

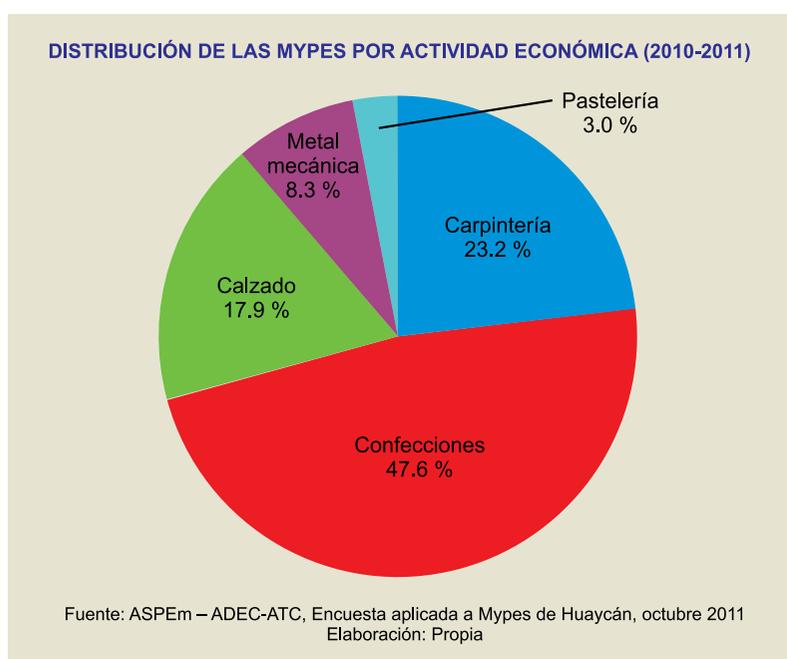
Impulsando el desarrollo económico de Huaycán



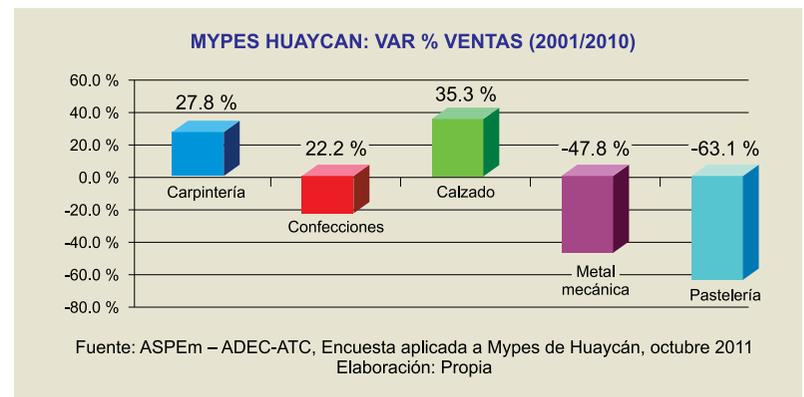
Observatorio de la economía local de Huaycán

El 2011 ha sido un año difícil para la MYPE de Huaycán: bajaron las ventas, las ganancias y el empleo en su conjunto, al menos en los sectores de confecciones, calzado, metal-mecánica y panadería (el sector carpintería no se habría visto afectado). Las buenas noticias son que bajo la pobreza, hubo mejoras en la calidad de los productos y cierta expansión en los mercados donde se colocan estos productos; cabe señalar además que si bien el volumen total de ventas bajó, un porcentaje significativo de MYPEs logró crecer, manejar bien sus costos variables –capeando acertadamente las crisis- y mejorar el rendimiento de sus trabajadores.

Al menos esas son algunas de las conclusiones a las que se puede llegar con la encuesta aplicada a 168 MYPEs de Huaycán, de 5 ramas de producción, a fines del 2011. Esta encuesta tiene la virtud de permitir establecer los cambios producidos en estas MYPE en el plazo de un año, 2010-2011, e identificar algunas tendencias.



Ello es posible pues en la aplicación de esta encuesta se ha utilizado la metodología panel, en la cual se hacen mediciones sucesivas –con las



mismas preguntas- a un mismo grupo de personas o empresas. En este caso, los resultados que aquí presentamos comparan las respuestas dadas en el 2010 y en el 2011 por un mismo grupo de empresas en Huaycán.

