

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LA MYPES DEL  
SECTOR TEXTIL DE LA CIUDAD DE CHICLAYO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:  
Nancy Gálvez Heredia**

**Chiclayo, 19 de julio de 2012**

# **PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LA MYPES DEL SECTOR TEXTIL DE LA CIUDAD DE CHICLAYO**

POR:

**Nancy Gálvez Heredia**

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el

Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

APROBADO POR:

---

Mgtr. Jorge Mundaca Guerra  
Presidente de Jurado

---

Mgtr. Hugo Robles Vílchez  
Secretario de Jurado

---

Dr. Jorge Alfredo Huarachi Chávez  
Vocal/Asesor de Jurado

**CHICLAYO, 2012**

## **DEDICATORIA**

La dedicatoria fundamental de esta tesis indudablemente es para mis dos angelitos de oro que se robaron mi corazón, a quienes amo tanto para mi Vasco L y J Renato; deseándoles muchas bendiciones y toda la felicidad del mundo.

## **AGRADECIMIENTO**

Para empezar quiero agradecer la inestimable colaboración de los emprendedores de las MYPEs del sector textil de confecciones, sin los cuales hubiera sido imposible realizar todo el trabajo. Y por el apoyo de la institución SIN (Sociedad Nacional de Industrias). Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy y fortaleciéndome cada día con su Santo Espíritu y agradecerle señor por recordármelo siempre lo afortunada que soy por tener a la familia que escogiste para mí.

También quisiera expresar mi más sentido agradecimiento a mis padres, Antonio y María, gracias por todo lo que me han dado, amor, entrega, protección.

Agradecer hoy y siempre a mis hermanos por su apoyo moral, espiritual y su cariño que me brindan, me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante; a mis queridos hermanos Elix, Elisabeth, Herbert y a mi Rina.

No puedo concluir esta tesis sin expresar mi más sincero agradecimiento a mi asesor. Dr. Jorge Huarachi Chávez, quien además de dirigir esta tesis con suma dedicación e interés me ha ofrecido su apoyo incondicional y su amistad. Asimismo, no quisiera olvidarme de mi Coasesor Jorge Garcés Angulo por estar dispuesto a ayudarme en cualquier momento. Pero sobre todo gracias por su amistad.

También me gustaría agradecer los consejos recibidos a lo largo de los últimos años por otros profesores de la carrera de administración de empresas, que de una manera u otra han aportado su granito de arena a mi formación. Destacar al profesor Diógenes Díaz, el profesor Eduardo Amorós, como también al profesor Carlos León.

## RESUMEN

La presente investigación se realizó, en la ciudad de Chiclayo, en la cual los emprendedores del sector textil de confecciones me brindaron su apoyo para realizar mi proyecto, de allí que el propósito de la presente investigación consistió en la realización de conocer las características del Perfil del emprendedor de las MYPES del sector textil de confecciones en nuestra ciudad de Chiclayo; para ello fue necesario conocer el perfil del emprendedor, luego se describió las condiciones favorables para el éxito del emprendedor del sector Confecciones de la ciudad de Chiclayo y finalmente se determinó que obstáculos presentan para emprender en su negocio. El presente estudio se justificó por cuanto en el Perú el sector textil es considerado el motor del crecimiento de una economía y uno de mayores generadores de empleo y con gran oportunidad de desarrollo personal como de aumentar sus ingresos en el futuro. El procesamiento de datos permitió llegar a las siguientes conclusiones: (a) El perfil del emprendedor del sector confecciones de la ciudad de Chiclayo, configura a hombres entre la edad de 40 a 49 años, casados y que no solo son jefe de familia sino que son gestores de una empresa familiar; tienen un grado superior no universitario, y que han tenido experiencia en las MYPES antes de emprender su propio negocio motivados por la independencia laboral y lograr mejores ingresos para el bienestar familiar.(b) Condiciones favorables para emprender, ellos han utilizado redes que facilitan tener acceso a tecnologías, Información de clientes todos estos accesos son debidos gracias a otras empresas; (c) los encuestados refieren que uno de los grandes obstáculos que enfrente para crear su empresa son los trámites para la formalidad, conformado por un 38%; otro de los obstáculos con un mínimo porcentaje es el tema de los Impuestos que han tenido que enfrentar para crear su empresa.

### **Palabras claves**

Emprendimiento, perfil del emprendedor, redes del emprendedor, entorno del emprendedor, sector confección.

## ABSTRACT

The present investigation I realize, in Chiclayo's city, in which the entrepreneurs of the textile sector of confections offered to me his support to realize my project, of there that the intention of the present investigation consisted of the accomplishment of knowing the characteristics of the Profile of the entrepreneur of the MYPES of the textile sector of confections in our Chiclayo's city; for it was necessary to know the profile of the entrepreneur, then the favourable conditions were described for the success of the entrepreneur of the sector Confections of Chiclayo's city and finally I determine that obstacles present to undertake in his business, The present study I justify since in Peru the textile sector is considered to be the engine of the growth of an economy and one of major generators of employment and with great opportunity of personal development as to increase his income in the future. The processing of information allowed to reach the following conclusions a) The profile of the entrepreneur of the sector confections of Chiclayo's city, it forms to men between the age from 40 to 49 years, married and that not only are a family chief but they are managers of a family enterprise; that have a top not university degree, and that have been experienced at the MYPES before undertaking his own business motivated by the labor independence and achieving better income for the familiar well-being. b). Favourable conditions to undertake they have used networks that to facilitate to have access to technologies, clients' Information and other resources all these accesses are owed thanks to other companies; C). The polled ones say that one of the big obstacles that I face to create his company they are the steps for the formality, shaped by 38 %; other one of the obstacles with a minimal percentage is the topic of the Taxes that have had to face to create his company.

### Keywords

Entrepreneurship, entrepreneurial profile, entrepreneurial networks, entrepreneurial, clothing industry environment.

## ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. MARCO TEÓRICO. ....	13
2.1. - Antecedentes del tema de investigación.....	13
2.2. - Bases teóricas científicas. ....	14
2.2.1.- Perfil de los emprendedores dinámicos. ....	14
2.2.1.1.- Perfil de un emprendedor. ....	15
2.2.2.- Factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores. ....	17
2.2.2.2.- Instituciones y redes de apoyo a la producción textil. ....	21
2.2.3.- El sector textil. ....	22
2.2.3.1.- Sector textil en el Perú.....	25
2.2.3.2.- El sector confecciones y la pequeña empresa. ....	27
2.2.4.- La problemática de las mypes. ....	29
2.2.4.1.- Barreras que impiden el desarrollo de las mypes. ....	32
2.2.4.2.- Problemas típicos de las mypes del sector confecciones en el	35
2.2.4.3.- Cómo podemos salir de la pobreza las mypes del sector textil	36
Confecciones.....	36
III. MATERIALES Y METODOS.....	38
3.1. -Tipo y diseño de investigación. ....	38
3.2.- Área y línea de investigación. ....	38
3.3.- Población, muestra y técnica de muestreo. ....	38
3.3.1.- Población.....	38
3.3.2.- Tamaño de muestra. ....	38
3.3.3. Muestra ....	39
IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN. ....	40
4.2.- Discusión.....	58

V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. ....	63
5.1.	CONCLUSIONES.....	63
5.2.	RECOMENDACIONES.....	65
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
VII.	ANEXO.....	70

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Cadena Productiva Textil y Confecciones .....	23
Figura 2: Edad .....	40
Figura 3: Genero.....	41
Figura 4: Estado Civil.....	41
Figura 5: Número de Hijos Menores de 18 Años.....	42
Figura 6: Religión.....	42
Figura 7: Lugar de Nacimiento .....	43
Figura 8: Grado de Instrucción.....	44
Figura 9: Ocupación Anterior antes de Emprender en el.....	44
Figura 10: Principal Motivación de los Emprendedores.....	45
Figura 11: Accedió a Tecnología.....	46
Figura 12: Acceso a Mercado Clientes.....	46
Figura 13: Acceso a Otros Recursos .....	47
Figura 14: Cómo Califica el Grado de Intensidad de la .....	47
Figura 15: Promedio del tamaño de sus Competidores.....	48
Figura 16: De Acuerdo a su Experiencia en el Mercado .....	49
Figura 17 : Tipo de Apoyo Público .....	49
Figura 18 : Grado de satisfacción por este tipo de apoyo .....	50
Figura 19 : Tecnología estuvo disponible.....	50
Figura 20 : Pertenece Algún Gremio Empresarial .....	51
Figura 21 : Qué Tipos de Beneficios le ha Brindado .....	52
Figura 22: Temas de Capacitación para el.....	52
Figura 23: Principales Obstáculos que Enfrento Ud. Para .....	53
Figura 24 : Fuente de su Financiamiento .....	54
Figura 25: En Caso de no Haber solicitado Crédito ¿Por .....	54
Figura 26: Monto de Capital Inicial .....	55
Figura 27: Ventajas que tiene su Negocio Frente a la.....	56
Figura 28: Cuan Novedosos son sus Productos para el.....	56
Figura 29: Número de Socios al Inicio.....	57
Figura 30: Número de Socios Actuales. ....	58

## I.- INTRODUCCIÓN

En el Perú, las MYPES, atraviesan por dificultades agudas para funcionar adecuadamente. Los problemas más comunes son precisamente aquellos relacionados con las condiciones de competitividad industrial mencionados por Porter, M. (1990).

- Poca competitividad y escasa asociatividad.
- Marco legal limitado.
- Falta de capital financiero.
- Calidad de los productos no acorde con los estándares mundiales.
- Tecnología obsoleta.
- Mano de obra poco calificada y carencia de abastecimiento de insumos de calidad.
- Carencia de infraestructura de calidad y actividades de investigación.

Con frecuencia las MYPEs se enfrentan con problemas derivados de la falta de actividades de apoyo como transporte adecuado y barato, proveedores de calidad, falta de seguridad y servicios privatizados como la electricidad, el agua y las comunicaciones que provocan costos elevados. Por otro lado, estas MYPEs actúan sin estrategias definidas, lo que produce una alta concentración de empresas compitiendo por un sector reducido del mercado sin explorar otras posibilidades.

Los factores descritos forman parte de una variable económica denominada Valor Agregado, cuya importancia en las economías desarrolladas es de primera magnitud, carecen de maquinaria moderna con tecnología de punta: los grandes países exportadores como Japón y Alemania son vendedores de alta tecnología, que no es otra cosa que dar valor agregado a los insumos básicos, en contraste con las economías

subdesarrolladas que exportan materias primas y en el mejor de los casos artículos de poco Valor Agregado.

Un pobre Valor Agregado se traduce en márgenes de utilidad pobres, que a su vez se reflejan en pobres salarios, poca reinversión, dificultades para conseguir financiamiento y necesidad de financiero por parte del Estado.

Por tal motivo se formuló el siguiente problema ¿Qué características, presenta el perfil del emprendedor y cuáles son las condiciones favorables u obstáculos para emprender en su negocio; de las MYPEs del sector Textil de confecciones de la ciudad de Chiclayo?

El objetivo general es conocer las características del perfil del emprendedor y las condiciones favorables u obstáculos para emprender en su negocio de las MYPEs del sector Textil de confecciones de la ciudad de Chiclayo.

Como objetivos específicos conoceremos el perfil del emprendedor de las MYPEs del Sector Textil de Confecciones de la ciudad de Chiclayo, también describiremos las condiciones favorables para el éxito del emprendedor de las MYPEs del Sector Textil de Confecciones de la ciudad de Chiclayo y determinaremos que obstáculos presentan para emprender en su negocio.

La justificación de esta tesis es que en el sector textil en el Perú es considerado el motor del crecimiento de una economía y uno de mayores generadores de empleo. Además genera demanda a otros sectores como el agrícola por el cultivo de algodón, el ganadero, por la obtención de pelos finos y lanas, la industria de plástico; para cierres y botones.

Las MYPEs brindan empleo a más de 80 por ciento de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 por ciento del producto bruto interno (PBI).

Su importancia se basa en que: Será una oportunidad de desarrollo personal, proporcionan puestos de trabajo, reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos, mejoran la distribución del ingreso; al crecimiento económico e incentivan el espíritu empresarial del nuevo emprendedor.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1.- Antecedentes del tema de investigación

El termino emprendimiento es muy usado en todo el mundo; en los últimos años a despertado un mayor interés por la creación de nuevas empresas. Según Drucker, P. (1994). Consideró que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad. Un emprendimiento posee la característica de ser innovador.

El emprendedor es una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención; el emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades así lo refiere Schumpeter, J. (1950).

En el Perú hay más de 6 millones de emprendedores, los resultados que presenta este informe respecto de la actividad emprendedora en nuestro país revelan que en el Perú existen aproximadamente 630000 emprendedores, un índice TEA (Actividad Emprendedora Total) de 40,3% esto demuestra que, en promedio, cuatro de cada diez peruanos adultos, independientemente, de la condición social, el sexo o la educación, están realizando algún tipo de actividad emprendedora, esta evidencia posiciona al Perú como el país más emprendedor del mundo. Otro de los hallazgos interesantes de La mayoría de empresas peruanas son innovadoras en su oferta. En el Perú, las empresas creadas por oportunidad son tan innovadoras en su oferta como las empresas creadas por necesidad. Así lo señala Cheltenham, E. (2004-2005).

## **2.2.- Bases teóricas científicas**

En esta etapa reuniremos información que nos proporcionara un conocimiento profundo de la teoría que le da un significado a la investigación.

### **2.2.1.- Perfil de los emprendedores dinámicos**

La mayoría de las empresas fueron creadas por equipos emprendedores. El emprendedor típico es un hombre joven de clase media y elevado nivel de educación. Es importante tener presentes los avances registrados en la participación de las mujeres en los niveles técnicos del sector público y en ciertos ámbitos del poder judicial en nuestro país.

La mitad de ellos provienen de hogares donde el padre ejercía una actividad independiente, aspecto que les fue influenciado en la proyección de carrera de los emprendedores.

#### **a.- Experiencia de trabajo**

Los emprendedores han tenido que haber trabajado en otras empresas de un sector similar; antes de arriesgarse en constituir su empresa.

#### **b.- Edad**

La mitad de los emprendimientos en el Perú son realizados por personas menores de 30 años. Según el coautor del GEN. Serida, J. (2004-2005)

#### **c.- Motivaciones**

Para Matéu, J. (2011). Todos los emprendedores presentan un cuadro de motivaciones en el que se encuadran el deseo de hacer lo que les gusta, la necesidad de logro, la búsqueda de la independencia y el afán de lucro. A estas cuatro motivaciones se puede sumar

circunstancialmente alguna otra como la necesidad de demostrar a los demás su propia capacidad, el deseo de dirigir a otros, el intento de escapar de una situación negativa o incluso el intento de hacer algo por los demás.

