

INDICE

INTRODUCCION	1
I. PARTE	
EL CONTEXTO DEL DESARROLLO DE LAS PYMES	4
1. Antecedentes de las PYMES en el Mundo	4
2. Situación actual del sector en el Perú	7
2.1 Definición de la terminología PYME	7
2.2 Promoción estatal a las PYMES	10
2.3 Estructura del sector	19
3. Estructura del sector empresarial de la región Arequipa	21
II. PARTE	
ANALISIS DEL SECTOR PYMES EN LA REGION DE AREQUIPA	25
2.1. Metodología	25
2.1.1. Determinación del tamaño de la muestra	26
2.1.2. Distribución del grupo muestral	27
2.2. Análisis del cuestionario aplicado a las PYMES	27
2.2.1. Antecedentes empresariales	27
2.2.2. Aspectos financieros de la empresa	42
2.2.3. Analisis de comercialización	51
2.2.4. Indicadores de gestión	59
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

CONCLUSIONES

1. Es muy facil deducir que el fenomeno de las PYMES se da a nivel mundial a partir de los años 70, gracias a la caida de las 500 grandes empresas de los EEUU, por el crecimiento de la informatica y los servicios y finalmente por la necesidad de los paises de dar una solución coherente a los problemas de absorción de la mano de obra. En el Perú este fenomeno tiene sus origenes en la decada de los 80 impulsado por Fernando Villaran y Hernando de Soto.
2. El estado peruano antes de los 90 impulsa este sector a traves de tres canales: credito, parques para la pequeña industria y servicios no financieros; destinando un gasto promedio por año de 45 millones de dolares, pero es en el gobierno de Fujimori donde aparece un espacio definido de promoción al sector PYME destinando 250 millones de dolares en promedio por año y creando 22 programas de promoción al sector hasta 1998, por lo que me permito afirmar que el padre de las PYMES en el Perú es el gobierno de Fujimori.
3. Las empresas dentro del sector se dedican mas al comercio caso Lima con un 66.68% de participación, la región de Arequipa con 79.9% y el promedio nacional de 64%; para 1999 de las empresas registradas en la región de Arequipa el 99.27% eran PYMES (63 348 empresas) de las cuales el 89% se encuentra en el sector servicios por lo que afirmamos que la economía regional esta terciarizada.
4. El sector PYMES en nuestra región es relativamente joven con un promedio de vida de 7 años, tiene un tamaño promedio por empresa de 3 trabajadores; absorbio en 1999 el 42.23% de la PEA regional y se estima que en el 2002 las 72 915 PYMES proyectadas absorbieron al 45.82% de la PEA regional.
5. La inversión promedio por PYME es de 2 554.45 dolares y un puesto de empleo en el sector se estimo cuesta 851.48 dolares es decir 171 veces menos que en mineria. Tambien se determino que el sector esta compuesto por empresas de corte familiar pues el 64.3% de las

empresas son familiares, existiendo la relación interna dentro de la organización de padre e hijos de 37% y de conyugues de 40.6%.

6. El ingreso promedio bruto anual por empresa en el sector se calculo en 25 351.72 soles lo que nos lleva a determinar que con un margen de utilidad del 30% el ingreso real por trabajador PYME es de 211.27%, si consideramos que son de corte familiar, el ingreso familiar dentro del sector seria de 633.81 soles menor a la canasta basica familiar; confirmaria esto economias de subsistencia y que las familias del sector en promedio se encuentran en estado de pobreza.
7. El sector importa el 68% de sus insumos y tan solo el 1.2% de las empresas cuenta con experiencia en la exportación, puesto que el 80.9% produce para el mercado local.
8. Finalmente diriamos que la capacidad de gestión en el sector esta concentrado entre el 30 y 40 porciento de las empresas del sector, los cuales cuentan con las principales herramientas de gestión, por lo tanto nos permite afirmar que el 37% de las PYMES son competitivas, que han establecido una estrategia clara de posicionamiento y lideran los sectores donde se desenvuelven, con capacidad de dar el salto a una segunda y tercera generación de PYMES.

RECOMENDACIONES

1. Para poder fomentar el desarrollo del sector es necesario un trabajo coordinado, entre las instituciones que vienen realizando actividades, proyectos y programas de fomento, promoción y planificación; que permitan un adecuado cruce de información.
2. Es necesario que el estado proporcione un marco legal y tributario que este de acuerdo con las necesidades reales del sector, de manera tal que se de un verdadero impulso y las condiciones adecuadas para el crecimiento y desarrollo de las PYMES en nuestra región.
3. Considero que existen los insumos suficientes dentro del sector que le permitan ser el motor del desarrollo regional, pero para ello se debera de orientar la producción, diseñar una reingeniería del sector y conformar consorcios productivos orientados en primer lugar a satisfacer las necesidades reales de la macroregión sur.
4. Finalmente es necesario complementar para futuras investigaciones trabajos a nivel microeconomico, debido a que la rigurosidad del presente estudio esta dentro un marco macro; de tal manera que ello nos permita realizar un analisis de empresas de éxito, en proceso de crecimiento, empresas con problemas de gestión y aquellas que han sido disueltas por el propio mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- **DIAGNÓSTICO SECTOR PYMES REGIÓN AREQUIPA.**
CTAR – Arequipa y Fundación Nuevo Mundo; Diciembre –1999.
- **LA PROMOCIÓN ESTATAL A LAS PYMES EN EL PERÚ**
Villarán de la Puente, Fernando y Chincaro, Samuel - Programa DESIDE – Junio 1998.
- **LEY GENERAL DE LA PEQUEÑA Y MICROEMPRESA**
Ley 27268, publicada en el Peruano el 27 de Mayo del 2000.
- **METODO PRE EMPRESA**
Sebastiao Mendoca Ferreira y Fernando Ortega San Martin –
SINAPSIS S.A.
- **PYMES E INSTITUCIONALIDAD DEMÓCRATA EN EL PERÚ**
Facultad de Ciencias Histórico Sociales, U.N.S.A., Arequipa 1994

- **“BALANCED SCORECARD”**
Rodríguez Ulloa, Ricardo - www.iasvirtual.net
- **“EL MUNDO DE LA PEQUEÑA EMPRESA”**
www.pymesite.com
- **“EL CAPITAL DE RIESGO: UNA ALTERNATIVA PARA LA FINANCIACION DE LAS PYMES”**
Espinosa Garreta, Jaime – ALIDE CONSULT
- **“EL FUTURO DE LAS PYMES EN UN MUNDO GLOBALIZADO”**
Ortega San Martin, Fernando – Oficina I & P CONCYTEC
- **“EXPERIENCIA DEL CIAP”**
www.ciap.org – Moner Lizana
- **“FORMACIÓN DE CLUSTERS UNA ESTRATEGIA FUTURIBLE EN UN MUNDO GLOBALIZADO”**
Dextre Jara, Edwin - Consorcio de Investigación en Prospectiva tecnologica UNI.

Deymar B. Cently Villafrute

INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002



NUEVO MUNDO
Investigadores & Consultores
FUNDACION PARA EL DESARROLLO
EMPRESARIAL Y HUMANO

Arequipa, Enero del 2003

FUNDACION NUEVO MUNDO
Avenida Jesús 503 Mariano Melgar – Arequipa Perú
Teléfono (054) 452463 – E-mail: Fundación_nm@latinmail.com

*A mis padres por tener el buen gusto de haberme hecho en
Arequipa*



INTRODUCCION

Durante la década de los noventa el gobierno del ingeniero Alberto Fujimori Fujimori destina una serie de recursos del estado; así mismo comprometió a instituciones de orden público y privado; de ámbito local, nacional e internacional, con la finalidad de promocionar a la pequeña y microempresa; que nace como un nuevo sector en nuestra economía cuyo objetivo no era otro que dar solución a la agobiante situación económica y social que atravesaba la población como consecuencia de una desastrosa administración económica del APRA en la década de los ochenta y del Fujishock de inicio de los noventa.

Nuestra ciudad y por tanto nuestra región no estaba ajena a esta nueva política que aparece en escenario a principio de los años 90, pero que tiene sus inicios en la década de los 80. La intención del presente estudio es poder dar un mayor alcance de cual es la verdadera situación del sector PYME después de 12 años de promoción estatal, analizar los resultados de dicha política a nivel regional así como evaluar los resultados de los distintos programas que se implementaron en este periodo y su respectivo impacto sobre la población objetivo.

Es necesario conocer la realidad de las PYMES en la región de Arequipa, porque es el sector que absorbe a un numero importante de la PEA regional; además que su articulación nos permite diseñar programas y



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

proyectos de desarrollo que sean sostenibles en el tiempo, aprovechando su know now; de manera tal que la ejecución y puesta en marcha de estos planes, programas y proyectos en el largo plazo puedan dar solución al problema del empleo en nuestra región en un aproximado del 70% de la PEA. La necesidad también parte del hecho de que a nivel regional existen instituciones estatales y privadas tales como Universidades, Institutos, ONGs, Consultoras, Direcciones Regionales, OPDs, etc.; que siguen promocionando la formación y constitución de nuevas PYMES como una alternativa al desempleo o paro estructural, sin tomar en cuenta las distintas variables que interaccionan dentro de la situación actual que enfrentan las pequeñas y microempresas regionales, es decir realizar un diagnóstico real del sector PYMES.

El Objetivo principal de este trabajo de investigación está determinado por:

“Proporcionar una herramienta metodológica y una fuente de información acerca de la realidad del sector PYME en la región de Arequipa al periodo 2002, de tal manera que permita tomar las decisiones pertinentes, además de poder orientar con precisión los programas diseñados por las instituciones que trabajan con el sector”.

Y en segundo lugar llegar a conclusiones que permitan plantear un modelo alternativo de solución al problema que viene atravesando las PYMES.

Parto de una premisa que será comprobada con la ejecución del trabajo de campo que se detalla en la segunda parte del estudio:



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

“El sector PYME esta conformado en su mayoría por microempresas que se dedican a la prestación de servicios y a la comercialización de productos que en su mayoría son importados. Las personas que laboran en estas unidades productivas que a mí entender son de orden familiar perciben ingresos por debajo del salario mínimo legal, lo cual los convierte en subempleados, y a estas familias en pobres, por consiguiente a las PYMES en economías de subsistencia; en las que predomina la baja tecnología, la ausencia de herramientas de gestión y la improvisación, a pesar de que en su seno cuentan con capital humano capacitado”.

Espero con este trabajo contribuir al conocimiento de este sector de manera tal que las diversas instituciones comprometidas con él puedan tomar las decisiones adecuadas que planteen una solución efectiva a la problemática socioeconómica que atraviesa nuestra población y que se puedan estructurar planes y proyectos coherentes que aprovechen el capital humano que esta dentro de este sector que recién esta dando sus pasos de niño para que en su etapa adulta se convierta en el motor del desarrollo sostenible de nuestra región.

