

PROYECTO Huaycán hacia el emprendimiento

DICIEMBRE 2010

Impulsando el desarrollo económico de Huaycán



Observatorio de la economía local de Huaycán

Para impulsar el desarrollo económico de Huaycán se requiere contar con información sobre las necesidades de esta localidad, así como de los mercados a los cuales desean proyectarse sus MYPE. Generar esta información es un desafío que debe ser enfrentado de forma conjunta por las diversas instituciones con responsabilidad en la promoción de la economía local: las municipalidades, las instancias descentralizadas del gobierno central y/o regional, las universidades e instituciones educativas, las ONGs y las asociaciones de microempresarios.

La información permitirá a las autoridades e instituciones identificar acciones en pro de las MYPE, y a los microempresarios los ayudará a identificar sus problemas comunes.

El proyecto **Huaycán hacia el emprendimiento** considera una necesidad la conformación de un Observatorio Participativo de la Economía Local de Huaycán, que reúna a todas las instituciones en la tarea común de generar informaciones y propuestas para impulsar el desarrollo económico local de sus microempresas.

Presentamos aquí un conjunto de datos sobre las microempresas de Huaycán, que esperamos sea el punto de partida de un análisis profundo de su situación. También deseamos que esta información sea alimentada de manera conjunta y sostenida para convertirla en una herramienta útil aprovechada por la comunidad emprendedora de Huaycán.

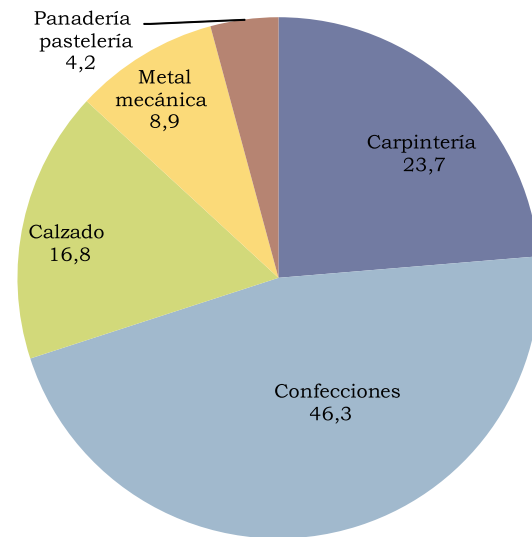
SITUACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS EN HUAYCÁN

Los datos que aquí les presentamos son parte del resultado de una encuesta desarrollada en setiembre 2010 por un equipo liderado por Julio Gamero, ex-vice ministro de promoción del empleo, a 190 MYPEs de manufactura de Huaycán. Se encuestó a las MYPE de confecciones, calzado, carpintería, metalmecánica y panadería.

Distribución de las 190 MYPE, por actividad económica

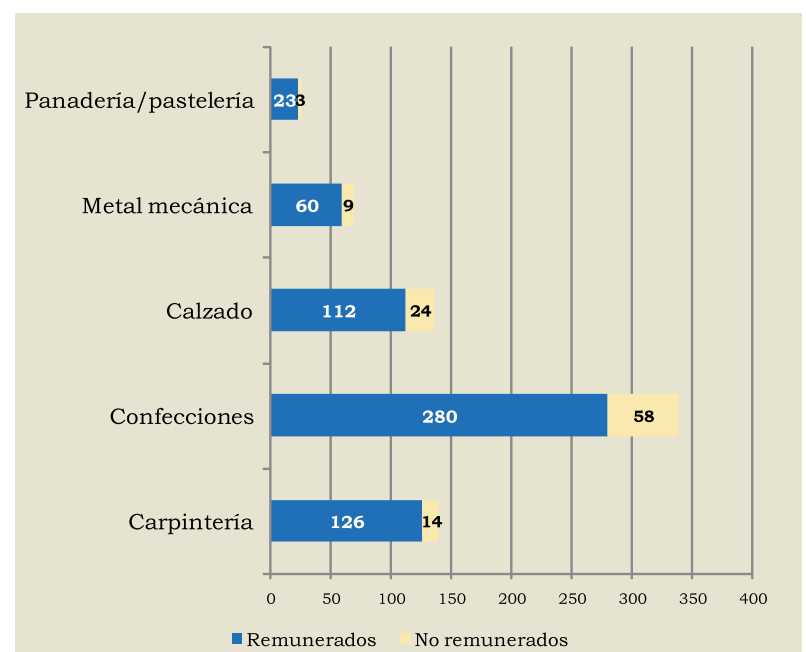
De las 190 MYPE encuestadas: un 46,3% se encuentran localizadas en la actividad de la industria de confecciones; le sigue la carpintería con 23,7%; el calzado con 16,8%; la metalmecánica con 8,9%; y la actividad de panadería / pastelería con el 4,2%. La mayoría es industria de bienes de consumo.