#### **2.2.1.1.- Perfil de un emprendedor**

Emprender es una forma de enfrentarse al mundo, es una manera de entender la vida con la que no todo el mundo se siente a gusto. ¿Y cuál es esa forma de vida? Es aquella en la que la persona disfruta con la incertidumbre y la inseguridad de qué pasará mañana. El verdadero emprendedor es aquel a quien lo incierto procura un especial placer. Según Trias de Bes, F. (2007).

Para Matéu, J. (2011). El perfil del emprendedor medio que se manifiesta como ambicioso, confiado en sí mismo, optimista y poco reflexivo y paciente.

No es una tarea fácil identificar con claridad cuál debe ser el perfil de un emprendedor, pero muchos autores coinciden que los factores más importantes a tener en cuenta, son los siguientes: Según Piedrahita, C. (2010). Que tengan personalidad idealista, preocupados por hacer dinero pero no obsesionados; no les interesa demasiado el poder sino la autonomía, les gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos pero no a lo loco, sino planificados; les gusta demostrar y demostrarse lo que saben, pueden y valen; tienen capacidad de concentración para la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas, tienen cierto carisma o mística y esperanza respecto a su emprendimiento; no tienen todo absolutamente claro, tienen miedos como todo ser humano, pero a pesar de ello se animan; son capaces de sacrificarse por su obra pero sin perder la cordura, son ansiosos y buscan ofrecer un producto o servicio de calidad superior, distinto, destacado; saben que

se pueden equivocar pero también saben que el fracaso es no intentarlo de nuevo.

**Otros aspectos a tener en cuenta:** Piedrahita, C. (2010).

**a.- Autoconfianza**

La persona emprendedora tiene que tener confianza absoluta en su proyecto y en que está preparada para sacarlo adelante. Va tomar decisiones y lo tiene que hacer de manera decidida, sin miedo y confiando en sí misma, aunque puedan ser erróneas o el resultado no sea el esperado.

**b.- Orientación al logro**

Se entiende como la persistencia para conseguir metas y objetivos personales, en este caso, emprender un negocio. El emprendedor tiene que saber dónde quiere llegar y estar en disposición de realizar todo lo necesario para lograrlo.

**c.- Asunción de riesgos**

La persona emprendedora va a asumir riesgos, pero éstos deben ser calculados. El emprendedor ha analizado el entorno, ha diseñado su producto o servicio, ha analizado la viabilidad de su negocio y ha establecido unos resultados previsibles para su actividad.

**d.- Expectativa de control**

Se relaciona con la capacidad de la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones. En ocasiones, la persona emprendedora puede culpar de sus propias decisiones a otras personas o circunstancias. Esto sucede porque su expectativa de control es externa, esto es, considera que el resultado de sus acciones se debe a la suerte o a causas no relacionadas con su conducta. Pero realmente es necesario que su expectativa de control sea interna y

asuma la independencia de sus acciones con respecto al entorno y la relación entre su conducta y el resultado.

#### **e.- Tolerancia a la frustración**

Esta es una cualidad fundamental en la persona emprendedora, porque va a tener que enfrentarse a retrasos, dificultades o imprevistos que le pueden llevar al desengaño y al fracaso. Es normal que no todo salga bien a la primera y tropezar varias veces, pero es necesario saber afrontar los obstáculos que se pueden interponer en el camino y perseverar.

#### **f.- Orientación comercial**

Tiene que ver con la preferencia por las relaciones interpersonales laborales, lo que incluye la capacidad de comunicación y de obtención de la información adecuada para lograr los objetivos que se persiguen, o para la generación de relaciones de colaboración. El emprendedor no actúa aislado: El desarrollo de su proyecto, su puesta en marcha y su crecimiento y éxito van a depender de las relaciones que establezca en diferentes ámbitos, por lo que conviene que tenga facilidad para las relaciones personales, para la comunicación y para la negociación. Por supuesto, debe tener habilidades para la venta y una fuerte orientación al servicio a su cliente.

### **2.2.2.- Factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo u obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores**

Para Chamaidan, A. (2012) Todo emprendedor puede sentirse sumamente impulsado por iniciar una aventura empresarial pero sin embargo se presentan escenarios de disyuntivas exclusivas influenciadas por factores diversos en su camino que obstaculizan su logro. Nos habla de barreras que pueden ser clasificadas dentro de

seis aspectos que no necesariamente tienen que cumplir estas características conjuntamente:

- Aspecto académico, las presiones de los trabajos y exámenes absorben el tiempo que demanda la atención empresarial. O te jalas en una materia o asignatura o te va bien en los negocios.

- Aspecto familiar, las reuniones y obligaciones de casa exigen una atención insustituible para nuestros familiares de igual manera aquellas situaciones donde los padres ya han definido un futuro diferente para el hijo. O te aíslas de tu familia o te va bien en los negocios.

- Aspecto social y económico, los amigos ya tienen un buen empleo y ganan bien. Contagia el ritmo de vida y no es necesario un mayor esfuerzo para emprender una aventura empresarial la disponibilidad de efectivo atrasa la obtención de los recursos necesarios para implementar u operativizar el negocio. O sacrificas en el presente la satisfacción algunos placeres o dispones del efectivo para las necesidades de la futura empresa.

En los sectores socioeconómicos más bajos la proporción de mujeres es mayor a la de los varones. Esto supone una duplicación de esfuerzos por ser madre, ama de casa y a la vez hacerse cargo de un negocio. En muchos hogares el trabajo estable y dependiente lo busca el hombre, y la mujer hace un trabajo de complemento al ingreso familiar para ayudar a elevar el nivel de ingresos de la familia. Según resultados de Cheltenham, E. (2004-2005).

Normalmente es la mujer la que hace compatible su jornada laboral con el horario de sus hijos su contribución a la economía ha variado según la estructura, las necesidades, las costumbres y los

valores sociales; la mujer todavía ve por las tareas de la casa. El nuevo modelo propone un reparto equilibrado de las responsabilidades Familiares entre hombres y mujeres, basado en la igualdad jurídica de Ambos. En la medida en que las mujeres se han ido incorporando al mercado laboral se ha producido la emergencia de mayores demandas de servicios externos de apoyo a la familia para la atención de necesidades tradicionalmente atendidas por ellas. Según Dávila, P. (2003).

- Aspecto financiero, si existe deuda alguna, reduce la asignación del monto destinado para implementar el negocio. Según. Flores, J. Hay diferentes modalidades de obtener financiamiento y obviamente el gerente financiero de una Mype deberá escoger la alterativa de financiamiento que mas favorezca a la Mype.

- Aspecto personal, la motivación y su dimensión sociocultural. Según los señores Schermerhorn, J., Hunt, J. y Osborn, R. (2004). Establece que la cultura es el sistema de acciones, valores y creencias compartidos que se desarrolla dentro de una organización y orienta el comportamiento de sus miembros.

El Perú se caracteriza de tener varias culturas y gracias a la migración de otros departamentos o provincias a la ciudad de Chiclayo, esto se debe por una mayor migración de hombres en busca de mejores oportunidades laborales en las ciudades. En América Latina su principal motivación para emprender es la búsqueda del desarrollo personal y la de mejorar los ingresos.

### **2.2.2.1.- El gran reto: Ganar competitividad**

La competitividad, es la capacidad de la empresa para suministrar productos o prestar servicios con la calidad deseada y exigida por sus clientes al costo más bajo posible. Según Rodríguez, A (1998).

La intensificación de la competencia en los mercados lleva a la necesidad de una elevación continua de la productividad a través de innovaciones constantes de procesos, productos y gestiones. Si se sabe que un factor clave de la competitividad es la innovación, el GEM Perú estableció que hay mucho por hacer, pues apenas un escaso porcentaje de los emprendedores peruanos cree que sus productos o servicios son novedosos y un alto número de los mismos atiende mercados con gran número de competidores, ya saturados. Es sólido que el Perú ocupa el octavo lugar en competitividad a nivel de América Latina y se ubica en el punto 54 del ranking mundial. Por ellos es necesario como lo dije antes sobre la cooperación empresarial, una de las claves para conseguir mayor competitividad de las MYPE, descansa en el concepto de asociatividad permitiéndoles a superar las condiciones de inferioridad en los mercados que les otorga su atomización. De esta forma, es prioritario crear condiciones que permiten acercar la oferta de las MYPE a la demanda existente, desarrollando un marco legal favorable, implementando sistemas de información que aseguran igualdad de oportunidades, facilitando la mejora de la calidad de los productos y servicios, implementando mecanismos de transparencia y fortaleciendo una mayor descentralización.

### **2.2.2.2.- Instituciones y redes de apoyo a la producción textil**

La actividad textil y la de confecciones se encuentran apoyadas por múltiples instituciones públicas y privadas que buscan ampliar la participación de productos peruanos en diferentes mercados del mundo, mejorar los procesos productivos y desarrollar redes de proveedores para los diferentes servicios. Según Analy. (2010).

Los gremios de empresarios de las MYPEs en actividad son pequeños y sectoriales principalmente de actividades artesanales o centros comerciales, ferias o de mercados. En la totalidad de las regiones, salvo Tacna, existe un número significativo de ONG, consultoras empresariales y administradoras de proyectos que ejecutan programas, proyectos y acciones de promoción de las MYPEs. La mayoría de las ONGs que actúan en las regiones son socias locales o nacionales de COPEME y actúan articuladas en la filial. Según Lombardi, j (2004).

El Instituto Peruano del Algodón presenta interés respecto de la mejora genética de algodón de fibra larga para sembrar en diversos territorios peruanos. Las entidades públicas y privadas están apoyando la crianza adecuada y mejoramiento genético gradual de las fibras de auquénidos sudamericanos, así como el desarrollo de hilos y mezclas especiales. Entre ellas tenemos: Según Analy (2010)

#### **Instituciones públicas:**

- PROMPEX: Comisión para la promoción de las exportaciones.
- CONACS: Consejo Nacional de Camélidos Sudamericanos.
- INIA: Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria.
- MINAG: Ministerio de Agricultura.
- TEXTILE PERU MARKETPLACE
- CAMELYDA: Red de Información en Camélidos y desarrollo los Andes

**Instituciones privadas:**

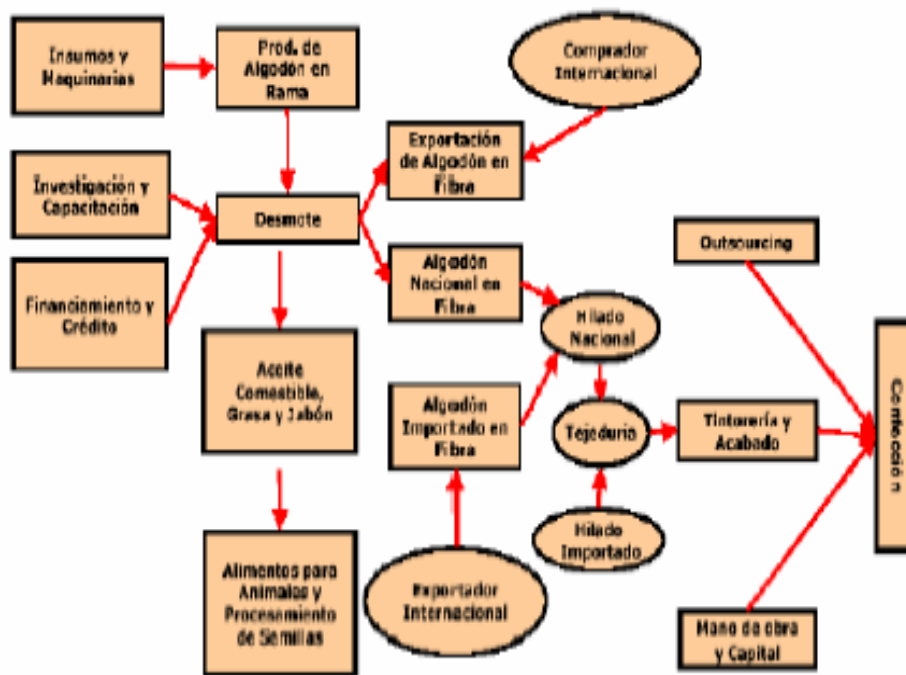
- ADEX: Asociación de Exportadores del Perú
- COMES: Sociedad de Comercio Exterior del Perú
- SIN: Comité Textil
- IPAC: Instituto Peruano de la Alpaca Y Camélidos
- IPA: Instituto Peruano del Algodón.

**2.2.3.- El sector textil**

Según Echavarría, A (2004). EL Perú es además el primer productor mundial de las fibras más finas de camélidos sudamericanos, entre las que distingue las de alpaca y vicuña; siendo esta última superior a la fibra de Cachemira. A este sector pertenecen las empresas que se dedican a la hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles, así como aquellas que confeccionan artículos textiles, excepto prendas de vestir, tales como: tapices, alfombras, chompas, redes, cuerdas, entre otros; lo divide en dos grandes grupos: En industrial y artesanal.

Para el sector industrial está conformado por empresas grandes y medianas, en su mayoría, y se encuentran ubicadas principalmente en Lima. El tamaño de las empresas tiene implicancias en el tipo de relaciones laborales que se establecen, en la tecnología empleada y en las formas de organización de la producción.

En respuesta, en los últimos años las empresas textiles invirtieron en equipos y maquinaria en sus plantas con el objetivo de mejorar su calidad, tiempo de respuesta y flexibilidad en la ejecución de sus diversos procesos productivos para la fabricación de prendas de vestir. Logrando responder a la demanda de Europa y Estados Unidos, con shirts, polos, pantalones, entre otros.



**Figura 1:** Cadena Productiva Textil y Confecciones

**Fuente:** Fuente y Elaboración: “Pymes, cluster y cadenas productivas” Jaime A. García, Universidad de Lima, marzo de 2005.

Es importante notar que las empresas textiles en la subrama de hilados mezclan los hilos de algodón con otras fibras como la alpaca, el poliéster, la viscosa, el acrílico, entre las principales. Dicha producción es demandada por el mercado internacional y nacional. El fin de la cadena productiva se da con la industria de las confecciones, la que recibe el tejido de algodón que pasa a través de los procesos de corte, costura, estampado, bordado y lavado, hasta producir los t-shirt, polos, entre otros. Toda la cadena productiva se puede apreciar. Según Pasco, M. y Velazco, T. (2007).

Asimismo, la industria de Textiles y confecciones es sumamente intensiva en mano de obra y funciona a través de pedidos, los cuales usualmente provienen del extranjero. Según Echavarría, A (2004).

**a.- Mercado externo**

En el 2003 la exportación de textiles y confecciones creció en 20,8 % manteniendo su tendencia creciente, lo que significa el 9,1 % del total de las exportaciones, ubicándose como el cuarto producto en importancia de nuestras exportaciones después de minería y petróleo, pesca y agropecuario.

El principal rubro de exportación son las prendas de vestir cuya participación en las exportaciones del sector textil se ha venido incrementando constantemente pasando de 72 % en 1999 a 79,8 % en el 2003 y cuyo crecimiento respecto al año anterior es de 22,7 %, alcanzando US \$ 652,8 millones. Asimismo, los otros productos también muestran crecimiento importante (hilado 20,7 %, fibras textiles 13,8 % y tejidos 8,1 %), pero que en términos de valor es muy inferior al presentado por prendas de vestir.

