Año 2018

INNOVACIÓN TEXTIL EN AREQUIPA

Una publicación del CITE TEXTIL CAMÉLIDOS AREQUIPA

PERÚ Ministerio de la Producción

ITP red CITE Instituto Tecnológico de la Producción

CITE textil Camélidos Arequipa

Buenas ideas en acción

CITE textil Camélidos
Arequipa

Primera Edición Mayo 2018

Coordinador del Proyecto: Rafael Chambilla
Supervisión General y Edición: Hedgard López Barreda
Fotografía: Marcos Herrera
Diagramación: Mariela Oviedo Lira

PROLOGO

La innovación es el resultado de un complejo de intervenciones deliberadas en distintos niveles de la gestión pública, de las capacidades académicas, la predisposición de las empresas y sus Instituciones representativas, de la creatividad de las personas y la cultura que se constituye a lo largo de los distintos estadios del desarrollo humano. No nos cabe duda, por ejemplo, que en el Perú hubo una capacidad de innovación sorprendente y luego útil para toda la humanidad, en las épocas prehispánicas. Quizá luego se aplanó y hasta atropelló esa capacidad.

Existen muchos ejemplos de chispazos creativos de personas que lograron hacer propuestas de innovación en muchos campos de la actividad económica. Impulsados por el interés legítimo de obtener retribución a sus propuestas, pero siempre motivados por el afán de satisfacer demandas de las personas o con el ánimo de proponerles algo que les proporcione bienestar, mejor calidad de vida o cualquier otro interés bueno o malo.

La disponibilidad de una fibra tan especial, como es la de los Camélidos Sudamericanos y particularmente la fibra de alpaca, le dio a Arequipa y al Sur del Perú la oportunidad de ensayar innovación, para los procesos de transformación productiva, adaptación tecnológica, desarrollo de productos, en fin, oportunidades que han sido importantes y que han colocado a la Industria Textil basada en esa fibra, en un componente estratégico de las capacidades productivas del Perú. Esta entrega que, como CITE Textil Camélidos Arequipa, ofrecemos a quienes participan en los diferentes eslabones de la Cadena Productiva, recoge algunos ejemplos de innovación y da inicio a un esfuerzo para sistematizar las propuestas creativas que se registran en esta Industria.

La innovación no se da espontáneamente, todos los estados en el mundo han ido desarrollando propuestas especiales e instrumentos que incentivan, organizan, provocan y logran la innovación como el resultado de una confluencia de tareas rigurosamente planificadas. Los centros de innovación que el Perú está impulsando, como parte de varios programas, tiene el propósito de generar una cultura de innovación en los planos nacional, regional, local, en los sectores económicos, en las empresas y en las personas. La aspiración es que, los ejemplos que se recogen en esta publicación, sean frecuentes y efectivos para posicionar una Industria muy particular, con alta capacidad competitiva, en un mercado sofisticado y de permanente vigencia.

VIMOS LA OPORTUNIDAD Y LA APROVECHAMOS

Erika Muñoz Alegría
Gerente General de Brisan

La empresa Brisan fue creada el año 2010. Sin embargo, la Gerente General Sra. Erika Muñoz Alegría es la entusiasta y dedicada empresaria ligada al rubro textil desde el año 2003. Ella cuenta con estudios en Contabilidad y Administración de Empresas. Brisan se dedica al servicio de tejido, lavado y acabados textiles, principalmente, para prendas de exportación a base de fibra de alpaca.

Precisamente en el 2010, de la manera más casual mientras paseaba con unos familiares en el distrito de Sachaca, supo captar a uno de sus primeros clientes que no solo le permitiría emprender un negocio sino concretar el objetivo de exportar a través de una orden para enviar un pequeño lote de chompas de alpaca a Australia.

"De casualidad conocí a mi primer cliente. Una mañana fui con unos familiares al mirador de Sachaca y me quedé junto a un caballero extranjero que no pudo subir debido a que eran muchas gradas y él tenía un problema cardiaco. Yo no subí porque me quedé cuidando a una bebita. Empezamos a conversar. Él me preguntó ¿a qué te dedicas? y le conté que trabajaba con prendas de alpaca y me dijo ¡fabuloso!, luego me contó que tenía un fundo en Australia. Luego de reunir a tres artesanos para llevar algunas muestras, lo visité. Hasta hoy sigue siendo nuestro principal cliente", nos cuenta con orgullo.

Siempre tuvo claro que podía y debía crecer, así que decidió dar ese primer paso. En el 2012 instaló una lavandería especializada para este tipo de fibras. Sin embargo, solo pudo funcionar un año después.

Nos cuenta Érika: *"Fue una experiencia compleja, pero tenía que iniciarla. Yo estaba involucrada con gran parte de los procesos productivos que involucra a la fibra de alpaca y el primer paso fue instalar una lavandería. Recuerdo que un día trajeron unas mantas gruesas que al lavarlas se estropearon y nos preocupamos mucho porque recién estábamos empezando. Pero lo que pasó fue que las mantas se abatanaron (proceso que mejora las propiedades de resistencia, cohesión y suavidad de la tela hecha en fibras de pelos y lanas), evidentemente eso no era lo que quería el cliente y tuvimos que reponer las mantas a nuestro pesar, pero más allá de este episodio la experiencia fue positiva porque aprendimos a realizar este proceso que ahora resulta uno de los servicios más representativos que ofrecemos."*

UNA EMPRESA QUE HILA FINO

El hecho fortuito de lograr el abatanado de una tela de alpaca, fue sistematizado y plasmado en un manual desarrollado por Brisan. Se trataba de una publicación donde detallaba procedimientos, insumos, tiempos, entre otros muchos detalles. Actualmente pueden definir texturas de la tela de fibra de alpaca, es decir lograr un 'semiabatanado' o un abatanado completo, dependiendo de la solicitud de cada cliente.

Brisan está caminando bien, sin embargo, tuvo que hilar fino para lograrlo. Esta empresa arequipeña cuenta con una planta de regular tamaño ubicada en el distrito de Yanahuara. Actualmente los colaboradores operan las máquinas vaporizadoras, lavadoras, centrífugas, secadoras y realizan además el planchado de las prendas y telas de fibra de alpaca.

Pero ¿de dónde salió la inversión? Erika tiene un aliado incondicional que es su esposo quien aportó el capital para adquirir el terreno y equipos que dieron vida a esta empresa familiar. Las ganancias de los primeros años fueron sabiamente reinvertidas en la empresa y el fruto de ese esfuerzo se puede observar en la alta motivación y en los planes de crecimiento para Brisan.

COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

La infraestructura de Brisan ha sido implementada y mejorada con el paso de los años con la consigna de no solo ser un negocio rentable, sino de colaborar activamente con el medio ambiente. Se cuenta con equipos a gas para la operación de equipos de vaporizado, lavado y centrifugado. El agua caliente que usan para el lavado de las prendas y telas de fibra lo obtienen de termas solares.

"Nuestros procesos no contaminan en lo absoluto. En el 2013, cuando compramos las máquinas, hubo la oportunidad de utilizar tecnología que requería gas. Si bien la inversión de instalación fue mayor, es notable la reducción de gastos en la operación de la maquinaria", explica convencida de haber tomado una buena decisión.

Por si fuera poco, el agua que utilizan para el lavado es almacenada en pozos subterráneos que luego reutilizan para regar los jardines que circundan la planta. "Es la manera como quisimos constituir la empresa y estamos orgullosos de eso", cuenta orgullosa Erika.