Así pues de esta manera conociendo la realidad de esta población y los aspectos del comportamiento de un sector que nació con una finalidad política, aprovechemos el presente y el pasado para construir el futuro.

**ECON. DEYMOR B. CENTTY VILLAFUERTE
DIRECTOR GENERAL DE LA FUNDACION NUEVO MUNDO**



I PARTE

EL CONTEXTO DEL DESARROLLO DE LAS PYMES

1. ANTECEDENTES DE LAS PYMES EN EL MUNDO

No solo en el Perú el sector de la pequeña y microempresa es revalorizado y tomado en cuenta dentro del escenario económico y el panorama de las nuevas sociedades. A nivel mundial la revalorización del sector PYMES y de las PYMES como unidades productivas de pequeña escala se dan a partir de los años 70 debido principalmente a cambios estructurales como el crecimiento de los servicios, es decir que el antiguo paradigma de que solo son empresas aquellas unidades de producción que producen bienes o tangibles cambia rotundamente desde que las facturaciones por servicios de consultorías empresariales, tratamientos clínicos, respaldo o soporte técnico y la valorización del conocimiento como factor de producción de riqueza; empiezan a generar riqueza y valor agregado a los intangibles que con el tiempo se comienzan a valorizar como un activo tanto como las infraestructuras o maquinarias en las principales economías; paralelamente el crecimiento de los productos informáticos en un contexto en que los cambios se dan día a día y que la obsolescencia se cuenta por segundos, las empresas se ven en la necesidad de reducir su tamaño para contar con mayor eficiencia, es decir se hacen pequeños los productos y se hacen pequeñas las empresas.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Otro fenómeno importante que acelera este crecimiento de la pequeña y microempresa es la caída de las 500 grandes empresas en EEUU en los últimos 20 años, en especial a fines de los años 70 donde los EEUU deciden adoptar el modelo neoliberal descartando el Keynesianismo que le había salvado la vida en la depresión de los 30. En este periodo debido a la gran envergadura de las empresas norteamericanas en cuanto a su tamaño y su estructura de personal (A pesar de que sus productos eran duraderos pero costosos, combinado con el hecho de que en toda su producción se encontraba un margen de merma que en el largo plazo se traducía en pérdida de recursos financieros y de competitividad), que ocasiona que estas empresas y la misma economía Norteamericana perdieran espacio en un mercado internacional cada vez más competitivo, es que se agota el modelo Fordista y Taylorista de gran escala; y Japón bajo una nueva Filosofía de Juran y Deming de la Calidad Total y el Kaizen comienza a tener un papel protagónico dentro del espacio económico dominando nuevos mercados entre ellos el norteamericano, con productos de alta tecnología, tamaño usuario y sobre todo al alcance de la mayoría de los consumidores. Japón rompe los paradigmas de la Empresa y domina al mundo nuevamente de la mano de su producción y de la estrategia de terciarizar su producción de una ETN (Empresa Transnacional) a un conjunto de PYMES subcontratistas.

Como hemos observado el panorama competitivo de las principales economías comienza a desarrollar nuevas estrategias para dominar nuevos mercados y ganar nuevos segmentos, esto se refleja en el crecimiento económico de Japón, Alemania, los Tigres del Asia, Canadá y el mismo EEUU. Sin embargo la tasa de paro en muchos de estos países todavía no



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

encuentra una solución coherente, las políticas de subsidios y de seguros contra el desempleo son alguna forma de solucionar temporalmente este problema, en países con menos desarrollo el estado empresario fracasa (Caso Latinoamérica) y trajo consigo un proceso Hiperinflacionario de orden continental, la pobreza en estos bloques aumenta y la migración de la población de países pobres hacia países desarrollados crece, convirtiéndose esta población migrante en una mayor carga para estas sociedades, es por tanto que la idea de que cada cual construya su fuente de trabajo es aceptada con mucha algarabía ya que le quedaba tan solo al estado dotar de un mejor y mayor marco de promoción para que aparezca este nuevo sector de empresas familiares de pequeña escala o las denominadas PYMES.

Algunos investigadores en el Perú como Fernando Villaran y Hernando de Soto durante la década de los ochenta en diversos espacios difunden la idea de las ventajas que ofrece este nuevo sector, consultores como Sebastian Mendoca y gurus de la talla de Peter Senge y Peter Drucker consideran que todos podemos ser empresarios tan solo identificando una oportunidad de negocio que nos permita en el largo plazo crecer sobre estas ganancias consolidando una empresa sobre la base de un negocio. La concepción de que para ser empresario se necesitaba de grandes capitales y de espacios físicos de gran envergadura cambia dentro de los nuevos esquemas en las escuelas de negocios, así como cambia el esquema del prototipo de empresario; que del hombre cosmopolita con estudios en el extranjero, que vive en una zona residencial, que maneja buenos carros, viste de terno y corbata y es de test blanca; los nuevos paradigmas del empresario consideran un nuevo prototipo del hombre común que lucha día a día para ganar nuevos clientes y que en el caso peruano exalta la figura de un chinito que de dueño de una pequeña tienda se convierte en uno de los



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

empresarios de mayor éxito en el rubro de los supermercados, o que viniendo de lo más profundo del Perú hoy en día es dueño de gran parte de gamarra.

Para contar con un mayor panorama estadístico podríamos mencionar que en EEUU el 40% de las PYMES muere antes de los 5 años, las 2/3 partes pasa a la segunda generación y tan solo el 12% sobrevive a la tercera generación. Además existen en los EEUU 22,1 millones de negocios que generan 129 millones de puestos de empleo y ocupa 5.8 personas por empresa.

En otros países del mundo, considerando a los miembros del G – 7 como es el caso de Japón existen un promedio de 9.1 millones de pequeñas empresas que generan 67.2 millones empleos, el promedio de ocupación por empresa es de 7.4 personas. Mientras que en Italia trabajan 5.2 personas por empresa (Emilia Romagna).

Bajo este panorama es que el sector PYME toma mayor fuerza en el contexto económico y social de nuestro país, donde como ya habíamos afirmado con anterioridad se establece toda una línea de promoción del sector por parte del estado principalmente.

2. SITUACION ACTUAL DEL SECTOR EN EL PERU

2.1 DEFINICION DE LA TERMINOLOGIA PYME

Antes de realizar una evaluación del sector es necesario buscar una definición que nos acerque a esta realidad, y que nos permita contar con un marco referencia al momento de definir a una PYME, así como revisar el



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

marco legal dentro del cual se desenvuelven las PYMES en el Perú y cual es la política del estado frente a este nuevo sector que el mismo promocio.

Para el ONUDI (Organismo de las Naciones unidas para el desarrollo Industrial) PYME es: pequeña, micro y mediana Empresa.

Sin embargo dentro de nuestro marco legislativo el estado peruano en la Ley 27268 del sábado 27 de Mayo del 2000, en su articulo primero especifica claramente que su objetivo es el de promocionar y desarrollar las pequeñas y microempresas dentro de una economía social de mercado.

En su articulo segundo **define a la Pequeña y Microempresa, como aquella unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios, dentro de los parámetros establecidos en la reglamentación de la ley. Donde él termino PYMES comprende tanto a la pequeña y microempresa.**

En la reglamentación de la Ley 27268 en su articulo tercero, corresponde al estado a través de los sectores, instituciones y organismos promover, apoyar y facilitar la iniciativa privada, propiciando canales de acceso a mercados y la remoción de barreras administrativas que impidan la constitución y crecimiento de dicho estrato.

En él articulo cuarto de dicha reglamentación se establece los instrumentos con los cuales el estado deberá de intervenir:



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

- a) **Instrumento de promoción y desarrollo:** es decir brindar servicios para la competitividad tales como: servicios de capacitación, asistencia técnica, investigación e innovación, tecnología y financiamiento.
- b) **Instrumento de Formalización:** Acceso con respecto al marco legal: aspectos tributarios, contables, seguridad social, licencia Municipal y acceso al mercado.

En el artículo noveno el cual se refiere a las características generales, se describe la forma de segmentar las empresas por el número de trabajadores:

- **Microempresa:** Es aquella donde el total de trabajadores en la empresa no exceda los 10 trabajadores o 132 UIT anuales en ventas equivalentes a 118 600 dólares. A diferencia de la ley 705 donde si bien el número de trabajadores máximos también era equivalente a 10 trabajadores pero el monto de ventas anuales era de 12 UIT.
- **Pequeña empresa:** Se define a aquella cuyo número de trabajadores se encuentran en el intervalo de mayor de 10 y menor igual de 50 personas o un total de ventas al año de 831 UIT equivalente a 750 000 dólares al año. A diferencia de la ley 705 donde el número máximo de trabajadores era de 20 y el monto de venta promedio al año era de 25 UIT.

Es necesario analizar también el artículo 19 el cual se refiere a la formación de consorcios: “Se establece que las PYMES sin perjuicio de las formas societarias previstas en las leyes pueden agruparse en consorcios para tener acceso a compras estatales, siendo PROMPYME (Comisión de Promoción de la pequeña y microempresa) el cual registra los consorcios”.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Finalmente si bien es cierto que existe una definición clara por parte del estado en cuanto a las características según actividades, formas de constitución, uniones societarias y el número de trabajadores por empresa, las PYMES cumplen un rol mucho más importante dentro de este contexto por lo que me es necesario definir a las PYMES dentro del rol que juegan estas en nuestra economía y en la sociedad.

A mí entender las **PYMES**, son unidades de producción de bienes o servicios, de pequeña envergadura en cuanto a su infraestructura física y su inversión económica y financiera, de corte familiar las cuales brindan trabajo temporal en algunos casos y en otros subempleo debido a un alto grado de competencia en el sector donde desarrollan sus actividades comerciales, lo cual les impide crecer en el largo plazo, a pesar de que sus trabajadores en los últimos años cuentan en su mayoría con estudios universitarios o técnicos.

2.2 PROMOCION ESTATAL A LAS PYMES

En 1996 la demanda crediticia de las PYMES ascendió a 2 495 millones de dólares a nivel nacional, así lo afirma Tula Copa, Gustavo González y Cesar Linares – En un artículo publicado en el peruano de fecha 19 de junio del 96. También se calcula que en 1993 existían alrededor de 3 150 000 PYMES que contribuían con el 40% al PBI dando empleo al 47% de la PEA, donde Lima y Callao concentran el 70% de estas empresas.

Estos y otros datos son parte de la razón en el cambio de modelo económico adoptado por el gobierno peruano en la década de los noventa, y



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

origina que el estado realice actividades importantes en este nuevo sector, que se encuentra en plena diversificación y desarrollo, contrastando esta promoción con dos hechos muy importantes:

- a) El estado tiene desde 1990 una política explícita de no-intervención en la economía (Economía de Libre Mercado).
- b) Hasta hoy no se logra definir, diseñar e implementar por parte del estado una política articulada y global para la promoción del sector.