Presentamos en este boletín algunos de los resultados más saltantes, comparando siempre los resultados del 2010 y el 2011, buscando contribuir a la reflexión sobre la situación de la MYPE y las políticas a implementar para impulsar su desarrollo. Creemos también que estos resultados consolidan el Observatorio socio económico como un instrumento para el seguimiento regular de la evolución de la MYPE e invitamos a Uds. a reflexionar sobre los datos y tendencias encontradas.

De las 168 Mypes encuestadas en octubre del 2011, 47,6% se encuentran localizadas en la actividad de la industria de confecciones. Le sigue la carpintería, con una participación del 23,2%, la industria del calzado con un 17,9%, la metal mecánica con el 8,3% y la actividad de panadería/pastelería con el 3,0%.

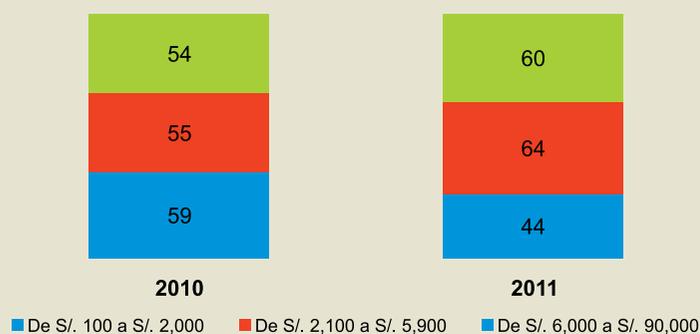
Podemos decir que las Mypes de Huaycán, a diferencia de Lima Metropolitana, han alcanzado -en promedio- un segundo nivel en cuanto a envergadura. La mayoría se ubican en el tramo de ventas de 13 a 18 UIT, es decir entre 45 y 63 mil nuevos soles anuales, donde se ubican sólo el 18,6% de las Mypes de Lima Metropolitana, siendo que la mayor parte de las Mypes de Lima, un 70%, se hallan con ventas anuales por debajo de las 13 UIT (45,000 soles).

En Huaycán, carpintería y calzado estarían compartiendo la tendencia de crecimiento del país, aunque este último sector ha disminuido significativamente a nivel nacional. Confecciones y metal-mecánica vienen disminuyendo en Huaycán mientras en el conjunto nacional, han crecido. En cuanto al empleo encontramos una tendencia descendente similar a la de Lima, aunque más acusada; si en Lima, el empleo en el sector Mype productor de bienes se ha reducido en 2,5% en el último trimestre del 2011 frente a su similar del 2010, en el caso de Huaycán, el empleo remunerado se ha reducido en un 7,5%. Es decir, en el caso de Huaycán ha sido más pronunciada la intensidad de la caída del empleo en el sector MYPE.

VENTAS

Un cambio importante entre las Mypes encuestadas se refiere al nivel de ventas. El volumen total de ventas ha disminuido y con ello los promedios por sector, que están ahora más igualados, la disminución en el sector metal mecánico sería la más importante. El promedio de ventas de las Mypes encuestadas disminuyó en un 7,7% del 2010 al 2011. Los sectores donde más se redujo el nivel de ventas fueron: panadería/pastelería, - 63%; metal mecánica, - 48%, y confecciones con - 22%. Calzado experimentó una mejora del 35% y en la carpintería, las ventas subieron en 28%.

DISTRIBUCIÓN DE MYPES POR NIVEL DE VENTAS MENSUALES (2010 - 2011)