EN LAS BUENAS Y EN LAS MALAS, JUNTOS

Conformar una empresa requiere esfuerzo y sacrificio que en el caso de Brisan cuenta con aliados estatales importantes como Promperú que otorgó un certificado de buenas prácticas en diciembre del año pasado, además obtuvo algunos estímulos del Gobierno Regional de Arequipa que entregó un distintivo por reconocer su innovación.

Pero son sus colaboradores los aliados más importantes y quienes han logrado posicionar a la empresa y Brisan. *"Nuestros colaboradores necesitan tener empleo todos los días y por ello yo tengo un compromiso con ellos a quienes además trato de fidelizar porque estos son procesos que no todo el mundo conoce y tienen que ser personas capacitadas, sino nada resultaría"*, dice muy convencida. Por ello, una de las políticas de brisan es: en las buenas y en las malas, juntos.

Erika Muñoz Alegría tiene dos hijos. Briana y Santiago son quienes dan origen a Brisan y aunque aún son menores de edad ya posan como modelos para los primeros catálogos de la empresa y se espera que en el futuro deseen continuar con este proyecto que crece gracias a una visión clara y a la puesta en marcha de buenas ideas.

NOTA IMPORTANTE: Contamos con tres ámbitos en los que una innovación puede tomar lugar: en los procesos productivos, en la gestión del negocio propiamente dicho y en el área comercial. En el caso de Brisan, esta innovación se ha dado en la primera.

LA CLAVE ES CONOCER Y PERSEVERAR

Moises Delgado
Gerente General de DIFAXI

Difaxi empezó a operar en un taller pequeño y con máquinas alquiladas; sin embargo, hoy es una de las empresas más prósperas del rubro textil en Arequipa. El trabajo de su gente es conocido en Bolivia, Argentina e incluso en Estados Unidos.

Esta es una empresa con sello familiar. Su nombre proviene de las iniciales de Diego, Fabiola y Ximena (Difaxi), los tres hijos del empresario y gerente, Moisés Delgado, Técnico en Electricidad Industrial que ha dedicado gran parte de su vida al mundo de los tejidos y confección de prendas de alpaca.

Difaxi se creó oficialmente en 2007, pero por esos azares de la vida, sus raíces empezaron a crecer desde mucho antes. Moisés, laboró 14 años en Incalpaca, una de las empresas textiles más grandes de la región. Además, trabajó tres años en Lima, en el mismo rubro.

El empresario confiesa que su labor no estaba directamente ligada a la confección. Su trabajo se concentró en funciones administrativas como Jefe de Turno, de Línea y de Programación. Admite que al principio no proyectó crear su propia empresa y mucho menos emprender en el negocio de la fibra de alpaca.

De alguna manera, el cobro de una deuda pendiente fue el capital que le abrió las puertas del mundo textil. Al no poder pagarle con dinero dado que el negocio no iba bien, el jefe de Moisés le ofreció darle máquinas. Dichas máquinas pronto le dieron vida al taller del que ya hemos hablado.

"Me vendió el taller a US$ 28 mil dólares y me alquiló sus máquinas de confección. Antes de aceptar comenté el tema con unos amigos y ellos me aconsejaron que entre al negocio. Yo ya conocía el rubro, creo que esa fue la clave", cuenta rememorando aquella decisión que cambió su vida y la de su familia, para bien.

No fue una decisión aventurada. El empresario en todos sus años dedicados a este negocio, ha visto fracasar a muchos conocidos y amigos. Pero no tuvo miedo. *"Hay que saber qué vas a hacer, conocer el mercado y recién invertir. Sino fracasas"*, dice seguro de lo que hace y considera la receta para los nuevos empresarios.

INICIANDO EL NEGOCIO

Por su experiencia en Incalpaca y algunas empresas de Lima, Moisés conocía algunos clientes y empresarios dedicados a este negocio. Sin embargo, en el mundo textil, el conocimiento no basta, la perseverancia es clave.

Un día el empresario preparó un catálogo de muestras textiles, armó maletas y de dirigió a Bolivia. Luego de caminar y visitar muchas tiendas durante varios días, conoció a un empresario en Bolivia. No deseaba seguir más esperando órdenes de trabajo para su taller ni contar con intermediarios. Fue así que decidió salir a vender su producción directamente. La suerte le sonrío. El comerciante boliviano se convirtió en su primer cliente. Por semana, Difaxi le enviaba remesas de entre 250 a 300 prendas de alpaca. *"Con las ganancias del trabajo que enviaba a Bolivia logré construir mi casa"*, comenta orgulloso. Por estas fechas, apunta a llevar su producción a Argentina y pretende llegar a Estados Unidos. De hecho, la empresa ya ha llegado a pisar suelo americano, pero con prendas de algodón. El gran salto será con su producto estrella, la fibra de alpaca.

EMPRESA CON ROSTRO DE MUJER

Difaxi nació en un pequeño taller con 20 trabajadores. Hoy la empresa se ha establecido en un ambiente más amplio y mejor distribuido, donde laboran generalmente mujeres, la mayoría madres de familia.

¿Por qué mujeres? Moisés no puede negar que en el tema de acabados en prendas de alpaca, la mano de la mujer es prodigiosa, por eso opta por contratar más damas. Además es una forma de apoyar a quienes deben laborar para sostener a sus familias.

LA INNOVACIÓN DE LA MANO DEL MEDIO AMBIENTE

Esta empresa además del buen trabajo en tejido y confección, ha innovado técnicas en el servicio de lavado de prendas de alpaca, una forma de mantener la calidad de la prenda.
Delgado cuenta que fueron los primeros de imponer el "lavado al agua", un sistema que impide que los paños se maltraten. El lavado convencional contemplaba el uso de insumos como el percloro, un método caro y contaminante.

La técnica del lavado al agua, además, de optimizar costos, contribuye al cuidado del medio ambiente porque los insumos usados son amigables con la naturaleza.

Sin duda alguna, Difaxi no solo innovó su gestión comercial al concebir una nueva manera de comercializar directamente su producción con grandes resultados, sino que además propuso nuevos procedimientos de lavado que han aportado a obtener prendas con una excelente mano que son reconocidas por clientes dentro y fuera del país.

EL CAMINO AL ÉXITO SE LOGRA TRABAJANDO JUNTOS

Roberto López Guerra
Gerente General de NATIVA

Roberto López Guerra es un joven ingeniero industrial que asegura que en algún momento llegó a perder la noción del tiempo por haberse dedicado al 100% a su trabajo en una empresa textil arequipeña, lo que no está nada mal. Sin embargo, esto terminó afectándolo y se vio motivado a establecer un punto de quiebre en su vida profesional.

Nos cuenta: *"Un domingo estaba trabajando en la planta como casi todos mis domingos. Pero ese día fue diferente porque uno de los talleres con los que trabajamos se atrasó en la entrega de unos cuellos. Llamé al responsable para reclamarle y exigirle la entrega inmediata. Estaba alterado porque a mí también me presionaban, pero su respuesta me hizo reflexionar porque me dijo: Roberto hoy es domingo y acabo de venir de misa con mi familia ¿qué te pasa?, ve con tu familia"*, recuerda con exactitud.

Luego de ese episodio su panorama estaba más claro. No se imaginaba estar en ese mismo lugar llamando la atención a sus empleados en 30 años. Su hija estaba por nacer y pensó que era el momento de un cambio. Un par de semanas después, luego de recibir un agasajo por su cumpleaños en la empresa, anunció su renuncia en público.

NUEVOS RUMBOS

Roberto López empezó una aventura llamada Nativa. Tenía varios años de experiencia en el sector textil y conocía todos los procesos desde el tejido, lavado y también el abatanado de tejido de alpaca. Precisamente el nuevo proyecto consideraba el trabajo manual con artesanas para el tratamiento de la fibra y elaboración de prendas.