Estas microempresas cuentan con 709 trabajadores, lo que significa un promedio de 3,73 trabajadores por MYPE. Sin embargo, existen diferencias entre los diversos sectores: calzado, metalmecánica y confecciones cuentan con un promedio cercano a 4 trabajadores por MYPE; mientras que panadería y carpintería están más cercanos a 3 trabajadores por MYPE.



| Mypes | Número de empresas | Número de trabajadores | Promedio de trabajadores por sector |
|---------------|--------------------|------------------------|-------------------------------------|
| Calzado | 32 | 136 | 4,25 |
| Metalmecánica | 17 | 69 | 4,06 |
| Carpintería | 45 | 140 | 3,11 |
| Confecciones | 88 | 338 | 3,84 |
| Panadería | 8 | 26 | 3,25 |
| TOTAL | 190 | 709 | 3,73 |

Trabajadores por actividad económica: Remunerados y No Remunerados. Casos



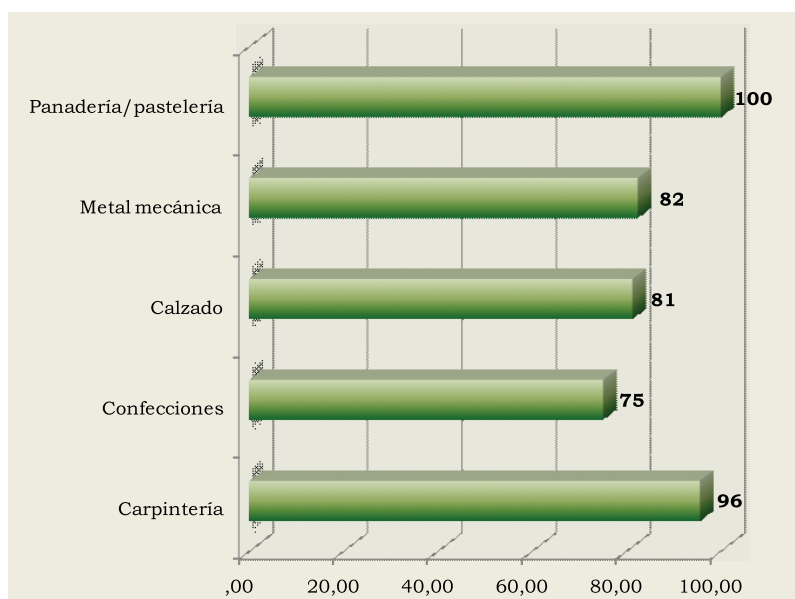
El trabajo no remunerado representa el 15,23% de los trabajadores. El sector de la industria de confecciones es el sector donde se concentra el número más elevado TNR (58), que llegan a ser como el 17% del total de su fuerza laboral.

Calzado y metalmecánica cuentan, igualmente, con trabajo no remunerado en porcentajes cercanos al promedio .

En función al monto de ventas registrado, encontramos un 34% en un tramo de “bajos” ingresos, entre 100 y 2,000 soles mensuales; en un tramo medio, entre 2,100 y 5,900 nuevos soles mensuales encontramos al 32% de las MYPE encuestadas. Y en un tramo “alto” entre 6,000 y 90,000 soles mensuales encontramos a un 34% de las MYPE.

