9</td>
<td>10</td>
<td>13</td>
<td>15</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>Mercosur*</td>
<td>4</td>
<td>4</td>
<td>3</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>2</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Chile</td>
<td>9</td>
<td>8</td>
<td>9</td>
<td>6</td>
<td>7</td>
<td>6</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Canadá</td>
<td>4</td>
<td>3</td>
<td>3</td>
<td>2</td>
<td>2</td>
<td>2</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>Japón</td>
<td>2</td>
<td>4</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td>5</td>
<td>4</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>México</td>
<td>1</td>
<td>1</td>
<td>2</td>
<td>2</td>
<td>1</td>
<td>0</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td>Otros países</td>
<td>16</td>
<td>3</td>
<td>6</td>
<td>8</td>
<td>11</td>
<td>6</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
<td>100</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fuente: SNI. * Países que ahora conforman el Mercosur.

CUADRO N° 12. EXPORTACIONES FOB DE PRODUCTOS TEXTILES (US$ MILLONES)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Prendas de vestir</td>
<td>36,8</td>
<td>69,2</td>
<td>80,4</td>
<td>84,1</td>
<td>107,9</td>
<td>162,0</td>
<td>193,0</td>
<td>207,3</td>
<td>259,2</td>
<td>328,9</td>
<td>220,2</td>
</tr>
<tr>
<td>Hilados</td>
<td>96,9</td>
<td>110,3</td>
<td>112,5</td>
<td>120,2</td>
<td>92,6</td>
<td>65,1</td>
<td>89,1</td>
<td>102,7</td>
<td>84,7</td>
<td>93,4</td>
<td>57,5</td>
</tr>
<tr>
<td>Tejidos</td>
<td>75,3</td>
<td>125,1</td>
<td>124,9</td>
<td>138,7</td>
<td>92,1</td>
<td>50,5</td>
<td>55,5</td>
<td>64,3</td>
<td>70,4</td>
<td>96,9</td>
<td>62,1</td>
</tr>
<tr>
<td>Fibras textiles</td>
<td>47,7</td>
<td>40,3</td>
<td>46,6</td>
<td>49,1</td>
<td>50,3</td>
<td>46,7</td>
<td>58,2</td>
<td>66,3</td>
<td>40,2</td>
<td>51,4</td>
<td>28,4</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td>256,7</td>
<td>344,9</td>
<td>364,4</td>
<td>392,1</td>
<td>342,9</td>
<td>324,3</td>
<td>395,8</td>
<td>440,6</td>
<td>454,5</td>
<td>570,6</td>
<td>368,2</td>
</tr>
</tbody>
</table>


<table>
<thead>
<tr>
<th>PAÍS</th>
<th>2002</th>
<th>2003.E-JUNIO</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>China</td>
<td>7 070</td>
<td>3879</td>
</tr>
<tr>
<td>México</td>
<td>7 683</td>
<td>3560</td>
</tr>
<tr>
<td>Hong Kong</td>
<td>3 874</td>
<td>1472</td>
</tr>
<tr>
<td>Honduras</td>
<td>2 502</td>
<td>1241</td>
</tr>
<tr>
<td>Vietman</td>
<td>873</td>
<td>1213</td>
</tr>
<tr>
<td>India</td>
<td>1 939</td>
<td>1185</td>
</tr>
<tr>
<td>Indonesia</td>
<td>2 049</td>
<td>1066</td>
</tr>
<tr>
<td>Re. Dominicana</td>
<td>2 133</td>
<td>1022</td>
</tr>
<tr>
<td>Filipinas</td>
<td>1 806</td>
<td>898</td>
</tr>
<tr>
<td>Bangladesh</td>
<td>1 757</td>
<td>873</td>
</tr>
<tr>
<td>Guatemala</td>
<td>1 659</td>
<td>869</td>
</tr>
<tr>
<td>Tailandia</td>
<td>1 747</td>
<td>813</td>
</tr>
<tr>
<td>El salvador</td>
<td>1 675</td>
<td>807</td>
</tr>
<tr>
<td>Canadá</td>
<td>1 588</td>
<td>768</td>
</tr>
<tr>
<td>Corea del sur</td>
<td>2 051</td>
<td>728</td>
</tr>
<tr>
<td>Sri Lanka</td>
<td>1 406</td>
<td>692</td>
</tr>
<tr>
<td>Italia</td>
<td>1 472</td>
<td>679</td>
</tr>
<tr>
<td>Turquia</td>
<td>1 189</td>
<td>624</td>
</tr>
<tr>
<td>Taiwán</td>
<td>1 494</td>
<td>615.2</td>
</tr>
<tr>
<td>Cambodia</td>
<td>1 026</td>
<td>578.1</td>
</tr>
<tr>
<td>Macao</td>
<td>1 125</td>
<td>556</td>
</tr>
<tr>
<td>Pakistan</td>
<td>885</td>
<td>468</td>
</tr>
<tr>
<td>Malasia</td>
<td>735</td>
<td>328</td>
</tr>
<tr>
<td>Costa Rica</td>
<td>727</td>
<td>309</td>
</tr>
<tr>
<td>PERU</td>
<td>186</td>
<td>249</td>
</tr>
<tr>
<td>PERU/TOTAL(%)</td>
<td>0.0031</td>
<td>0.0084</td>
</tr>
<tr>
<td>TOTAL</td>
<td>58 627</td>
<td>29 585</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Fuente**: USITC. PROMPEX. Elaboración propia.