En Arequipa abrieron dos tiendas que tuvieron éxito y lograron la exportación de tejidos y prendas. Todo anduvo bien, pero luego de 5 años la empresa decidió dar un giro. Dejaron la producción para dedicarse a desarrollar proyectos de innovación. Nativa aún era una empresa pequeña pese a que estaba posicionada y sus ventas no eran nada despreciables, pero hace 2 años, aproximadamente, se abocaron a apoyar a otras empresas para desarrollar proyectos que mejoren su rentabilidad y calidad.

Nos comenta: *"Actualmente la exportación de alpaca se da en tops, fibra y hasta animales y para quienes se dedican a la elaboración de prendas es complicado porque compiten con grandes que no solo ofrecen productos sintéticos sino también de alpaca que hacen en Italia o China. Sucede que mandamos para allá tops y sacan hilados más baratos y ahí creo que nos estamos haciendo el harakiri"*, cuestiona el empresario.

"Ahora el principal volumen de exportación es la materia prima. Es como la minería en el sector textil y ello genera competencia de afuera. Bajo esa perspectiva, las empresas se muestran menos competitivas y deberían ser más creativas si es que quieren colocar prendas porque muchas tienen competencia de afuera y eso debería obligarlas a ser innovadoras en sus procesos y productos.

Por ejemplo, ellos trabajan un proyecto para mezclar fibra de leche con alpaca. La alpaca tiene una fibra proteica y la leche tiene también proteína (la caceina) que al extraerla se puede hacer un material hilable y en el mundo ya se puede adquirir productos con hilado de leche. *"Hay un paradigma de la alpaca con niños piensan que es alergénica, pero no lo es. Lo que muchas veces produce picazón es la calidad de la fibra o hilado alpaca y por eso queremos mezclar ambas fibras para confeccionar prendas y llegar al mercado de niños"*, reveló convencido del innovador proyecto.

LA UNIÓN HACE LA FUERZA

Una de las innovaciones de Nativa es la conformación y, más importante aún, la integración de redes empresariales. Ahora trabajan con dos que están integradas por 8 empresas cada una. Una red se dedica al tejido plano y la otra al tejido de punto.

En el camino implementaron sistemas para mejorar su producción y desarrollaron proyectos vinculados al parafinado, mejora de tejidos, uso de energía renovable con aplicación a textiles y hasta optimizar el sistema de abatanado. Actualmente las redes cuentan con empresas con 3 años y hasta 20 años de experiencia.

"La asociatividad parece ser la fórmula para alcanzar el éxito, sin embargo es una anhelo que pese a llevar años en aplicarse en diferentes sectores del país, no ha logrado impactar positivamente en el sector textil. ¿Cuál es la limitación? La falta de confianza".

"Si no tienes confianza nunca se va a producir bien. Lamentablemente es un tema que los peruanos no tenemos, es parte de nuestra idiosincrasia. A veces cuando haces un negocio ya piensas en qué te pueden estar estafando o sacando la vuelta y resulta un gran problema pensar así. Pese a eso, yo sí creo que el camino del éxito se hace trabajando juntos", dice muy convencido.

USO DE TECNOLOGÍA

Una de las limitaciones para innovar, es no tener acceso a investigaciones o a la tecnología para poder implementarla. Según Roberto, hay un déficit de parte de las universidades en su relación con los empresarios.

"Las empresas aún no reconocen la jerarquía de las universidades por más que tengan doctores y magister en temas técnicos, no sé si es un paradigma o es real. Tal vez son doctores de carpeta y no llegan a un nivel que sea útil a las empresas. Las universidades sí tienen las condiciones de contribuir por la tecnología que manejan, por el ejemplo, con los laboratorios, pero de ahí no hay más. En el sector textil, es difícil compartir tecnología, no hay mucha apertura y es limitado", lamenta el gerente de Nativa.

"Son tres factores los que van a determinar el éxito de una empresa: la innovación, la asociatividad y el apoyo comercial que el Estado podría canalizar. Sin embargo, es la innovación donde se presenta la principal limitación por el acceso a la información y falta de financiamiento".

Aún hay mucho por hacer en el sector y por ahora los esfuerzos están direccionados a convocar al empresario y hacerle notar la gran importancia de confiar, de poner en marcha las ideas que tenga y de lograr el indispensable acercamiento entre ellos y las universidades.

LA INNOVACIÓN ES UNA ACTITUD

Hedgar Chávez
Gerente General de Hidromec

Desde joven Edgar Chávez Oblitas aprendió de todo, lo rediseño y mejoró. Ingeniero mecánico de profesión logró sus estudios en Argentina, gracias a un préstamo que su padre accedió en el Gobierno de Fernando Belaúnde Terry a consecuencia de los sismos del año 1963.

Con más de treinta años en el rubro de las maquinarias de producción en general, asegura que en el Perú se puede construir de todo y mucho más barato que en cualquier otro país. *"Para algunas cosas lo único que se requiere es habilidad. También universidad, pero más habilidad"*.

Cuando la dictadura de José Velazco Alvarado se estableció en el Perú, el Ingeniero Chávez trabajaba para la llamada entonces International Pretoleum Company, empresa expropiada y renombrada Petro Perú. En esa época, recuerda, no teníamos tubos, abrazaderas, bujías, nada.

Se convirtió en gran conocedor de los mecanismos de las bujías, embragues y ganchos para grúa. Trabajó en los pozos de agua confinada en el desierto de Sechura con un americano que lo formó en perforación. Pero las veinte horas de jornada laboral y los sueldos desproporcionados terminaron por desanimar al joven ingeniero.

Con el tiempo, el ingeniero Chávez se aparta del Estado y empieza a trabajar como contratista. Ya instalado en Arequipa asegura que el rubro industrial no tenía maquinaria nueva. Todas eran usadas y el trabajo del ingeniero era repotenciarlas. *"Las máquinas llegaban y teníamos que limpiarlas, pulirlas y acondicionarlas; y las que teníamos aquí las arreglábamos y las vendíamos a África, hacíamos lo mismo en la industria lácteas, limpieza, papelería, etc"*, recuerda con claridad.

En la década del 90, la experiencia ganada fue valorada y convocada por el Grupo Inca que lo contrata para que haga mantenimiento de sus líneas de producción de textil. Allí descubre que las maquinarias traídas de Europa para trabajar la fibra y algodón eran creadas para establecerse a nivel del mar. *"En la costa el agua hierve a los 100° grados y en la sierra a los 92° grados, el problema es que en ese proceso no se fija el tinte al algodón. Se me ocurrió crear una atmósfera artificial presurizando la máquina y se solucionó"*, dice orgulloso de su notable innovación.

Mejoró las máquinas y pasó de tener dos máquinas a contar con dieciséis. Su valor subió de 600 mil dólares a 750 mil dólares. Ahora, señala, le han pedido que las actualice. Nuestras máquinas fueron un éxito, porque vinieron extranjeros y se las copiaron.

PODEMOS PRODUCIR TODO

El ingeniero Chjávez recuerda un viaje a Lima en el que buscaba una máquina muy especializada. Visitó la fábrica Andina y un ingeniero que conocía de sus capacidades le preguntó: ¿Por qué no te la haces?, *"Nosotros podemos producir más barato que los chinos, esa es mi teoría. Todo lo que tenemos es lógica. Antes tenías tu carro que producía 8 kilómetros por galón, ahora una camioneta te da 60 kilómetros ¿Qué se modificó? si el motor tiene lo mismo. Pero la presión que emite ahora es más precisa. Las cocinas que están en la costa tienen un rendimiento, pero en Arequipa es menor, por eso deben adaptarse. ¿Por qué no aplicamos eso? Las empresas duplicarían su producción y bajarían costos. Piensa que puedes competir, que puedes hacer tus cosas. No hay obstáculos para la innovación"*, asegura convencido que todo se puede lograr.