Los montos invertidos por trabajador, en el último año, son más altos en el sector de la panadería/ pastelería (S/. 1,104). Le sigue la metalmecánica, con S/. 581, y, con menos dispersión, se encuentra el monto invertido por trabajador en confecciones (S/. 82), carpintería (S/. 115) y calzado (S/. 100).

Porcentaje de Mypes con mercado local como único destino, por actividad económica



Mientras que las actividades de confecciones, calzado y metalmecánica cuentan con mayor diversificación de mercados, los sectores como panadería/ pastelería y carpintería están concentrados en el mercado local. Pero, en todos los casos, el mercado local les permite no menos de 3/4 de sus ventas.

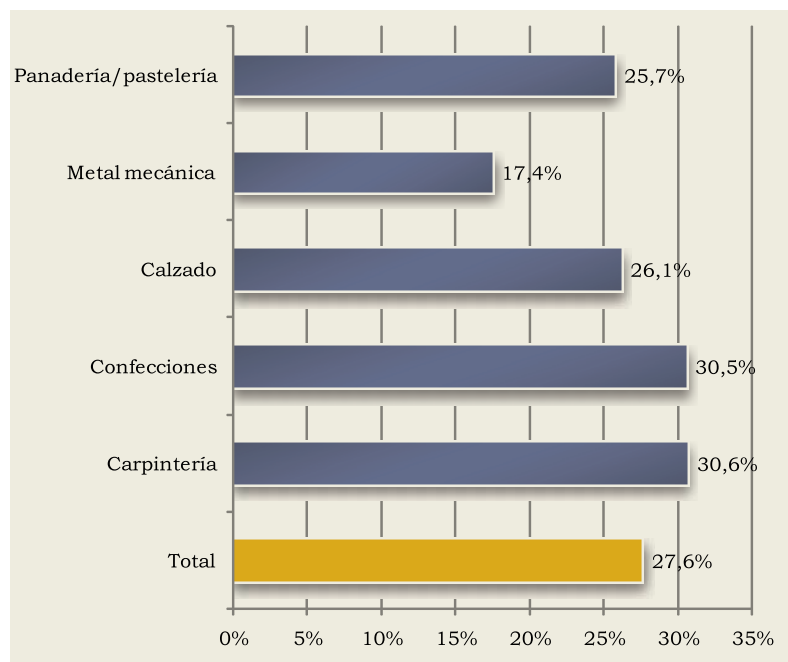
Por los ingresos se observa que a medida que las empresas van subiendo en la escala, la diversificación de sus mercados de destino va aumentando.

Así, mientras las empresas con menores ventas colocan un 92% de sus ventas en el mercado local, las de mayor venta concentran un 77% en dicho mercado.

Utilidades de las MYPE, rentabilidad por actividad económica (Ganancias/ Ventas)

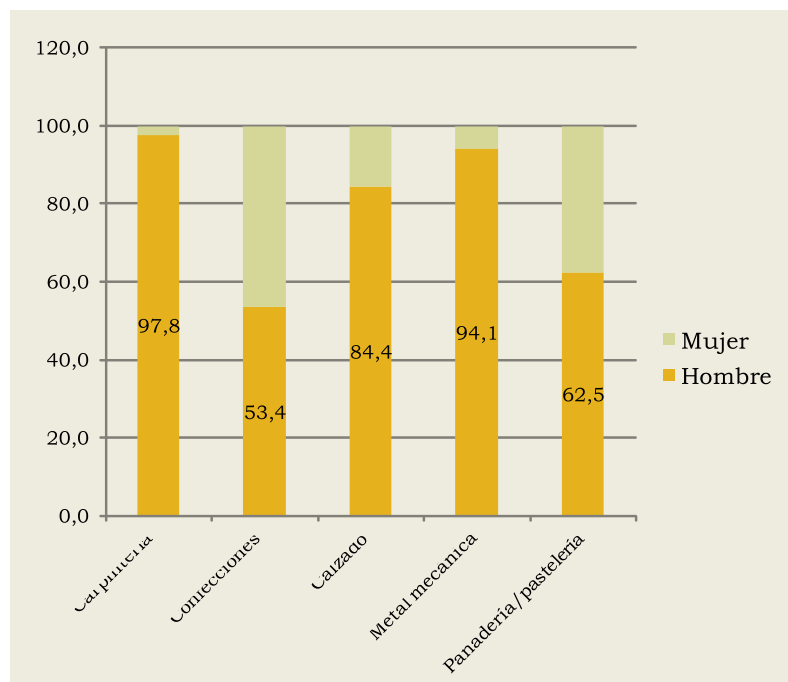
Los sectores de confecciones y carpintería son los que muestran una mayor tasa de utilidad con respecto a las ventas.