El crecimiento de las exportaciones textiles tiene una limitante que es la capacidad instalada de producción.

**b.- Mercado interno**

En el mercado interno las perspectivas son diferentes. Se está perdiendo mercado ante las importaciones chinas que amparándose en precios bajos, que muchas veces no corresponden ni al costo del material incorporado en la prenda, han incrementado su participación en el mercado nacional y han afectado principalmente a las micro y pequeñas empresas. Según el informe de Indecopi, la cantidad de importaciones de confecciones chinas en kilos se ha incrementado del 2000 al 2002 en 104 % y entre enero-agosto 2003 respecto al mismo periodo del año anterior en 67 %.

Por otro lado, la producción y la venta de confecciones dirigida al mercado interior disminuyeron en 30 y 43 %, respectivamente durante el 2003, siendo las más afectadas los micros y pequeñas empresas donde la capacidad utilizada habría descendido en un 57 % con la consiguiente reducción en la demanda de trabajo.

Las empresas que producen productos textiles a nivel artesanal se ubican en mayor número en los siguientes departamentos, según el tipo de actividad:

- Preparación, Hilatura y Tejedura de Fibras Textiles: Lima, Puno, Junín, Arequipa y Cusco.
- Acabado de Productos Textiles: Lima, Arequipa, Junín y Puno.
- Fabricación de Artículos Confeccionados de Productos Textiles: Lima, Arequipa, La Libertad, Puno, Cusco, Junín y Provincia Constitucional del Callao.
- Fabricación de Tapices y Alfombras: Lima y Junín.
- Fabricación de Cuerdas, Cordeles, Bramantes y Redes: Ancash y la Provincia Constitucional del Callao.
- Fabricación de Otros Productos Textiles: Lima, Junín, Puno y Arequipa.
- Fabricación de Tejidos y Artículos de Punto y Ganchillo: Lima, Puno, Junín, Arequipa y Cusco.

#### **2.2.3.1.- Sector textil en el Perú**

PROINVERSION (Agencia de Promoción de la Inversión Privada). Nos comenta de la fina tradición textil en el Perú data de tiempos preincaicos y se sustenta en la alta calidad de los insumos utilizados, como la fibra de alpaca y el algodón Pyma. La producción textil y de confecciones ha evolucionado en técnica y en diseño convirtiéndose en

unos de los productos mejor cotizados en sus respectivas categorías a nivel internacional.

El desarrollo textil del país ha sido posible gracias al cultivo de fibras de excepcional calidad como el algodón Pyma peruano (fibra extra larga) y el algodón Tangüis (fibra larga).

En el ámbito mundial el Perú es el primer país productor de fibra de alpaca por lo que el 90% de la producción de dicha fibra es enviada al mercado extranjero. De esta manera los envíos de esta misma fueron destinados a más de 18 países, resaltando los siguientes como Estados Unidos, Italia, España entre otros. Nuestro país tiene una ventaja muy grande de la cual se puede obtener bastante provecho, que es la de producir la fibra de alpaca, pues su producción alcanza el 89% de la demanda mundial de esta fibra, tenemos la exclusividad de esta actividad económica. según Lopez, S. (2007).

El sector textil se enfrenta a un grave problema que es la competencia desleal de las importaciones asiáticas, ya sea en forma de subvaluación o de precios dumping en hilados, tejidos y confecciones, lo que nos obliga a distraer tiempo y recursos para atender esos problemas y defendernos. Otro tema es el peligro de volver a un sistema laboral rígido, lo cual podría restarnos competitividad y perder mercado. El hecho de que a pesar de la competencia desleal y de las crisis financieras nuestras empresas textiles sigan vigentes. Otro aspecto que ha ganado mucho terreno en la práctica del sector es el uso intensivo de las Tecnologías de la Información y, cada vez más, las redes sociales. Eso permite que explotemos los TLCs suscritos con nuestros principales socios comerciales de una forma más eficiente. Según Nores, J. (2012)

### **2.2.3.2.- El sector confecciones y la pequeña empresa**

Según Castro, M. (1999) de la UNMSM; Nos comenta de la pequeña y microempresa dedicadas al sector confecciones, son las que han tenido mayor desarrollo, y las considera como una alternativa en la economía del país y hace un imperativo a la aplicación de los nuevos paradigmas de gestión.

Para él sector confecciones en el país, tiene focalizado su producción en el Jr. Gamarra y un amplio perímetro ubicado en el Distrito de La Victoria - Lima. Este gran mercado cuenta con 133 galerías, 5,500 confeccionistas y más de 6 mil locales comerciales e industriales, con un movimiento anual aproximado de 700 millones de dólares USA. Siendo la esperanza de este fenómeno, en que pueda convertirse en un gran complejo exportador, con un parecido a Taiwán.

El empresario de la pequeña o microempresa que se ubica en el Complejo Gamarra, conoce que cuenta con varias ventajas, siendo la principal, el abaratamiento de los costos de producción, pues existe una gran variedad y calidad de servicios, resulta impresionante la cantidad de mano de obra especializada. Se observa también un avance en la modernización de los centros de ventas.

Las características del modo de producción en el Complejo Gamarra es por intermedio de la subcontratación y la especialización flexible son pilares de desarrollo y éxito relativo, ocasionando que más de la mitad de las confecciones nacionales se fabrican en este conglomerado. Además la cantidad de 45 mil trabajadores (PEA). La subcontratación se describe como las relaciones de cooperación entre empresas que permite a las pequeñas unidades especializarse en algunas partes del proceso productivo (cuellos, ojales, armado, planchado, lavado, etc.).

Trabajan a pedido. Generalmente una empresa grande, que puede ser comercializadora, contrata a una pequeña empresa y éste a su vez subcontrata a talleristas (microempresas). Los estudiosos calculan que por lo menos 8 mil son los talleristas que trabajan con Gamarra.

Tabla 1:  
***Datos Generales del Complejo Gamarra***

Mediana Empresa	30		2,300
Pequeña Industria	430		13,300
Tiendas	2,000		10,000
Talleres	3,300		17,300
Galerías	133		731
Restaurantes	300		700
Repuestos y Reparaciones	150		200
Organizaciones Financieras	20		700
Vario	100		120

Fuente: Castro, Walter (2008).

### **2.2.3.2.1.- Casos exitosos**

Según Gonzales, R. (2004). Hace un hincapié de confecciones kleider. Es cajamarquina de nacimiento, sin ningún tipo de estudio de Diseño de Modas, empezó su empresa en el año de 1980 con sólo un par de máquinas de coser que tenía en su casa. Con empeño, dedicación, y con una enseñanza empírica, fueron aprendiendo a hacer moldes para sus costuras. El hecho de no haber tenido ningún tipo de capacitación les enseñó la importancia de ésta, tanto en el personal y, sobretodo, en el de ellos mismos. El problema radica en identificar cuáles son nuestras fortalezas: En qué podemos triunfar y qué nos gusta realmente hacer. Ese es un factor importante para tener éxito. Cerca del año de 1990, formaron un taller con un nivel de producción bastante interesante y, sobretodo, un gran avance en el aspecto de diseño y modelaje.

En 1990 fue una época de la inflación y del paquetazo. Otras empresas más grandes que nosotras decidieron cerrar. Nosotros con muchísimas deudas, la empresa no dio pie atrás y decidió seguir adelante con perseverancia y esfuerzo. Conquistando los mercados de Chile, Argentina, Bolivia y Ecuador. Existe la posibilidad de también entrar en el mercado estadounidense para producir sus abrigos de Alpaca.

Ha logrado un reconocido prestigio, gracias a la calidad de sus productos, la experiencia y el esfuerzo de cada uno de los que conforman la familia Kleider. Gran parte del éxito que han tenido se deben a que vencieron el miedo, reconocen que la capacitación es muy importante para el éxito.

#### **2.2.4.- La problemática de las mypes**

Mypes se refiere a la Micro y Pequeña empresa, constituida por una persona natural y/o Jurídica, bajo cualquier forma de organización o Gestión empresarial contemplada en la legislación. Según Flores, J. (2004)

Según Loayza, N. (2005-2009) una de los problemas de las Mypes es su estratificación, cuyos variables están relacionadas a la capacidad de autofinanciamiento para su crecimiento y generación de valor económico, productividad y capacidad de innovación y diferenciación.

La mayoría de las Mypes peruanas no están en capacidad de atender individualmente los pedidos de compra que realicen grandes clientes nacionales y extranjeros, y por ello se debe propiciar su asociatividad y saber elegir a sus socios que tengan la misma dirección que uno tiene. Para Liendo, M. y Martínez, A. (2001). Perciben a la asociatividad como una de las alternativas válidas y necesarias para

enfrentar los cambios estructurales de manera más eficiente, dado que permite estimular las potencialidades y capacidades individuales de las pequeñas y medianas empresas fortaleciéndolas para enfrentar la competencia y lograr un mejor posicionamiento en los mercados.

Para Ferrell, O., Hirt, G., Flores, M., Adriaensens, M. y Ramos. L. (2004). La logística es una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la obtención y administración de materias primas y componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y su distribución a los clientes.

Es necesario para las Pymes en el Perú la necesidad de comprender el entorno y su impacto en las organizaciones, que tengan conceptos modernos de productividad, calidad y competitividad, a lo largo de todos los niveles de gestión. Los inconvenientes, se asocian con problemas en la formación de cuadros directivos, la adaptación a tecnología y los recursos financieros. Según Peralta, L. (1999)

En base a estos factores, podemos elaborar una tipología de MYPE de tres estratos. Según Loayza, N. (2005-2009).

#### **A.- Mype de acumulación**

Las Mediana y Pequeña Empresa de acumulación, tienen capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

**B.- Mype de subsistencia**

Son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, se dedican a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales.

**C.- Nuevos emprendimientos**

Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan Nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas.

Para mantener su competitividad, los microempresarios deben reducir su consumo y deben evadir los costos de operar cotidianamente bajo el Imperio de la ley. De ahí la estrecha asociación de informalidad y pobreza con competitividad.

Es necesario utilizar eficazmente el acceso a información, tecnología, financiamiento y servicios de desarrollo y gestión empresarial; el estado impulsa la modernización tecnológica del tejido empresarial de las Mypes y el desarrollo del mercado de servicios tecnológicos como elementos de soporte de un sistema nacional de innovación continua; una asociatividad empresarial, les permite tener acceso al mercado privado y a las compras estatales y a la información. Según Ruiz, A. (2010).

#### **2.2.4.1.- Barreras que impiden el desarrollo de las mypes**

Según estudios del GEN. América latina es una de las regiones que impone el mayor número de trabas para hacer negocios, producto de la complejidad de subsistemas administrativos. En el Perú, de una muestra de 130 países, ocupa el puesto 115.

Los procesos administrativos para crear empresa en el Perú son burocráticos, complejos y algunos innecesarios y poco predecibles, las acciones y medidas de las distintas agencias del gobierno peruano no están coordinados y sus mandatos se cruzan y confunden entre unos y otros. El proceso de formación, legal, de la MYPE en el Perú es realmente muy engorroso ya que en promedio todo el trámite demora unos 120 días. La falta de un sentido de asociatividad y cooperación empresarial, hacen que en muchas cosas no se pueda contar con una oferta necesaria para abastecer adecuadamente a los mercados locales o externos. Según Ruiz, A. (2010).

Además un estudio elaborado por ciudadanos al día en el 2004, sobre la transparencia en las municipales nos muestra que sólo en lima metropolitana existen no solo trámites engorrosos sino también costosos.

También existen barreras entre la demanda y la oferta de financiamiento a las MYPES. Por ejemplo acceder al financiamiento de las MYPES, desde el punto de vista de la demanda, se encuentra el alto costo del crédito y la falta de garantías aceptables en el sistema. Por el lado de la oferta ésta se caracteriza por inadecuadas tecnologías crediticias que impiden ofertar tasas de interés más accesibles y a plazos más largos. En el Perú, los expertos coinciden en que el apoyo gubernamental vía subsidios a los emprendimientos nacientes y nuevos es muy escaso, aparentemente, los programas impulsados a través de los ministerios de la producción y de la trabajo

y promoción del empleo son insuficientes y asilados para cubrir las necesidades de la elevada actividad emprendedora del país. Así mismo, acceder a los recursos del sistema financiero formal es aun difícil para la mayoría de la población según los expertos, es más fácil obtener recursos mediante el endeudamiento y la ayuda de personas ajenas al negocio. Según el Cheltenham, E (2004-2005).

Las Barreras tecnológicas; muchos países carecen de la infraestructura tecnológica de otros; la tecnología de la información consiste en los procesos y aplicaciones que generen nuevos métodos de solución de problemas, organizar datos, datos externos o internos para crear información de fácil acceso; simplifica la comunicación con los administradores. Usan la tecnología de la información para elaborar nuevas estrategias y mejorar la productividad de su empleado y el servicio a sus clientes. A medida que se lanzan nuevas innovaciones, estimulan la necesidad de más tecnología para facilitar el desarrollo. Así pues la información comprende; los datos y conocimientos que se usan en la toma de decisiones, cuanto menos información se tenga, tanto mayor el riesgo que acompaña a una decisión. La expansión de las TIC en todos los ámbitos y estratos de nuestra sociedad se han producido a gran velocidad, y es un proceso que continúa ya que van apareciendo sin cesar nuevos elementos tecnológicos. Según Pere, G. (2000).

Otro rasgo muy particular de las MYPES es que cuentan con maquinaria y equipo de diseño propio o de segunda mano, normalmente sin un mantenimiento de forma programada. En el Perú el acceso por parte de las MYPES a tecnología de información es muy limitado, siendo el obstáculo más importante la falta de costumbre o el temor hacia la utilización de este tipo de herramientas, existe una clara dificultad para acceder a información relevante sobre oportunidades y exigencias de los distintos mercados. El ingreso a las

tecnologías de información conlleva a un impacto directo en el desarrollo comercial y económico en las MYPES propiciando la recaudación de costos y permitiéndolo lograr un nivel de gestión que permita generar cambios y adaptaciones en los procesos. Según Loayza, N. (2005-2009).

Para Ruiz, A. (2010). La falta de apoyo de parte del sistema bancario es un gran obstáculo ya que los empresarios no piden préstamos grandes con finalidad de expansión debido a las altas tasas de interés actuales y esto genera miedo al aumento de costos. Así como el relativo bajo nivel educativo del micro y pequeñas empresarios, se constituyen en los principales restrictos tés para la formación de capacidades generales. El poco tiempo que disponen los empresarios para asistir a los cursos de capacitación.

En el Perú ya pueden acceder a créditos desde 500 nuevos soles debido al incremento de la competencia en el sector micro financiero “Las instituciones bancarias en el país otorgan micro créditos por encima de los 3,500 y 5,000 soles, mientras que las cajas municipales u otra.