En 1998 Edgar Chávez desarrolló para una ONG española una máquina para trabajar el orégano para exportación. Fue reconocido por el Ministerio de la Producción.

Sonriente y risueño, después de una larga conversación, lanza una idea: *"Viste el problema que hay en los cines, ¿Y si hacemos popcorn del cañihuaco?, es más rico que el de quiwicha! Hay máquinas para eso. Lo hacemos e inundamos los cines de Lima. Los del mundo"*.

La historia del Ingeniero Chávez es testimonio de una actitud innovadora traducida en habilidades, conocimiento y decisiones que le han permitido afrontar la vida desde una perspectiva creativa y estar siempre dispuesto a decir: *Sí se puede!*

QUEREMOS AYUDAR A LOS QUE VAN A HEREDAR ESTA ACTIVIDAD

Moisés Asparrín
Adminsitrador Fundo Mallkini

Michell & Cía es uno de los grupos textiles alpaqueros más grandes del Perú. Si se quiere hablar de alpaca se tiene que hablar de Michell. Nos referimos a una empresa arequipeña que actualmente es pionera, principal productora y exportadora mundial de tops e hilados, además de prendas a través de sus operaciones con MFH Knits.

Hace más de 86 años, Frank W. Michell fundó Michell & Cía. dedicada a la compra, clasificación y comercialización de fibra de alpaca y lana de ovino. Sin embargo, su interés se orientó hacia la alpaca para hacerla conocida en el mundo y mostrar las bondades de este producto andino que destaca por la finura de su fibra.

Michell ha trabajado duro en los procesos que le permiten hoy contar con fibra de calidad, pero además se dedicó a la mejora genética de alpacas con la finalidad de asegurar la sostenibilidad de la industria por muchos años más.

CENTRO GENÉTICO

En la provincia de Azángaro, en Puno, se ubica el fundo alpaquero Mallkini que es propiedad del Grupo Michell y cuenta con 3 mil hectáreas y más de 3 mil alpacas. Aquí se enseña y mejoran los programas de crianza existentes en las comunidades puneñas, junto con otras instituciones peruanas y extranjeras, dedicadas a la mejora de la genética de alpacas.

"Desde el año 2000 iniciamos la gestión del fundo Mallkini. Comenzamos a levantar información de la producción y registrar todo respecto al desarrollo poblacional de la alcapa para así elaborar una estrategia de mejoramiento genético. Es decir, finura de fibra y peso de vellón. Hasta entonces no se llevaba un registro formal y claro de los nacimientos de alpacas o de su mortalidad", refiere el administrador del fundo Mallkini, Moisés Asparrin Tapia.

Una de las limitaciones después de acumular información por más de 6 años, recuerda el ingeniero Asparrin, fue darse cuenta de que en el país no había personal experimentado en mejoramiento genético en ganadería y mucho menos en alpacas. Por ello tuvieron que adecuarse y especializar a su propio personal para que puedan asumir esta tarea.

"El apoyo del Estado era muy escaso, con una base legal deficiente, y el apoyo técnico de las entidades a cargo estaban cada vez más distantes de la realidad nacional. Actualmente contamos con la competencia de un médico veterinario, técnico agropecuario, ingeniero zootecnista y personal administrativo con conocimiento de ganadería, informática y administración de empresas como personal propio del fundo Mallkini", cuenta orgulloso sobre el equipo de trabajo conformado.

El trabajo realizado y los resultados obtenidos desde el año 2006 a la fecha, han permitido a la empresa posicionarse como un importante centro genético de alpaca y también como principal comercializador de reproductores que son evaluados genéticamente y tienen la capacidad de transmitir los caracteres de finura y peso de vellón a su descendencia. Además de presentar y difundir los avances logrados en técnicas reproductivas modernas como la inseminación artificial y la transferencia de embriones.

Recientemente publicaron el proyecto "Incremento de la productividad y calidad de la producción de alpacas mediante la implementación de núcleos genéticos elite para la selección y diseminación genética mediante la producción de reproductores certificados y el uso de tecnologías reproductivas", un trabajo complejo que tuvo como investigador principal al Ingeniero William Vivanco Mackie, científico peruano e ingeniero zootecnista, además contó con el apoyo de la Universidad Nacional Agraria La Molina, Instituto Nacional de Innovación Agraria, la Universidad de Iowa y evidentemente el fundo Mallkini.

Además, se ha logrado desarrollar las tecnologías reproductivas de inseminación artificial y transferencia embrionaria a un nivel de eficiencia adecuado para su aplicación comercial que permita la más rápida diseminación de los genes de los animales selectos, entre otros logros. En el plano genético se busca desarrollar y establecer evaluaciones genéticas entre rebaños dentro de cada región y luego entre regiones para llevar eventualmente a un programa de mejora genética nacional que permita el intercambio entre los criadores de reproductores de valor genético conocido.

"El trabajo realizado durante este tiempo revolucionó el trabajo de mejora genética en Mallkini. Nuestro objetivo es ayudar a los ganaderos que llevan adelante esta actividad, muchas veces no en las mejores condiciones" dice emocionado el Ingeniero Asparrin, convencido que están próximos a dar la puntada final a esta importante investigación.

Luego de varios años, Michell se aproxima a convertir la ganadería alpaquera en un actividad empresarial atractiva, con un programa de mejora genética técnicamente validada y sostenible a nivel local, regional y nacional, con propuestas de manejo ganadero económicamente aceptables, con participación de los productores organizados empresarialmente y con propuestas que respondan al interés de sus representados.

HAY QUE HACER LO DIFÍCIL LO FÁCIL YA ESTÁ TOMADO

Humberto Bohrt
Gerente General de Pitata

"Los nuevos empresarios tienen que hacer cosas diferentes, nuevos hilos, especialícense en algo que sea innovador, no vendan lo mismo porque ya tienen competidores y no van a ganarles".

Humberto "Tito" Bohrt habla convencido de que nada es imposible. A sus 60 años mantiene la mirada traviesa y el carácter rebelde del niño que alguna vez fue. El niño que seguramente trepaba el árbol en lugar de quedarse contemplándolo, que corría por el pasillo y no caminaba pausado. Un niño que soñaba en grande.

En La Paz, Bolivia, se ubica la empresa Altifibers creada hace 25 años para el acopio, proceso y exportación de productos textiles derivados de fibras naturales (oveja, llama y alpaca). Actualmente es el más grande del país altiplánico y adquiere y procesa cerca del 80% de todas las fibras naturales producidas en el país y las exporta, principalmente, a Reino Unido, Europa y Estados Unidos.

"La más grande población de llamas está en Bolivia. Hay 2.7 millones de cabezas y la característica principal, por la que nadie la quiere, es que tienen una fibra muy gruesa. En realidad, es una cerda metida en una fibra muy fina que mucha gente no conoce, pero es similar al cashmere (cabra de Asia) que tiene una fibra muy fina también, pero es descerdada y separada de la gruesa", explica el experimentado empresario.