Si bien, de acuerdo con la información registrada, las empresas de menor tamaño presentan mayores tasas de rentabilidad; en cifras absolutas dichos montos son sustancialmente menores a los generados por las empresas de mayor tamaño relativo. Las más grandes ganan más, aunque como porcentaje de las ventas su tasa de ganancia es menor.



CONDICIÓN DE GÉNERO

Propietarios hombres y mujeres, por tipo de actividad



En todos los sectores económicos, el predominio del varón en su condición de propietario es mayoritaria. En el sector de confecciones es donde hay mayor presencia de personal femenino en la condición de propietaria (46,6%). Le sigue el sector de panadería/ pastelería con el 37,5%.

Por tramos de ventas, la condición propietaria de la mujer va disminuyendo en relación directa con el aumento en el tamaño relativo de la empresa. Las mujeres se ubicarían en los segmentos menos lucrativos.

Así, en las MYPE más grandes, su presencia como propietaria no es mayor al 18,8%; mientras que en el segmento más pequeño su presencia, aquel de ventas menores a S/. 2,000, su presencia es del 36,9%.

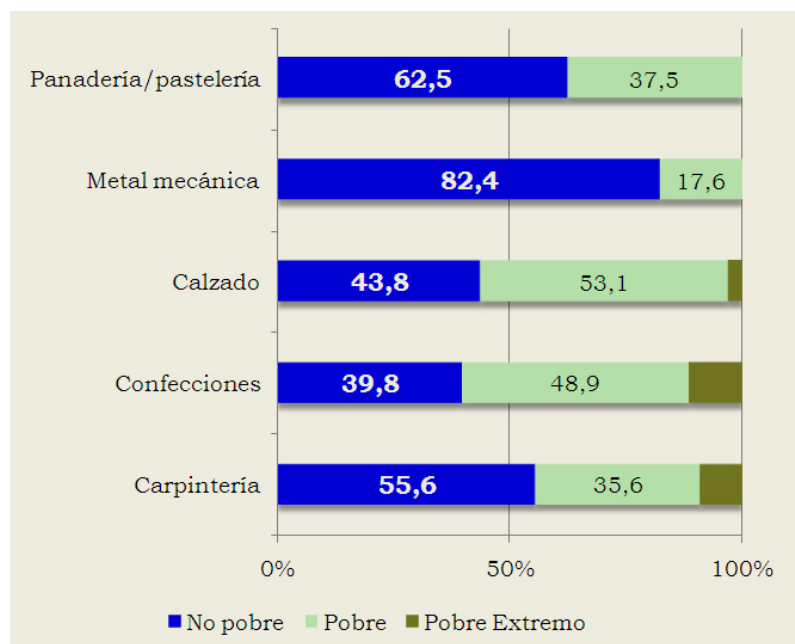


CRISIS ECONÓMICA E IMPACTO EN MYPES

De acuerdo con la información obtenida, los sectores de carpintería, de calzado y de confecciones habrían sido los menos afectados por la crisis internacional; comparando el año 2009 con respecto al 2008, registran un mayor porcentaje de mejora en los ingresos que los gastos y –salvo carpintería- aumentaron personal.

Dicha constatación podría estar explicada por la operación del programa de compras estatales. Si fue así, entonces habría sido funcional a la MYPE.