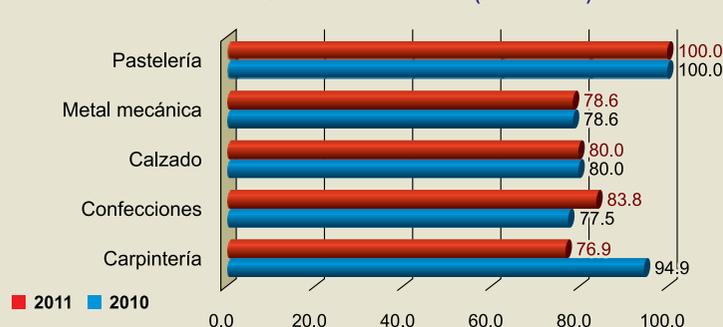


Fuente: ASPEm – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

Una característica de las Mypes encuestadas, es que conforme el nivel de ventas va en aumento, las ganancias si bien van creciendo, lo hacen a una tasa menor que la del aumento en las ventas. Pareciera que conforme aumenta la dimensión de la operación, el aumento de la utilidad requiere de ganancias en eficiencia y mayor capacidad de gestión. Para conseguir ello, dado el mercado de competencia en el que se desenvuelven las Mypes, se requiere ir más allá del mercado local de Huaycán, hacia mercados más amplios.

En función al nivel de ventas se encuentra, en comparación con la situación del 2010, que ha aumentado el número de las Mypes en el tercio superior de ventas (si bien la venta promedio del total es menor

MYPES POR ACTIVIDAD ECONÓMICA: % MERCADO LOCAL COMO DESTINO DE LAS VENTAS (2010 - 2011)



Fuente: ASPEm – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

en el 2011). El cambio más relevante parece situarse en el tramo inferior de ventas. Del 2010 al 2011 disminuyó en 15 el número de las Mypes ubicadas en dicho tercio.

El cambio más significativo, en términos de reducción de Mypes en el tercio inferior, aconteció en el rubro de las confecciones. En la carpintería se observó –en términos relativos– un mayor número de Mypes que se desplazaron hacia el tercio superior de ventas. En el sector metal mecánico y en la actividad de panadería y pastelería se registró una disminución en el número de Mypes localizadas en el tercio superior de ventas.

Las ganancias promedio han mostrado un comportamiento similar al de las ventas. En el rubro metal mecánico, al contrario, las ganancias aumentaron en un 12%. Este sector habría tenido un manejo bastante eficiente de sus costos.

MERCADOS

Si bien el mercado local sigue siendo el de mayor relevancia, lo importante es el cambio que se viene observando para dirigirse hacia otros mercados: una parte de las Mype de Huaycán decididamente, está orientándose más allá de su entorno inmediato y acceden a un mercado regional.

VENTAS MENSUALES POR ACTIVIDAD ECONÓMICA DE MYPES (2010 - 2011)



Fuente: ASPEm – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

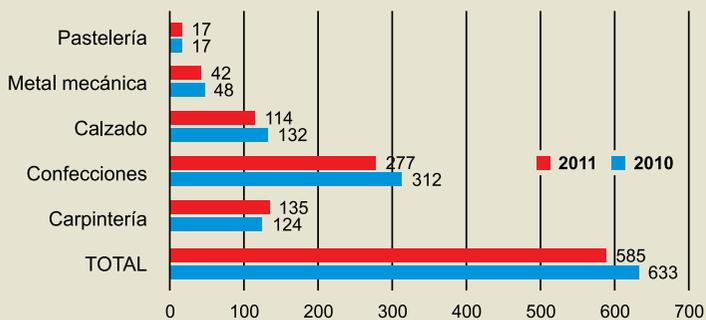
La mezcla de mercados de destino es el elemento que puede marcar diferencias entre las trayectorias futuras de unas y otras Mypes. La metal mecánica mantiene poco más del 21% de mercado fuera de lo local. Calzado, igualmente, preserva un 20% de destino fuera del ámbito más cercano. Panadería es 100% local y confecciones ha disminuido la cuota que tenía fuera del mercado local. El único sector que ha aumentado su diversificación de mercado es la carpintería, ha pasado de un 5% a un 23%. Aunque son las MYPES más grandes las que tienen mayor posibilidad de ir más allá de lo local.

