



**Innovación empresarial de las medianas y pequeñas empresas del sector
textil de la ciudad de Lima**

Guido Trujillo Valdiviezo
gtrujillo@ucv.edu.pe

Rosario del Pilar López Padilla
rlopez@ucv.edu.pe

Lino Rolando Rodríguez Alegre
lrodriguez@ucv.edu.pe
Universidad César Vallejo, Lima-Perú

RESUMEN

Este artículo analiza a las empresas del sector textil a partir de las actividades de innovación en las pequeñas, medianas y grandes empresas de la ciudad de Lima. El método utilizado es descriptivo y correlacional. La muestra estuvo formada por 1541 empresas dedicadas a la industria textil de la ciudad de Lima. En los resultados, las empresas son caracterizadas y analizadas de acuerdo a los factores tamaño de empresa, organización jurídica y su actividad económica las cuales fueran relacionadas con las actividades de innovación. Se concluye que, solo la mitad de las empresas al menos han utilizado una actividad de innovación.

Palabras clave: Innovación, sector textil, pequeñas empresas.

Business innovation of medium and small companies in the textile sector of the city of Lima

ABSTRACT

This article analyzes companies in the textile sector based on innovation activities in small, medium and large companies in the city of Lima. The method used is descriptive and correlational. The sample consisted of 1,541 companies dedicated to the textile industry of the city of Lima. In the results, the companies are characterized and analyzed according to the factors size of company, legal organization and its economic activity which were related to innovation activities. It is concluded that only half of the companies have used at least one innovation activity.

Keywords: Innovation, textile sector, small companies

Artículo recibido: 05 ene. 2021

Aceptado para publicación: 06 feb. 2021

Correspondencia: gtrujillo@ucv.edu.pe

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas en el mundo están obligadas a proponer o establecer estrategias que les permitan tener vigencia, y de esa manera, no quedar en la obsolescencia. Es por eso que, una de esas estrategias que utilizan es la innovación.

La Universidad Cornell, la escuela de negocios INSEAD y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) crearon el Índice Mundial de Innovación con el objetivo de proporcionar indicadores acerca de la innovación en 126 países y economías de todo el planeta. En el año 2018, Suiza con un índice de 64.40 fue el país más innovador del planeta, gracias a una economía basada en el conocimiento y convertir las ideas innovadoras en proyectos lucrativos. El Perú se ubicó en el puesto 71, con índice de 31.80, posición que indica que el país está por debajo de la mitad, y esto conlleva a que las empresas peruanas no se involucran por la innovación.

Esto concuerda con los resultados difundidos por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2015) quien realizó una encuesta para determinar si las empresas manufactureras realizaban acciones sobre innovación. Las conclusiones que llegaron fueron que para el periodo 2012 – 2014, en el país, el 61,2% de las empresas de la industria manufacturera realizaron alguna actividad de innovación. De ellas, solo un 14,6% fueron innovación relacionada a la transferencia tecnológica. Además, si lo focalizamos a nivel del sector textil, las empresas que se dedican a la Fabricación de productos textiles, el 49% de ellas, realizaron algunas actividades de innovación. Estos resultados, indican que casi la mitad de las empresas no consideran importante a la innovación para sus productos o servicios que brindan. Y esto está relacionado, con la inversión que se tiene que realizar.

En el año 2019, el INEI ejecutó la Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera y Empresas de Servicios Intensivas en Conocimiento (ENIIMESIC, 2018) cuyos resultados encontraron que el 54,9% de las empresas de manufactura tuvieron al menos una innovación. A nivel de sectores empresariales, tenemos que el 20,3% corresponden al sector telecomunicaciones. Y, en el sector manufactura, las industrias que más invierten en innovación son la minería no metálica con 4,7% y la farmacéutica con 4,2% del total de la inversión. Con relación al sector textil, tenemos que el 44,4% de las empresas al menos realizaron una innovación.

De otro lado, casi todas las empresas del sector textil utilizan sus recursos propios como fuente de financiamiento para realizar sus acciones de innovación. En muchos casos, debido a que no quieren financiar mediante la banca privada, dado que, tendrán que cancelar el préstamo con intereses. Además, otra causa de la poca innovación por las empresas, es debido, al desconocimiento de las

ventajas pueden tener, en relación, a diseñar nuevos productos o servicios, y que ello, le permita generar mayores ingresos, y por ende, tener más rentabilidad.

