



Universidad
Nacional de
General
Sarmiento

UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SARMIENTO – UNIVERSIDAD
NACIONAL DE MAR DEL PLATA

Maestría en Economía y Desarrollo Industrial con especialización en PyMEs

TESIS DE MAESTRIA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL
SARMIENTO. Unidad de Biblioteca y
Documentación (UByD)

Esta obra es propiedad de la UNGS. Se agradece la
devolución a:

UNGS - UByD

J. M. Gutiérrez 1150 - (1613) Los
Polvorines - Prov. de Bs. Aires

Teléfonos: 4469-7504 / 7505 / 7585

Correo Electrónico: ubyd@ungs.edu.ar

“Actividades emprendedoras que favorecieron el nacimiento de MYPES
industriales en la ciudad de Tacna (PERU) en el período 1990-1998: Un estudio de
caso”

Universidad Nacional de Gral. Sarmiento

U B y D 8083

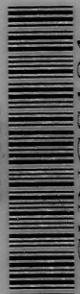
Unidad de Biblioteca Y Documentación

Presentada por : Víctor Pérez

Director de Tesis: Dr. José Antonio Borello

Diciembre de 1999

338.642
434act



CUNGS184

Colección
UNGS

INDICE GENERAL

CAPITULO I : ANTECEDENTES

1.1. Antecedentes	(Pág 1)
1.2. Introducción	(Pág 3)
1.3. Objetivos	(Pág 4)
1.3.1. Principal	
1.3.2. Específicos	
1.4. Justificación	(Pág 5)
1.5. Hipótesis	(Pág 6)
1.6. Preguntas principales	(Pág 6)

CAPITULO II : RASGOS ESTRUCTURALES DE LA ECONOMIA PERUANA

2.1. Rasgos estructurales de la economía peruana	(Pág 7)
2.2. Caracterización de las MYPE Peruanas	(Pág 13)
2.2.1. Los Comienzos	(Pág 13)
2.2.2. Clasificación y Composición	(Pág 14)
2.2.3. Los Sectores	(Pág 15)
2.2.4. Estructura Organizativa	(Pág 16)
2.2.5. Principales Problemas	(Pág 16)
Financiación	(Pág 17)
El papel de la banca	(Pág 17)
Las exportaciones	(Pág 18)
2.3. Efectos de las Reformas Económicas en el Sector MYPE	(Pág 19)
2.4. Perfil MYPE de Tacna	(Pág 20)
2.5. La coyuntura actual	(Pág 20)

CAPITULO III : MARCO TEORICO

3.1. El Emprendedorismo y el Hecho Emprendedor	(Pág 23)
3.2. Factores del Hecho Emprendedor según Shapero	(Pág 28)
3.2.1. Desplazamiento	(Pág 28)
3.2.2. Disposición para actuar	(Pág 29)
3.2.3. Disponibilidad de recursos	(Pág 32)
3.2.4. Información	(Pág 33)
3.3. Etapas del Hecho Emprendedor según Reynolds	(Pág 33)
3.3.1. Concepción	(Pág 33)
3.3.2. Gestación	(Pág 33)
3.3.3. Infancia	(Pág 33)
3.4. Una Visión del Network	(Pág 36)
3.5. El Network de la Creación de Empresas	(Pág 37)
3.6. Resumen Critico	(Pág 38)