Conductores de las MYPE, por condición de pobreza



Los conductores de las MYPE se dividen entre pobres y no pobres. Los conductores en situación de pobreza extrema serían el 8%. Estos porcentajes resultarían superiores a los consignados en la información del INEI para Lima Metropolitana.

Conductores de las MYPE, condición de pobreza por actividad económica. Porcentaje

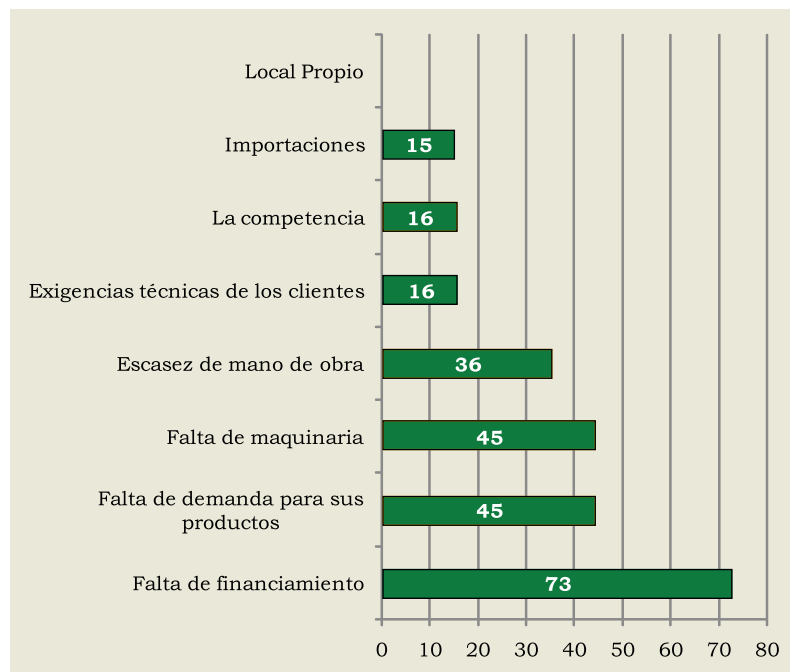
Por sector económico, los conductores de las MYPE de la actividad de calzado concentran el mayor porcentaje de pobres (53,1%). En confecciones –donde hay presencia importante de mujeres propietarias- dicha condición afecta al 48,9% de sus conductores.

En la rama metal mecánica, es donde se encuentran menos conductores en situación de pobreza (82,4% son no pobres).

COMPETITIVIDAD Y ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO

Factor más importante que afecta el desempeño de su empresa. Porcentajes

La falta de financiamiento aparece como la principal limitante para el desarrollo de la empresa. La mención a las importaciones, la competencia y la falta de demanda están revelando un problema de mercado, mientras que la referencia a la maquinaria, la escasez de mano de obra y las exigencias técnicas aparecen como restricciones más críticas y que pueden afectar la sostenibilidad del negocio.



En relación con los productos importados, en forma mayoritaria –salvo para la rama metal mecánica y de panadería- la referencia es que están ingresando con precios más bajos a los producidos por las MYPE de Huaycán. Los sectores de carpintería y de confecciones se encontrarían entre los más afectados.

Cuando los productos importados ingresan con precios más elevados, los sectores de carpintería y de calzado están señalando que en sus sectores se encuentran los mayores porcentajes de diferencia, hacia arriba.

Salvo en el ramo de panadería/ pastelería, en las otras actividades se percibe que los productos importados que compiten con la producción de Huaycán, serían de mejor calidad.

Ello incorpora una mayor exigencia de mejora en las unidades económicas si se busca enfrentar, competitivamente, dicha situación. Ello es, también, un espacio para concentrar la asistencia técnica y la capacitación.

En todos los sectores se percibe que el Tratado de Libre Comercio (TLC) con EE.UU. es más una oportunidad que una amenaza.