Cabe mencionar que, la tecnología es uno de los factores que más influye en la innovación de las empresas, de las cuales solo el 14,6% lo realiza mediante transferencia tecnológica. Lo que permite analizar que las tecnologías no están siendo utilizadas en todo su potencial, esto, basado en desconocimiento total o parcial de los procesos que pueden ser mejorados o rediseñados, con la finalidad de establecer nuevos productos o servicios, y que sean acordes a estos nuevos tiempos.

Dadas las situaciones previstas, y dada la importancia, es necesario realizar la investigación, puesto que, de esta manera se podrá establecer las causas o factores de las tecnologías que influyen en la innovación de las empresas del sector textil de la ciudad de Lima.

Ríos, Ortega, Villafuerte y Santos (2017) realizaron un estudio a 1665 Mypes del Ecuador cuyo propósito fue encontrar si existe relación entre la innovación y la tecnología. Los investigadores concluyeron que el 72,6% de las empresas encuestadas aplican algún tipo de innovación. Además, encontraron que de las empresas innovadoras, el 64% de ellas aplicó una innovación a sus productos y solo un 7,9% realizaban innovación a su organización.

Estrada y Parra (2017) realizaron una investigación cuyo objetivo fue encontrar cómo influye la innovación de las Pymes del sector textil y la utilización de textiles inteligentes en las empresas que se dedican a las exportaciones textiles, la investigación concluyó que son reducidas las empresas que se fabrican sus productos con telas inteligentes, porque todavía es una inversión a largo plazo, pero, están conscientes, que un futuro no muy lejano será fundamental utilizar dicha tecnología en el sector textil.

Se puede analizar que, efectivamente las empresas del sector textil no invierten en innovación, esto debido a desconocimiento de las ventajas que podrían ganar, no solo en rentabilidad, sino en contar con personal altamente calificado, y de esa manera, estar a la vanguardia en su sector.

La investigación de Vega (2014) Leadership style, entrepreneurial orientation and innovation: The impact on business performance and competitiveness in Puerto Rico, tuvo como propósito encontrar la relación entre las variables de estudio, lo cual fue contrastado dado que encontró una fuerte correlación entre la innovación técnica y administrativa, y moderada positiva correlación del estilo de liderazgo transformacional con la competitividad de las empresas Pymes en Puerto Rico, además que las variables analizadas tuvieron una influencia significativa positiva en el desempeño organizacional. Estos resultados dieron a conocer que la innovación previene y establece que es necesario que las organizaciones mejoren su gestión empresarial.

La Confederación Empresarial de Madrid (CEOE, 2015) define a la innovación como una de las características esenciales de desarrollo que tienen los países avanzados, es decir, la innovación no es sola la incorporación de nuevas tecnologías, sino que, debe ver todo el espectro que requiere una empresa, desde la forma de prever las necesidades de los consumidores, la forma de generar valor mediante nuevos procesos, productos y servicios de mayor calidad, pero, todo ello al menor costo. Esto quiere decir, que la innovación es un proceso que va más allá de la dación y uso de la tecnología, sino, debe de ayudar a las empresas a detectar nuevos mercados, asimismo, debe de permitir la creación de nuevos productos y servicios, utilizando los mínimos recursos, y de esa manera, las empresas serán más rentables.

De otro lado, Schumpeter estableció a la innovación como la entrada de un nuevo producto o servicio; la mejora de los procedimientos del proceso productivo de un sector económico; la apertura de nuevos lugares donde colocar sus productos o servicios; la utilización de fuentes de abastecimiento, así como el ingreso de métodos adecuados para competir en un mercado altamente cambiante.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2015) publicó un documento sobre innovación, en el cual clasifica a la innovación en:

Innovación en producto o servicio: esto se da, cuando las empresas proponen nuevos productos o servicios al mercado, es decir, serán catalogados como nuevos, cuando incorporen nuevas características técnicas o funcionales, la utilización de nuevos materiales o componentes, así como el uso de software.

