

ESTADO ACTUAL DE LA MIPYME DEL SECTOR TEXTIL DE LA CONFECCIÓN EN LIMA

Patricia Larios Francia

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) representan el 99,41 % del sector empresarial en el Perú, donde el sector textil de la confección es la actividad manufacturera más importante, con 23 099 empresas dedicadas a la fabricación de prendas de vestir, el 47,8 % de las cuales se encuentra ubicado en Lima.

La investigación tuvo como objetivos identificar los factores internos y externos que impactan en el desempeño de las mipymes, categorizar los procesos que implementan en los ámbitos estratégico, operativo y de soporte, y describir su gestión productiva y comercial.

Se realizó un estudio transeccional exploratorio, para el cual se aplicó una encuesta dirigida a 100 empresarios de las mipymes, otra a 70 profesionales empleados en el rubro textil, y, finalmente, una dirigida a expertos del sector.

Del diagnóstico empresarial de las mipymes se han obtenido hallazgos como los siguientes:

- Alta expectativa de crecimiento del sector: el 94 % de los empresarios se siente seguro y optimista.
 - Están constituidas en un 61 % como organizaciones societarias con un control familiar mayoritario, donde el empresario tiene en promedio 19 años de experiencia y el 53 % posee estudios universitarios.
 - Se han identificado tres niveles de macroprocesos: estratégico (la gerencia); operacional (los procesos de diseño, desarrollo de producto, producción y comercial); y soporte (administración, operaciones, finanzas y contabilidad).
 - En cuanto a su gestión productiva, en el 59 % de casos esta se encuentra verticalmente integrada. El empresario presume que sus productos sí cumplen con los requisitos de normas técnicas establecidas por el sector y los clientes, y que es capaz de identificar sus necesidades; sin embargo, se evidenció que en el 40 % de empresas los productos no cuentan con normas de calidad documentadas.
 - El 63 % de empresas se especializa en la fabricación de polos, que representan el 88 % de la exportación a los Estados Unidos, lo que demuestra la falta de estrategia de diversificación de productos; no crean valor agregado, ni diseño, ni se generan marcas propias.
 - Se identificó el uso inadecuado de tecnología, la falta de estudio y mejora de métodos de medición de productividad, ocasionando una limitada capacidad productiva.
 - Con respecto a la gestión comercial, el empresario de la mipyme presume en un 80 % que tiene definido su mercado objetivo.
 - El 83 % de empresas indica que los precios de sus productos se basan en el análisis de costos, pero solo se evalúan costos primos; no están correctamente considerados los gastos operativos, administrativos, de ventas ni financieros; no está determinada la merma en la cadena productiva.
- A estas observaciones se pueden agregar otros factores internos y externos que constituyen una restricción para el desarrollo del sector.
- Para mejorar la capacidad gerencial de los conductores de las mipymes, es indispensable sensibilizarlos para que reconozcan sus resultados reales de gestión, pues, dado que presumen tener una posición competitiva y de manejo óptimo de sus recursos, no perciben la necesidad de capacitarse o de innovar, al no contar con mecanismos de medición de rendimiento que les permitan conocer el desempeño de su organización. Asimismo, se deben crear mecanismos que aseguren una mejor comunicación de los esfuerzos del gobierno y de instituciones públicas y privadas para el desarrollo productivo y empresarial del sector. ❖