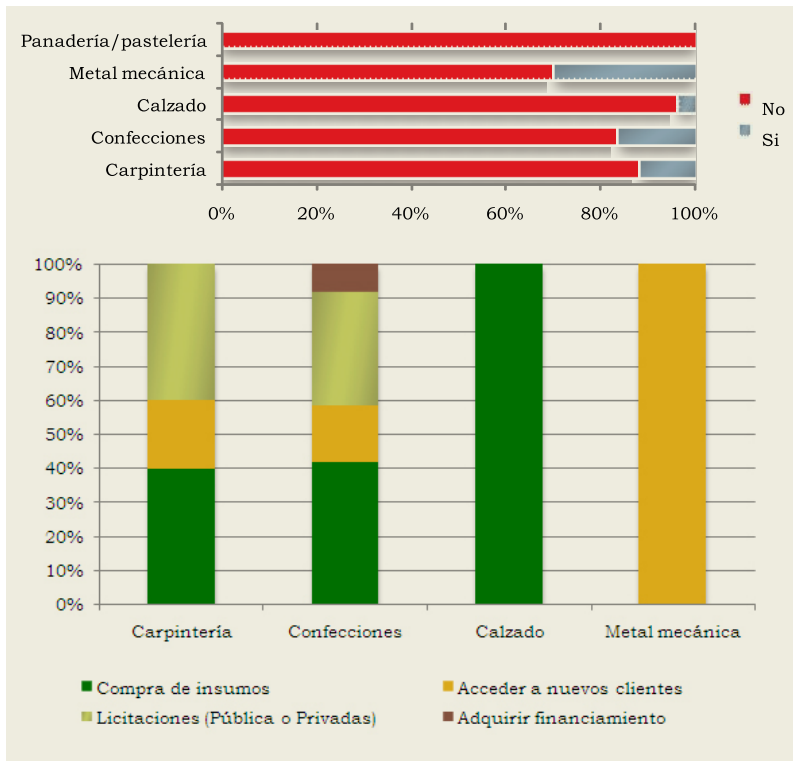
Entre las oportunidades, las facilidades para exportar están entre las de mayor mención. Entre las amenazas, la posibilidad de precios de productos bajos es la más referida.

ASOCIATIVIDAD

¿Realiza alguna actividad vinculada a su empresa conjuntamente con otras personas o empresas? ¿Cuál?

La asociatividad suele mencionarse como una condición para una mejor inserción en el mercado. Sin embargo, en forma mayoritaria, los conductores de las MYPE señalan que no han tenido dicha experiencia. En el caso de quienes han tenido alguna experiencia asociativa, la mayor referencia es la de compra de insumos y para acceder a nuevos clientes.

La desconfianza con el otro aparece como la principal razón para no haber emprendido una experiencia de asociatividad, más del 40% declara ser desconfiado. La segunda razón señalada es la de “produzco lo suficiente para atender a mis clientes”. Esto último podría revelar una satisfacción con el tamaño del negocio.



INSTITUCIONALIDAD PÚBLICA

Registro en la REMYPE y conocimiento de la Ley MYPE

En todos los sectores el registro en el REMYPE es una situación minoritaria. En el sector del calzado, metalmeccánico y de confecciones es donde se observa el mayor porcentaje de dicho registro.

Lo paradójico es que el porcentaje de afiliación al REMYPE es muy superior al conocimiento que se expresa en relación con la Ley MYPE.