Según Ruiz, A. (2010). También existe limitaciones en la actividad emprendedora los factores que limitan son tres. Políticas gubernamentales, factores socioculturales y educación y capacitación; además la transferencia de tecnología, e investigación y desarrollo en el Perú los expertos opinan que el gobiernos no apoya a la adquisición de nuevas tecnologías. Para el GEN los políticos orientados a impulsar el emprendimiento son escasos, muy pocos efectivos y no se caracterizan por su continuidad; los gobiernos hacen muy poco para apoyar el espíritu emprendedor. Tampoco hay opinión favorable respecto a los programas gubernamentales de apoyo y asistencia a la empresa. Manifiestan la escasez de programas de ayuda en temas de

gestión, financiación y planificación y la poca competencia de los funcionarios estatales encargados de su manejo.

#### **2.2.4.2.- Problemas típicos de las mypes del sector confecciones en el Perú**

El entorno actual de las MYPEs, estas se caracterizan, en adición a lo referido a lo de Porter, M. (1990).

- Débil acceso al mercado
- Baja productividad
- Baja calificación de la mano de obra
- Gerencia inadecuada
- Limitado nivel de capacitación
- Difícil acceso a servicio de capacitación, asesoría, financiamiento, etc.
- Problemas de promoción
- Limitadas estrategias para captar mercados mayores
- A través de los últimos años, las MYPEs del sector confecciones, se han caracterizado también por lo siguiente:
- Esfuerzos de las empresas por obtener concesiones a favor del gobierno en vez de manejar sus mercados.
- Rivalidad interna mal orientada debido a la competencia en busca de influencias y subsidios entre el sector textil y el sector confecciones, así como dentro de éste.
- Crecimiento del sector informal debido a la falta de competitividad del sector formal.
- Sobrecostos originados en las ineficiencias creadas al interior del sistema.
- Las consecuencias de las características anteriormente señaladas son:

- Gerencia estratégica extremadamente inadecuada a nivel de las empresas.
- Modelos mentales sobre la competencia que tenían pocas posibilidades de sobrevivir en el mercado internacional.
- Necesidad de una considerable reestructuración sectorial en los cuatro últimos años. Los esquemas mentales de la mayor parte de los actores sectoriales parecerían haberse modificado rápidamente bajo la intensa presión de la competencia.
- Débil acceso al mercado
- Inexistencia de estrategias individualistas para captar mercados mayores.

Como se puede apreciar, son muchos los problemas que se han presentado y que aún subsisten, la oportunidad que brinda la globalización para superarlas paulatinamente, se nos presenta de manera oportuna.

#### **2.2.4.3.- Cómo podemos salir de la pobreza las mypes del sector textil Confecciones**

Según Fernandez, L. (2009) empresaria peruana del sector textil y gestora de una asociación de empresas pequeñas nos menciona dos puntos.

1.- Con créditos que se otorguen a través de Instituciones Financieras especializadas (EDPYMES) con tasas preferenciales. La Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque tiene la EDPYME Alternativa y podríamos operar con fondos que ustedes puedan colocarnos. Ya hemos sido exitosos con un Programa en Convenio con el Banco Interamericano de Desarrollo. Para Ruiz, A con la participación de las entidades financieras del estado; el Estado promueve el acceso de las MYPEs al mercado financiero y al mercado

de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados.

El estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de micro finanzas supervisadas por la superintendencia de banca y seguros y administradoras de fondos de pensiones –SBS, asimismo, promueve la incorporación al sistema financiero de las entidades no reguladas que proveen servicios financieros a las MYPEs. Y serán intermediarios financieros elegibles para utilizar los recursos de las entidades financieras del estado para el financiamiento a las MYPEs, los considerados en la ley n. 26702, ley general del sistema financiero y del sistema de seguros y orgánicas de la superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras de Fondos de pensiones y sus modificatorias.

2.- Con Fondos al Programa Descentralizado para las para las Exportaciones de Lambayeque. Para Capacitación, Asistencia Técnica, Información Comercial y Proyectos Piloto. Nos comenta que su sector es el norte del Perú, y que ha sido evaluado por GTZ – Alemania y por PROMPEX (Comisión de Promoción de Exportaciones del Perú).

Además se debería utilizar las 5 s de la Gestión para involucrar a las personas, elevarla calidad de vida y crear el ambiente de trabajo que la organización requiere para operar de manera eficiente, evitar desperdicios y pérdida de tiempo, además de conformar le entorno adecuado en el que todos puedan desempeñarse y desarrollar todo su potencial. Según Andriani, C., Briasco, R y Rodriguez, M. (2003).

### III. MATERIALES Y METODOS

#### 3.1.- Tipo y diseño de investigación

En el presente Proyecto de investigación se hará uso de estudio descriptivo y la técnica de la encuesta. El descriptivo nos permitirá conocer el perfil de los emprendedores del sector textil de las MYPES formalizadas de la ciudad de Chiclayo. La técnica de la encuesta será por muestreo, que serán diseñadas con preguntas cerradas y serán medidas en forma cuantitativa de acuerdo a los objetivos

#### 3.2.- Área y línea de investigación

El área de investigación es la de empresarial.

La línea de investigación: Emprendedurismo.

#### 3.3.- Población, muestra y técnica de muestreo

##### 3.3.1.- Población

Las MYPES Formalizadas del sector Textil en la ciudad de Lambayeque, Chiclayo, la victoria, Leonardo Ortiz, Pimentel, Illimo y Tucume.

$$N = 120$$

##### 3.3.2- Tamaño de muestra

La muestra la derivare de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 (p \times q) N}{z^2 pq + e^2 (N-1)}$$

**Dónde:**

n = tamaño de la muestra

Z = 1.96

q = 0.5 (Tolerancia de error permitida por el investigador)

P = 0.5 (Proporción o tasa prevalencia asumida)

$e^2 = 0.07^2$

**3.3.3. Muestra**

Obteniendo como muestra de:

**n = 55**

## IV.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN

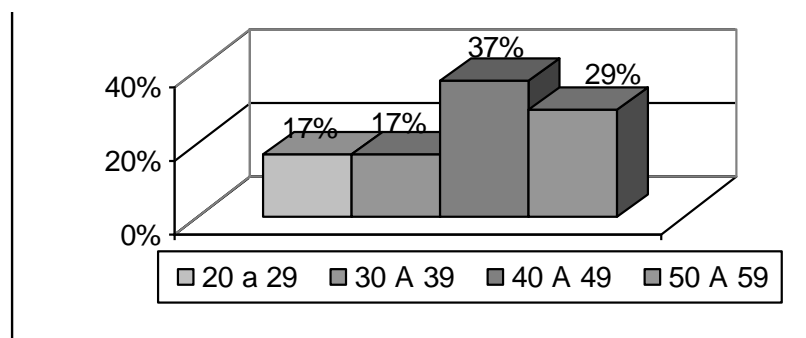
### 4.1- Resultados

En este capítulo se presentan y analizan los resultados de las encuestas aplicadas a las MYPEs del sector textil de confecciones de la ciudad de Chiclayo.

#### A.- Características personales de los emprendedores de las MYPEs del sector textil de confecciones de la ciudad de Chiclayo

##### EDAD

En este grafico podemos apreciar que la edad de los emprendedores está dividida en tres partes, tanto de emprendedores jóvenes con un 34%, y de emprendedores con la edad avanzada con un 37%. Seguido con un 29% de emprendedores en la etapa de ancianidad.

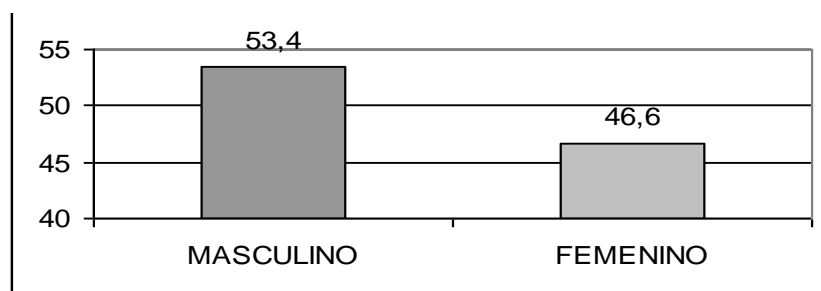


**Figura 2: Edad**

Fuente: Elaboración propia.

##### GENERO

De las empresas encuestadas podemos observar que son los hombres los que emprenden su negocio con un 53,4% y seguido con 46.6% las mujeres, se puede apreciar que las mujeres a parte de cumplir su rol de madre también hacen hincapié en lo profesional.

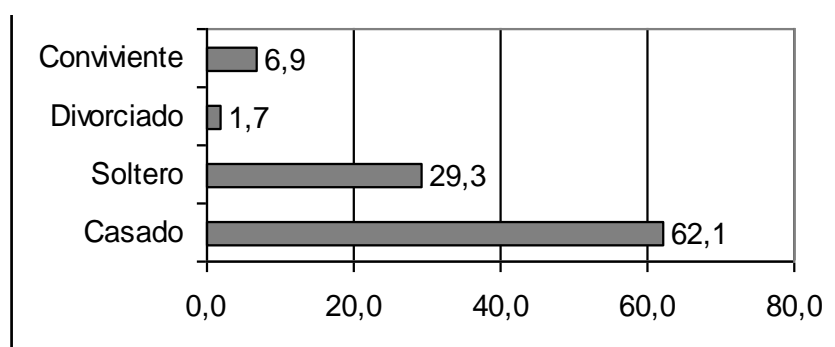


**Figura 3: Genero**

Fuente: Elaboración propia.

### Estado civil de los emprendedores del sector textil de la ciudad de Chiclayo

Según la figura 3. Son personas casadas los que han emprendido su negocio con un 62,1% de ahí le sigue las personas solteras con un 29,3%; estos emprendedores tendría más facilidad para poder invertir en su negocio, porque sus gastos seria menos, y con mínimos porcentajes tenemos a los emprendedores con estado civil de conviviente con un 6,9% y los divorciados con un 1,7%.



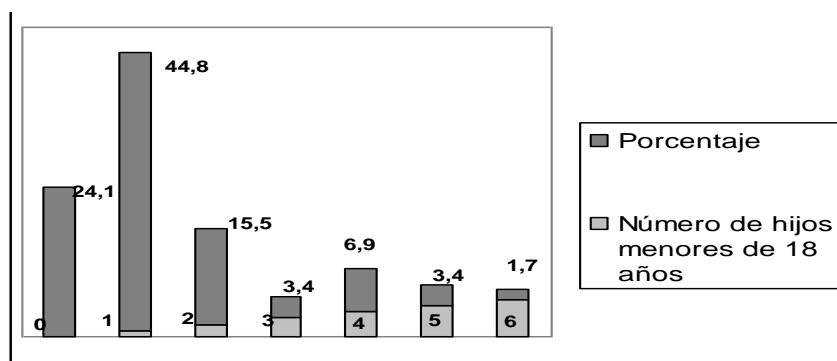
**Figura 4: Estado civil**

Fuente: Elaboración propia.

### Número de hijos menores de 18 Años

Podemos apreciar en el grafico N. 04 que los emprendedores encuestados tienen hijos jóvenes menores de 18 años que apoyan

las labores de la empresa de sus padres, familiarizándose con los procedimientos de producción en el campo de trabajo familiar.

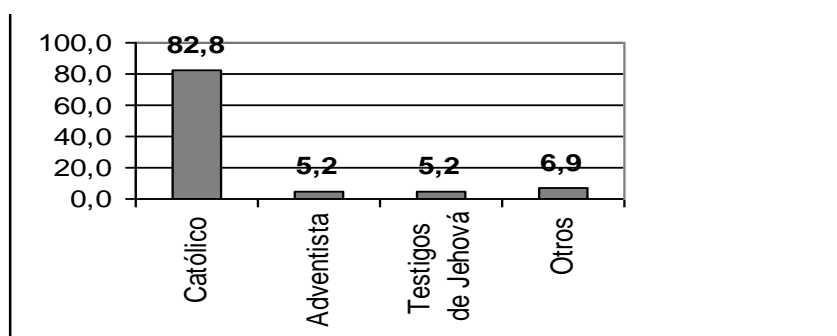


**Figura 5: Número de hijos menores de 18 Años**

Fuente: Elaboración propia.

## Religión

Se aprecia en el gráfico N.05 en su mayoría son familias católicas, con un 82.8% y en mínimos porcentajes con un 10.4% entre los adventistas y testigos de Jehová.



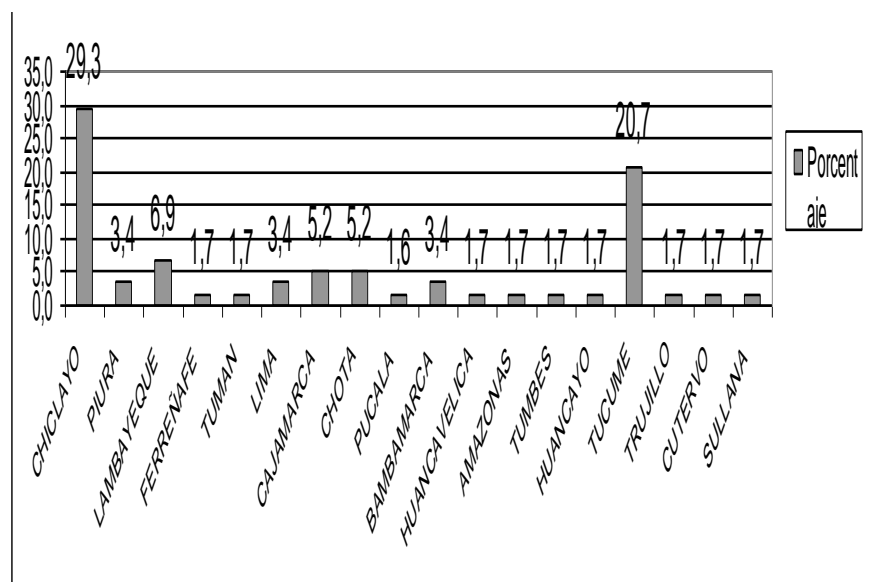
**Figura 6: Religión**

Fuente: Elaboración propia.

## Lugar de nacimiento

Podemos apreciar que en su mayoría son chiclayanos los emprendedores textiles; con un 12% son empresarios netos de

Tucume y con mínimos porcentajes se puede apreciar que son empresarios que han inmigrado como son de Cajamarca, Chota y Piura.