La participación del estado en la promoción de las PYMES no ha sido difundida adecuadamente. Cada Institución cuenta con la información que recopila de las actividades que realiza en su sector, sin embargo no hay una articulación integral de ella.

a) ACTIVIDADES DEL ESTADO ANTES DE LOS 90

El estado intervenía de manera decisiva en la economía fundamentalmente a través de la protección del mercado interno, el uso de subsidios y exoneraciones tributarias, la oferta de crédito promocional (tasas de interés negativas), leyes de protección al trabajador y el abuso del gasto público. Una parte reducida de su intervención se orienta de manera directa a la promoción de las PYMES, mediante la protección al mercado y la dinamización del mercado interno, vía ingresos de los trabajadores que beneficiaron a las empresas del sector.

En este periodo la promoción a las PYMES se realizaba a través de 03 canales:



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

1. **Crédito:** Mediante el Banco Industrial del Perú (BIP), COFIDE, FOGAPI, FOPEI (Fondo de promoción para la pequeña industria), BCRP a través de IDESI y el PRODESE (Ministro de trabajo).
2. **Parques Industriales:** Para la pequeña empresa cuya expresión más importante fue la de Villa el Salvador en Lima, el Parque Industrial de APIMA en Arequipa y el PORVENIR en Trujillo.
3. **Servicios no Financieros:** Como capacitación, asesoría y monitoreo a través de ITINTEC, Artesanías Perú, Dirección general de artesanía del MICTI, dirección general de la promoción de la pequeña empresa del MICTI, división de promoción del BIP y el IDAMPEI del SENATI.

Estos programas se llamaron: “Programas de Primera Generación de Promoción”, su objetivo es llegar directamente al grupo meta, en ese sentido su influencia fue positiva, sin embargo se dejó de lado la sostenibilidad de las PYMES, por lo que estos programas requerían un flujo permanente del tesoro público a de la CTI, el gasto destinado en este periodo fue:

- i) 38 - 40 Millones de dólares anuales en recursos financieros a través del BIP, COFIDE e IDESI.
- ii) Servicios no financieros por un total de 5 Millones de dólares



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Es decir que en la década de los 80 el estado a gastado 45 Millones de dólares en la promoción de las PYMEs en promedio por año.

b) ACTIVIDADES DEL ESTADO 1990 – 1998

El estado peruano y su cambio de política económica y social en este periodo han tenido 3 espacios de intervención definidos en la economía y la sociedad:

- **En el plano de la política económica y en las medidas de ajuste estructural**

En el se han producido las medidas que estabilizaron la economía y controlaron la Hiperinflación (7650% en 1990) el tipo de cambio (541 000 intis por dólar en 1990), se saneo el presupuesto público (déficit fiscal 16% con respecto al PBI en 1988) y se incrementaron las reservas RIN (de – 352 Millones de U\$ en 1988 a 10 050 Millones en 1998).

A nivel Estructural se abre la economía, se eliminan las barreras al libre comercio y el flujo de capitales, así como la privatización de las principales empresas estatales (243 empresas por un total de 9 221 millones de dólares, es decir más del 80% de nuestras empresas), además de reducir notablemente el aparato estatal (Que de 138 600 trabajadores estatales a inicios de los 90 se despiden a 120 000 en el periodo de 1990 - 1999, quedando tan solo 18 600 trabajadores públicos en el año 2002) y congelar los salarios del sector público.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Las Instituciones protagonistas de este proceso son: el MEF, SUNAT, SUNAD, BCRP, COPRI, PCM, INDECOPI, PROMPERU y COFOPRI.

- **La intervención del estado en el alivio a la pobreza**

Ante la evidencia de que más del 50% de la población se encontraba en situación de pobreza y más del 20% en extrema pobreza (En el año 2002 se estima que la tasa de pobreza es de 58% y la de extrema pobreza en 30%, los datos del INEI para la Región de Arequipa en el mismo año estiman una tasa de 44% para la pobreza y de 15% la de extrema pobreza). Con respecto al empleo Paco Sagastegi estima que el 43% de la población en el Perú se encuentra subempleada en promedio y el 7.4% en condiciones de paro para el año 2002 (En este mismo periodo para la Región Arequipa se estima que la tasa de Paro es de 15.3% y la de subempleo de 43%). Todo esto como consecuencia de la política neoliberal aplicada en la década del fujimorismo, donde si bien es cierto las cifras macroeconómicas se controlaron de la mejor manera, los resultados desde el punto de vista social son desastrosos ocasionando el peor de los procesos rescivos en la Historia de nuestro país.

En este contexto el estado interviene en forma directa, siendo las instituciones protagonistas FONCODES, MIPRE, PRONAA, PROMUDEH y COOPOP. Un claro ejemplo de ello es el presupuesto general de la republica para el año 1997 en el cual en su distribución se identifican claramente dos escenarios:



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

- 3 069 Millones de dólares, es decir el 32.91% del presupuesto Nacional para el programa de estabilización y ajuste estructural.
- 3 397 Millones de dólares, es decir el 36.49% del presupuesto para el alivio de la pobreza.

- **La intervención del estado en la promoción de las PYMES**

Como resultado del estudio de Fernando Villaran y Samuel Chincaro se identifica un tercer espacio de intervención del estado puesto que a lo largo del periodo 1990- 1998 se han involucrado instituciones, creado programas y destinado recursos a este sector tal y como lo muestra el Cuadro No 1 donde aparecen las instituciones y programas estatales que participaron y fueron creados con la finalidad de promocionar el sector de la pequeña y microempresa, en el periodo comprendido desde 1990 a 1998.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

CUADRO No 1
INSTITUCIONES Y PROGRAMAS ESTATALES EN LA
PROMOCION DE LAS PYMES

AÑO	INSTITUCIONES Y PROGRAMAS	GASTO EN 1997 (Miles de U\$)
Vienen de antes de 1990	1 COFIDE	120 588
	2. FOGAPI	4 504
	3. PRODAME – MTPS	-
1992	4. FONCODES (Millon de Pares)	37 980
1993	5. FONDEMI (programa Microempresa)	9 879
1994	6. PPME – MITINCI	448
	7. PROGRAMA Microempresa - SNF	602
	8. CENTRO COFIDE	-
	9. PRODAME – MTPS	-
1995	(1) COFIDE – GLOBAL DE ME BID	(35 000)
	10. PROGRAMA DE CAMINOS RURALES – PCR/MTC	2 634
	11. PROGRAMA DE MAQUINARIA AGRICOLA	-
1996	12.PROMPEX	1 130
	13. COFOPRI	6 294
	14. PROGRAMA APOYO A LA PESCA ARTESANAL	56
1997	15. PROFESE – MTPS	131
	16. MIBANCO	36 000
	17. PRONAA	-
	18. MAQUICENTROS	188
	19. BANCO DE MATERIALES	-
	20. CORDELICA (ferias)	94
21. PROMPYME	188	
1998	22. FONREPE	-
	TOTAL GASTADO	220 716

Fuente: La Promoción Estatal a las PYMES en el Perú”, Fernando Villarán – Samuel Chincaro. Programa Deside – Junio 1998.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

En este periodo se han creado 22 programas que han tenido un impacto significativo en el sector que represento en 1997 un gasto de 220 716 000 millones de dólares.

El total de usuarios a 1997 tanto para servicios financieros y no financieros fue de 529 444:

- **Usuarios de servicios no financieros 370 444**

- . 214 739 es decir el 58% corresponden a títulos otorgados por COFOPRI
- . 44 397 Asesorías y cupos de capacitación
- . 11 717 Asesorías para constituir empresas, estas dos ultimas corresponden al PRODAME y representan el 15.1%.
- . 28 833 Microempresarios y jóvenes beneficiados en el programa microempresa (Convenio UEE – MITINCI).
- . 26 348 Potenciales empresarios de COFIDE

- **Servicios Financieros 159 000 beneficiarios**

De los 221 millones de dólares destinados en 1997; 171 millones corresponden a servicios financieros y 50 millones a servicios no financieros. Siendo COFIDE la institución que canalizo más recursos con 120 millones de dólares o el 71% del total del periodo, sigue MIBANCO con 36 millones, FONDEMI con 9.8 millones y FOGAPI con 4.5 millones de dólares.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

EN CONCLUSION DIRIAMOS

- La promoción de las PYMES por parte del estado es muy importante, se desarrollo en 22 programas y atendió a 529 444 beneficiarios llegando a gastar un total de 221 millones de dólares en 1997, o de 200 millones de dólares en promedio por año en el periodo comprendido entre 1990 – 2000, frente a los 45 millones de dólares que el estado gasto en promedio por año en la década del 80 es decir unas 5 veces más.
- La orientación de los programas en el campo financiero es mediante programas de segundo piso, a esto se les denomino: Programas de Segunda Generación.
- Muchos de los 22 programas son nuevos, tienen menos de un año y la mayoría menos de 4, esto significa que recién están definiendo sus políticas y métodos en proceso de definir su campo de especialización.
- Para que este espacio tenga efectividad y eficacia, debe ser dotado de racionalidad, estrategia, liderazgo, instancias de coordinación, mecanismos de supervisión y control.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

2.3 ESTRUCTURA DEL SECTOR

a) Estructura de las PYMES Lima

CUADRO No 2
UPPES EN LIMA METROPOLITANA

Sectores	Unidad Económica	%	Empleo	%	Tamaño Promedio
Comercio	516 979	66.68	788 041	59.21	1.52
Industria	73 453	9.47	173 066	13.00	2.36
Servicio	88 977	11.48	198 120	14.89	2.23
Transporte	29 234	3.77	40 004	3.01	1.37
Construcción	43 708	5.64	72 110	5.42	1.65
Otros	22 908	2.95	59 576	4.48	2.60
TOTAL	775 259	100.00	1 330 917	100.00	1.72

Fuente: Encuesta a unidad Productivas de PYMES BCR 1992

Del cuadro anterior se puede deducir que el sector que observa mayor absorción de mano obra es industria con 2.36 personas por empresa sin embargo representa tan solo el 9.47 % del total de la PYMES, concentrando el 13% del empleo generado por el sector, esto quiere decir que uno de los sectores en los cuales se genera valor agregado, no esta desarrollado en la medida que pueda absorber mayor mano de obra.

El Comercio es el sector con mayor participación dentro del sector en lo que se refiere al numero de empresas con el 66.68% del total pero tan solo



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

genera 1.52 empleos por empresa, las empresas que se dedican al comercio absorben el 59.21 % de los empleos generados en el sector PYMES, lo cual es malo debido a que es sabido que mayormente se comercializa productos importados, no se genera valor agregado y sobre todo es una actividad que no absorbe mano de obra es decir no genera empleo, mas bien como observamos su tamaño nos indica empresas de corte familiar.