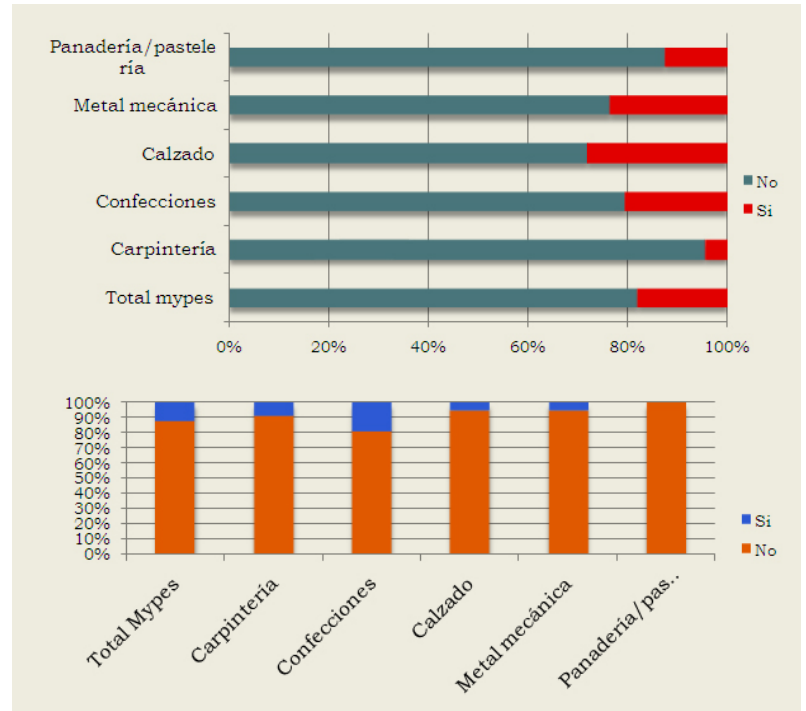
Entre quienes señalan conocimiento de la Ley MYPE (solo el 10%, aunque llega al 20% en el sector confecciones), la mayor referencia se concentra en la facilidad que brindaría para presentarse a licitaciones, el régimen laboral, la formalidad como empresa y los beneficios tributarios.

Sin embargo, no se le aprecian ventajas claras, en todo caso se verían ventajas en tanto facilita la presentación a licitaciones y las mayores oportunidades de trabajo. Los aspectos vinculados con el régimen laboral son de menor referencia.

Solo un 25% de las MYPE ha participado en programas de apoyo, fundamentalmente de las ONG y el gobierno. La participación del municipio ha sido mínima y solo para el caso de confecciones y carpintería. El sector calzado solo ha recibido capacitación del gobierno. Metalmeccánica y carpintería han recibido capacitación de las empresas proveedoras.

De las 45 MYPE que señalan haber recibido capacitación, la mayoría se concentra en clases de patronaje, acabados, determinación de costos y modas y diseños. Entre las 4 MYPE que señalaron haber recibido asistencia técnica, ella se concentra en determinación de costos y en la producción.

¿Registrado en la REMYPE?, ¿Conoce la Ley Mype?

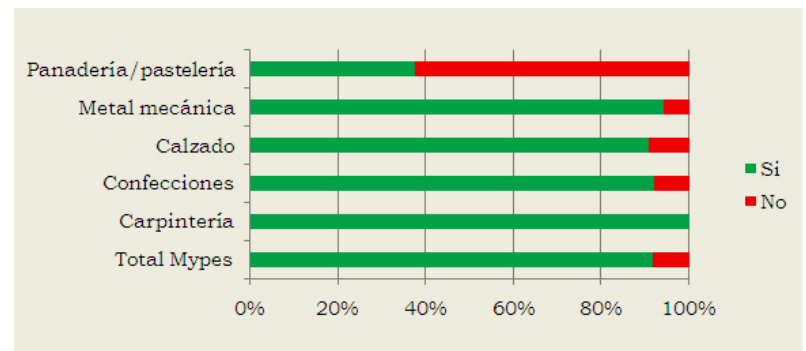


MANEJO AMBIENTAL

¿Su empresa genera residuos sólidos o desechos?

Más del 90% de las microempresas señalan que generan residuos sólidos o desechos, salvo en la industria de panadería/ pastelería donde dicho porcentaje es menor al 40%.

Pero para la mayoría, El 60% de las empresas encuestadas señala que estos residuos no les genera un ingreso adicional. En la metal mecánica, por el contrario, es unánime la mención a que sí les genera ingresos adicionales.



Donde es menos, es en el calzado. Deseamos que los datos ofrecidos permitan un debate sobre la situación de la MYPE en Huaycán, no solo del sector manufactura, sino del conjunto de sectores económicos, sentando las bases para definir ejes de desarrollo económico y plantearse el reto de consolidarse y llegar a nuevos mercados.