EMPLEO

En términos de generación de empleos, el 2011 no fue un buen año para las Mypes. El total de trabajadores, remunerados y no, ha disminuido



NÚMERO DE TRABAJADORES:
MYPES POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (2010 - 2011)



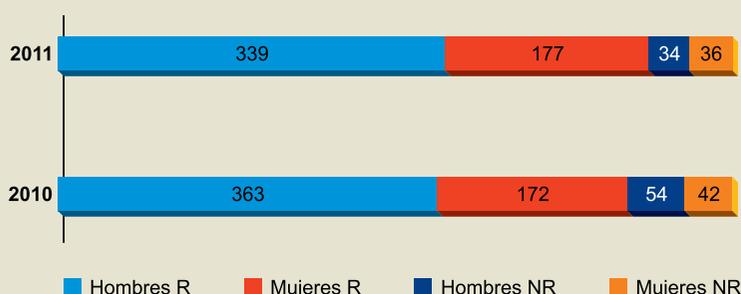
Fuente: ASPEm – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

en un 7,5% siendo el sector del calzado donde se ha concentrado con más intensidad dicho descenso, -13,6%, siguiéndole el de la metal mecánica con un -12,5% y confecciones con un -11%. En la actividad de la carpintería, por su parte, se registró un aumento del empleo en un 8,9% mientras que en el rubro de la panadería/ pastelería no hubo cambios en la cantidad del personal.

La disminución del empleo ha ido sobre todo a nivel de los Trabajadores Familiares No Remunerados (TFNR). Mientras los trabajadores remunerados disminuyeron en 3,6%, los no remunerados experimentaron una disminución más pronunciada, de 29,6%. El trabajo no remunerado en la Mype operaría como una suerte de “acordeón”, en la desaceleración cae más que el trabajo remunerado y en la expansión –como en el sector carpintería- crecería proporcionalmente más que el remunerado.

Por otro lado hay que señalar que la pérdida de empleos afectó sobre todo a los hombres. Entre el 2010 y el 2011, involucro más a los hombres que a las mujeres. En el caso de los primeros, la disminución es del 10,5% mientras que en el caso de las mujeres dicho porcentaje es prácticamente cero. Dentro de la categoría de trabajadores remunerados, los varones son los que han disminuido en mayor porcentaje, -6,6%, mientras que el número de mujeres en condición de remuneradas se ha incrementado. Igualmente en el caso de los trabajadores varones no remunerados su disminución ha sido del 37%.

NÚMERO DE TRABAJADORES POR CONDICIÓN
DE REMUNERADO Y DE SEXO (2010 - 2011)



Fuente: ASPEm – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

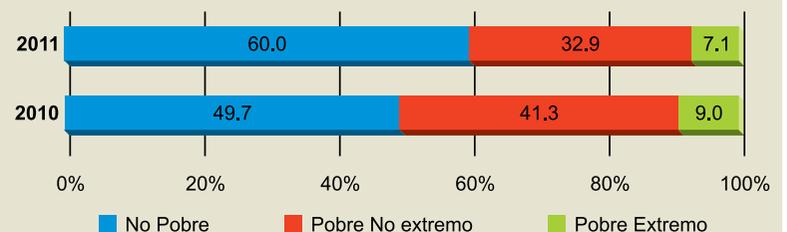
POBREZA EN LOS/LAS CONDUCTORES/AS DE LA MYPE

A nivel de los responsables de la MYPE encontramos que la pobreza ha bajado, en promedio, pero se mantiene en las MYPES de los tramos inferiores de ventas. Los pobres han pasado de un 50,3% en el 2010 a un 40% en el 2011. Los ubicados en pobreza extrema han disminuido de un 9% a un 7,1%.

Por tamaño de empresa, se ha encontrado que en el segmento de Mypes de más de 10 trabajadores ya no queda ningún conductor en condición de pobreza. En el caso del segmento de 6 a 10 trabajadores, un 14% se encuentra en condición de pobreza, mientras que en las Mypes con menos de 5 trabajadores se tiene que un 46% de los conductores son pobres. La superación de la pobreza iría paralela al crecimiento de la empresa.

Salvo el sector del calzado, en todos los sectores –incluido confecciones- se ha observado una mejora en la condición de pobreza entre los conductores. Mientras que en el rubro de las confecciones los pobres no extremos salieron de esa situación; en el caso del calzado, un grupo de conductores/as cayó en situación de pobreza, aunque sin llegar a la indigencia.

NIVEL DE POBREZA DEL CONDUCTOR MYPE (2010 - 2011)



Fuente: ASPEm – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

Los sectores de panadería/pastelería y metal- mecánica no cuentan con conductores en pobreza extrema; 80% de ellos está en situación de no pobreza. En calzado y carpintería se ha registrado una disminución importante de los conductores en pobreza extrema. En confecciones, por su parte, el porcentaje de conductores en pobreza extrema ha aumentado de un 5% a un 11,3%.