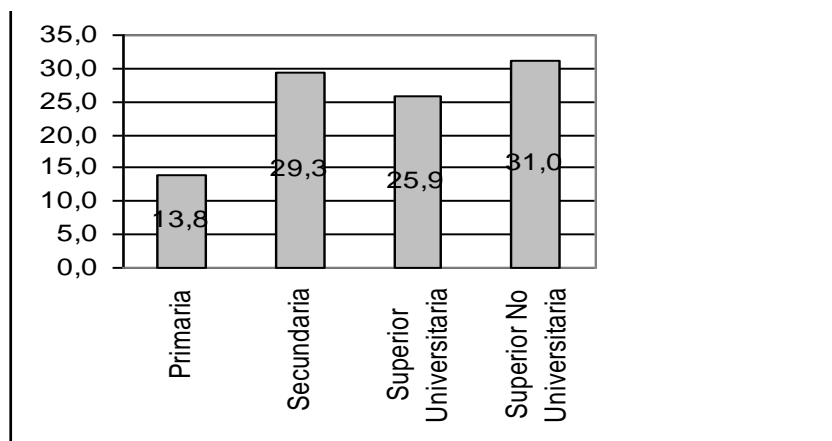


**Figura 7: Lugar de nacimiento.**

Fuente: Elaboración propia.

### Grado de instrucción

Se puede apreciar que en la actualidad los emprendedores del sector textil de la ciudad de Chiclayo son personas en su mayoría con grado de instrucción superior, en un 25.9 superior universitario, ello es un notorio progreso en comparación con décadas pasadas, en que se trataba de emprendedores con una básica instrucción educativa y experiencia laboral óptima.

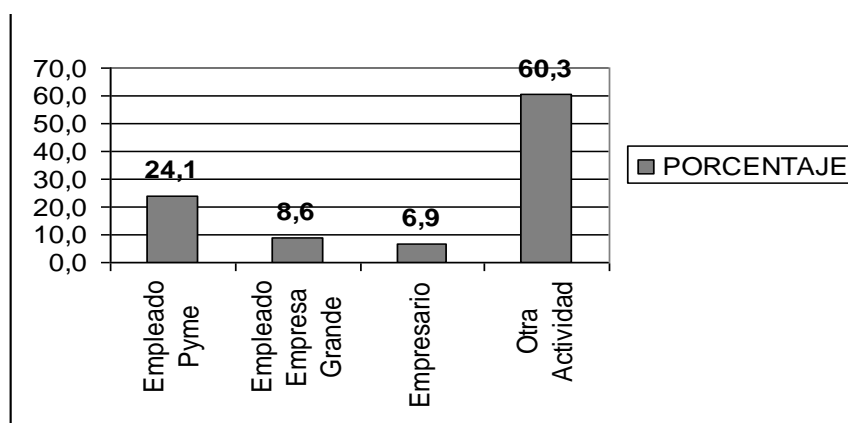


**Figura 8: Grado de instrucción.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cuál fue su ocupación anterior antes de emprender en su propio negocio?

En este grafico se corrobora que los emprendedores en su mayoría, han tenido una base de experiencia anterior laboral, que le ha permitido darle la seguridad de tomar el riesgo de formar una empresa joven, se habla de una población del 24.% que han emprendido en una pyme, y con un 60.3% han emprendido en otra actividad.

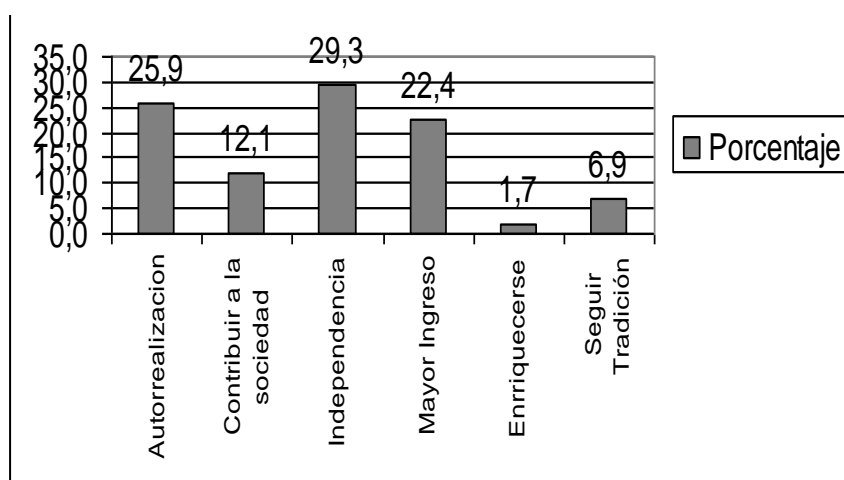


**Figura 9: Ocupación anterior antes de emprender en el Negocio.**

Fuente: Elaboración propia.

### Principal motivación de los emprendedores de las Mypes del sector textil de confecciones de la ciudad de Chiclayo

La mayoría de las pequeñas empresas chiclayanas textiles obedecen a lograr la independencia tanto económica como laboral del trabajador, creando su propio empleo en respuesta de la alternativa no solo de la poca oferta de trabajo en diversos sectores, sino también por los sueldos ofertados que generalmente son bajos en la zona.



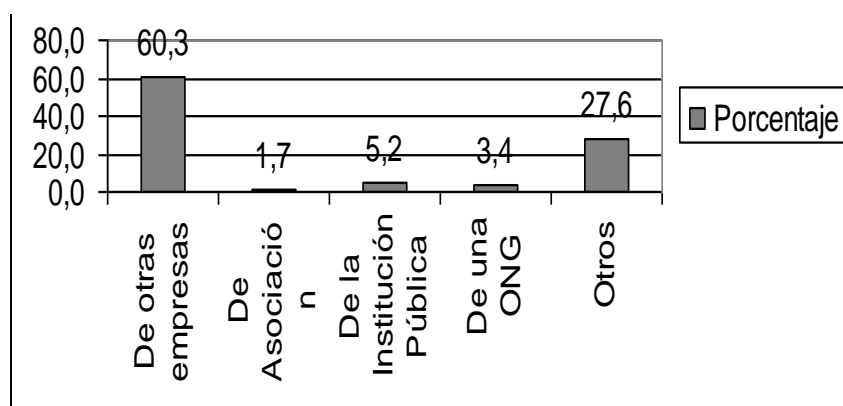
**Figura 10: Principal motivación de los emprendedores.**

Fuente: Elaboración propia.

### B.- Condiciones favorables del entorno

#### ¿Cómo accedió a tecnología para su empresa?

Se puede decir que las instituciones públicas tienen poca incidencia en la motivación del acceso a las tecnologías en el sector textil, por lo que los emprendedores se valen de otras empresas para ello, siendo el 61 % de los encuestados que confirman tal situación.



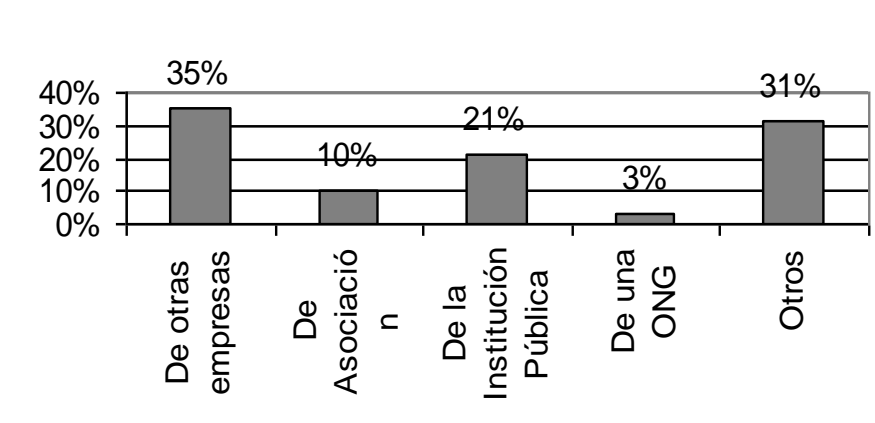
**Figura 11: Accedió a tecnología**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cómo accedió a información mercado clientes?

En el gráfico N.11 se puede apreciar que los emprendedores del sector textil tienen acceso a los mercados clientes con la ayuda de otras empresas con un 35%, incursionando inicialmente en la competitividad por los precios de introducción beneficiado por los bajos costos que ofrece la informalidad,

Un 21% son beneficiados con apoyo de instituciones públicas, emprendedores entrados en la formalidad que cumplen con requerimientos básicos, y el 10% acceden por apoyo informativo de las ONG.

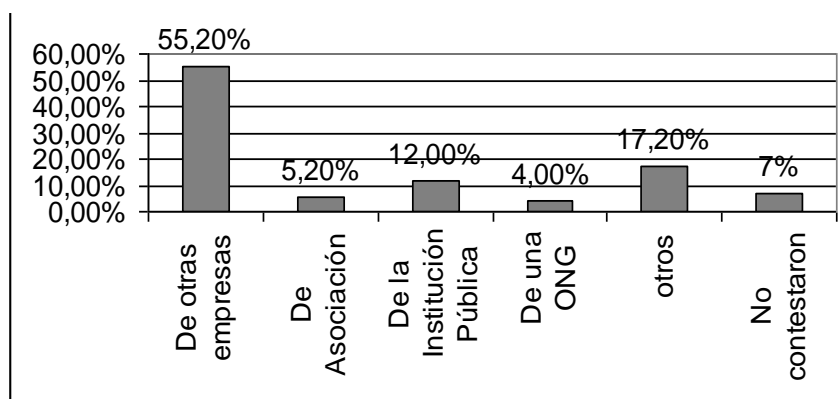


**Figura 12: Acceso ha mercado clientes.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cómo accedió a otros recursos?

Los emprendedores del sector textil obtienen acceso a otros recursos, ya sea abastecimiento, financiamiento, información, innovaciones, tecnologías, capacitación etc. en mayor parte (55 %) a través de otras empresas, en este aspecto el estado incursiona en un 17 %, que generalmente lo hace con empresas ya establecidas con mayor tiempo de actividades.

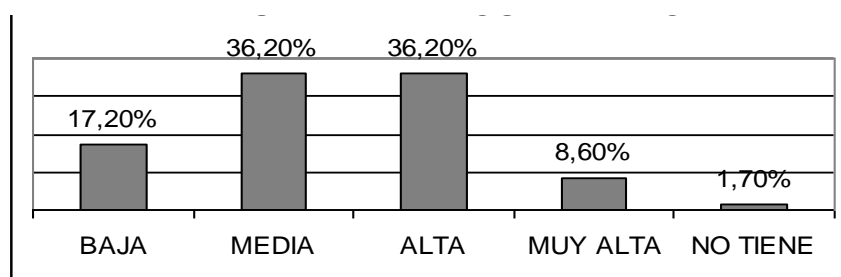


**Figura 13: Acceso a otros recursos.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cómo calificaría el grado de intensidad de la competencia que enfrente durante sus primeros años?

En este grafico podemos apreciar que la mayoría de los emprendedores del sector textil en un 72 % califican el grado de competencia entre media y alta.

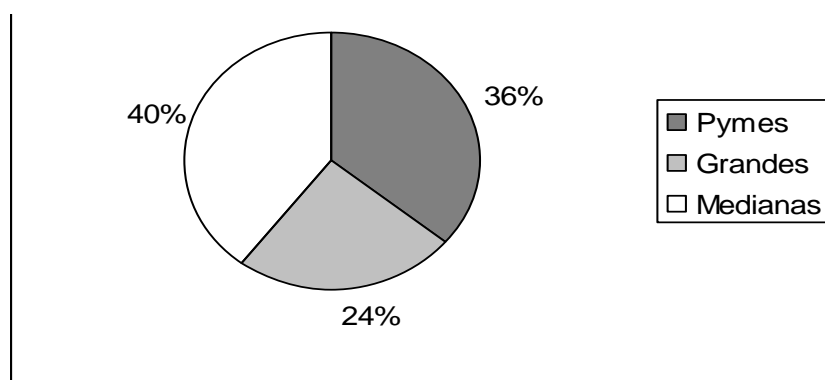


**Figura 14: Cómo califica el grado de intensidad de la Competencia.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cuál es el tamaño promedio de sus competidores durante sus primeros años?

Para los emprendedores chiclayanos del sector textil, consideran como sus mayores competidores las medianas empresas, dentro de las cuales también se encuentran las foráneas, especialmente de la ciudad de Lima (comercial Gamarra), ya que ellos ocupan muchos mercados a nivel nacional siendo en gran escala en la ciudad de Chiclayo. También dentro de sus competidores están las Pymes, no solo compiten entre emprendedores locales sino también foráneos esto es en un 36 %.

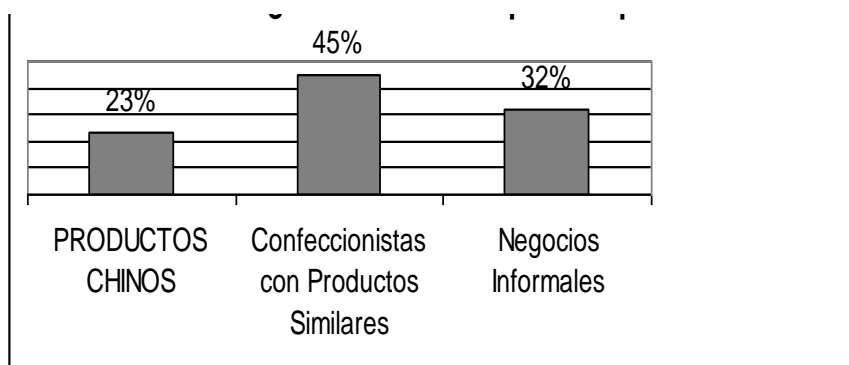


**Figura 15: Promedio del tamaño de sus competidores**

Fuente: Elaboración propia.

### De Acuerdo a su experiencia en el mercado ¿Cuál es su principal competencia?

El grado de competitividad que existe en el mercado textil se debe a que hay un 45 % de pymes con productos similares; aparte, la competencia que hay con el sector informal en un 32 %; y es de conocimiento de que la entrada de productos chinos en nuestro país, afecta la industria textil a nivel nacional. Pero sin embargo la calidad peruana la supera por lo que la competencia se cataloga en un 23 %.

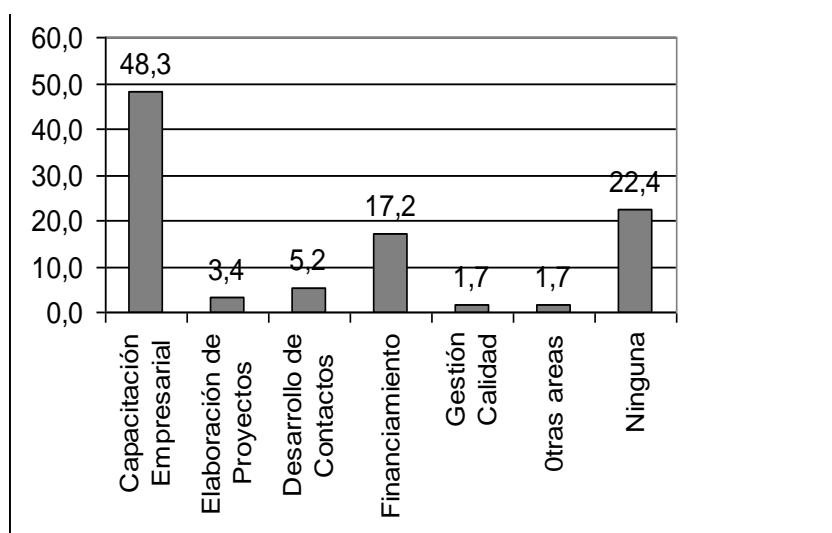


**Figura 16: De acuerdo a su experiencia en el mercado ¿Cuál es su principal competencia?**

Fuente: Elaboración propia.