La llama boliviana fue sometida al mismo procedimiento que el cashmere y ahora Altifibers tiene su propia tecnología que les ha permitido contar con una fibra de llama muy fina y homogénea en micrones (unidad de longitud equivalente a una milésima parte de un milímetro que se usa en el sector textil). Ello implica tener una fibra de mayor calidad y ya cuentan con empresas que abarcan todos los procesos, desde la cría hasta el producto final llamado 'lama soft' y que además tiene su propia marca de prendas llamada 'Bonalla' que se comercializa en Estados Unidos.

EN LA CIUDAD BLANCA

Pitata es la empresa del grupo Altifibers que hace 9 años se instaló en la ciudad de Arequipa. Su incursión en la Ciudad Blanca obedece a una sola razón: ofrecer un mix entre la fibra de color y blanco, en vista que el 75% de alpacas bolivianas son de color y solo un 25% son blancas.

"Compramos, clasificamos y exportamos la fibra de alpaca desde Arequipa, pero poco a poco incursionamos en el lavado y exportamos fibra de alpaca lavada principalmente a China y también nos dedicamos a la venta de hilados en el mercado peruano", cuenta con cautela Bohrt.

Pero uno de los objetivos a mediano plazo es introducir al mercado nacional la fibra de llama, específicamente la lama soft (llama descerdada) que tiene una calidad extraordinaria en hilado.

"Pero además nos dimos cuenta que la alpaca presenta también muchos problemas y puede ser descerdada, no para obtener un micronaje más fino sino para que sea homogénea y no exista tanta dispersión de micrones. No es lo mismo tener una baby alpaca que tenga todas las fibras de 21 micrones que tener una baby alpaca que el promedio sea 21 micrones, es decir que encuentres 50 en un lado y 13 ó 14 al otro que te de ese promedio", precisó muy optimista.

Ahora la empresa está en una fase de aprender más de la industria alpaquera peruana y esperan instalar un sistema de descerdado que funcione para la alpaca de manera que puedan proveer material diferente al que actualmente se ofrece en el mercado mundial.

"Nosotros podemos darle a la alpaca un valor mucho más grande si podemos convertirla, bajo un proceso de descerdado, a un producto que tenga características diferentes y mejores a la alpaca trasquilada. Creemos que somos capaces de llevar la industria textil a niveles más altos y competir con el cashmere en precio. Ahora el top de baby alpaca, por ejemplo, bordea los 30 dólares pero el de cashmere llega a los 120 dólares porque es más homogéneo por su proceso de descerdado", dice entusiasmado.
Cuando le preguntamos a "Tito" Bohrt, cómo se define su empresa, el tiene una sola respuesta: Somos innovadores. Y no le preocupa tanto que su empresa sea reconocida como una de las más grandes productoras y exportadoras de fibra.

"Nosotros somos innovadores, es lo que primero somos, y estamos haciendo cosas que van a afectar el tema de los camélidos muy fuertemente. No estamos muy interesados en generar grandes volúmenes ni de manejar monopolios de producción y exportación, pero sí conceptos de innovación que puedan llevar productos a niveles de calidad más altos", asegura completamente convencido.

Bohrt cree firmemente que las empresas tienen que formarse y ser sólidas, en el sentido comercial, para que una empresa pequeña funcione bien tiene que tener muchas opciones y oportunidades y no limitarse a un solo proveedor ni a un solo cliente.

Por ahora ve muchas limitaciones en las pequeñas empresas y se le hace difícil precisar qué de distinto ofrecen que ya no tengan las grandes empresas. "El hilo y las prendas ya tienen los mercados, no veo dónde están los nuevos empresarios y aquí se necesita hilados diferentes y encontrar mercados donde los puedan vender y considero que el gobierno debería ayudarlos a abrir mercados en el exterior, pero hasta ahora no veo esa apertura".

"Los nuevos empresarios tienen que hacer cosas diferentes, nuevos hilos, especialícense en algo que sea innovador, no vendan lo mismo porque ya tienen competidores y no van a ganarles. Hay que hacer lo difícil, lo fácil ya está tomado", aconseja el empresario boliviano que ha conseguido el éxito de su empresa con una consigna muy clara: innovar.

Pero la empresa más grande e importante en la vida del Ingeniero Bohrt Artieda es su familia y con optimismo espera que sus hijos logren algún día pescar un pez más grande que el que pescó papá.

A VECES ES BUENO SALIRSE DE LOS Patrones

Virginia Málaga
Gerente General de Artesa

Cuando era niña, Virginia Málaga veía a su padre crear cosas. Tenía un pequeño taller en la parte posterior de su casa. Allí inventó una máquina para hacer tamales, otra para helados de palta. Incluso se atrevió a inventar un sauna personal.

Lo hizo empleando un refrigerador viejo que convirtió en una especie de cápsula de relajación. Un agujero en la parte superior y dos al costado, permitía que la persona sacara manos y cara. Una locura, que ella adoraba. *"Él creía que todo lo podía hacer y transformar. Y lo hacía"*, recuerda con nostalgia y orgullo a sus 57 años de edad. Su padre le enseñó a creer en ella.

La Sra. Virginia heredó ese espíritu de creación. Cuando se convirtió en mamá no compraba los ajuares ni ropita para sus bebés, ella los hacía. La dama es dueña de la empresa textil Artesa y además de ser una comunicadora social y empresaria ahora se convirtió en inventora. Ha diseñado una línea de textiles no tejidos en base a fibra de alpaca y llama.

CREADORA NATA

Virginia Málaga es comunicadora social de profesión. Pero hace 25 años que dedica su vida al mundo textil y al bordado. A los 17 años, cuando viajó de vacaciones por primera vez al Colca, se enamoró de los trajes, formas y colores de las damas cabanas. Allí despertó su instinto creador, aunque este se mantuvo quieto, madurando por largo tiempo.

Su profesión la llevó a ser parte de Majes Siguas, el proyecto agroindustrial más importante de la región, desarrollado entre las provincias de Caylloma y Arequipa. Como comunicadora, tenía la función de guiar a los trabajadores del proyecto por la zona. Nuevamente renació el interés por la artesanía del lugar. En su tiempo libre confeccionaba manteles, monederos con bordados que tenía como motivos del Valle del Colca para ella y su casa.

Ser mamá le cambió la vida y obligó a dejar su profesión. De alguna manera, la impulsó a ser emprendedora. Sabía que con hijos, debía dedicarse a una función más independiente. Primero se dedicó a funciones en una agencia de publicidad, pero la atracción por los bordados y la textilería hicieron que descubriera en este rubro su destino.

"Al principio hacía bordados en accesorios de mi casa. Con el tiempo, la gente que me visitaba me pedía que les hiciera unos detalles similares para ellos y así poco a poco empecé a dedicarme a los bordados", cuenta emocionada la Sra. Virginia.

A los 17 años, cuando viajó de vacaciones por primera vez al Colca, se enamoró de los trajes, formas y colores de las damas cabanas. Allí despertó su instinto creador...

Con el tiempo, contrató bordadoras, puso tres tiendas donde vendía ropa y accesorios con bordados del Valle del Colca en el pasaje de la Catedral, la calle Santa Catalina y San Agustín. Su negocio era rentable, ofrecía blusas, sacos y demás con bordados étnicos.

Incluso logró sacar la primera colección de vestidos de tocuyo. La innovación en sus creaciones permitió que exportara a Estados Unidos. La marca que la representaba era Étvica. Es el sello de su nombre, a Virginia, sus buenos amigos la llaman "Vica". "No estudié ni tengo profesión de modas y textiles pero a mi manera saqué modelos e impuse una moda", comenta entre sonrisas.