CAPITULO IV : ANALISIS DE RESULTADOS

- 4.1. Caracterización de las empresas _____ (Pág 40)
 - 4.1.1. Año de Inicio y Numero Actual de Empleados
 - 4.1.2. Ubicación y Organización Jurídica
 - 4.1.3. Ventas, Cantidad de Personal y Condiciones de Exportación
- 4.2. El Emprendedor _____ (Pág 44)
 - 4.2.1. Edad y Modalidad de Trabajo
 - 4.2.2. Tiempo Transcurrido entre la Idea y el Inicio
 - 4.2.3. Tiempo de Formalización
 - 4.2.4. Educación de Emprendedor
 - 4.2.5. Trabajo en otras Empresas
 - 4.2.6. Tamaño, Dedicación, Labores Previas y Ascensos
- 4.3. La Idea _____ (Pág 50)
 - 4.3.1. Antecedentes Empresariales
- 4.4. El Inicio de la Empresa _____ (Pág 52)
 - 4.4.1. Razón del inicio
 - 4.4.2. Equipo Empresarial
 - 4.4.3. Prioridades de Obtención de Recursos
 - 4.4.4. Financiamiento
 - 4.4.5. Información
 - 4.4.6. Capacitación
 - 4.4.7. Apoyo Institucional
 - 4.4.8. Redes y Contactos Personales
- 4.5. El Sostenimiento de la Empresa _____ (Pág 62)
 - 4.5.1. Equipo empresarial
 - 4.5.2. Prioridades de Obtención de Recursos
 - 4.5.3. Financiamiento
 - 4.5.4. Información
 - 4.5.5. Capacitación
 - 4.5.6. Apoyo Institucional
 - 4.5.7. Redes y Contactos Personales
- 4.6. Las Perspectivas _____ (Pág 73)
 - 4.6.1. Planes Futuros
- 4.7. Sinópsis de los Resultados Obtenidos _____ (Pág 74)

CAPITULO V : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 5.1. Conclusiones de acuerdo al enfoque de Shapero _____ (Pág 74)
- 5.2. Conclusiones de acuerdo al enfoque de Reynolds _____ (Pág 75)
- 5.3. Conclusiones Complementarias _____ (Pág 76)
- 5.4. Recomendaciones _____ (Pág 81)
- 5.5. Reflexión final _____ (Pág 83)
- 5.6. Anexos _____ (Pág 84)
- 5.7. Referencias Bibliográficas _____ (Pág 97)

Dedico este trabajo a DIOS, a mis padres VICTOR Y EDELMIRA , a mis abuelitos PEDRO Y FELIPA , a mi hermana KATHERINE; por impulsarme siempre a SOÑAR y ACTUAR, pero siempre sobre la base de la FE.

De la misma forma expreso mi reconocimiento personal a Hugo Kantis, Francisco Gatto y Ana Rearte por haberme dado la oportunidad de ser participe del programa de Maestría en Economía y Desarrollo Industrial de la Universidad de General Sarmiento y a José Borello, mi tutor, quien en todo momento fue para mi un guía y amigo a la vez.

CAPITULO I : ANTECEDENTES

1.1. ANTECEDENTES

El departamento de Tacna, se creo inicialmente como provincia de Tacna por el Decreto Ley del 25 de Junio de 1,855, tras la guerra con Chile, pasó temporalmente a cargo de dicho país, sin embargo el Tratado de Paz, Amistad y Límites firmado entre Perú y Chile el 3 de junio de 1929, hizo posible, su devolución al Perú, siendo entregada efectivamente a las autoridades peruanas, el 28 de agosto de 1,929, quedando a partir de allí, como departamento de Tacna ó mas conocida como Tacna: "la Ciudad Heroica", en homenaje a los valerosos peruanos inmolados durante el conflicto con Chile.

Tacna es la puerta de entrada al Perú. Su ubicación geográfica la proyecta como un gran centro de abastecimiento de los países del cono sur de América y para la exportación de estos países hacia los mercados de la Cuenca del Pacífico.

Tiene una altitud de 569 metros sobre el nivel del mar; se encuentra a 54 Km. del puerto de Arica en Chile, a 140 Km. del puerto de Ilo y a 1,145 Km. de Lima, la capital. Asimismo posee la infraestructura necesaria que garantiza el transporte efectivo y rápido de pasajeros y mercancías, a través de las siguientes vías:

Terrestre: Conectada a través del Sistema Nacional de Carreteras en el ámbito local, regional e internacional por la Panamericana Sur.

Aérea: Constituida por un sistema de aeropuertos en la región, los cuales están a cargo de la Corporación Peruana de Aeropuertos - CORPAC.

Marítima: La infraestructura portuaria está constituida por el puerto de Ilo que es administrado por la Empresa Peruana de Puertos - ENAPU.

Según el IX Censo de Vivienda y Población de 1,993 del Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, Tacna tiene una población de 223,768 habitantes, distribuidos en 4 provincias (Tacna, Tarata, Jorge Basadre y Candarave) y 26 distritos; a su vez forma parte de la Región José Carlos Mariategui, junto a los departamentos de Moquegua y Puno (Entre los tres representan el Sur del Perú).