PERCEPCIONES FRENTE AL ENTORNO Y LA COMPETENCIA

Cuando se inquiriere a los conductores de las Mypes por el factor más importante que afecta el desempeño de su empresa, las respuestas se concentraron en la falta de financiamiento como la principal limitante para el desarrollo. Esta situación ha aumentado en el 2011 en comparación con las respuestas encontradas en el 2010. Igualmente, factores como la falta de demanda para sus productos, la falta de maquinaria y las exigencias técnicas de los clientes aparecen con más respuestas que en el 2010.

FACTORES QUE AFECTAN EL DESEMPEÑO DE LA MYPE

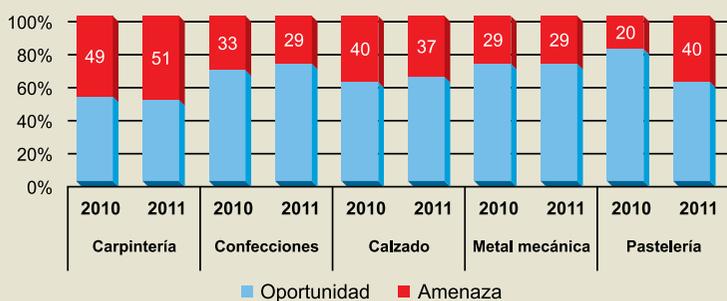


Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

La alta concentración de respuestas en la falta de financiamiento y la falta de demanda parece estar indicando un problema de mercado y ello se vincularía con la reducción en los niveles de ventas que, en promedio, se ha experimentado entre las Mypes de Huaycán. Las exigencias técnicas de los clientes, por su parte, se vinculan con la calidad de los productos.

Con relación a la percepción de la competencia de los productos importados los conductores han aumentado su percepción de que los precios de los productos que compiten con los suyos son más bajos, y ha bajado la percepción referida a la mejor calidad de lo importado. Los consumidores estarían empezando a valorar más la calidad, que

PERCEPCIÓN DE LOS CONDUCTORES DE MYPES DEL TLC PERÚ - EEUU



Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

va asociada a mayor duración, mejor diseño y esto resulta asociado a procesos de mejora en la capacidad adquisitiva de la población. El reto entonces es seguir apostando por la mejora en la calidad, incorporando mejoras en diseños e innovaciones.

En 2 de los 5 sectores, carpintería y panadería/ pastelería, se ha registrado un aumento en las respuestas que califican al TLC como amenaza a la producción local. Pero en términos generales se podría señalar que en comparación con el 2010, estaría aumentando la percepción de las oportunidades que brinda el TLC por sobre las potenciales amenazas.

PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS DE APOYO A LAS MYPES



Fuente: ASPeM – ADEC-ATC, Encuesta aplicada a Mypes de Huaycán, octubre 2011
Elaboración: Propia

Se aprecia un aumento, en la asociatividad. En calzado, las respuestas sobre el tema que en el 2010 significaron un 3,3% subieron a 16,7% en el 2011. En confecciones, pasaron del 16,3% al 23,8% y en carpintería de 10,3% a un 17,9%. Esta cooperación se ha dado en la compra de insumos y conseguir nuevos clientes. La desconfianza en el otro es todavía un elemento característico, pues al igual que en el 2010 aparece como la principal razón en no haber emprendido una experiencia asociativa.

El registro en el REMYPE aparece como una situación minoritaria aunque ha aumentado de un año al otro. En calzado, panadería/ pastelería y de confecciones es donde se observa los mayores porcentajes. Ello podría explicarse por la participación en los programas de compras estatales. Lo paradójico, al igual que en el 2010, es que el porcentaje de afiliación al REMYPE es muy superior al conocimiento de la Ley Mype. Un hecho que marca diferencia respecto el 2010, es que en el 2011 hay un aumento en la participación en programas de apoyo a las Mypes, en especial de ONGs y el gobierno local. En relación con los servicios de asistencia técnica se ha encontrado que hay una mayor demanda de ella entre las Mypes mas grandes; que deben atender nuevos mercados y clientes.