La clave para que sus diseños tuvieran éxito en el mundo probablemente fue que rompieron los patrones tradicionales de bordado del Colca. *"Mantuve los patrones de belleza, pero me salí de la técnica tradicional del bordado. A veces es bueno salirse de los patrones"*, revela. Los artesanos del Colca, siguiendo sus técnicas ancestrales, realizan bordados en "tela dura". La Señora Málaga y su marca, impusieron la idea de que todo tipo de tela y material inusual puede ser bordado. Así aplicó la técnica en gasas, pañolones, cuero y demás. Al principio sus bordadores se resistieron al cambio, pero al ver que era posible, terminando cediendo a las ideas "locas" e innovadoras de "Vica".

EN EL MUNDO DE LA ALPACA

Con la masificación de los diseños del Colca y las nuevas técnicas de bordado, el negocio de "Vica" comenzó a estancarse. La empresaria, entonces entendió que debía innovar una vez más. Así, empezó el proyecto de la fibra no tejida.

Málaga de alguna manera, siempre estuvo ligada a los alpaqueros. Su esposo era asesor de una ONG que trabajaba con criadores del camélido. Por eso sabía de su realidad.

Sabía que el criador vendía la libra de alpaca a precios ínfimos. Entonces pensó que ella podía crear un tipo de tela en base a la fibra de alpaca y así lo hizo. *"Sabía del procedimiento y con ayuda de internet empecé a hacer pruebas",* confiesa como si se tratara de una travesura.

Virginia, incluso compró sus propias máquinas de lavado e inició un proceso de cardado, una técnica que permite enderezar y limpiar la fibra. Persistió por casi cinco años en el experimento, pero recién en 2013 se avocó de lleno a ello. Con la ayuda de una fórmula hidrosoluble, logró crear una lámina. Sin saberlo, ideó una tela compacta en base a fibra de alpaca. Su procedimiento, además la llevó a descubrir que no solo se podía hacer tela en base a fibra de alpaca, sino de llama.

Málaga, comenta que hasta ese momento, no sabía que había inventado una forma de hacer textiles. Preguntó a conocidos y expertos en el rubro de textil, sobre si su tela podía tener alguna utilidad y descubrió que era única en el mundo. Sus amigos le recomendaron patentar su invención. De hecho, en la actualidad, la patente está en proceso.

"Allí, casi 20 años después de haber incursionado en el mundo textil, descubrí que existía Indecopi y qué era una patente", cuenta algo ruborizada. Su invento, la llevó a participar en el 2014, en el concurso de invenciones organizado por Indecopi donde quedó finalista. Mediante el certamen, descubrió que el Estado, mediante Concytec, habilitaba fondos para el desarrollo de proyectos y no dudó en embarcarse en una nueva aventura.

En junio de 2016 a través de la Universidad Católica San Pablo y Concytec obtuvo US$ 120 mil como fondo para mejorar su proyecto. Hasta el momento, el proceso de fabricar tela de Málaga era artesanal. La idea es que este se lleve a cabo con un procedimiento semi industrial, fácil de usar por todo artesano y así se hizo.

Doña Virginia no estuvo sola en este proyecto, su hijo, Oscar Felipe Toro Málaga, quien se desempeñó como asistente técnico ha sido su brazo derecho en esta experiencia, que se encuentra en su etapa final.

El proyecto, permitió que él ganara una beca a España. *"Para mí desde ya está invención me ha dado beneficios y satisfacciones"*, comenta la empresaria. Virginia, pese a los años, no pudo dejar su faceta de comunicadora. Dice que no permitirá que la fórmula que inventó se quede con ella porque su innovación no está ligada exclusivamente a su producción. La idea es difundirla y obtener alguna ganancia razonable por la patente. Sabe que será difícil, porque toda innovación demora en ser aceptada. Pero confía en que sucederá lo mismo que cuando decidió incursionar en los bordados. Alcanzar el éxito.

CONOCIMIENTO, CONSTANCIA Y PASIÓN

Alejandro Zegarra
Gerente General de Lavanda Lavadería

El Ingeniero Alejandro Zegarra es un buen ejemplo de lo que se puede lograr si uno decide responder a sus talentos y a su vocación. Una vida dedicada al sector textil trabajando tanto dependiente como independientemente, son testimonio de ello. Junto a su esposa, la también Ingeniero Químico, Sra. Paola Urquizo, han sabido responder a los retos impuestos por el mercado y a su propia inquietud por cuidar el medio ambiente desde su rol en el sector textil en la ciudad de Arequipa.

A la fecha, el Ing. Zegarra acumula alrededor de 25 años de experiencia en el sector textil, de los cuales más de la mitad estuvo al servicio de Franky Y Ricky llegando a ocupar el puesto de Gerente de Planta. Actualmente es propietario y gerente general de *Lavanderías Lavanda*, además de desempeñarse como docente tanto en la Universidad Católica San Pablo y en el Instituto del Sur en las carreras de Ingeniería Industrial como en el programa de Diseño de Prendas, respectivamente. Posee también el título de Experto Textil.

EL INICIO

Luego de laborar dependientemente durante varios años, su vocación de servicio y un marcado ímpetu lo llevarían a fundar su propia empresa. Nos comenta: *"Al inicio fundé y encargué la administración de una pequeñísima planta durante dos años, pero no dio resultado. La persona a cargo no tenía la experiencia requerida y además comprendí que, si yo quería que esto creciera, yo mismo tenía que estar aquí"*.

Fue así que años de experiencia acumulada empezaron a dar sus frutos con una planta de lavado ubicada en el distrito de Pachacutec. En un espacio no mayor a 30 metros cuadrados se inició un sueño. Hoy, 15 años después, la planta no solo ha sabido crecer significativamente en tamaño, sino que la tecnología que hoy exhibe es única en el país.

UN PUNTO DE QUIEBRE

El proyecto *"Desarrollo del proceso de lavado ecológico al seco para prendas de alpaca en la región Arequipa"*, implementado el año 2012, permiten destacar a la empresa del Ing. Zegarra como un aporte tecnológico al sector, particularmente al ámbito del lavado de prendas al prescindir del Percloroetileno, ingrediente nocivo para el medio ambiente y de uso común en el medio y que por otro lado deja aromas en las prendas lavadas y maltrata las prendas, entre otros factores perjudiciales de este compuesto.

Por el contrario, en los procesos de lavado, se emplea un compuesto orgánico no derivado del petróleo lo que lo hace eco amigable, es hipoalergénico y no es cancerígeno.

La implementación de este proyecto supuso viajar para capacitarse en Italia, trabajar de la mano con la Universidad Católica San Pablo, conseguir el capital para la compra de la maquinaria y todo ello sobre la base de la seguridad que ofrecen la experiencia y por consiguiente, el conocimiento.

Esta iniciativa no es un hecho aislado ya que es la consecuencia de una constante formación académica y técnica de parte de sus miembros. Así mismo, es constante también la inversión que permite renovar la maquinaria y procesos operados por una docena de colaboradores comprometidos y capacitados.

Lo dicho, también se evidencia en el uso de un software desarrollado por la empresa que les permite gestionar inventarios, procesos, recetas para cada máquina, entre otras prestaciones.

DE LA IDEA A LA IMPLEMENTACIÓN, SIN PERDER EL TIEMPO

Hoy en día *Lavanda*, es la marca que les ofrece un soporte formal para un próximo lanzamiento comercial a mayor escala. Aún mayor del mercado que ya atienden. "No son muchos, pero son importantes y fieles", nos comentan el Ingeniero Zegarra junto a Paola, su esposa.

Lo dicho deja en evidencia no solo un gran conocimiento técnico, sino un olfato comercial que se ha ido desarrollando a través de los años y que pronto se verá reflejado en centros de acopio en la ciudad de Arequipa.