Limita por el noreste con los departamentos de Moquegua y Puno, por el este con Bolivia, por el sur con Chile y por el oeste con el Oceano Pacifico.

Hacia 1,993 el 86.5% de la población (193,514 habitantes), se concentra en la provincia de Tacna, el 4.2% en la provincia de Candarave (9,414 habitantes), el 5.6% en la provincia de Jorge Basadre (12,555 habitantes) y el 3.5% en la provincia de Tarata (8,285 habitantes). En tanto que las proyecciones hacia el año 2,000 indican que el departamento de Tacna llegaría a 277,188 habitantes en función a una tasa de crecimiento promedio anual de 3.5% y agruparía al 90.1% del total de la población.

Por otro lado, la provincia de Tacna es la más poblada. Es 23 veces más grande que la provincia de Tarata que resulta ser la menos poblada y 15 veces superior a la población de la provincia Jorge Basadre, segunda provincia en importancia poblacional.

En el periodo intercensal 1981 - 1993, Tacna creció 4.5% veces en tanto que las provincias de Candarave , Jorge Basadre y Tarata crecieron a una velocidad muy por debajo del promedio departamental, teniendo estas dos últimas tasas de crecimiento negativas.

Según las cifras generadas por el Censo de 1993, existen en el departamento de Tacna: 72,229 habitantes entre 0 y 14 años (33.1%), 138,715 habitantes entre 15 y 64 años (63.5%) y 7,409 habitantes de 65 años a más (3.5%). El 31.7% de la población del Tacna son habitantes jóvenes entre 15 y 29 años (69,217 habitantes).

Desde el aspecto educativo cuenta con dos universidades, 221 centros educativos primarios, 104 centros educativos secundarios, 28 Centros de Educación Ocupacional (CEOGNES), 6 Institutos Superiores de Educación Pedagógica y 7 Institutos Superiores de Educación Tecnológica.

Tacna cuenta con una población en edad de trabajar de 146,124 habitantes, siendo su Población Económicamente Activa-PEA, de 81,367 personas. De la PEA ocupada, el 62.2% se dedica al sector Terciario (Comercio y Servicios), el 27.5% al Sector Primario (Agricultura, Ganadería, Caza, Pesca, Silvicultura y Minería) y el 10.3% al sector Secundario (Industria Manufacturera y Construcción).

Tacna es una ciudad que por un lado se caracteriza por el predominio de micro y pequeñas empresas-MYPES dedicadas en su mayoría a los servicios (28.3%) y comercio (17.7%) y minoritariamente a la agricultura (8.6%), manufactura (7.7%), y pesca (0.9%) y por otro lado porque ha tenido en los CETICOS ¹TACNA, EX-ZOTAC², dos ejemplos inestables de apoyo al desarrollo empresario (Rodríguez, 1998)

De la misma forma durante los últimos 18 años ha venido experimentando un crecimiento del sector MYPE comercial y de servicios paralelo a un preocupante decrecimiento del sector MYPE industrial (producto de problemas de poca demanda, competencia desleal vía el contrabando y falta de financiamiento), lo que está llevando paulatinamente a la reducción de las posibilidades de desarrollo económico de la ciudad.

Es por esta razón que nace la iniciativa de llevar a cabo un estudio de las MYPES industriales de la ciudad de Tacna en Perú, Se considera que estas actividades emprendedoras son importantes para impulsar la creación de empresas, y su estudio puede servir para encontrar y sugerir nuevos elementos y aportes conceptuales que puedan ser incluidos por quienes desde la política están en la meta de promover la creación y sostenibilidad de MYPES (con énfasis en la industria), pues solo así se podrá efectivamente contribuir al desarrollo económico social de la ciudad de Tacna en particular y del Perú en general.

Adicionalmente, al ser Tacna una ciudad con características relativamente similares desde el punto de vista económico, social, demográfico y de la distribución geográfica y composición del sector MYPES con 16 ⁴de los 24 departamentos que

¹ **CETICOS** o Centros de Exportación, Transformación, Industria, Comercialización y Servicios fueron creados por los Decretos Legislativos Nro. 842 y Nro. 864 en agosto de 1,996, son zonas primarias aduaneras de trato especial cuyo fin es promover la inversión privada en actividades industriales y de servicios en la zona sur del país, sobre la base del Eje Puerto de Matarani (Arequipa) - Puerto de Ilo (Moquegua) - Tacna.