Finalmente se demuestra que más del 80% de ellas viven en condiciones de subsistencia, generando el **fenómeno de mortalidad Infantil de las PYMES**, las cuales no llegan a la etapa de madurez demostrada en el estudio del BCRP. A esto le añadimos que en el 100% de la PEA en el Perú se estima para 1997 en 8 millones de personas si suponemos que debido a condiciones de Mercado cada PYME que muere es reemplazada por otra y se mantiene el mismo numero de empleos promedio por empresa, diríamos que las PYMES en el Lima absorben el 16.64% de la PEA a nivel nacional.

b) Censo Nacional

CUADRO No 3
EMPRESAS A NIVEL NACIONAL 1993 – 1994

TIPO DE EMPRESA	No de Empresas	%
Micro Empresa (1-10)	226 441	95.80
Pequeña Empresa (11-49)	7 759	3.30
Mediana Empresa (50-199)	1 682	0.70
Gran Empresa (+ de 200)	484	0.20

Fuente: INEI 1994



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Del cuadro anterior podemos observar que el 95.80% de empresas en el Perú son microempresas que sumado al 3.30% de las pequeñas hace un total de 99.1% de empresas de pequeña escala o las denominadas PYMES, las cuales son economías familiares de subsistencia, con bajos recursos Humanos y Financieros, lo que ocasiona que nuestro país se encuentre en condiciones de dependencia económica y tecnológica.

Pero lo que más preocupa de lo visto anteriormente es que el sector comercio en el ámbito nacional representa el 64% de las actividades empresariales de nuestro país, explicando ello el hecho de la informalidad, el contrabando, la falta de dinámica en la economía, la pérdida de competitividad, el déficit de la balanza comercial y otros tantos fenómenos producto de un sector que no requiere de capacitación, adelantos tecnológicos, absorción de mano de obra y sobretodo que no genera valor agregado, por lo tanto no genera conocimiento y unión de los cuatro sectores de la Economía..

3. ESTRUCTURA DEL SECTOR EMPRESARIAL DE LA REGION AREQUIPA

La información más reciente o actual acerca de la estructura del sector empresarial en la región de Arequipa, la proporciona el MITINCI, y en función a esta información podemos analizar su composición y las características de las empresas de nuestra región.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

CUADRO No 4

COMPOSICION DEL SECTOR EMPRESARIAL REGION DE AREQUIPA - 1999

Sectores	Microempresa	Pequeña Empresa	Mediana - Grande Empresa	Total	%
Industria	6 139	88	98	6 325	9.9
Artesanía	452	1	0	453	0.7
Comercio	50 213	478	329	51 020	79.9
Turismo	3 126	34	12	3 172	5.0
Transporte	1 271	31	26	1 328	2.1
Salud	1 514	1	3	1 518	2.4
Total	62 715	633	468	63 816	100
	98.28%	0.99%	0.73%	100%	

Fuente: MITINCI – 1999

Del cuadro anterior se observa claramente que el sector comercio en la región tiene una participación mayoritaria con un 79.9% del total de empresas de la región superando el promedio de Lima Metropolitana (66.68%) y el promedio nacional (64%), lo que nos indica la situación crítica del sector PYME en la región debido a que sabemos que la actividad del comercio no genera puestos de trabajo, más aun cuando los productos que se comercializan en su mayoría son importados y que las personas que laboran en estas unidades subsisten en condiciones precarias.

La participación porcentual de las microempresas con respecto al total de las 63 816 empresas registradas en la región de Arequipa en el año 1999 es de 98.28%, lo cual nos indica que la mayoría de nuestras empresas generan menos de 10 trabajos por empresa, a eso le sumamos el 0.99% que corresponden a las pequeñas empresas, nos refiere a que el 99.27% de las empresas de la región son PYMES, y que estas se dedican en un 79.9% a



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Comercio, 5% a Turismo, 2.1% a Transporte y 2.4% a Salud, comprendidas todas ellas en el sector terciario de la economía “Servicios”, demostraría que el 89% de nuestras empresas brindan servicios por lo que podríamos afirmar que nuestra economía regional esta terciarizada.

Además la Mortalidad Infantil en la Región es de 12% como tasa anual de mortalidad, con una clara desaparición de la mediana y gran empresa con un total 468 o el equivalente a 0.73% con respecto al total regional, que trae consigo la baja inversión en capital humano, el ciclo de recesión, el retraso tecnológico y la casi ausencia en nuestra economía del sector cuaternario de la economía. Finalmente los salarios en el sector son inferiores al mínimo legal, con condiciones de sub – empleo.

EN CONCLUSION DIRIAMOS

- ⌚ Existe un problema latente en el fenómeno que Fernando Villarán denomina “**Mortalidad Infantil de las PYMES**”; debido a la tasa de mortalidad que oscila entre el 12% y 15% en el ámbito nacional y regional.
- ⌚ El sector comercio es el que tiene mayor participación en el sector **PYMES**, el cual no absorbe mano de obra y las condiciones de trabajo se encuentran en subempleo, en condiciones de subsistencia con poca probabilidad de sobrevivir, la falta de creatividad empresarial lleva a los pequeños y microempresarios a trabajar en sectores descremados y altamente competitivos.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

- ⌚ La composición de nuestro sector empresarial, explica por que debido a que la mayoría de nuestras empresas son de pequeña escala y ante la falta de existencia de empresas de envergadura la estrategia de la pequeña empresa como producción hacia fuera de las de gran tamaño a llevado a una mayor recesión en nuestra región lo que requiere de alternativas coherentes y soluciones adecuadas para el sector.

- ⌚ Finalmente las tendencias de Empleo de los trabajadores **PYMES** los colocan al nivel de subempleo, todo esto hace necesario la intervención en el sector de Instituciones especializadas y de un mayor trabajo del estado para reestructurar el sector.



II

PARTE

ANALISIS DEL SECTOR PYMES EN LA REGION DE AREQUIPA

2.1 METODOLOGÍA

Para realizar el análisis del sector PYMES en la región de Arequipa, se tomo como referencia el total de empresas registradas, así como la composición del sector presentada en el cuadro No 4, información elaborada por el MITINCI – Arequipa para el año 1999; considero que esta es la información más actualizada y con mayor grado de confianza que se puede tomar como fuente de información.

En función a ello se determino el tamaño de la muestra bajo criterios estadísticos que a continuación se detallaran y se elaboro el cuestionario que se adjunta al presente estudio como anexo, el cual fue aplicado a las PYMES que forman parte de la muestra seleccionada en los meses de Julio y Agosto del 2002, siendo la unidad de análisis el propietario o en su defecto la persona que administra la empresa.

La intención de este estudio se centra en conocer la evolución del sector, el tamaño y su estructura, vínculos familiares dentro de la empresa, aspectos tributarios, de comercialización, financieros, de gestión y sobre todo poder demostrar que este sector genera subempleo.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

2.1.1. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Criterios Estadísticos

$\alpha = 97\%$ Nivel de Significación

$e = 4.9\%$ Nivel de Error

$p = 95.5\%$ Probabilidad de Éxito

$q = 4.5\%$ Probabilidad de Fracaso

Tamaño de la muestra

Para un total de 63 348 Micro y Pequeñas Empresas en la
Región Arequipa, el tamaño de la Muestra es de 84



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

2.1.2 DISTRIBUCION DEL GRUPO MUESTRAL

CUADRO No 5

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR ESTRATO DE LA POBLACIÓN

Sectores	Microempresa	Pequeña Empresa	Total	%
Industria	8	0	6 227	9.83
Artesanía	1	0	453	0.72
Comercio	66	1	50 691	80.02
Turismo	4	0	3 160	4.99
Transporte	2	0	1 302	2.06
Salud	2	0	1 515	2.38
Total	83	1	84	100
	99.00%	1.00%	100%	

Fuente: Elaboración propia en base al cuadro No 4 y al tamaño de la muestra

2.2 ANALISIS DEL CUESTIONARIO APLICADO A LAS PYMES

2.2.1 ANTECEDENTES EMPRESARIALES



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

1. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene la Empresa?

CUADRO No 6
RESUMEN DE DATOS

INTERVALOS	Na	Hi	NA	HI
Menos de 1 año	13	0.155	13	0.155
De 1 a 3 años	19	0.226	32	0.381
De 4 a 6 años	23	0.273	55	0.654
De 7 a 9 años	12	0.143	67	0.797
De 10 a 19 años	12	0.143	79	0.940
De 20 años a más	5	0.060	84	1.000
TOTALES	84	1.000		

CUADRO No 7
PARAMETROS ESTADISTICOS

Media Aritmética \bar{X}	6.899
Varianza S^2_x	23.11
Desviación Estándar S	4.81
Coefficiente de Variación Porcentual CV%	68.71%



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Un análisis detallado de los datos presentados nos permite afirmar que el sector es relativamente joven digámosle mejor se encuentra en el periodo de la niñez; así mismo se identifican los extremos de la base de datos que van desde empresas con menos de un año de constitución hasta empresas mayores de 20 años; sin embargo el promedio en el sector es de 6.899 o 7 años de vida, es decir que estamos hablando de empresas que se encuentran en pleno crecimiento en camino al desarrollo, que recién van conociendo el mercado donde trabajan, acumulando experiencia y conocimiento. Esto se da como consecuencia de los incentivos por parte del estado y de otras entidades que promovieron y promueven la constitución de PYMES, asociado a la baja demanda de mano de obra calificada en mayor incidencia y no calificada, además de la resección que vienen atravesando las empresas; lo que nos lleva a afirmar que el padre del sector en el Perú y en nuestra región, son las políticas económicas, sociales y de promoción del gobierno de Alberto Fujimori Fujimori.

Otro aspecto claramente definido es que el 80% de las empresas tienen menos de 9 años de constitución, he aquí porque cuando desaparece una PYME se afirma que murió por polio o que se trata de un fenómeno de mortalidad infantil de las PYMES; también se deduce del análisis estadístico que estamos hablando de un sector cuya población con respecto a el tiempo de funcionamiento es heterogénea.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

2. ¿Alguna vez cambio el tipo de actividad de su empresa?

CUADRO No 8
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	12	0.143
NO	72	0.857
TOTAL	84	1.000

En cuanto a la estabilidad y permanencia de las empresas del sector PYMES en el mercado como consecuencia de factores externos e internos a la institución, observamos que de las empresas investigadas el 85.7% afirman que no han cambiado de rubro, es decir que permanecen desarrollando la misma actividad empresarial; quizás explicaríamos el hecho a factores tales como el desconocimiento de otra actividad, la falta de capital para un cambio de rubro, la corta edad de estas que exige un periodo de posicionamiento debido a que un 38.1% tienen menos de 3 años periodo que se estima se necesita para posicionar una empresa en el mercado.