Han desarrollado una página web, folletos y una marca visual que constituyen para cualquier empresa que se compromete consigo misma, los primeros y seguros pasos hacia el crecimiento sostenido.

Al inicio fundé y encargué la administración de una pequeñísima planta durante dos años, pero no dio resultado. La persona a cargo no tenía la experiencia requerida y además comprendí que, si yo quería que esto creciera, yo mismo tenía que estar aquí...

"Han sido muchos años de lealtad comercial a una sola empresa y nunca nos ha faltado el trabajo"

EL QUE NO ARRIESGA NO GANA

Jovana Ramos

La Sra. Jovana Ramos ingresó hace 27 años al mundo textil cuando empezó a trabajar dependientemente en el área de acabados de una empresa textil local. Allí permaneció por algunos años, aprendiendo y ganando experiencia. Sin embargo, cuando quedó embarazada tuvo que hacerse cargo de su bebé y se retiró a su casa donde afortunadamente pudo conseguir trabajo de talleres que le ofrecieron esta oportunidad. En el año 2004 cuando MFH Knits llegó a la ciudad de Arequipa, la señora Jovana ingresó para quedarse hasta 2012.

Con la alegría que la caracteriza, la Sra. Jovana Ramos nos recibió en su taller de confección en el distrito de Cayma, junto a su reciente socio, el Señor Pablo Cáceres y a su esposo.

En 2012 y con el apoyo del hasta hoy Gerente General Ing. César Linarez, Jovana pudo iniciar un negocio que le ha permitido a su familia salir adelante, costear estudios en su familia y estar preparada para nuevos retos.

"Han sido muchos años de lealtad comercial a una sola empresa y nunca nos ha faltado el trabajo", nos comenta sonriente y agradecida.

En su centro de operaciones recibe los pedidos que la mencionada empresa solicita y esto le permite darle trabajo a señoras que, al igual que ella experimentó años atrás, necesitan trabajo y tiempo para criar a sus hijos desde sus hogares. Esta labor no la cataloga ella como "un objetivo social", sino una natural retribución a un sector de la población que cuenta con la habilidad y que buscan ocuparse.

Sin embargo, esta próspera rutina de trabajo podría alterarse significativamente ya que desde finales del año pasado, la Sra. Jovana y su socio, el Sr Pablo, están ya inmersos en capacitaciones y tratativas para exportar.

TENGO MIEDO, PERO IGUAL LO VOY A HACER

El caso de esta empresa es precisamente el modelo de negocio 100% dependiente y habituada ya a un modo de operaciones y por lo tanto a un cálculo de ganancias esperadas, que podría perfectamente seguir haciendo las cosas tal como las ha desarrollado hasta hoy. Pero no es así.

El CITE Textil Camélidos Arequipa lanzó a finales del año 2017 una invitación para participar de charlas y obtener asesoría en desarrollo de producto y eventualmente conectarse con clientes del exterior. Pudieron haber dejado pasar esta convocatoria, pero afortunadamente no fue así.

Jovana nos comenta que si bien hasta hoy ha podido enfrentar empíricamente la demanda de una empresa que exige calidad y que ello le ha reportado grandes satisfacciones, el participar de esta convocatoria le hizo recapacitar respecto a su potencial ya que podría capitalizar la experiencia ganada y arriesgarse a ampliar su negocio y atender un cliente del exterior. La empresa de Jovana está dando un gran paso hacia el crecimiento no solo económico, sino profesional y de la satisfacción personal.

En el momento de la entrevista, nos comentaron que están en plena labor de desarrollo de muestras para un cliente en México y que dentro de muy poco tiempo esperan concretar el primer pedido de lo que seguramente serán muchos más.

TRABAJO EN EQUIPO, ENTUASIASMO Y AGALLAS

Ronald Velázquez
Gerente de Capricce.

El Ingeniero mecánico, Luis Velázquez Mantilla, luego de trabajar por alrededor de 15 años para empresas como Textil Perú Pacífico y Clisa, resolvió iniciar su propio negocio. Fundó Texsur y hoy, su legado está más vivo que nunca en la gestión de su hijo, el Sr. Ronald Velázquez, al mando de la empresa Capricce.

El Ing. Luis, hace muchos años tuvo la habilidad de diseñar y fabricar su propia urdidora, haciendo uso del conocimiento que le dio su carrera profesional. Sin duda estaba completamente comprometido con un negocio que al día de hoy lleva casi 20 años vigente.

Capricce presta servicios de tejido para empresas tales como MFH Knits o Art Atlas, entre otras. Lo que en palabras de Ronald, *"nos ha permitido responder a una demanda tremendamente exigente. Ha entrenado y perfeccionado nuestras habilidades, lo que nos hace estar cada vez más seguros de nuestras capacidades"*.

Con el tiempo, Capricce se animó a vender prendas y accesorios tales como chalinas, mantas o pashminas, principalmente orientados al mercado del turismo receptivo por medio de tiendas en la ciudad de Cusco. Ronald se hizo cargo de esta tarea yendo personalmente a visitar tiendas a las que ofrecía modelos básicos.

Así, regresaba a su planta para planificar una producción que ya estaba vendida. Sin embargo, la historia no resulta tan feliz como parece, ya que los clientes suelen pedir plazos de pago extensos y que en algunos casos suelen prolongarse aún más. Esto no genera otra cosa que problemas de liquidez en la empresa.

Pese a lo mencionado, la empresa siempre ha logrado establecer buenas y duraderas relaciones con sus clientes, no solo a través de la tercerización de servicios en la ciudad de Arequipa sino además en la venta de sus productos en otras ciudades. Esto sin duda es la clave para mantenerse en el tiempo y además, pensar en crecer.

EL IMPRESCINDIBLE EQUIPO

Hoy Capricce cuenta con 8 colaboradores a tiempo completo donde encontramos a la Señora Jenny Alarcón, quien ingresó aproximadamente hace 10 años como empleada, hoy en día es la Jefa de Planta. Ella resulta una colaboradora muy importante para el aseguramiento de la calidad e inclusive para el diseño de prendas. Asimismo, cuentan con un ingeniero químico, expertos en mantenimiento de maquinaria textil, entre otras personas valiosas que suman a la calidad que se observa en sus procesos y productos.

Nos cuenta Ronald que hace no mucho tiempo, un amigo le dijo: *"Si quieres crecer, necesitas que te vean distinto"*. Conversando, esta persona le sugirió que si en realidad quería dar un paso adelante debía contar con herramientas que le permitieran a los clientes actuales y potenciales percibirlo de una manera más seria y sólida. Una página web, papelería, Facebook, catálogo impreso, etc.

LA CONSIGNA

Lo dicho suma a la calidad que persigue Capricce y a su empeño por empezar a exportar en el corto plazo. Nos dice Ronald: *"Yo quiero que en mi primer envío todo salga bien"*. No se la quiere jugar, nos dice: *"un cliente en Alemania por ejemplo, no va a ver errores y a darnos una segunda oportunidad y por lo tanto desde el inicio deben trabajar al máximo"*.

Finalmente le preguntamos: ¿Y por qué Capricce?.
Capricce significa para Ronald un capricho, un gusto. *"Capricce para mi es una mujer sofisticada que quiere lo mejor"*. Esto en buena cuenta, nos devela la clara orientación que esta empresa tiene hacia sus clientes. No está demás decir, que esa visión del negocio es un secreto a voces del que todos debemos tomar como ejemplo.