Las empresas instaladas en los CETICOS tienen derecho a exoneraciones tributarias referentes al Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas, Impuesto selectivo al Consumo y demás beneficios por un periodo de 15 años.

² **ZOTAC** o Zona de Tratamiento Especial de Tacna, constituida desde 1,990 por el Decreto Legislativo Nro. 704 y desarticulada en 1,996, fue una unidad territorial delimitada y cercada, conformada por una Zona Especial (superficie territorial en si) y una red de depósitos francos, cuyo propósito fue convertirse en una plataforma de servicios al comercio exterior y fomento de actividades de comercialización al detalle. Los logros que tuvo ZOTAC para el desarrollo de Tacna fueron:

Formalización de 3,603 comerciantes, freno del contrabando y subvaluación de mercancías provenientes de Chile, generación de seis años de divisas para el país producto de la recaudación del arancel especial que llegó a US\$ 89'282,613 millones de dólares, generación de empleo directo e indirecto, apoyo al desarrollo agroindustrial y el desarrollo de las MYPES de Tacna, formulación de un estudio de desarrollo socioeconómico que incluyó la identificación de 31 proyectos de desarrollo según la vocación productiva de cada provincia de Tacna y la construcción de la carretera Tacna - Ilo. (Rodríguez 1998)

⁴ Tumbes, Cajamarca, Amazonas, Loreto, San Martín, Ancash, Huanuco, Pasco, Ucayali, Ica, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac, Cusco, Madre de Dios y Moquegua.

conforman la división geopolítica del Perú, es que se le escogió para realizar el presente estudio. Al ser representativa del 71% de la estructura MYPE del Perú, se entiende que los resultados del estudio pueden ser representativos y extrapolables al conjunto de las 16 ciudades en mención (Sólo los departamentos de Lima, Piura, Lambayeque, La Libertad, Junín, Arequipa y Puno tienen un sector MYPE mas numeroso, desarrollado y de diferente composición),

1.2 INTRODUCCION

Es reconocida la importancia que tiene el fortalecimiento y creación de nuevas firmas, en el período de transformación por el que transita la economía peruana como una forma de generar puestos de trabajo, mejorar el nivel de ingresos de los emprendedores, mejorar la distribución de los ingresos, incrementar el stock de firmas en una región (y por lo tanto potencialmente la creación de riqueza).

La creación de firmas también puede aumentar la competencia y promover mercados más “eficientes”, afectar positivamente los niveles de productividad de una industria y promover la difusión de tecnología. Puede, así mismo, ser una alternativa de largo plazo para dinamizar las estructuras productivas locales sobre la base del desarrollo y fortalecimiento de las capacidades endógenas de las firmas.

El objetivo de la tesis es presentar el abordaje metodológico y primeros resultados de un estudio piloto de treinta micro y pequeñas empresas industriales¹ de la

¹ Hay cinco definiciones de Micro y Pequeña empresa a considerar en el Perú:

Según Decreto Ley 705.

Micro y Pequeña empresa como aquellas unidades económicas que operadas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización jurídica o gestión empresarial, desarrollo cualquier tipo de actividad ya sea de producción, comercialización o prestación de servicios.

Según el Ministerio de Industria Comercio e Integración-MITINCI

Micro empresa, es aquella cuya venta anual llega hasta 12 UIT (31,200 soles a la fecha=8,914 U\$, donde 1 U\$=3.5 Soles), son empresas que tienen como máximo 10 trabajadores y el propietario trabaja en ellas.

Pequeña Empresa, es aquella cuya venta anual llega hasta 25 UIT (65,000 soles a la fecha=18,571 U\$), son empresas que tienen como máximo 20 trabajadores)

Según Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

Micro empresa, es aquella que vende menos de 54,753 dólares anuales y tiene activos inferiores a 20,000 dólares.

Pequeña empresa, es aquella que vende entre 54,753 dólares anuales y tiene activos entre 20,000 y 300,000 dólares.

Según la Corporación Financiera de Desarrollo-COFIDE y Superintendencia de Banca y Seguros.

Pequeña Empresa es aquella que tiene activos fijos entre 20,000 y 300,000 dólares y ventas anuales entre mas de 40,000 y 750,000 dólares.