El 14.3% afirma haber cambiado su actividad empresarial, generalmente estas son aquellas empresas que tienen mayor tiempo en el mercado es decir están entre el intervalo comprendido entre los 7 años a más, comparativamente vemos que este 14.3% se encuentra dentro del margen comprendido del tiempo de funcionamiento mencionado, sin que esto quiera decir que existe una relación: “A mayor tiempo en el mercado mayor variación del rubro comercial”, sino más bien que las mismas



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

circunstancias del mercado hacen que estos se adapten a los cambios inherentes de una economía de mercado, otro aspecto importante es que las empresas de mayor tiempo en el mercado (20 años a más) se han consolidado en la actividad que vienen desarrollando.

3. ¿Cerro en alguna oportunidad su empresa?

CUADRO No 9
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	9	0.107
NO	75	0.893
TOTAL	84	1.000

Muy por el contrario de mi hipótesis preliminar anterior al planteamiento de esta pregunta y su inclusión dentro del cuestionario, solo el 10.7% cerro su empresa por alguna razón entre las que resaltan problemas con la SUNAT y resección (Bajo Volumen de Ventas). Ahora podríamos afirmar por el contrario que al ser estas empresas de corte familiar y que son economías de subsistencia que ofrecen empleo y medios de subsistencia a sus trabajadores – propietarios, estas empresas no pueden cerrar porque se estaría cerrando el medio de supervivencia de aquellos que laboran en estas unidades productivas de pequeña escala.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

4. ¿Cuál es el número de trabajadores de su Empresa?

CUADRO No 10
RESUMEN DE DATOS

ESTRATO	Ni	Hi	NI	HI
1	22	0.262	22	0.262
2	31	0.369	53	0.631
3	8	0.095	61	0.726
4	9	0.107	70	0.833
5	3	0.036	73	0.869
6	2	0.024	75	0.893
7	1	0.012	76	0.905
8	6	0.071	82	0.976
15	1	0.012	83	0.988
30	1	0.012	84	1.000
TOTAL	84	1.000		



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

CUADRO No 11

PARAMETROS ESTADISTICOS

Media Aritmética X	3.226
Varianza S²_x	14.42
Desviación Estándar S	3.80
Coefficiente de Variación Porcentual CV%	126.66%

Como habíamos observado en la parte correspondiente a la legislación del sector PYMES, el número de trabajadores mínimo de una PYME es de 1 y el máximo de 50, predominando dentro del sector el referido a las microempresas cuyos márgenes se encuentran entre 1 y 10 trabajadores, lo que hacia suponer predominio de un bajo número de trabajadores promedio por empresa pero no al nivel que se determino, siendo el promedio de trabajadores por empresa de 3, existiendo una gran heterogeneidad en la población con respecto al número de trabajadores por empresa de 126.66% que es exageradamente alta encontrándose los valores máximo y mínimo en el orden de 30 y 1, lo cual nos permitió determinar que existe un 1.2% de empresas que habiéndose registrado como microempresa se encuentra según el numero de trabajadores en el estrato correspondiente a pequeña empresa.

El 72.6% de las empresas cuenta con 3 a menos trabajadores por empresa, lo que nos permitiría afirmar que siendo tres trabajadores promedio por empresa y registradas 63 348 PYMES en la región para el año 1999 el sector brinda empleo a 190 044 personas a nivel regional; ese mismo año se calcula la PEA regional en 450 000 personas es decir que el sector absorbe el 42.23% de la PEA regional. Un intento de calcular la tasa de crecimiento



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

de las empresas dentro del sector sería forzando los datos del cuadro No 6 donde aparece un 15.5% de empresas que tienen menos de un año es decir que nacieron recién o dentro del año y los datos del cuadro No 9 donde un 10.7% responde que ha cerrado en alguna oportunidad su empresa es decir que podríamos afirmar que esa sería la tasa de mortalidad, por lo que la tasa de crecimiento sería de 4.8% por año lo cual arrojaría un total de 72 915 PYMES estimadas para el año 2002 que absorbe 3 trabajadores promedio por empresa generando un total estimado de 218 745 empleos en el sector, así mismo se estima para el 2002 una PEA regional de 477 388 personas lo cual nos indica que el sector absorbió el 45.82% de la PEA a nivel regional en el año 2002.

5. ¿Cuántas personas trabajaban cuando inicio la Empresa?

CUADRO No 12
RESUMEN DE DATOS

ESTRATO	Ni	Hi	NI	HI
1	26	0.309	26	0.309
2	37	0.441	63	0.750
3	6	0.071	69	0.821
4	6	0.071	75	0.892
5	5	0.060	80	0.952
6	1	0.012	81	0.964
7	1	0.012	82	0.976
10	1	0.012	83	0.988
12	1	0.012	84	1.000
TOTAL	84	1.000		



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

CUADRO No 13
PARAMETROS ESTADISTICOS

Media Aritmética X	2.41
Varianza S^2_x	3.52
Desviación Estándar S	1.88
Coefficiente de Variación Porcentual $CV\%$	78.01%

Para un promedio de 7 años de vida del sector el nivel comparativo de absorción del empleo es muy bajo puesto que en promedio las empresas iniciaron con 2 trabajadores, que de seguro eran familia y creció a 3 trabajadores media por empresa después de 7 años de trabajo considerando que a partir del año 98 nuestra economía entra en una aguda resección, lo cual nos llevaría afirmar que las PYMES contaban con el mismo numero de trabajadores promedio por empresa de 3 en el año 1999 y que al 2002 permanece constante.

Adicionalmente se observa del cuadro No 12 que no existe ninguna pequeña empresa oculta dentro del estrato de la microempresa, más bien que el 1.2% que se detecto oculto en el periodo 1999 se debe a que en un inicio se registro como microempresa y que creció sin haber registrado su cambio de estrato.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

6. ¿Renueva el personal de la Empresa?

CUADRO No 14
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	23	0.274
NO	61	0.726
TOTAL	84	1.000

Si la respuesta es **SI**, ¿entonces cuál es el periodo de renovación del personal?.

CUADRO No 15
RESUMEN DE DATOS

PERIODO	Ni	Hi
Cada MES	2	0.087
Cada TRIMESTRE	9	0.391
Cada SEMESTRE	4	0.174
Cada AÑO	1	0.044
Más de un AÑO	7	0.304
TOTAL	23	1.000

El 72.6% de las empresas no renueva el personal de su empresa debido fundamentalmente a que estas son de corte familiar tal y como lo vamos a confirmar en la pregunta numero 8 de esta parte. Del restante 27.4% que si renueva personal el mayor periodo de rotación de personal se da cada trimestre y en forma anual, que podría ser explicado desde el punto de vista laboral para evitar los beneficios y la estabilidad del trabajador, a



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

pesar que debemos mencionar que producto de las conversaciones sostenidas con los empresarios muchos de ellos afirman que esta rotación se debe a que los trabajadores no cumplen con eficiencia sus tareas y que tienen baja motivación, convirtiéndose en un círculo vicioso de bajo salario - bajo rendimiento.

7. ¿Cuál fue el capital aproximado que invirtió para iniciar su empresa?

CUADRO No 16
RESUMEN DE DATOS

MONTO	Ni	Hi	MONTO	Ni	Hi	MONTO	Ni	Hi
No responde	15	0.178	3500.00	4	0.047	14000.00	1	0.012
200.00	2	0.024	4000.00	2	0.024	15000.00	2	0.024
400.00	1	0.012	5000.00	10	0.118	17500.00	2	0.024
500.00	5	0.060	6000.00	6	0.071	20000.00	1	0.012
600.00	1	0.012	7000.00	5	0.060	50000.00	1	0.012
1000.00	6	0.071	10000.00	2	0.024	52500.00	1	0.012
1500.00	1	0.012	10500.00	1	0.012	70000.00	1	0.012
2000.00	8	0.095	12000.00	2	0.024	101500.00	1	0.012
3000.00	2	0.024	13000.00	1	0.012			
TOTAL	41	0.488	TOTAL	33	0.392	TOTAL	10	0.120

CUADRO No 17
PARAMETROS ESTADISTICOS

Media Aritmética X	8940.58
Varianza S²_x	267954505.5
Desviación Estándar S	16369.32
Coefficiente de Variación Porcentual CV%	183.09%



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

La heterogeneidad de la población con respecto al monto de inversión para constituir su empresa es muy alta y esto se explica por que el rango de los datos va desde una inversión inicial de 200.00 soles como el X_{\min} y de 101 500.00 Soles como el X_{\max} . El promedio de Inversión en el sector para constituir una PYME es de 8 940.58 soles o su equivalente a 2 554.45 Dólares americanos, lo cual nos indica el bajo monto de inversión que se necesita para la puesta en marcha de una PYME, explicado por el bajo nivel tecnológico, mínimo capital de trabajo es decir bajo nivel de competitividad; manteniendo el promedio de 3 trabajadores promedio por empresa diríamos que para crear un puesto de trabajo en las PYMES se invierte 851.48 Dólares americanos, comparados a los 10 000.00 Dólares americanos que se estima cuesta un puesto de trabajo en la agroindustria o en la mediana y gran empresa, o los 100 000 dólares que se requiere invertir en la minería por puesto de empleo es decir 117.44 veces mas que en el sector PYMES, se comprende entonces la intencionalidad del estado por promover el crecimiento de este sector, debido al bajo nivel de inversión, esfuerzo y creatividad para desarrollar el potencial económico del país.

8. ¿Trabajan en la empresa familiares del propietario?

CUADRO No 18
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	54	0.643
NO	30	0.357
TOTAL	84	1.000



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Si la respuesta es **SI**, ¿Cuales son las relaciones familiares existentes dentro de la empresa?.

CUADRO No 19
RESUMEN DE DATOS

RELACIONES	Ni	Hi
Hijos	12	0.222
Hijos – Otros	1	0.019
Hijos – Sobrinos	1	0.019
Sobrinos	4	0.074
Otros Familiares	9	0.166
Cónyuge – Otros	3	0.056
Conyuge	13	0.240
Conyuge – Hijos	4	0.073
Cónyuge – Hijos - Otros	2	0.037
Tíos	3	0.056
Padres	1	0.019
Padres – Otros	1	0.019
TOTAL	54	1.000

El 64.3% de las empresas en el sector afirma que existe un vinculo familiar dentro de la organización es decir que más del 50% de las empresas son de corte familiar y si comparamos con el cuadro de relaciones familiares dentro de la empresa el 37% son hijos del propietario y el 40.6% son cónyuges del mismo lo cual nos lleva a afirmar que **el sector PYMES esta constituido por Empresas Familiares**, que nacen para dar solución a las carencias de empleo, que funcionan en base a valores y principios de solidaridad y vínculos familiares que les da una ventaja competitiva al momento de evaluar el grado de identificación de los miembros de la organización; otro aspecto importante que se nota como consecuencia del análisis del estudio es la atomización del sector empresarial, donde cada



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

familia tiende a ser también una unidad productiva, lo que antropológicamente se vería como un proceso en reversa es decir volver a las formas de producción y de evolución comercial de la comunidad primitiva o las primeras civilizaciones, donde se necesitaba tener más hijos para trabajar la tierra, en este caso para desarrollar una actividad empresarial.