LA INNOVACIÓN ES UNA ACTITUD Y NO UN MOMENTO DE INSPIRACIÓN

Edwin Paredes
Gerente de Confecciones Liset

El contador Edwin Paredes Zegarra, luego de haber trabajado por años en una conocida empresa textil de la ciudad de Arequipa, resolvió iniciar su propia empresa también en el rubro textil. A diferencia de la mayoría de casos que se observan en el sector, el Sr. Paredes no perteneció ni ganó experiencia en áreas productivas tales como acabados, tejeduría o lavandería. Sin embargo, acertó a adaptar sus conocimientos contables a su emprendimiento y a diseñar estructuras de costos que con el tiempo le permitirían proyectar un negocio que no solo ha llegado hasta hoy, sino que está en el momento preciso de la proyección comercial y técnica.

Para esta entrevista nos recibe el licenciado en administración de empresas, Edwin Paredes (hijo) quien no trabaja más en el rubro de la minería y se dedica por completo a Confecciones Lizet. Una empresa fundada por su padre y que desde 1994 lleva prestando servicios de tercerización de confecciones a empresas tales como Incalpaca, MFH Knits y Art Atlas.

"De dedicarme a procesos de extracción en la minería he venido a un sector completamente distinto en todo sentido y que es un reto ya que hay mucho por aprender", nos comenta el licenciado Paredes.

"Lo primero que se tiene que reconocer es que uno no sabe, es la única manera de rodearse de gente capaz, de llegar lejos. Así que buscamos asesoría externa sin miedo". Esta es la actitud de la que nos habla el título de esta historia de emprendedurismo. Para El Lic. Paredes, la innovación se trata de una actitud que siempre está atenta para amoldarse a los cambios que exige el mercado. La innovación, en ese sentido, no debería tener un efecto paralizante en los empresarios, sino que debe instalarse en el día a día como una curiosidad permanente de observar nuestro entorno con mirada crítica y ganas de mejorar cada aspecto de la empresa. Desde la gestión, pasando por las ventas y hasta cada detalle del proceso productivo.

Por lo tanto, la innovación también implica pensar en *"cómo le puedes ofrecer al cliente una mejor oportunidad de negocio"*, asegura Edwin. *"Desde lo comercial, el cliente significa una posibilidad de mejora continua y para ello el dueño es el primero que debe capacitarse y asesorarse para tener las herramientas para guiar correctamente a su empresa"*.

Recientemente, Promperú y el Cite Textil Camélidos Arequipa, convocaron a un grupo de empresarios dentro de los que Confecciones Lizet formó parte. Esto para el licenciado fue una

"Lo primero que se tiene que reconocer es que uno no sabe, es la única manera de rodearse de gente capaz, de llegar lejos. Así que buscamos asesoría externa sin miedo"

gran oportunidad. *"Yo tenía claro que debía cerrar el círculo"*. Con esta frase indicada que, si bien la empresa había desarrollado por años medidas de eficiencia en el ámbito productivo, ahora tocaba centrarse en el ámbito comercial.

"Hay que saber cómo vender. Cómo vas y hablas, qué dices, qué llevas, cómo te presentas?" Estas y más interrogantes rondaban la mente de Edwin, pero progresivamente se han ido disipando y aclarando para dar un paso hacia un mundo de oportunidades que ya está en camino.

"Hoy estamos capitalizándonos para pronto poder enfrentar el mercado exterior". Nos comenta.

Este tipo de capacitaciones constituyen un escape a la zona de confort en las que muchas empresas se encuentran, pero solo son accesibles si existe una actitud abierta y con profundos deseos de crecimiento.

LA TRADICIÓN TAMBIÉN SE RENUEVA

Abraham Carrasco Castro
Gerente de Operaciones de Franky & Ricky

Franky & Ricky es una empresa fundada hace 69 años por Francisco Sahurie Giacaman quien inició sus labores contando con 80 colaboradores que se encargaban de confeccionar prendas para el mercado local. 5 años después ya estaba exportando prendas de algodón para Puerto Rico. Este fue el precedente para que más tarde se iniciaran los envíos hacia Holanda, Suecia, Alemania, Inglaterra, Bermudas y USA.

A finales de la década del 90, luego de afrontar exitosamente algunos problemas, la empresa decidió reinventarse a través de un planeamiento estratégico que le ha permitido llegar a 2018 con una serie de innovaciones propias de una empresa en pleno desarrollo, planes y mejoras continuas.

Para darle un giro su visión del mercado, apuntaron a la estrategia de diferenciación. Esto significa que no competirían en el mercado por bajo precio, sino apuntando a nichos mucho más específicos y exclusivos a los que hoy en día se dirigen exclusivamente en diversos países al rededor del mundo. Para ello, ha sido indispensable flexibilizar sus líneas de producción de modo que se puedieran adaptar a los deseos y especificaciones de un cliente en particular, sin que esto implique que deban dejar de atender a otros simultáneamente.

Otro ejemplo de innovación, esta vez orientado al cuidado del medio ambiente, se enfocó en la reutilización de aguas residuales para los procesos de enjuague de teñido.

Franky y Ricky es una empresa que tiene claro el valor que aporta cada uno de sus colaboradores a la marca y por consiguiente a cada prenda producida. Por ello los capacita y motiva de diversas maneras que suman al bienestar de cada uno y de sus familias.

NUEVOS RETOS EN BUENAS MANOS

El Ingeniero Abraham Carrasco Castro, Gerente de Operaciones de la empresa, y también catedrático en dos universidades en la ciudad de Arequipa, nos cuenta con orgullo de los cambios significativos en los que ha participado diseñando e implementando planes y acciones a través de casi 20 años y que le han permitido a la empresa salir adelante y proyectarse hacia el futuro.

Por lo tanto, es natural observar cómo la innovación para él y para Franky y Ricky, no son prácticas extrañas ni mucho menos poco frecuentes. Sino que son parte del día a día, en cada proceso, en cada transacción, en cada decisión.

Nos comenta por ejemplo de un momento, hace algún tiempo, en que se hicieron la siguiente pregunta: *"Venimos trabajando con todo éxito en algodón. Por qué no nos animamos a producir prendas con mezclas"*. Esto se refiere a prendas que en su interior lleven algodón de la mejor calidad posible, pero que hacia afuera lleven poliéster de modo que la apariencia de la prenda tenga un aspecto más atractivo. Evidentemente esto supuso un nuevo enfoque respecto a proveedores, acabados y capacitación de los colaboradores. En suma, una idea que le permite ofrecer una gama más amplia de productos y que por lo tanto puede llegar a un mercado más grande.

Otro ejemplo de innovación, esta vez orientado al cuidado del medio ambiente, se enfocó en la reutilización de aguas residuales para los procesos de enjuague de teñido. Sin embargo, esto no fue posible sin la previa implementación de otra buena idea. Usar el CO_2 que emana la caldera para purificar el agua residual. Se han desarrollado las pruebas piloto con todo éxito de modo que se espera que eventualmente esto se extienda a toda la producción.

Pero probablemente uno de los cambios que a los ojos de la sociedad llame más la atención, sea el consorcio que propuso Franky y Ricky a todos los talleres que en algún momento trabajaban como terceros, independientemente y en sus propios espacios.

Hoy, en un predio del parque industrial de Arequipa, la empresa ha reunido a dichos empresarios para brindar servicios en condiciones laborales óptimas y que son objeto de capacitación continua departe de Franky y Ricky.

Como objetivo de responsabilidad social, la empresa está cumpliendo un rol muy importante en la formalización de las empresas y en ofrecerles trabajo a un sector que constantemente se renueva dada la alta rotación de personal, pero que también ofrece constantemente nuevas oportunidades a todo nivel.