### Tipo de apoyo público

En esta estadística se aprecia que el tipo de apoyo público que los emprendedores del sector textil, recibieron fue con un 48,3% en capacitación empresarial, ello con el programa de capacitación que se ofrece a través de SENATI, al cual no todos tienen acceso, ya que no todos cumplen los requerimientos para su integración ( 22.4% de los encuestados ).

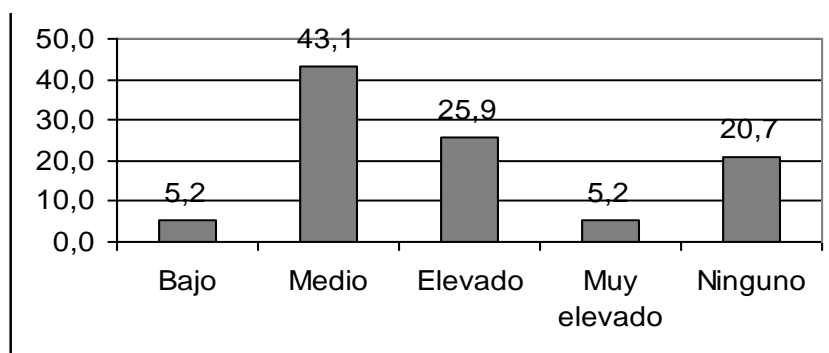


**Figura 17: Tipo de apoyo público.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cuál es el grado por este tipo de apoyo?

En este grafico se puede apreciar cuan satisfechos estuvieron los emprendedores que recibieron ayuda por parte de la institución pública, pudiéndose apreciar que dicha intervención no ha cubierto las expectativas de los emprendedores que recibieron este tipo de apoyo, ya que solo el 25.9% aproximadamente lo cataloga de elevado.

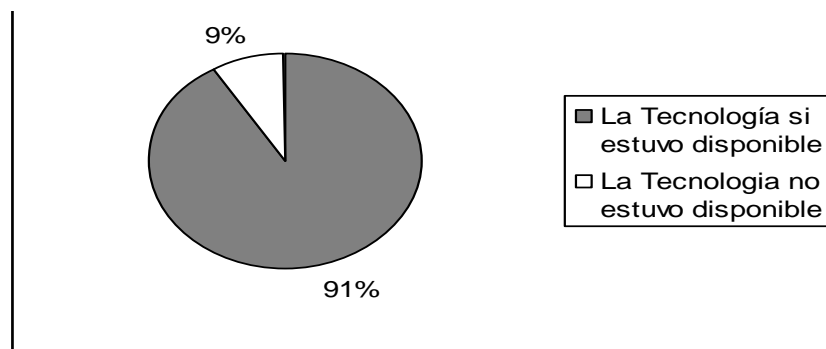


**Figura 18: Grado de satisfacción por este tipo de apoyo.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿La tecnología que utiliza para ofrecer productos estuvo disponible más de un año?

Los emprendedores del sector textil nos dicen en su mayoría que sí estuvo disponible la tecnología para emprender su negocio con un 91%.

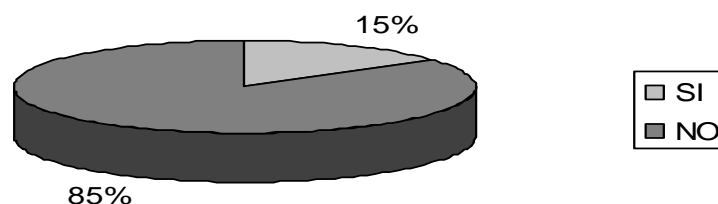


**Figura 19: Tecnología estuvo disponible.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Pertenece algún gremio empresarial?

Estos porcentajes revelan que las empresas textiles en la ciudad de Chiclayo a la fecha trabajan aisladamente. Las empresas textiles tuvieron su apogeo en otras décadas, en donde estaban mejor integradas y la situación económica era favorable para ellas; en donde sus niveles de producción eran altos y no tenían gran competencia con productos extranjeros como lo que hay ahora. Ello responde que el 85 % no pertenece a ningún gremio empresarial y a la fecha trabajan aisladamente.

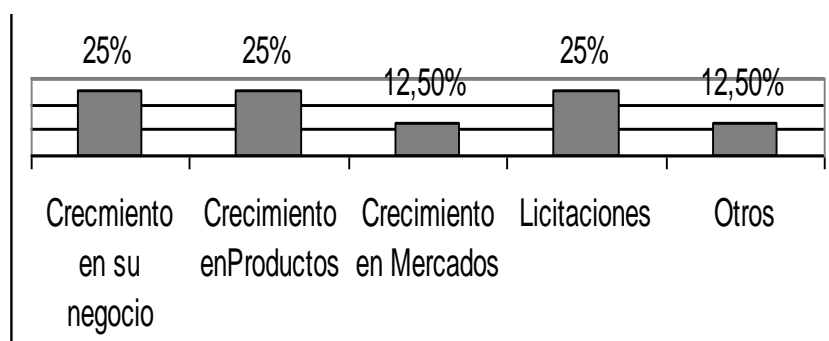


**Figura 20: Pertenece algún gremio empresarial.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Qué tipos de beneficios le ha brindado pertenecer a una organización?

Estos ítems responden al sector que pertenece a un gremio, pudiéndose apreciar que se encuentran favorecidas tanto por el crecimiento de su negocio, y al acceso a las licitaciones.

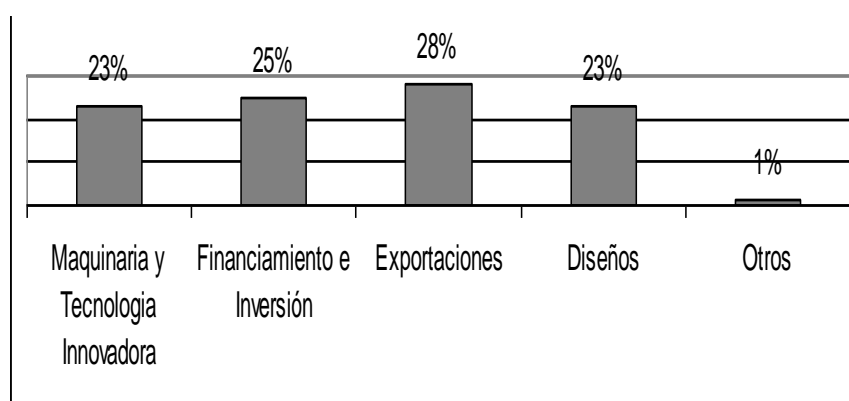


**Figura 21: Qué tipos de beneficios le ha brindado Pertenecer a una organización.**

Fuente: Elaboración propia.

### **Temas de capacitación para el Microempresario textil**

Los microempresarios denotaron interés por temas de capacitación sobre, financiamiento, innovaciones, exportación; todo ello, motivado por el conocimiento que tienen sobre el comercio internacional que se da en el emporio Gamarra, situado en la Ciudad de Lima.

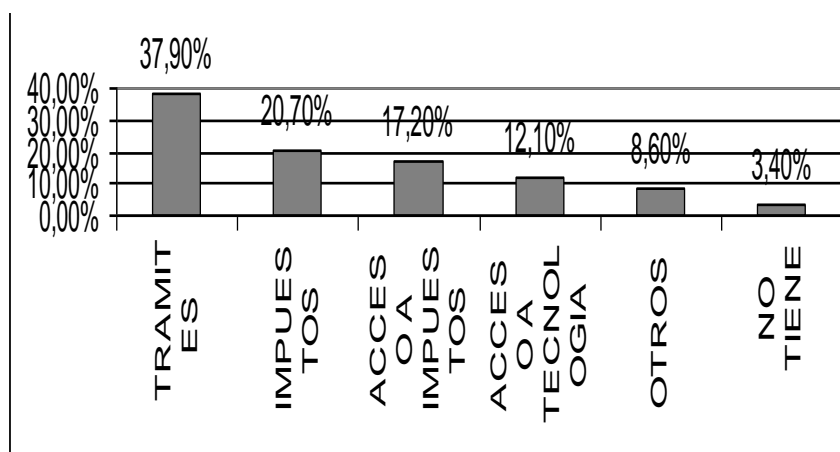


**Figura 22: Temas de capacitación para el Microempresario textil.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cuáles fueron los principales obstáculos que enfrentó Ud. para crear su propia empresa?

Para los empresarios del sector textil de la ciudad de Chiclayo su principal obstáculo ha sido Los Trámites con un porcentaje de 37.9%, también los impuestos es uno de los obstáculos para el empresario del sector textil de la ciudad de Chiclayo con un 20.7%

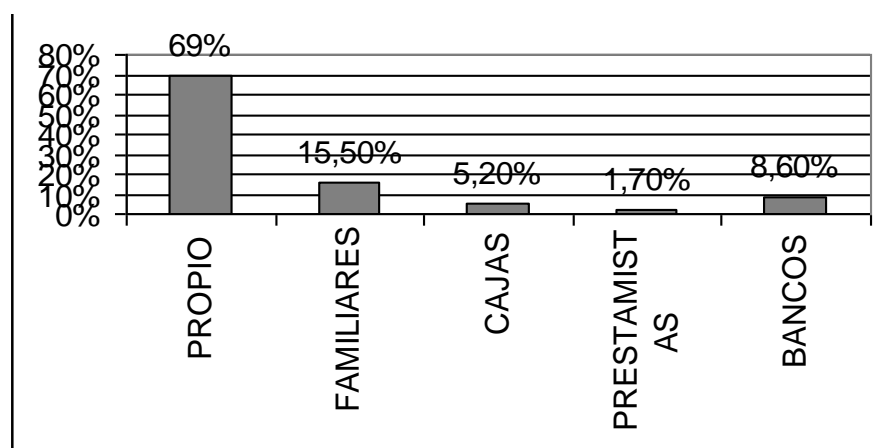


**Figura 23: Principales obstáculos que enfrentó Ud. Para crear su propia empresa.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cuál fue la fuente de su financiamiento?

Los emprendedores del sector textil obtienen con un mayor porcentaje su financiamiento de fuente propia con un 69%, después son sus familias quienes las financian con un 15,5%, y en mínimas porcentaje de 8,6% son los bancos que los financian a los emprendedores del sector textil.

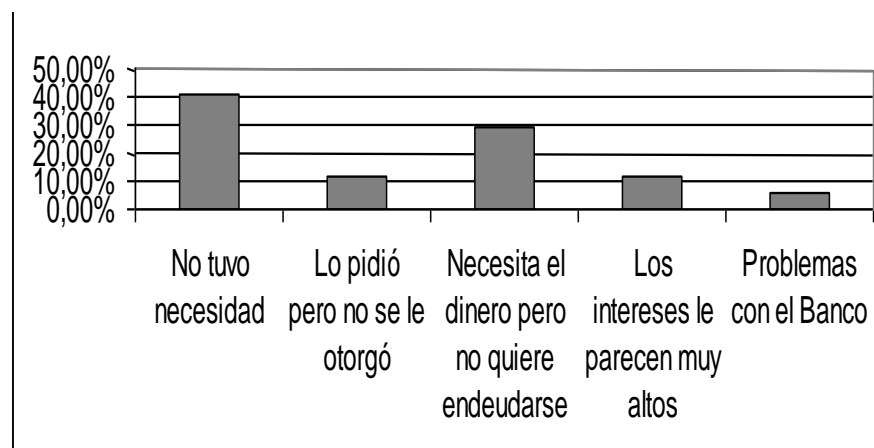


**Figura 24: Fuente de su financiamiento**

Fuente: Elaboración propia

### En Caso de no haber solicitado crédito ¿Por qué no lo ha hecho?

En este caso de situaciones que no se solicitó el financiamiento de un crédito, se debe a que no existe una cultura crediticia estándar, y siguen con el sistema tradicional sin miras a un crecimiento de la empresa.



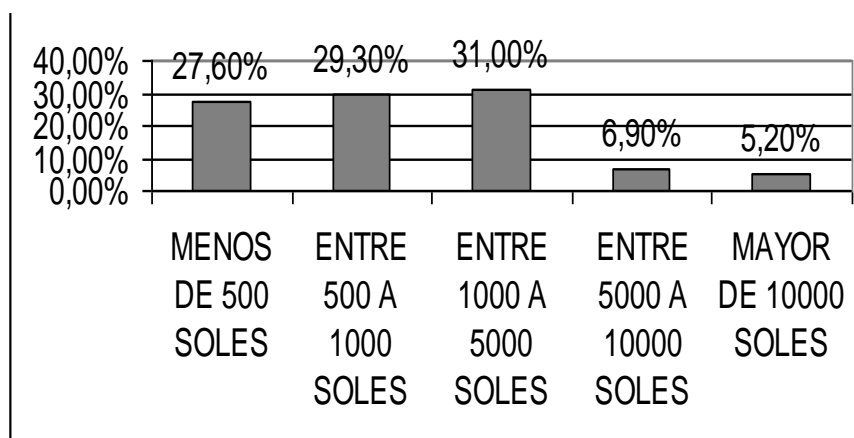
**Figura 25: En caso de no haber solicitado crédito ¿Por qué no lo ha hecho?**

Fuente: Elaboración propia.

### C.- Características iniciales de la Firma

#### Ha cuanto ascendió su capital inicial

Podemos observar el porcentaje mayor del monto del capital inicial de los emprendedores del sector textil fue con un 31% entre mil y cinco mil soles.

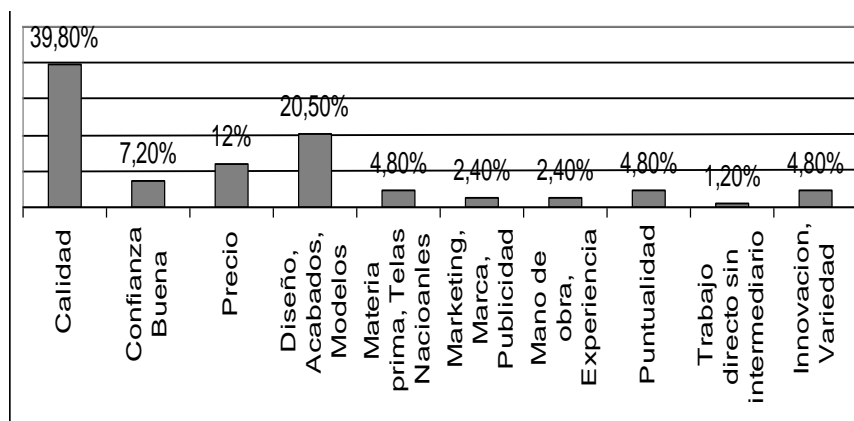


**Figura 26: Monto de capital inicial.**

Fuente: Elaboración propia.