9. ¿Cuál es el grado de Instrucción del propietario?

Cuadro No 20

RESUMEN DE DATOS

NIVEL EDUCATIVO	Ni	Hi
Primaria	6	0.071
Secundaria	25	0.298
Técnico	16	0.190
Universitario	34	0.405
Postgrado	3	0.036
TOTAL	84	1.000

A diferencia de muchas de las hipótesis que la gran mayoría de los estudiosos del mundo PYME o especialistas tienen acerca del capital humano que esta dentro del sector; el 63.1% de las empresas son de propiedad de personas que cuentan con estudios superiores, siendo el de mayor participación con un 40.5% el de grado Universitario, explicado por la contracción de la demanda laboral con mayor incidencia en lo referido a la mano de obra calificada, la caída de nuestra economía, el cierre de muchas de las grandes empresas, y la explotación que se dan en las empresas transnacionales.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Este hecho es alentador desde el punto de vista que existe mayor apertura dentro del sector, que existen bases sobre las cuales se puede trazar estrategias de desarrollo y que existiendo capital humano se puede desarrollar programas para potencializar el sector.

10. ¿Cuál es grado de Instrucción del Administrador?

Cuadro No 21

RESUMEN DE DATOS

NIVEL EDUCATIVO	Ni	Hi
Primaria	4	0.048
Secundaria	25	0.297
Técnico	15	0.179
Universitario	39	0.464
Postgrado	1	0.012
TOTAL	84	1.000

De igual manera un 65.5% de las personas que administran las PYMES cuentan con estudios superiores, predominando nuevamente con un 46.4% los de grado universitario, no registrándose ningún analfabeto y solo un 4.8% no representativo cuenta con estudios primarios.

Desde la perspectiva de una planificación estratégica de desarrollo, el sector brinda debido al capital humano con que cuenta, las condiciones previas con las cuales se pueden diseñar programas de largo plazo que tengan impactos significativos; necesitando para ello la puesta en marcha de proyectos innovadores que rompan paradigmas y que emplee en su desarrollo una óptica empresarial de la mano con el capital humano existente dentro del mismo sector que lidere el cambio empresarial,



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

partiendo de un trabajo conjunto entre las fuerzas productivas, políticas y sociales; potencializando un capital humano que puede convertir al sector PYME en el motor del desarrollo de la economía regional, reorientando su producción, mercado, estrategias, políticas internas, idiosincrasia y la forma de intervenir de las instituciones estatales y de apoyo internacional.

2.2.2 ASPECTOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA

1. ¿Cuáles son sus Ingresos Brutos promedio por año?

CUADRO No 22

RESUMEN DE DATOS

MONTO	Ni	Hi	MONTO	Ni	Hi	MONTO	Ni	Hi
No responde	26	0.309	9000.00	2	0.024	24000.00	3	0.036
1000.00	1	0.012	10000.00	2	0.024	30000.00	3	0.036
1200.00	1	0.012	12000.00	5	0.059	36000.00	2	0.024
3000.00	2	0.024	15000.00	2	0.024	40000.00	6	0.070
3600.00	4	0.047	18000.00	1	0.012	60000.00	4	0.048
6000.00	3	0.036	20000.00	7	0.083	65000.00	1	0.012
7200.00	2	0.024	21600.00	1	0.012	80000.00	2	0.024
8400.00	2	0.024	22000.00	1	0.012	130000.00	1	0.012
TOTAL	41	0.488	TOTAL	21	0.250	TOTAL	22	0.262

CUADRO No 23

PARAMETROS ESTADISTICOS

Media Aritmética X	25351.72
Varianza S²_x	519218681.20
Desviación Estándar S	24314.98
Coefficiente de Variación Porcentual CV%	95.91%



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Debido a la gran heterogeneidad que prima en el sector podemos encontrar empresas cuyos ingresos a simple vista reflejan pérdidas e insolvencia, como otras en cuyos casos podemos ver que el desarrollo empresarial permite un buen margen de maniobra; un 30.9% de las empresas encuestadas no respondió ante la pregunta, debido fundamentalmente al temor del empresario ante una represaría o intervención de la SUNAT, lo cual me permite pensar que en algunas respuestas o en su mayoría el entrevistado oculta la verdadera información acerca de sus ingresos brutos por año en cuyo caso van desde 1 000 soles anuales como mínimo hasta 130 000 soles por año como valor máximo; del análisis estadístico de la muestra podemos afirmar por lo tanto que el promedio de ingreso bruto por año es de 25 351.72 soles por año si dividimos este resultado entre los 12 meses del año obtenemos el ingreso promedio mensual que sería de 2 112.64 considerando que el promedio de trabajadores por PYME es de 3, obtenemos el Ingreso Bruto mensual por trabajador que es de 704.22 soles, si estimamos que cada empresa tiene un 30% de utilidades descontando costos e impuestos se estimaría que el ingreso real por trabajador en las PYMES es de 211.27 soles por mes.

De este análisis y considerando que las PYMES son empresas de orden familiar diríamos que el ingreso familiar promedio de las personas que laboran en la PYMES sería de 633.81 soles que está por debajo de los 1 200 soles que se estima cuesta la canasta familiar básica, estamos hablando que en promedio las personas que laboran en el sector se encuentran en condiciones de pobreza.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

2. ¿Actualmente cuenta con algún préstamo?

CUADRO No 24
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	25	0.298
NO	59	0.702
TOTAL	84	1.000

Ante la pregunta referida al nivel de endeudamiento actual de las empresas del sector, el 70.2% de las empresas contestó no registrar ningún préstamo, quizás esto explicado por su incapacidad de apalancamiento, debido fundamentalmente a la informalidad en la forma de llevar el registro de ingresos y egresos y también a los bajos ingresos que registran.

3. ¿A tenido problemas de acceso al Financiamiento?

CUADRO No 25
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	24	0.286
NO	60	0.714
TOTAL	84	1.000



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Ante la pregunta referida a la facilidad de acceso al financiamiento, el 28.6% refiere haber tenido problemas para acceder al financiamiento por razones varias entre las que resaltan: los tramites, los requisitos y sobretodo la calificación del expediente de crédito. Sin embargo un 71.4% de los encuestados afirma no haber tenido problemas para acceder a un crédito; la explicación este fenómeno radica primero en la fuerte competencia existente entre las distintas entidades financieras por colocar créditos y la apertura de la línea de crédito a las PYMES; segundo la aparición de programas paralelos de financiamiento al sector PYME como por ejemplo el financiamiento otorgado por ONGs y Fundaciones, y finalmente el crédito informal otorgado vía casa de empeño o endeudamiento a nivel familiar o con los proveedores.

4. ¿A tenido problemas para honrar su deuda?

CUADRO No 26
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	34	0.405
NO	50	0.595
TOTAL	84	1.000

En cuanto a la capacidad de devolución del crédito un 40.5% de los encuestados afirma haber tenido problemas para honrar su deuda, fundamentalmente ocasionado por las sobre tasas que se impusieron a los créditos, los plazos de pago y la falta de efectivo generado por las ventas



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

que limita la capacidad de pago de los empresarios cuyos ingresos como hemos visto se encuentran a nivel de subsistencia.

Lo que preocupa aquí es que siendo el sector PYMEs tan vulnerable un 59.5% de los entrevistados conteste de que no existe problemas en la capacidad de pago, explicamos este fenómeno como un claro ocultamiento de la información por parte de los entrevistados debido a que como nuestra institución trabajo años atrás con programas de crédito, los empresarios asumen que este estudio es una evaluación de su capacidad de pago y la confiabilidad del sector para la puesta en marcha de un nuevo programa de créditos de apoyo a las PYMES.

5. ¿Le parece complicado tributar en el Perú?

CUADRO No 27
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	40	0.476
NO	44	0.524
TOTAL	84	1.000

Uno de los problemas que enfrenta el empresariado peruano es que nuestro sistema tributario es complicado, a pesar de que por ejemplo Chile cuenta con un nivel cultural mas elevado que el nuestro su sistema tributario es mucho mas simple que el nuestro, muy a pesar de esta verdad el resultado de esta pregunta referida al nivel de dificultad de tributar en el Perú el



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

52.4% responde que NO, es decir que es fácil tributar en el Perú, y un respetable 47.6% de la empresas confirma lo que anteriormente mencionamos que si es complicado tributar en el Perú. Creo que el empresario confunde el hecho de sacar su RUC, imprimir sus Boletas y facturas con el hecho mismo de la tributación, con el afán de no inducir a nadie en las respuestas no se ahondo mas en el cuestionamiento, simplemente esto sale a la vista de las conversaciones con empresarios de diversos sectores.

6. ¿Cree que la SUNAT y sus regímenes Tributarios están en función a las necesidades de las PYMES?

CUADRO No 28
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	11	0.131
NO	73	0.869
TOTAL	84	1.000

Esta pregunta convalida la anterior es decir es una pregunta prueba si se quiere llamar así, ante la duda en la capacidad de respuesta del entrevistado y para evitar que se oculte la verdad, se pregunto si es que se pensaba que la SUNAT y sus regímenes estaban de acuerdo a las necesidades reales de las empresas del sector y el 86.9% contesto que no, entonces vemos una clara contradicción entre lo que es la tributación, el papel de la SUNAT y la facilidad de constituir una PYME. Uno de los principales problemas que se observa aquí es que varias de estas empresas para sobrevivir necesitan



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

necesariamente trabajar con grandes y medianas empresas y estas a su vez requieren de facturas para poder deducir sus impuestos; el problema radica en que eso implica para una pequeña empresa de 3 trabajadores en promedio llevar una contabilidad completa que no entiende, contratar un contador externo que en si ya es un costo innecesario para un economía de subsistencia y que todos sus papeles salgan de su propio espacio lo cual dificulta al empresario llevar un buen registro de sus movimientos comerciales y trabajar a ciegas sin herramientas técnicas y financieras.

Otro gran problema es que la SUNAT no a diseñado un régimen específico para las PYMES que les permita flexibilidad en la contabilidad y capacidad de trabajo con grandes y medianas empresas, falta un programa de capacitación al empresario por parte de la SUNAT, una simplificación en sus formularios y una reingeniería en los requisitos, declaraciones y procesos que exigen durante el año; he aquí que recordamos lo que Hernando de Soto nos menciona en el misterio del Capital: “Las leyes y los procesos en un país deben de adaptarse a las necesidades de la empresa, no la empresa a la leyes y procedimiento diseñados en escritorios”.