Según Villarán (1998)

Microindustria, es aquella que tiene de uno a cuatro trabajadores, tiene una escasa densidad de capital equivalente a 600 dólares por puesto de trabajo, utiliza poco equipo de capital, es intensiva en mano de obra, presenta bajos niveles de capacitación y productividad, tiene ingresos que se mantienen a niveles de subsistencia y se caracteriza por no tener estabilidad económica, la casi nula generación de excedentes siendo un sector mayoritariamente informal.

Pequeña empresa industrial, es aquella que tiene entre 5 y 19 trabajadores, una densidad de capital de aproximadamente 3000 dólares por puesto de trabajo, su base tecnológica es moderna, su productividad es mayor en relación a la micro industria, es capaz de generar excedentes acumular y crecer, tiene en consecuencia una mayor estabilidad económica.

Según el Autor.

Para el estudio se considerara una mezcla de las definiciones del MITINCI y COFIDE por considerarla la mas adecuada para la estructura MYPE de la ciudad de Tacna.

Micro empresa, es aquella que tiene entre 1 y 10 empleados y que factura hasta 20,000 dólares anuales.

ciudad de Tacna en Perú creadas en el período 1990-1998. El trabajo está orientado ,en primer lugar, a analizar a través de las teorías del hecho emprendedor, las actividades emprendedoras que favorecieron el nacimiento de las firmas, desde la aparición de la idea empresaria hasta el inicio y primeros años de vida de las mismas, considerando los enfoques de Shapero y Reynolds. En segundo lugar, el estudio busca identificar si hubo variación en dichas actividades emprendedoras durante los dos primeros años de vida de la empresa.

El estudio de las actividades emprendedoras, puede generar un valioso aporte desde el punto de vista de contribuir a la formulación de políticas más efectivas y eficientes, tendientes a impulsar el nacimiento y autosostenibilidad de nuevas empresas.

En el primer capítulo, se presenta una introducción al estudio incluyendo los objetivos, justificación e hipótesis de la investigación así como las preguntas principales que el estudio intenta responder.

En el segundo capítulo, se describen los rasgos estructurales y tendencias de la economía peruana a fin de retratar el marco en el cual están inmersas las MYPEs para después aterrizar en la explicación del panorama de las MYPE en la ciudad de Tacna – Perú.

En el tercer capítulo se traza el marco teórico que abarca la conceptualización del Emprendedorismo y del hecho emprendedor y específicamente se amplían los enfoques teóricos del hecho emprendedor según Shapero (1978) y Reynolds (1997).

Finalmente se complementa el marco teórico incluyendo la importancia de las relaciones en el proceso de creación de la firma.

En el cuarto capítulo se muestran los resultados obtenidos junto a un primer análisis de los mismos. (pasando por la caracterización de las empresas, el emprendedor, la idea, el inicio, la implementaron, el sostenimiento de la empresa y las perspectivas del emprendedor).

El quinto capítulo está dedicado a exponer las conclusiones propias del estudio e intenta responder a las preguntas e hipótesis originalmente propuestas.

El estudio concluye con la inclusión de un anexo metodológico (que explica tanto la metodología utilizada como el proceso que se siguió para la selección de las empresas), las referencias bibliográficas y un conjunto de anexos cuya función es la de proporcionar información adicional relacionada al estudio.

1.3. OBJETIVOS

Objetivo Principal

Determinar las principales actividades emprendedoras que favorecieron el nacimiento del sector MYPEs industrial de la ciudad de Taca, en Perú, en el período 1990-1998.

Objetivos Específicos

Los objetivos específicos son:

* Identificar qué actividades emprendedoras³ favorecieron tanto el inicio (nacimiento) como el sostenimiento (primeros años de vida) de las MYPES industriales en Tacna-Perú en el período 1990-1998 considerando los enfoques del hecho emprendedor según¹:

-Shapero (1978) a nivel de factores: Factor de desplazamiento, Disposición para actuar, Disponibilidad de Recursos, Credibilidad y Suministro de información.

-Reynolds (1997) a nivel de etapas: Concepción, Gestación e Infancia⁶.

* Determinar qué actividades emprendedoras marcaron la diferencia entre las MYPES que crecieron rápido y las que crecieron lentamente¹.