Innovación de procesos: esto se da, cuando se aplican nuevos, cambios o mejoras en los procesos productivos, de logística o de distribución, es decir, se observa nuevos procedimientos y formas de trabajo en la empresa, y que esto conlleva a la utilización de menores recursos y de esa manera, las empresas producirán productos o servicios de mejor calidad.

Innovación organizacional: se da cuando, las empresas proponen nuevas formas de estructura en sus organizaciones, las cuales son aplicadas a la mejora de la gestión empresarial, es decir, mejoras de procedimientos en la capacitación y evaluación de sus colaboradores, mejoras en los sistemas de gestión de calidad, aplican una reingeniería de procesos a su negocio, así como proponen cambios sustanciales a la forma de relacionarse con los clientes y proveedores, y de esa manera llegar a tener una estrecha relación con ellos, los cuales pueden ser aplicando tecnología como un CRM o Comercio Electrónico.

Innovación de marketing o comercialización: esto se da, cuando las empresas proponen la implementación de mejoras a su plan de marketing, es decir, incluyen cambios sustanciales en el diseño de su producto, basándose en lo que el cliente está demandando, esto va desde el precio, distribución, embalaje y promoción.

De otro lado, es importante mencionar que, existen factores que pueden obstaculizar o demorar la innovación de las empresas, éstos pueden ser los factores económicos, entre ellos, el alto costo de la acción innovadora, la poca demanda del producto o servicio innovador, además, pueden existir factores sociales, tales como carencia de personal especializado, y factores legales, como leyes, reglamentos o normas fiscales.

El estudio tiene una justificación teórica, puesto que su propósito es aportar mayor conocimiento sobre la competitividad y que sus resultados puedan ser sistematizados en una propuesta que precise los alcances de las variables que inciden en esta, y sea incorporado como conocimiento a las ciencias administrativas.

Además, su justificación práctica se sustenta en el hecho de que la investigación propuesta propone identificar las variables que inciden en la competitividad de las medianas y pequeñas empresas del sector textil, y contribuir a que los tomadores de decisiones propongan el desarrollo de políticas que posibiliten el fortalecimiento del sector.

Lo anterior contribuirá a que se pueda identificar factores para establecer una política sectorial de largo plazo que impulse la productividad, una mejor calidad de vida de las personas que laboran en el sector generando así mercados más estables; todo ello podrá asegurar la disponibilidad de los recursos y que el producto llegue a los consumidores a precios razonables.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Por sus características metodológicas, la propuesta de investigación reúne las condiciones de una investigación práctica, puesto que se propone identificar factores de la innovación empresarial de las medianas y pequeñas empresas del sector textil de la ciudad de Lima.

La población en estudio la constituirán las medianas y pequeñas empresas del sector textil de la ciudad de Lima, contando para ello con la información recopilada por la Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2018, las cuales fueron ejecutadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Para la investigación, se utilizó dos técnicas; una de ellas será la observación indirecta, dado que es necesario contar con la información de las empresas del sector. La otra técnica, a ser utilizada será el Análisis documental; ello nos permitirá efectuar análisis de información levantada de fuente

primaria. El instrumento utilizado será los registros de la base de datos de Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2018.

Cabe mencionar, que para la conformación de la estructura por tamaño de empresa, el estudio utilizó la Ley N° 28015 “de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, el cual sostiene lo siguiente:

- **Pequeña empresa:** Con ventas netas mayores a 150 UIT (S/. 570 mil soles) hasta 1 700 UIT (S/. 6 millones 460 mil soles).
- **Mediana empresa:** Con ventas netas mayores a 1 700 UIT (S/. 6 millones 460 mil soles) hasta 2 300 UIT (S/. 8 millones 740 mil soles).
- **Gran empresa:** Con ventas netas mayores a 2 300 UIT (S/. 8 millones 740 mil soles).

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La mayoría de empresas corresponden a la pequeña empresa (85,3%), su actividad económica se concentra en la fabricación de prendas de vestir (63,8%), su organización jurídica son sociedad anónima cerrada (62,9%) y las ventas anuales promedio (en miles de soles) alcanza los 6 521,79 soles. En la tabla 1 se describe las características generales de la industria.