#### ¿Cuáles son las ventajas que tiene su negocio frente a la competencia?

Lo resaltante en la competencia en el sector textil es en la calidad, diseño y precio, en ese mismo orden; como en la ciudad de Chiclayo el ámbito comercial está tan centralizado, conlleva a que la competencia sea más incisiva, por lo tanto la empresa textil chiclayana está preparada para entrar con ventaja con los productos que ofrece.

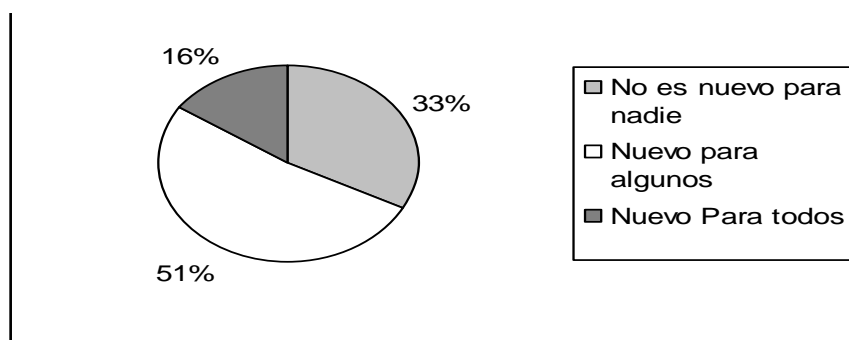


**Figura 27: Ventajas que tiene su negocio frente a la Competencia.**

Fuente: Elaboración propia.

### ¿Cuán novedosos son sus productos o servicios ofertados para los clientes?

Como bien se sabe dentro de la empresa textil, existen emprendedores que están a la vanguardia, e incursionan con la moda del momento por lo que sus productos son nuevos, ese es el grupo que integran ese 16 %. Algunos emprendedores tienen productos que son convencionales y poca es la innovación, ellos integran ese 51%, y por último el 33% está formado por los emprendedores que incursionan en productos de uso masivo.

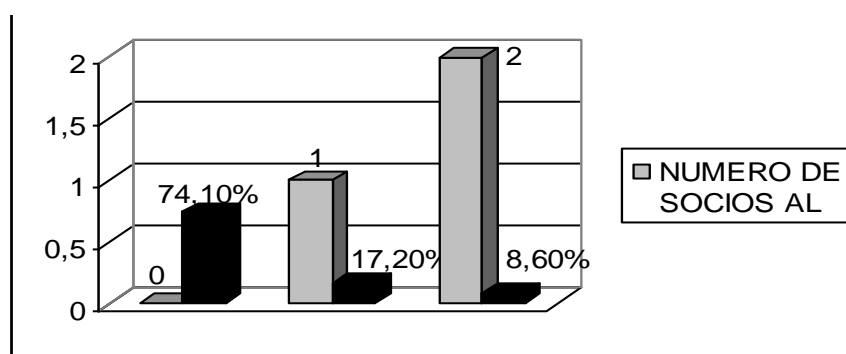


**Figura 28: Cuan novedosos son sus productos para el Cliente**

Fuente: Elaboración propia.

### Número de socios al inicio

Se aprecia que en la ciudad de Chiclayo los emprendedores del sector textil mayormente inician sus empresas solas, sin contar con socios, comienzan como una empresa familiar, con financiamiento propio originado por el ahorro personal y/o familiar. Posteriormente se encuentran apoyados por instituciones financieras abocadas al apoyo de las Mypes.

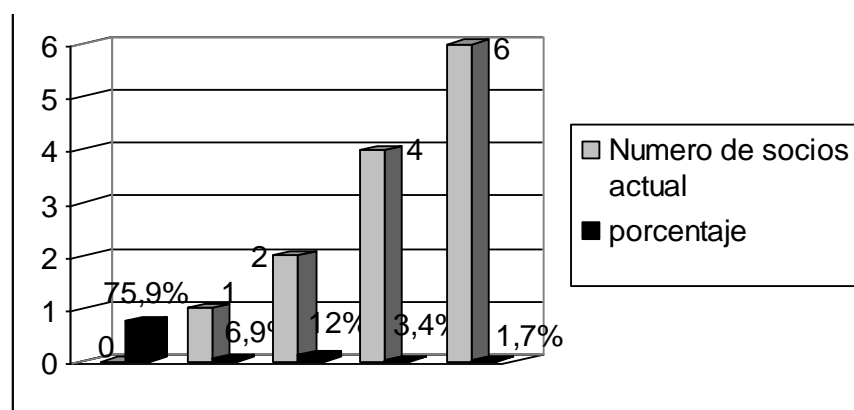


**Figura 29: Número de socios al inicio.**

Fuente: Elaboración propia.

### Número de socios actuales

En este gráfico podemos apreciar que los emprendedores del sector textil con un porcentaje mayor de 75,9% no tienen socios, ello responde que el crecimiento que logran es que incursionan con el crédito ofrecido por las entidades financieras del sector, no necesitando incrementar el capital a través del requerimiento de socio alguno.



**Figura 30: Número de socios actuales.**

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.- Discusión

Según la teoría el perfil de un emprendedor latinoamericano ha sido fundada por personas que cuando las crearon tenían entre 31 y 45 años, pero la idea de emprender apareció mucho antes. Según el estudio desarrollado por el GEM, muestra al Perú como el país con mayor participación de la mujer en la actividad emprendedora; las mujeres han protagonizado una acelerada presencia en el mercado laboral. Dato importante a resaltar con respecto a la mujer Emprendedora en el Perú; las motivaciones que más predominó fue el deseo de realización personal y el de mejorar el ingreso personal. También los motivos en poca importancia el de emprender para ser independiente, de esa manera también los entrevistados sintieron que también contribuían con la sociedad, especialmente en los países con economías más pequeñas (el salvador, Perú y Costa Rica).

La experiencia laboral de los emprendedores es que han pasado por experiencias en firmas pequeñas y medianas o grandes en proporciones relativamente parecidas, excepto en el caso México, donde predominaron las pequeñas y medianas, o de Costa Rica, donde es más frecuente el empleo en grandes empresas.

La educación en el Perú; atravesaba por una crisis profunda desde hace décadas, no sorprende que el 78% de los emprendedores no haya siquiera terminado estudios secundarios; son jóvenes emprendedores que abandonan los estudios para incursionar en la fuerza laboral como fuente de subsistencia. Las redes institucionales son poco importantes en la mayoría de los países: sólo ayudan a distinguir a los empresarios más dinámicos, donde las organizaciones públicas y las cámaras gremiales ofrecen fuentes de información para quienes desean emprender. Además las empresas latinoamericanas; ellos han observado que las redes sociales y de producción son más importantes que las institucionales para el acceso a información y tecnología.

En el Perú el acceso por parte de las MYPES a tecnología de información es muy limitado, siendo el obstáculo más importante la falta de costumbre o el temor hacia la utilización de este tipo de herramientas, existe una clara dificultad para acceder a información relevantes sobre oportunidades y exigencias de los distintos mercados.

Las ventajas competitivas que las Micro y Pequeña Empresa tiene frente a las Medianas y grandes, destaca. Su flexibilidad que les permite asimilar y adaptarse con rapidez al ambiente. También que son líneas de comunicación eficientes, la ausencia de barreras jerárquicas, relación directa con el cliente, mayor facilidad de planificación. Se considera que las MYPES no son conscientes o no saben de sus Ventajas Competitivas, solamente tienen objetivos a corto plazo. Para mantener su competitividad, los microempresarios deben reducir su consumo y deben evadir los costos de operar cotidianamente bajo el imperio de la ley. De ahí la estrecha asociación de informalidad y pobreza con competitividad.

La actividad textil y la de confecciones se encuentran apoyadas por múltiples instituciones públicas y privadas que buscan ampliar la participación de productos peruanos en diferentes mercados del mundo, mejorar los procesos productivos y desarrollar redes de proveedores para los diferentes servicios. El plan Nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas. El estado impulsa la modernización tecnológica del tejido empresarial de las MYPE y el desarrollo del mercado de servicios tecnológicos como elementos de soporte de un sistema nacional de innovación continua. Las ofertas de servicios de capacitación y asistencia técnica, el estado promueve, a través de la CODEMYPE y de sus Programas y proyectos, la oferta y demanda de servicios y acciones de capacitación y asistencia técnica.

Los obstáculos que enfrentaron las empresas emprendedoras en Latinoamérica han sido; las barreras entre la demanda y la oferta de financiamiento a las MYPES. Por ejemplo acceder al financiamiento de las MYPES, desde el punto de vista de la demanda, se encuentra el alto costo del crédito y la falta de garantías aceptables en el sistema. Por el lado de la oferta ésta se caracteriza por inadecuadas tecnologías crediticias que impiden ofertar tasas de interés más accesibles y a plazos más largos.

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) en Perú ya pueden acceder a créditos desde 500 nuevos soles debido al incremento de la competencia en el sector micro financiero; “Las instituciones bancarias en el país otorgan micro créditos por encima de los 3,500 y 5,000 soles, mientras que las cajas municipales u otras entidades especializadas lo hacen por alrededor de 3,000 soles”.

La mayoría de las Mypes peruanas no están en capacidad de atender individualmente los pedidos de compra que realicen grandes clientes nacionales y extranjeros, y por ello se debe propiciar su asociatividad y saber elegir a sus socios que tengan la misma dirección que uno tiene. Pertenecer a una asociatividad empresarial permite tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.

Según mis resultados hay un tercio de emprendedores jóvenes con un 34% de emprendedores con la edad avanzada con un 37%. Seguido con un 29% de emprendedores en la etapa de ancianidad. Los resultados obtenidos me permiten diferenciar a la teoría ya que en ella los emprendedores tienen una edad avanzada. Nuestros emprendedores confeccionistas aún hay un tercio de jóvenes que siguen emprendiendo.

De las empresas encuestadas podemos observar que son los hombres los que emprenden su negocio con un 53,4% y con un 46.6% las mujeres, se puede apreciar que las mujeres a parte de cumplir su rol de madre también hacen hincapié en lo profesional, aun las mujeres hacen compatible su jornada laboral con el horario de sus hijos; al igual que en la teoría la mujer está dando un gran paso en lo profesional.

Se puede apreciar que en su mayoría los emprendedores del sector textil de confecciones son familias católicas. La mayoría de las pequeñas empresas chiclayanas textiles están motivadas en lograr la independencia tanto económica como laboral del trabajador, creando su propio empleo, analizando los datos presentados en la teoría se puede concluir que los resultados obtenidos tienen similitud.

En su mayoría Los emprendedores encuestados son chiclayanos y con un 12% son empresarios de Tucume; como en mínimas porcentajes se puede apreciar que son empresarios que han inmigrado como son de Cajamarca, chota y Piura.

Según mis resultados los emprendedores del sector textil de la ciudad de Chiclayo son personas en su mayoría con grado de instrucción superior, en un 25.9% superior universitario, ello es un notorio progreso en comparación con décadas pasadas, en que se trataba de emprendedores con una básica instrucción educativa y experiencia laboral óptima. Han tenido una base de experiencia anterior laboral, que le ha permitido darle la seguridad de tomar el riesgo de formar una empresa joven. Al igual que en la teoría es muy importante haber tenido experiencia en otros trabajos porque permite a los emprendedores, perder el miedo al riesgo y sacar adelante a su empresa.

Se puede decir que las instituciones públicas tienen poca incidencia en la motivación del acceso a las tecnologías en el sector textil, por lo que los emprendedores se valen de otras empresas para adquirir de financiamiento, información, innovaciones, tecnologías, capacitación etc. Los resultados obtenidos permiten afirmar que hay similitud con la teoría, donde ellos han observado que las redes sociales y de producción son más importantes que las institucionales; además que en el Perú el acceso por parte de las MYPES a tecnología de información es muy limitado.

El tipo de apoyo público que los emprendedores del sector textil, recibieron fue con un 48,3% en capacitación empresarial; emprendedores que recibieron ayuda por parte de la institución pública, se puede apreciar que dicha intervención no ha cubierto las expectativas de los emprendedores que recibieron este tipo de apoyo,

esto es consistente con la bibliografía los emprendedores dependen del apoyo de instituciones, la actividad textil y la de confecciones se encuentran apoyadas por múltiples instituciones públicas y privadas que buscan ampliar la participación de productos peruanos.

Los emprendedores del sector textil mayormente inician sus empresas solo sin contar con socios, comienzan como una empresa familiar, con financiamiento propio. No se solicitó el financiamiento de un crédito, se debió a que no existe una cultura crediticia estándar y siguen con el sistema tradicional sin miras a un crecimiento de la empresa. Y en su gran mayoría no pertenece algún gremio.

Su principal obstáculo para los emprendedores del sector textil de confecciones de Chiclayo ha sido los tramites con un porcentaje de 37.9%, también los impuestos es uno de los obstáculos para lo empresario del sector textil de la ciudad de Chiclayo con un 20.7%. Los resultados obtenidos nos permiten observar que no solo el tema de financiamiento es un obstáculo para emprender.

## **V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

1.- Como conclusión a nuestro primer objetivo se confirma que el Perfil del Emprendedor de las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Chiclayo, se aprecia que nuestros emprendedores del sector textil de confecciones de la ciudad de Chiclayo son personas que tienen un grado superior no universitario y tienen un amplio conocimiento de la forma de trabajar, adquiriendo experiencia en otras MYPEs facilitando su desempeño, ellos manejan un poco mejor el tema de negocio que los ayuda a afrontar con mayores probabilidades de éxito un nuevo reto emprendedor; el sexo masculino es el primero en tomar riesgos pero en un buen porcentaje se aprecia que la mujer

también toma decisiones y es arriesgada en emprender un negocio; son en su mayoría personas casados y que no solo son jefe de familia sino que son gestores de una empresa familiar, contando con hijos menores de 18 años; son personas de una edad avanzada pero en buen porcentaje se observa que hoy en día también son los jóvenes los que deciden emprender su negocio para independizarse.

Lo que los motivo a emprender en su negocio es para obtener una independencia laboral, como también de autorrealización y de obtener un mayor ingreso que le permita mejorar su situación económica; en su mayoría son chiclayanos, contando con un menor porcentaje de la migración de otros departamentos a nuestra ciudad, se caracteriza por una mayor migración de hombres en busca de mejores oportunidades laborales en las ciudades.

2.- Como conclusión a nuestro segundo objetivo; sobre las condiciones favorables para el éxito del emprendedor según el sector textil de confecciones en Chiclayo; han utilizado redes que facilitaron tener acceso a tecnologías, Información de clientes y otros recursos; asimismo, las condiciones favorables para el éxito en su negocio, todos estos accesos son debidos gracias a otras empresas. Los emprendedores peruanos consideran que ofrecen innovación en sus productos; sin embargo, su acceso a nueva tecnología es limitado.