JUSTIFICACION

En el intento de inserción de la economía peruana al mercado mundial adquieren particular importancia los fenómenos y agentes vinculados a las nuevas formas de organización de la producción que se están discutiendo, en este sentido en la literatura de los últimos 20 años aparece un replanteo del lugar que ocupan las pequeñas plantas de producción en la estructura industrial que se está conformando (Loveman y Sengenberger 1991).

Dentro de estos debates y especialmente a partir de las experiencias de Europa y Estados Unidos desde la década de los 80, el tema del emprendedorismo o proceso de creación de firmas adquiere particular relevancia.

Algunos factores usualmente argumentados en el debate sobre la importancia creciente de nuevas y pequeñas firmas son (Reynolds, Storey y Westhead, 1994):

³ Se entenderá por Actividades Emprendedoras a toda acción que haya sido realizada por el emprendedor y cuyo fin este orientado directa o indirectamente al inicio o sostenimiento de la empresa (Por ejemplo: Búsqueda de financiamiento, información, asesoría, etc.).

Dicho concepto proviene de Gartner (1988) quien afirma que lo esencial no es averiguar quien es un emprendedor sino analizar cuales son las actividades que realiza para la creación de una firma (de allí la definición de actividades emprendedoras) sugiriendo finalmente que el emprendedorismo es el resultado de una combinación de actividades emprendedoras llevadas a cabo por un emprendedor.

¹ La investigación se focalizará en Shapero y Reynolds, al haber concluido que el aporte de ambos autores no solo es complementario (Shapero que explica los factores que originan el hecho emprendedor y Reynolds que explica las etapas del mismo) sino que se adapta en forma razonable, al momento de encarar el presente trabajo desde la óptica de las actividades emprendedoras.

⁶ No considerara la etapa de adolescencia, porque el estudio solo comprende el análisis de las actividades emprendedoras hasta los dos primeros años de vida de la empresa que según Reynolds corresponden a la etapa de la infancia.

¹ Básicamente en términos de nivel de ventas anuales, personal ocupado y condiciones de exportación.

* La contribución de las nuevas firmas a la generación de empleo, al respecto Bingham y Melkers (1989) justifican este creciente interés ya que, debido a los cambios estructurales en la industria americana, la clase de compañías que producen empleo crecientemente son las pequeñas nuevas firmas.

* Las nuevas firmas están involucradas en una proporción substancial de las innovaciones en la economía. Además, su presencia tiene un efecto dinamizador sobre el conjunto de la industria.

* Para mucha gente la apertura de una nueva empresa es una importante opción profesional

* En muchos casos las altas tasas de natalidad de empresas están asociadas a un mayor nivel de desarrollo regional.

Adicionalmente, para el caso peruano, y, específicamente de la ciudad de Tacna, si se considera la caracterización hecha previamente del sector industrial, estos factores se tornan cruciales en términos de la creciente tasa de desempleo y brecha tecnológica que la separan de las mejores prácticas internacionales.

Por otra parte, si se consideran las crisis de las economías regionales y el efecto desplazamiento provocado por las profundas transformaciones de los últimos años, la creación de nuevas empresas producto de una combinación de distintas actividades emprendedoras, que es el tema de nuestro estudio, se torna relevante tanto en términos de las posibilidades de desarrollo regional como desde el punto de vista del individuo al ser, la creación de empresas, una opción de desarrollo profesional para aquellos que se están reubicando en la estructura productiva.

1.4. HIPOTESIS

La Hipótesis general es:

En el periodo 1990-1998 el sector MYPE industrial peruano, en general y de la ciudad de Tacna en particular, afronto principalmente problemas de poca demanda, competencia desleal vía el contrabando y falta de financiamiento¹, lo que influyo en el proceso de creación de MYPE industriales.

Sin embargo, paralelamente hubo, en alguna medida, actividades emprendedoras que favorecieron la creación de nuevas empresas.

Las Hipótesis de trabajo son:

Hipótesis 1: Se presentan actividades emprendedoras que favorecen el nacimiento y primeros años de vida de MYPES industriales en la ciudad de Tacna pese a la existencia de los problemas antes mencionados.

Hipótesis 2: Se presentan actividades emprendedoras que marcan diferencias entre las MYPES que crecieron rápidamente y las que crecieron lentamente¹.

¹ Según la encuesta : "Perú; Actividad Económica de la Pequeña y Microempresa", del Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI. (Noviembre 1995).