Tabla 1: Características de las empresas del sector textil por tamaño de las empresas

	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Empresas por tamaño	85,3%	0,9%	13,8%	100,0%
Actividad económica				
C13. Fabricación de productos textiles	37,9%	22,8%	67,0%	36,2%
C14. Fabricación de prendas de vestir	62,1%	77,2%	33,0%	63,8%
Organización jurídica de la empresa				
Persona Natural	6,4%	0,0%	0,0%	5,5%
Sociedad Anónima Abierta	0,0%	0,0%	0,5%	0,1%
Sociedad Anónima Cerrada	64,4%	51,4%	54,6%	62,9%
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	8,9%	13,3%	23,9%	11,0%
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	14,7%	13,3%	0,9%	12,8%
Sociedad Anónima	5,5%	22,1%	20,1%	7,7%
Volumen de producción (en miles de soles)				
Ventas netas de bienes y/o servicios producidos y/o comercializados	S/1 773,01	S/7 693,37	S/35 888,13	S/6 521,79

La mayor proporción de empresas se clasifican como pequeña empresa (85,3%), la mediana posee una pequeña proporción del total. La más alta proporción en el tipo de organización de las empresas

es Sociedad Anónima Cerrada, y eso corresponde a los tres tamaños de empresas. Las empresas se concentran en la actividad económica relacionada con la fabricación de prendas de vestir. El volumen de producción, analizada en función de las ventas en promedio corresponde a 6 521.79 miles de soles. El rango inferior correspondiente a las pequeñas empresas con 1 773.01 miles de soles y el rango superior corresponde a las grandes empresas con 35 888.13 miles de soles.

La tabla 2 describe las diferentes actividades de innovación realizada por las empresas del sector textil. Se encontró que las empresas del sector textil de la ciudad de Lima realizan actividades de innovación, el 47,2% realiza al menos un tipo de innovación. El mayor tipo de innovación realizado corresponde a las actividades de gestión de la innovación con un 40,6%, destacando en la asignación de los recursos para la innovación, la organización de responsabilidades y la toma de decisiones entre los empleados. Por otro lado, también tiene una aceptación las actividades de ingeniería, diseño y otras actividades creativas con un 19,3%, destacando la definición de procedimientos y especificaciones operativas y/o técnicas como resultado de la instalación de una maquinaria que permitirá innovar en el proceso y/o el producto.

Tabla 2: *Actividades de Innovación según innovación de las empresas del sector textil*

Actividades de Innovación	Innovación	
	Si	No
Actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) interna	1,0%	99,0%
Actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) externa	0,2%	99,8%
Actividades de Ingeniería, diseño y otras actividades creativas	19,3%	80,7%
Actividades de Marketing y valor de la marca	6,4%	93,6%
Actividades de Propiedad intelectual (PI)	3,6%	96,4%
Capacitación para actividades de innovación	6,5%	93,5%
Actividades de Desarrollo o adquisición de software y base de datos	10,6%	89,4%
Actividades de Adquisición o alquiler de bienes de capital (incluye hardware)	28,3%	71,7%
Actividades de Gestión de la Innovación	40,6%	59,4%
Total de empresas del sector textil	47,2%	52,8%

En la tabla 3, muestras los factores o características de las empresas del sector textil que realizan algún tipo de innovación. Con relación al tamaño de empresa, la proporción mayor corresponde a las medianas empresas con un 55,0%, y existe diferencias significativas entre ellos. Cuando se analiza por el tipo de organización jurídica, tenemos que la mayor proporción corresponde a las de sociedad anónima abierta con el 100%. En los resultados correspondientes a la actividad económica

de las empresas, se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre cada una de las categorías.