Además se puede afirmar que el apoyo institucional solo fue percibido como positivo por el empresario tratándose de la capacitación empresarial. Siendo catalogado por el emprendedor textil como de satisfacción media. Estos empresarios iniciaron sus operaciones contando con tecnología.

Pocos son los empresarios los que pertenecen a un gremio empresarial siendo ello beneficioso ya que lograron un crecimiento del 25 % de sus negocios; ya sea por la incrementación de sus productos o también por el acceso a las licitaciones del estado.

3.- Como conclusión a nuestro tercer objetivo; se llega a la conclusión que los obstáculos que presentaron para emprender en su negocio; es que al inicio de su negocio la mayoría de empresarios se han realizado solos, teniendo limitaciones para crecer en su negocio en la actualidad, con mayor porcentaje siguen sin la colaboración de un socio, y el monto necesario para abrir su negocio fue entre mil y cinco mil soles; este pequeño capital inicial determinaría las escasas posibilidades de que el negocio perdure.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

1.- Es necesario que el Estado siga interviniendo a través de las entidades competentes en motivar la gestión empresarial de brindarnos; un mejor acceso a la tecnología, capacitaciones, tanto empresarial como operativa, además de la simplificación de trámites ante entidades públicas, mantener los incentivos y simplificación tributaria y Apoyo financiero a través de las entidades creadas para ese fin. El gobierno no debe conformarse; sino que siga haciendo mejoras, porque hay otros países que vienen impulsando cambio.

2.- Hay Mucho papeleo, nuestra recomendación es que se deben tener menos procedimientos y formularios que sean mucho más sencillos; su organización también es necesaria para que gestionen de manera eficaz los asuntos que son de interés para la sociedad porque todavía se puede apreciar que no hay buenas señales del gobierno; esperando apoyen a los empresarios MYPEs del Sector Textil de Confecciones de Chiclayo.

3.- Los empresarios deberían de hacer un buen estudio de mercado hecho por ellos mismos. Para que pueda vender lo que la gente desea comprar.

4.- Hoy en día las actuales tecnologías han cambiado. Por eso Los empresarios deberían hacer un programa específico de capacitación; por más profesionales que sean; ellos necesitan ser entrenados, estar a la vanguardia de los adelantos tecnológicos y de los diseños de producción.

5.- Las universidades deberían de brindar apoyo como: foros, encuentros, cursos, seminarios; sobre temas de emprendimiento y diseños.

## VI.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Analy. (2010). *La industria textil peruana*. Producción textil en el Perú: [Mensaje de un blog]. Satipo- Perú. Recuperado de <http://ropasexport.blogspot.pe/>
- Andriani, C., Biasca, R y Rodríguez, M. (2004). *Un nuevo sistema de gestión para lograr pymes de clase mundial*. (2a ed.). Prologo del Dr. Yashiro Kondo. México: Editorial Norma.
- Castro, M. (1999). *Importancia y contribución de la pequeña empresa. Gestión en el tercer milenio*. Año 2 N° 3. Recuperado de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibVirtual/Publicaciones/administracion/v02\\_n3/importancia.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibVirtual/Publicaciones/administracion/v02_n3/importancia.htm)
- Chamaidan, A. (2012). *Limitaciones que enfrenta un emprendedor*. [Mensaje de un blog]. Recuperado de <https://arianachamaidan.wordpress.com/2012/02/08/limitaciones-que-enfrenta-un-emprededor/>
- Cheltenham, E. (2004-2005). *General theory Of entrepreneurship: the individual –opportunity nexos*. USA: [s.n].
- Dávila, P. (2003). *La familia en la sociedad del siglo XXI*. Libro de ponencias 17, 18, 19 de febrero. Conferencia Inaugural. Familia y bienestar social. Recuperado de [http://bibliodrogas.cl/biblioteca/documentos/SOCIOLOGIA\\_ES\\_5153.PDF](http://bibliodrogas.cl/biblioteca/documentos/SOCIOLOGIA_ES_5153.PDF)
- Drucker, P. (1994). *La innovación y el empresario innovador*. La práctica y los principios. Barcelona: Edhasa.
- Echavarria, A. (2004). *Estadísticas*. Recuperado de <http://www.proinversion.gob.pe/0/0/modulos/JER/PlantillaSector.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=86>
- Fernández, L. (2009). *Programas y convenios*. Recuperado de [http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:odsqKOI6uioJ:www.deza.admin.ch/ressources/resource\\_en\\_23736.doc+Con+cr%C3%A9ditos+que+se+otorguen+a+trav%C3%A9s+de+Instituciones+Financieras+especializadas+\(EDPYMES\)+con+tasas+preferenciales.+La+C%C3%A1mara+de+Comercio+y+Producci%C3%B3n+de+Lambayeque+tiene&hl=es&pid=bl&srcid=ADGESj0z7rcayY6Mr6rBnlJlddrdoQVCjQwkBxL1ySjoQ0eJlbunrVgae5VIWXnltFdE4We9G6YT\\_uqBFV0C\\_jPpv6kpxelLJTjTd6BAD](http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:odsqKOI6uioJ:www.deza.admin.ch/ressources/resource_en_23736.doc+Con+cr%C3%A9ditos+que+se+otorguen+a+trav%C3%A9s+de+Instituciones+Financieras+especializadas+(EDPYMES)+con+tasas+preferenciales.+La+C%C3%A1mara+de+Comercio+y+Producci%C3%B3n+de+Lambayeque+tiene&hl=es&pid=bl&srcid=ADGESj0z7rcayY6Mr6rBnlJlddrdoQVCjQwkBxL1ySjoQ0eJlbunrVgae5VIWXnltFdE4We9G6YT_uqBFV0C_jPpv6kpxelLJTjTd6BAD)

XX06a3SfSFST1FtcIM1xjmMelgL-Fyk-  
&sig=AHIEtbQzSnzZj4xUz83Aeq\_bYMEemSV8i3g

- Ferrell, O., Hirt, G., Flores, M., Adriaenssens, M. y Ramos. L. (2004). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*. (4a. ed.). México: [s.n].
- Flores, J. (2004). *Mypes administración y gestión*. Centro de especialización en contabilidad y finanzas. Lima: [s.n].
- Gonzales, R. (2004). *Plan de marketing*. Teoría y gestión organizacional. Escuela superior de comercio n 45. San justo. Recuperado de <https://sites.google.com/site/045marketing/home/plan-de-marketing>
- Liendo, M. y Martinez, A. (2001). *Asociatividad una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes. Sextas Jornadas. Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía*. Recuperado de [http://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Liendo,%20Martinez\\_asociatividad.pdf](http://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf)
- Loayza, N. (2005-2009). *Plan Nacional de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro Y Pequeña Empresa*. Lima: [s.n].
- López, S. (2007). Proyecto de exportación de chompas de alpaca al mercado de los estados unidos. Universidad Ricardo Palma Facultad de Ingeniería. Tesis. Lima. Recuperado de [http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/178/1/hurtado\\_sl.pdf](http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/178/1/hurtado_sl.pdf)
- Lombardi, J. (2004). *Los espacios de concertación de políticas mypes en las regiones (Arequipa, Cajamarca, Junín, Lambayeque y Tacna)*. Comisión política de la mesa pyme. Recuperado de <http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/f88bbf622fdce394be5a08c7df3e9a3d.pdf>
- Mateu, J. (2011). El perfil humano del emprendedor. Historias de emprendedores. Valencia: editado por Action Learning en el 2000. Recuperado de <http://mateu.blogs.upv.es/files/2011/03/El-perfil-humano-del-emprendedor.pdf>
- Nores, J. (2012). *La industria textil se reinventa*. Ante crisis económica que afecta demanda de Europa y EE-UU. Sector textil- confecciones se reinventan por la crisis. Falcone, enrique. Presidente del comité textil de la SNI. Revista institucional de la

SNI. [Mensaje de una entrevista]. Edición. N. 872. Recuperado de [http://www2.sni.org.pe/servicios/publicaciones/download/Industria\\_Peruana\\_872.pdf](http://www2.sni.org.pe/servicios/publicaciones/download/Industria_Peruana_872.pdf)

Pasco, M. y Velazco, T. (2007). *Industria de bienes de consumo: Textil, confecciones y calzado en Lima Metropolitana*. Boletín de estadísticas ocupacionales N° 9. IV Trimestre. Pag 9 Recuperado de [http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/beo/BEO2007-IV\\_9.pdf](http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/beo/BEO2007-IV_9.pdf)

Peralta, L. (1999). *Las pymes y las alianzas estratégicas para la exportación*. Lima: [s.n].

Pere, G. (2000). *Las TIC y sus aportaciones a la sociedad*. Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, UAB. Última revisión 2008. Recuperado de <http://peremarques.pangea.org/tic.htm>

Piedrahita, C. (2010). *Perfil de un emprendedor*. [Mensaje de un artículo]. Recuperado de <http://www.gerencie.com/perfil-de-un-emprendedor.html>

Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. (1a. ed.) Buenos Aires: Plaza & janes

Rodríguez, A. (1998). *Gestión de la pequeña y mediana empresa*. Madrid: Edita Instituto superior de estudios empresariales.

Ruiz, A (2010). *Nuevo Manual Teórico Práctico De las Mypes y Su reglamento*. Lima: [s.n]

Schermerhorn, J., Hunt, J., Osborn, R. (2004). *Comportamiento organizacional*. México: [s.n]

Schumpeter, J. (1950). *Capitalism socialism and democracy*. (3rd. ed). New York: Harper & Brothers.

Trias de bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor*. Santiago: Basabel.

**VII. ANEXO**

**NÚMERO DE ENCUESTA:** \_\_\_\_\_

**ENCUESTA DE ACCESO A CREDITO EN PYMES DEL SECTOR TEXTIL  
PRESENTACIÓN**

Buenos días (tardes) señor, soy estudiante (se identifica con su carne) y nos encontramos realizando una encuesta con la finalidad conocer las necesidades de financiamiento de las MYPES del sector textil y así mismo conocer las limitaciones que éstas enfrentan en el la ciudad de Chiclayo para mejorar el acceso de estas al sistema financiero. La información que Ud. Nos proporcione se guardará con absoluta confidencialidad siguiendo los principios de confidencialidad y ética profesional. Muchas gracias por su colaboración.

**A. DATOS DE IDENTIFICACION**

1. Nombre del empresario: \_\_\_\_\_
2. Razón social: \_\_\_\_\_
3. Rama productiva: \_\_\_\_\_
4. Ubicación de la empresa: \_\_\_\_\_

**B. INFORMACION SOBRE EL EMPRESARIO**

**5.- Edad**

**6.- Genero.**

**7. Estado Civil:**

Casado (1)      Soltero (2)      Viudo (3)      Divorciado (4)

**8.- Número de hijos menores de 18 años.....**

**9.- Religión.....**

**10. Lugar de Nacimiento:** Departamento\_\_\_\_ Ciudad\_\_\_\_ Pueblo

**1.-Grado de Instrucción (años estudiados):**

<b>Nivel de Instrucción</b>		
Superior Universitaria	1	Profesión:
Superior Universitaria No	2	
Secundaria	3	
Primaria	4	
Ninguno	5	

**DATOS DE LA EMPRESA****12.- Numero de socios**

1	Inicio	
2	Actual	
3	No tiene	

**13.- ¿Ha cuanto ascendió su capital Inicial?**

1	Menos 500 soles	
2	Entre 500 a 1000	
3	Entre 1000 a 5000	
4	Entre 5000 a 10000	
5	Mayor 10000	

**14.- ¿Cual fue la fuente de su financiamiento?**

<b>FUENTE</b>	
Propio	
Familiares	
Cajas	
Prestamistas	
Bancos	
Otros	

**15.- En caso de no haber solicitado crédito ¿Porque no lo ha hecho?**

	¿Por qué?	
1	No tuvo necesidad	
2	Lo pidió pero no le otorgo	
3	No tiene solvencia como para acceder a uno	
4	Necesita el dinero pero no quiere endeudarse	
5	Los intereses le parecen muy altos	

**16.- ¿Cuál fue su ocupación anterior antes de emprender en su propio negocio?**

OCUPACION ANTERIOR	
Empleado Pyme	
Empleado empresa grande	
Empresario	
Otra actividad	

**17.- ¿Cuáles fueron los principales obstáculos que enfrento Ud. para crear su empresa?**

1	Tramites	
2	Impuestos	
3	Acceso a Crédito	
4	Acceso a Tecnología	
5	Otros	

**18.- Principal motivación de los emprendedores de las Mypes del sector textil de Chiclayo**

1	Autorrealización	
2	Contribuir a la sociedad	
3	Modelos de Rol	
4	Independencia	
5	Mayor ingresos	
6	Enriquecerse	
7	Seguir Tradición	
8	Status Social	

**19.- ¿Cómo calificaría el grado de intensidad de la competencia que enfrente durante sus primeros años?**

	MUY BAJA	BAJA	MEIDA	ALTA	MUY ALTA	NO TIENE
Intensidad de la Competencia						

**20.- ¿Cuál es el tamaño promedio de sus competidores durante sus primeros años?**

PYMES	GRANDES	MEDIANA	NO CONTESTA

**21.- ¿Cómo accedió a tecnología para su empresa?**

De otras empresas	
De asociación	
Del institución Publica	
De una ONG	
Otros	

**22.- ¿Cómo accedió a Información mercados clientes?**

De otras empresas	
De asociación	
Del institución Publica	
De una ONG	
Otros	

**23.- ¿Cómo Accedió a otros Recursos?**

De otras empresas	
De asociación	
Del institución Publica	
De una ONG	
Otros	

**24.- Tipo de Apoyo Público**

Capacitación Empresarial	
Elaboración de Proyectos	
Desarrollo de contactos	
Financiamiento	
Gestión Financiera	
Investigación y desarrollo	
Gestión de calidad	
Exportación	
Otras Áreas	

**25.-Cuál es el grado de satisfacción por el tipo de ayuda**

BAJO	MEDIO	ELEVADO	MUY ELEVADO

**26.- ¿Cuan novedosos son sus productos o servicios ofertados para los clientes?**

No es nuevo para nadie	
Nuevo para algunos	
Nuevo para todos	

**27.- ¿La tecnología que utiliza para ofrecer sus productos estuvo disponible hace más de un año?**

La tecnología si estuvo disponible	
La tecnología no estuvo disponible	

**28.- De acuerdo a su experiencia en el mercado ¿Cuál es su principal competencia?**

1	Productos chinos	
2	Confecciones con productos similares	
3	Negocios Informales	
4	Otros (Especificar)	

**29.- GRADO DE ASOCIATIVIDAD**

**¿Pertenece algún gremio empresarial?**

1	SI	
2	NO	

**30.- ¿Que tipos de beneficios le ha brindado pertenecer a una organización?**

1	Crecimiento de su negocio	
2	Crecimiento de productos ofrecidos	
3	Crecimiento de mercado	
4	Licitaciones	
5	Otros	