¹ Básicamente en términos del nivel de ventas, personal ocupado y condiciones de exportación.

1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACION

* ¿Cuales son las actividades emprendedoras que favorecieron el nacimiento y primeros años de vida de las MYPES industriales en la ciudad de Tacna entre el periodo 1990-1998?

* ¿Cuales fueron las actividades emprendedoras que marcaron la diferencia entre las empresas que crecieron rápidamente y las que crecieron lentamente?.

¿Como se articulan dichas actividades emprendedoras con las teorías de Shapero y Reynolds?.

CAPITULO II : RASGOS ESTRUCTURALES DE LA ECONOMIA PERUANA

2.1. RASGOS ESTRUCTURALES DE LA ECONOMIA PERUANA

El desenvolvimiento de la economía del Perú se enmarca en el modelo económico puesto en práctica a partir de 1990. Caracterizado por profundas reformas estructurales y una política de estabilización mantenida desde entonces. En el último quinquenio, la economía creció a una tasa promedio anual de 7,5% con un índice de inflación descendente del orden de un dígito, pero mostró persistentes debilidades respecto del sector externo y el empleo. En este contexto, su evolución durante 1997 permitió sobrepasar las expectativas iniciales, con un crecimiento por encima del 7%, y superar así el moderado desempeño del año anterior, en el que había incidido la política de ajuste; al mismo tiempo, la inflación tuvo un comportamiento muy favorable, y su tasa anualizada se redujo a 6,5%, en diciembre. (Indacochea 1998)

Las repercusiones de la crisis asiática casi no afectaron a la economía del país en 1997, pero el fenómeno de El Niño provocó una brusca caída de las exportaciones pesqueras y de la cosecha agrícola en el último trimestre, además de causar fuertes daños en materia de infraestructura. El incremento del producto permitió aumentar la tasa de ocupación a nivel nacional, manteniéndose las tendencias hacia un empleo creciente en actividades de comercio y servicios, y un estancamiento en la actividad industrial.

La política macro económica desempeñó un papel algo contractivo respecto del gasto fiscal, mientras que la política monetaria fue consistente con la aceleración de la tasa de crecimiento del producto. En efecto, el balance del sector público no financiero generó un superávit cercano a un punto del PBI, conseguido mediante una reducción de los gastos corrientes y los de capital.

El descenso de superávit respecto del año anterior se explica por el hecho de que los ingresos provenientes de privatizaciones tuvieron una disminución del orden de 2,5% del PBI.

La expansión de la liquidez total se atribuye al fuerte incremento del crédito en moneda extranjera, al tiempo que la política monetaria, que incide sobre los coeficientes de monetización en moneda nacional, neutralizó en parte el aumento de las reservas internacionales, resultando consistente con el 7,7% de crecimiento del PBI y la desaceleración de la tasa de inflación. La expansión de la demanda no se tradujo en presiones inflatorias gracias a la mayor capacidad de importación y a la estabilidad del tipo de cambio real. Tampoco se puede desestimar la influencia de factores de la oferta, como de la caída de los precios de los combustibles y los productos importados, especialmente de los alimentos, que contribuyó a la estabilización.

El balance comercial mostró una evolución muy favorable a lo largo del primer semestre, debido al crecimiento de las exportaciones pesqueras. Los fenómenos climáticos ya mencionados no alcanzaron a neutralizar esta mejoría y el déficit comercial disminuyó en 200 millones de dólares. Esto, junto con un leve descenso del servicio financiero, permitió reducir el déficit corriente a 5,2% del PBI. Al margen del proceso de privatización, la inversión extranjera directa ha continuado incrementándose fuertemente, y su participación en el financiamiento de la cuenta corriente del balance de pagos ha aumentado en forma significativa.

En 1997, el término de la renegociación de la deuda externa con el Club de París, así como el logro de un acuerdo con la banca internacional en el marco del Plan Brady, abrieron espacio para adecuar el servicio de la deuda externa a la capacidad de pago y posibilitaron la reanudación de la corriente crediticia desde el exterior. Como resultado de la renegociación, la deuda externa peruana disminuyó más de 10 puntos del PBI.