Finalmente mencionar que el 13.1% que responde que SI, se explica claramente por que dentro del sector existe capital humano calificado, la existencia de pequeñas empresas que cuentan con departamento de contabilidad; aunque debemos de afirmar lo siguiente que es producto del trabajo de campo: que tanto empresarios, profesionales, como las mismas empresas que cuentan con un departamento de contabilidad confiesan que la SUNAT y sus procedimientos están diseñados para economías de otros países.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

7. ¿En que Régimen tributario se encuentra?

CUADRO No 29
RESUMEN DE DATOS

REGIMEN	Ni	Hi
Simplificado	47	0.559
Especial	17	0.202
General	16	0.191
No registrado	4	0.048
TOTAL	84	1.000

Del análisis realizado como resultado de la pregunta que quiere clasificar a las empresas del sector PYMES según el régimen tributario en que se encuentra el 55.9% de las empresas se encuentra en el régimen simplificado, lo cual confirma dos cosas la primera es que esto rompe la estrategia de la esencia misma del sector que es la terciarización de la producción de la mediana y gran empresa a empresas de pequeña escala para la reducción de sus costos de producción y para promover la especialización, debido a que las PYMES que se encuentran en este régimen no emiten facturas por lo que es un factor que limita el trabajo entre empresas del sector PYMES y las medianas y grandes empresas; y el segundo hecho radica en que a pesar de que en este régimen no se lleva contabilidad completa la dificultad de entendimiento de los formularios y los mismos procedimientos de tributación dificultan el trabajo en el sector.

Tan solo el 19.1% de las empresas se encuentran ubicadas en el régimen general que si tiene relación directa con empresas de mayor envergadura o entre pequeñas empresas con buenos niveles de venta; es necesario resaltar



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

que aquellos que afirman que la SUNAT esta acorde con las necesidades del sector (13.1%) difieren del porcentaje de empresas ubicadas en este estrato las cuales tienen trabajo directo de terciarización, lo que nos da una diferencia de 6% que tienen problemas al tributar dentro del estrato que constituyen las empresas del régimen general.

Finalmente un 4.8% de los encuestados afirma no encontrarse en ningún régimen, lo cual nos habla de empresas no registradas en SUNAT o de empresas de corte informal, es decir que el 4.8% de las empresas en el sector son informales (3 500 empresas para el año 2002), llevándonos a afirmar que las PYMES estimadas en función a la serie histórica que se calculaban en 72 915 PYMES estimadas para el año 2002, considerando las empresas informales obtendríamos un aproximado de 76 415 PYMES en la región arequipa para el año 2002.

8. ¿Conoce el marco de la Ley de Promoción de las PYMES?

CUADRO No 30

RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	19	0.226
NO	65	0.774
TOTAL	84	1.000

Una ley que beneficia al sector y que debería de ser conocida por los empresarios de las PYMES para aprovechar las ventajas que ella trae



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

consigo debe ser difundida con la mayor pertinencia, efectividad y en forma oportuna por las entidades del estado que promocionan la proliferación de las PYMES en nuestra sociedad y economía; sin embargo el hecho es que el 77.4% de los empresarios desconocen la ley y por lo tanto las ventajas y desventajas que ella trae consigo a empresarios y trabajadores, así como responsabilidades y derechos adquiridos ante el estado como un promotor del sector, es decir que más de las 3/4 partes del sector vive en la ignorancia legal.

2.2.3 ANALISIS DE COMERCIALIZACION

1. ¿El precio de sus productos le permite un buen margen de ganancias?

Cuadro No 31

RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	34	0.405
NO	50	0.595
TOTAL	84	1.000

Esta pregunta referida al precio nos habla de que un 59.5% de las empresas esta trabajando bajo el costo medio unitario en el largo plazo o el costo medio variable en el corto plazo microeconomicamente hablando, lo que significa que venden bajo el costo de producción sin considerar una estructura de costos fijos o costos variables, acogiéndose al precio que el



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

mercado que muchas veces esta descremado y saturado determina por libre juego de oferta y demanda.

Esta situación es complicada por que al vender bajo el costo de producción, la reacción inmediata de la lógica del empresario es comenzar a reducir costos primero en los costo fijos, lo cual explica los salarios de subsistencia del sector, la falta de incentivos para capacitar al personal, el estancamiento del sector, el bajo volumen de ventas y por el lado de los costos variables la calidad del producto disminuye por que tiene que disminuir el costo de los insumos.

2. Los Insumos de sus productos son:

IMPORTADOS: 68%

NACIONALES: 32%

De otro lado esta pregunta nos muestra parte del porque del proceso resecivo que viene atravesando nuestra economía, la mayoría de los insumos o productos que se comercializan dentro del sector tienen como origen países del exterior puesto que un 68% se importa y tan solo se utiliza el 32% de productos de origen nacional; lo que en el largo plazo destruye la industria nacional y la regional por consiguiente, cae el empleo y se agudiza la terciarización de la economía en nuestra región encerrándonos en un circulo vicioso convirtiendo nuestra economía regional en una orientada a los de servicios y comercio de productos de origen externo.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

3. ¿Cuanto invierte usted en publicidad al mes en promedio?

CUADRO No 32
RESUMEN DE DATOS

INVERSION	Ni	Hi
No Invierte	65	0.774
10.00	3	0.036
15.00	1	0.012
20.00	5	0.059
30.00	1	0.012
50.00	1	0.012
100.00	4	0.047
200.00	2	0.024
300.00	2	0.024
TOTAL	84	1.000

CUADRO No 33
PARAMETROS ESTADISTICOS

Media Aritmética X	19.35
Varianza S²_x	3267.73
Desviación Estándar S	57.16
Coefficiente de Variación Porcentual CV%	295.40%

La inversión en Publicidad de estas empresas no es significativa, aun no se entiende la importancia de darse a conocer a los consumidores y se reduce al mínimo el rubro publicidad; el 77.4% de las PYMES no invierte en publicidad quizás debido a su creencia que la mejor publicidad es el cliente



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

satisfecho, pero esto depende mucho de la marca y el posicionamiento en el mercado y para empresas cuyo periodo de vida promedio es de 7 años es mucho decir que se esta posicionado en el mercado.

El promedio de inversión en publicidad en el sector es de 19.35 soles por mes lo cual explica la caída de las ventas de las empresas de comunicación masiva, la no existencia de agencias publicitarias y la improvisación de los medios de comunicación para diseñar paquetes, diseños, spot, etc.

No existe en el sector la cultura de la Inversión en Publicidad, por lo tanto el primer rubro a ser considerado para su reducción es el que se refiere a publicidad al momento de disminuir egresos en una empresa; he aquí una de las ventajas competitivas que se puede utilizar para competir en el mercado regional, posicionar mejor la empresa utilizando adecuadamente los medio de publicidad y promoción.

4. ¿Conoce a sus principales competidores?

CUADRO No 34
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	76	0.905
NO	8	0.095
TOTAL	84	1.000

Debido a que en la región se han generado industrias localizadas en zonas desarrolladas, es fácil que un empresario conozca a su competencia es mas



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

la analice y trate de copiar su forma de trabajar; esto sucede en el sector confecciones, comida, transporte, servicios y comercio, pero cada uno logra desarrollar un estilo de venta que permite su propia fidelización de sus clientes que se refleja fundamentalmente en el trato al cliente, una sonrisa o un pequeño descuento, pasando por el me paga después y terminando en el calendario de fin de año, lo cierto en todo caso es que el 90.5% de los empresarios o administradores conoce quien es su competencia por la delimitación del sector.

5. ¿A establecido canales de relación de largo plazo con sus principales clientes?

CUADRO No 35
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	53	0.631
NO	31	0.369
TOTAL	84	1.000

Esta pregunta busca establecer el grado de CUSTOMER MANAGEMENT o la fidelización del cliente, ante la ausencia de una campaña agresiva de publicidad acompañada de un adecuado plan de mercadeo, la necesidad de fidelizar la mayor cantidad de clientes de la empresa depende de los canales de relación que establezca el conductor de la empresa sea este el propietario o el administrador, en este caso el 63.1% responde afirmativamente ante la interrogante, es decir que creen que han establecido un canal de relación con sus clientes esto resalta claramente en los almacenes donde el



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

encargado de despacho saluda y se da un tiempo para hacer un comentario del panorama del barrio con su comprador, en el caso de un restaurante la típica copa al terminar la cena, el periódico que es alcanzado por el lustrador de zapatos y termina con el taxista que le recoge a uno del sitio más profundo de la ciudad a las horas en que el gallo se le antoja cantar.

El 36.9% restante de seguro esta planificando o conociendo el giro de su empresa ganando clientes nuevos y buscando una posición en el mercado; pero también es cierto que en ese grupo están escondidos aquellos cuyas vocaciones no giran en el mundo de la empresa y que preferirían un buen trabajo con un salario seguro y una tarea asignada.

6. ¿Con que modalidad de venta trabaja?

CUADRO No 36
RESUMEN DE DATOS

MODALIDAD	Ni	Hi
Contado	43	0.512
Crédito	1	0.012
Ambas	40	0.476
TOTAL	84	1.000

Alguna vez escuche a un micro y pequeño empresario decir muy lacónico: “Las ventas cada día están peor, si vendo al contado mis clientes no compran y si vendo al crédito no me pagan”; es necesario establecer dentro del sistema de ventas de una empresa cual es el sistema a adoptar tomando en cuenta esta filosofía que describe a la perfección lo que viene ocurriendo dentro del sector empresarial.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

Es decir que las políticas de ventas deben de prever cual es el porcentaje del total de las ventas proyectadas que se darán al contado y al crédito; respecto a estas ultimas cuales son los plazos, requisitos y cobro por interés de crédito que sirvan de respaldo por aquellas cuentas difíciles de recuperar.

Lo cierto es que el 51.2% de las empresas vende al contado por el temor lógico del incumplimiento del compromiso adquirido, en el caso de las comidas sucede con mayor frecuencia que los comensales recorren todos los establecimientos de la zona logrando confianza con los dueños del local hasta convertirse en clientes permanentes sujetos de crédito, al principio pagan y después aumentan su volumen de crédito, hasta que llega el momento en que desaparecen y como lo comido no puede ser devuelto la cuenta pasa a incobrables.

Un 1.2% de las empresas vende al crédito, debido a las características de estas empresas que dejan a consignación los productos, o que por el precio del producto tenga que venderse al crédito.

El 47.6% de las empresas de la región combina su forma de venta a mi parecer es la forma mas inteligente de vender y cobrar, lo que se debe de establecer son las condiciones y el análisis del sistema a adoptar; eso requiere de un trabajo especializado y preciso de la serie histórica de las empresas es decir: Volumen de Ventas, Moras, Clasificación de los clientes, etc.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

7. ¿Cuál es el mercado de sus productos?