Tabla 3: Características de las empresas según nivel de innovación de las empresas del sector textil

	Ningún tipo de innovación	Al menos un tipo de innovación	Sig.
Tamaño de la empresa			***
Pequeña	56,4%	43,6%	
Mediana	45,0%	55,0%	
Grande	58,8%	41,2%	
Actividad económica			***
C13. Fabricación de productos textiles	63,5%	36,5%	
C14. Fabricación de prendas de vestir	46,7%	53,3%	
Organización Jurídica			***
Persona Natural	62,5%	37,5%	
Sociedad Anónima Abierta	0,0%	100,0%	
Sociedad Anónima Cerrada	43,0%	57,0%	
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	74,4%	25,6%	
Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	65,2%	34,8%	
Sociedad Anónima	80,2%	19,8%	

X^2 de Pearson para variables categóricas

*** $p < 0.01$

4. CONCLUSIONES

El estudio ha podido establecer algunos hallazgos de las empresas del sector textil de la ciudad de Lima:

- El 47,2% de las empresas del sector textil de la ciudad de Lima ha realizado al menos un tipo de innovación. Cabe mencionar que, dichos valores están muy cercano a lo encontrado para el mismo sector a nivel nacional, el cual fue que el 44,4% de las empresas al menos realizaron una innovación.
- Además, se encontró que de acuerdo al tamaño de la empresa, para el estudio se aplicó una estructura basada en la Ley N° 28015 “de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, que fue en función del volumen de ventas. En sentido, podemos indicar que las empresas catalogadas como mediana, fueron las que realizaron la mayor proporción en actividades de innovación (55,0%).
- El 53,3% de las empresas del sector textil que realizaron algún tipo de innovación corresponde a la actividad de fabricación de prendas de vestir, valor superior si la comparamos con todas las empresas del sector textil a nivel nacional (36,3%).

5. LISTA DE REFERENCIAS

- Arias Fidas (2016). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología científica*. 7ma. Edición. Editorial Alegría, 2016.
- Bernal César (2010). *Metodología de la investigación*. Tercera Edición. Pearson Educación de Colombia Ltda., 2010.
- Carrasco Díaz Sergio (2005). *Metodología de la Investigación Científica*, 1era edición. Editorial San Marcos. Lima-Perú (2005).
- Chao L. y Castaño J. (1993). *Estadística para las ciencias administrativas*. McGraw-Hill. México. 3ra. Ed.
- Confederación Empresarial de Madrid-CEOE, 2015. *La Innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas*. Editorial: Datagrafic, S.L.. I.S.B.N.: 84-451-1992-3
- Cornell University, INSEAD, and WIPO (2018): *The Global Innovation Index 2018: Energizing the World with Innovation*. Ithaca, Fontainebleau, and Geneva.
- Dinara, D. P., & Borba, G. S. (2012). The role of digital technologies for the innovation of the learning experience in the university classroom. *Strategic Design Research Journal*, 5(2), 59-69. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1776696002?accountid=37408>
- Esmail, H. A. H., & Hemdan, R. K. (2018). *Determinates of innovation and its relationship with economic growth in saudi arabia*. London: The Academy of Business and Retail Management (ABRM). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2089760654?accountid=37408>
- Estrada Mona, A. & Parra Mejía, D. (2017). *Influencia de la innovación en textiles inteligentes para exportaciones de las Pymes del sector textil en Medellín*.
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. 5ta Edición. MacGraw-Hill. México.
- Hernández L., R. A., & Coello G., Z. (2008). *El paradigma cuantitativo de la investigación científica*. Cuba: Editorial Universitaria. Hernández S., R. (2006).
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2017. *PERÚ: Encuesta Nacional de Innovación en la Industria Manufacturera 2015*. Lima, Perú.
- Jafari, S. M., & Amoozegar, E. (2017). *Business model innovation: Exploring the role of strategic agility and organizational learning*. Kidmore End: Academic Conferences International Limited. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1980474572?accountid=37408>

- MacKenzie, G. R. (2007). Development of a technology innovation integration metamodel (Order No. 3252437). Available from ProQuest Central. (304704632). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/304704632?accountid=37408>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE 2015). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.
- Ríos-Zaruma, J. & Villafuerte, D. & Ortega Vivanco, M. & Santos, Jane. (2017). Innovación y tecnología en la industria textilera ecuatoriana. Conference: 12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, At Lisboa.
- Sabino Carlos (2000). El proceso de investigación. Ed. Panamericana, Bogotá, y Ed. Lumen, Buenos Aires.
- Vega Alejandro, R. (2015). Leadership style, entrepreneurial orientation and innovation: The impact on business performance and competitiveness in puerto rico (Order No. 3709292). Available from ProQuest Central. (1699340937). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1699340937?accountid=37408>