CUADRO No 37
RESUMEN DE DATOS

AMBITO	NI	HI
LOCAL	68	0.809
REGIONAL	8	0.095
NACIONAL	7	0.084
INTERNACIONAL	1	0.012
TOTAL	84	1.000

Con la renovación del convenio del AFTA y la posibilidad de entrar al ALCA, se ha venido vendiendo la idea de que los micro y pequeños empresarios tienen como posibilidad de desarrollo buscar nuevos mercados y entre ellos el mejor para todos es el Internacional (El norteamericano principalmente), pero para ello debe de analizar cuantas de estas empresas en verdad están en capacidad de exportar y si cuentan con la experiencia fuera del mercado local, esta pregunta referida al mercado objetivo de los productos de las PYMES nos brinda una mayor idea con respecto a la capacidad real de las PYMES de exportar y de traer Divisas a la región que compensen el exceso de importación de los insumos o materia prima en la producción y comercialización de los productos..

Pero los resultados nos muestran que el 80.9% de las PYMES produce para el mercado local es decir que ni siquiera han expandido sus productos a una esfera regional, por lo tanto su experiencia es muy limitada en cuanto a tramites, exigencias de calidad y sensibilidad de costos de producción. El 9.5% trabaja a nivel regional lo que por lo menos le requiere un estudio



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

previo de los mercados, sensibilidad de costos en cuanto a transporte y canales de comercialización. El 8.4% trabaja con mercados nacionales y tan solo un 1.2% de las PYMES saca su producto del ámbito nacional, es decir que tan solo por este porcentaje nosotros recibimos ingresos por divisas; esta cifra debe de ser considerada cuando se intente planificar y diseñar programas para promocionar un mundo de nuevos negocios a empresas que no cuentan con experiencia en la exportación, que se ven limitadas por requerimientos de normas de calidad, que no conocen de tramites de exportación y cuyos volúmenes de producción al 100% de capacidad instalada no satisfacen ni el 1% de los requerimientos del mercado internacional.

2.2.4 INDICADORES DE GESTION

1. ¿Conoce la estructura del mercado donde usted trabaja?

Cuadro No 38

RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	47	0.559
NO	37	0.441
TOTAL	84	1.000

La conformación de CLUSTER, donde se integren los cuatros sectores de la economía es el camino preciso y mas seguro para consolidar el desarrollo de nuestra región, el conocimiento de las relaciones y formas de integración vertical hacia adelante o atrás, conjuntamente con el análisis de las cadenas productivas es importante para lograr lo que todos los



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

entendidos del sector afirman es la solución para las PYMES, es decir la conformación de consorcios productivos cuya orientación primaria de los mercados cope primero el regional, el macro regional, salte al mercado nacional, para finalmente brindarle la experiencia suficiente para poder exportar.

En ese sentido el 55.9% conoce la estructura del mercado donde se desarrollan sus actividades empresariales, el 44.1% no lo conoce y es sobre ello donde se debe de incidir; capacitar y dotar de habilidades para un posible trabajo de integración de las PYMES y con ello generar Consorcios de PYMES en cada uno de los sectores económicos claramente integrados.

2. ¿Podría usted realizar un Análisis Financiero?

CUADRO No 39
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	31	0.369
NO	53	0.631
TOTAL	84	1.000

La actividad empresarial requiere de capital de trabajo en todas las áreas para su normal funcionamiento, así como de inversiones programadas en función a las necesidades de mercado o requerimientos de orden técnico que en muchos casos deben de ser financiados vía créditos, los cuales son asumidos por los micro y pequeños empresarios sin el análisis



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

correspondiente, con el respectivo perjuicio en el pago de sobretasas; por lo que es importante que los empresarios de las PYMES conozcan y manejen herramientas de corte financiero para evaluar sus decisiones, el 36.9% de ellos responden afirmativamente al hecho de poder realizar un análisis financiero asumiendo que el hecho sea cierto, que el 63.1% de las PYMES viva a ciegas con respecto a una herramienta de gestión tan importante en la toma de decisiones, en la planificación; debe ser considerado con mucha preocupación debido a que en vez de atacar los efectos es decir mejorar las tasas y controlar a las entidades que otorgan crédito se debería emponderar a los empresarios en el manejo de esta herramienta de gestión.

3. ¿Su empresa a realizado un estudio de Mercado?

CUADRO No 40
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	33	0.393
NO	51	0.607
TOTAL	84	1.000

Nadie puede negar que la producción de un producto sea este un bien o servicio depende de la existencia de un mercado insatisfecho que debe de ser oportunamente cubierto, para lo cual se debe de contar con un estudio de mercado o por lo menos un análisis de la potencialidad del mercado para poder producir, como el costo de realizar este tipo de estudios escapa a los



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

presupuestos de las PYMES lo mas conveniente es que estos empresarios a la vez trabajadores, conozcan y manejen la información que les proporciona un análisis de mercado, estudio o identificación de oportunidades de negocio que les evite la acumulación de Stock de producción; es decir que es vital para una empresa contar con un estudio cuya naturaleza por mas distinta que sea brinde una información oportuna y precisa de los requerimientos del mercado.

Sin embargo el 60.7% de las empresas no cuenta con un estudio de mercado, lo cual explica la saturación de los mercados, la caída o estancamiento de precios, el porque se descreman mercados que antes eran buenos como el del Internet o el transporte urbano, que sigan apareciendo nuevas empresas en sectores cuyos márgenes de utilidad han desaparecido como es el caso de los Taxis y los Restauran y el porque existen empresas con alto volumen de ventas y otras que no venden siendo de un mismo rubro; la existencia de un estudio de mercado dentro de una empresa es una herramienta de gestión importante que puede y en la mayoría de los casos marca el éxito o fracaso de una empresa. Me atrevería a afirmar que el 39.3% de las empresas que afirman contar con un estudio de mercado planifican mejor su trabajo y por lo tanto lideran los diferentes mercados de los distintos sectores productivos del Mundo apasionante de las PYMES de nuestra región.



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

4. ¿Ha realizado el Plan Estratégico de su empresa?

CUADRO No 41
RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	28	0.333
NO	56	0.667
TOTAL	84	1.000

Finalmente en un mundo lleno de cambios y cada vez mas globalizado, la consolidación de una posición estratégica en el mercado depende de la capacidad de las empresas de planificar y de sus directivos de proyectar el presente y prever el futuro, bajo este contexto el planeamiento estratégico es la herramienta de gestión empresarial por excelencia y de la cual se desprenden las demás, por que nos permite conocer quienes somos y adonde queremos llegar, conociendo nuestro ambiente interno y los factores externos que nos rodean; una empresa que apunte al éxito debe de construir con todos los miembros de su organización el Plan Estratégico del cual se desprendan sus actividades.

En el sector sin embargo tan solo el 33.3% de las empresas ha realizado el plan estratégico de su empresa, lo cual nos permite afirmar que por lo menos mas de ¼ parte de las empresas planifica su trabajo y explica el 39.3% que si realizo su estudio de mercado; cuando hablamos de consolidar una posición estratégica en el mercado hablamos obviamente de



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

construir con toda la organización el Plan Estratégico que a largo plazo logre el liderazgo en el sector, acompañado de un crecimiento sostenible de la empresa es decir un desarrollo real.

Que hacer con este 66.7% que no realizó su plan estratégico, me gustaría afirmar que capacitando a todos van a lograr salir adelante, la verdad es que mucha de esas empresas están destinadas a desaparecer en el largo plazo, y que fueron sentenciadas desde su nacimiento, porque muchos de los que ahora son llamados microempresarios nunca quisieron estar inmersos dentro del mundo empresarial y que preferirían estar trabajando para un empleador que le garantice por lo menos un sueldo mínimo y algo de estabilidad.

5. ¿Usted y su personal se capacitan y actualizan?

Cuadro No 42

RESUMEN DE DATOS

	Ni	Hi
SI	32	0.381
NO	52	0.619
TOTAL	84	1.000

De los que respondieron que SI se analiza los siguientes aspectos:



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

A. ¿Con que frecuencia?

CUADRO No 43
RESUMEN DE DATOS

PERIODO	Ni	Hi
Cada Mes	10	0.312
Cada Semestre	7	0.219
Cada Año	14	0.438
Cada 5 Años	1	0.031
TOTAL	32	1.000

B. ¿En que Temas?

CUADRO No 44
RESUMEN DE DATOS

TEMATICA	Ni	Hi
Gestión Empresarial	9	0.281
Legislación PYMES	-	0.000
Tributación	2	0.063
Producción	21	0.656
Comercio Exterior	-	0.000
TOTAL	32	1.000



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

C. ¿En que Institución realizan los estudios?

CUADRO No 45
RESUMEN DE DATOS

CENTRO DE ESTUDIOS	Ni	Hi
Universidades	3	0.094
Institutos	6	0.187
C.E.O.S.	3	0.094
ONGs	1	0.031
Programas Paralelos	19	0.594
TOTAL	32	1.000

Quien piense que lo que sabe hoy le va a durar toda la vida, esta condenado a quedar capturado en un tiempo muy lejano al nuestro, donde la hora se observa en un reloj de arena y donde el medio de comunicación por excelencia es el teléfono celular; los conocimientos han sufrido en el siglo pasado un proceso acelerado de crecimiento y sobre todo de atomización, es imposible conocer de todo pero uno esta obligado a especializarse por lo menos dentro del campo donde se esta desarrollando es decir su actividad productiva.

Lo mínimo que se espera dentro de una organización es la formación y el cuidado del capital humano con que cuenta, por lo que es una inversión fundamental la que se debe realizar con el capital humano de la organización, sin embargo dentro del sector el 38.1% del capital Humano se capacita y esto se encuentra dentro del intervalo del 30% al 40% en que se encuentran los que pueden realizar un análisis financiero (36.9%), los que han realizado un estudio de Mercado (39.3%) y un Plan estratégico



INFORME PYME – REGION DE AREQUIPA 2002

(33.3%); lo cual me llevaría a afirmar que entre un 30 y 40 por ciento de las PYMES puede consolidar una posición estratégica dentro del sector, es decir que puede pasar a una segunda y tercera generación dentro del sector.

La frecuencia de capacitación es de 31.2% cada mes, 21.9% en forma semestral, 43.8% cada año y un 3.1% cada 5 años, estimo se dan en relación a consideraciones personales y necesidades propias de cada empresa. Los temas en los cuales se capacitan son: un 28.1% en gestión empresarial, un 0% en legislación de PYMES, 6.3% en tributación, el 65.6% en temas productivos y finalmente algo para resaltar sobretodo a los que venden la idea de la exportación que el 0% se capacita en temas de Comercio Exterior.

Finalmente los centros de capacitación donde estos empresarios y sus trabajadores reciben la capacitación son las Universidades con un 9.4%, Institutos con un 18.7%, C.E.O.S. en un 9.4%, ONGs con 3.1% y programas paralelos con un 59.4%.