Los efectos devastadores del fenómeno climático de El Niño persistieron durante el primer trimestre de 1998, repercutiendo con fuerza en las perspectivas de crecimiento para este año, durante el cual se vislumbra un estancamiento en el primer semestre y un mayor dinamismo en el segundo. La urgente necesidad de reponer la infraestructura vial destruida impulsará el gasto público en inversión. La drástica caída en la actividad pesquera y el bajo nivel esperado de los precios de los minerales, en especial del cobre, permiten proyectar, también para 1998, un descenso brusco de la tasa de crecimiento de las exportaciones, que incidirá en los resultados del control del déficit comercial. El efecto de El Niño se trasladó también a los precios, sobre todo de los alimentos, provocando una aceleración del ritmo inflacionario, que en abril llegó a una tasa acumulada de 4%, el doble de la registrada el año anterior.

La crisis asiática, por su parte, determinó que se suspendiera la ejecución de grandes proyectos mineros, lo que abre un interrogante sobre la evolución a mediano plazo de las exportaciones correspondientes.

La Política Económica

A pesar de la retracción del gasto público, la política macro económica durante 1997 terminó siendo expansiva, debido a que la política monetaria no buscó neutralizar el alto crecimiento del crédito al sector privado, cuyo origen fue un flujo de capitales de corto plazo derivado del endeudamiento con la banca privada internacional. (Indacochea 1998)

La política fiscal

Si se considera el balance financiero neto de ingresos de capital, hasta el tercer trimestre del año la política fiscal fue claramente restrictiva. Las cifras trimestrales del gasto del gobierno central muestran una caída importante, sobre todo en el segundo trimestre respecto del gasto corriente, que muestra una diferencia de 2,5 puntos del PBI con el coeficiente del año anterior. Por su parte, el nivel de los ingresos corrientes se mantuvo en 14% del PBI.

Aun cuando hacia finales del año se incrementó el gasto público con el fin de enfrentar los daños que pudiera provocar el fenómeno climático de El Niño, el saldo en las cuentas del gobierno central, sin considerar los ingresos por concepto de privatizaciones, se situó casi en el punto de equilibrio (-0.8% comparado con -1.5% en 1996).

A diferencia de años anteriores, los ingresos de capital obtenidos por el fisco como resultado de privatizaciones fueron muy reducidos (0.9% del PBI en comparación con 3.5% en 1996), siendo éste el factor fundamental que explica la caída del superávit del sector público no financiero en 1997 (de 2.4% del PBI a 0.8%).

La política monetaria y cambiaria

Debido al alto grado de dolarización de la economía –la liquidez en moneda nacional fue sólo un 34% de la liquidez total-, la acción de la política monetaria resulta bastante restringida. A pesar de ello, dado que las remuneraciones y los gastos de consumo privado se pagan en moneda local, la intervención del gobierno en la emisión primaria tiene una fuerte respuesta en la demanda interna nominal.

Para contrarrestar en parte el considerable incremento del crédito interno originado por el ingreso de divisas, durante el primer semestre se mantuvo el bajo ritmo de expansión con que evolucionaron los agregados monetarios en moneda nacional en 1996. A partir de julio, dicha tendencia se volcó, al acelerarse el aumento de la emisión primaria, lo que llevó la expansión acumulada durante el año a un 16%, cuatro puntos más alta que la del año anterior. La variación de la emisión, de origen externo, ascendió a 1400 millones de nuevos soles, que no fueron totalmente neutralizados con la emisión de valores del Banco Central de Reserva del Perú y el aumento de los depósitos del sector público y el Banco de la Nación. Esta evolución permitió que el producto creciera más de 7%, en tanto que la inflación se mantenía en el mismo rango.

El coeficiente de monetización (MI/PBI) permaneció constante en 3%, mientras que la liquidez total se expandió en más de un punto del PBI, hasta llegar a 19%, y la dolarización de la economía se consolidó al restringirse a un tercio los agregados monetario de origen nacional. El crédito al sector privado aumentó en 3 puntos del PBI, gracias al incremento del flujo de capitales externos de corto plazo.

La tasa de interés activa bancaria en moneda nacional continuó exhibiendo un muy alto margen, de 20%, respecto de la pasiva, diferencia de magnitud similar a la del año anterior. La tasa real de colocación en moneda nacional se elevó a 23%, rompiendo la tendencia descendente de los últimos años. Sin embargo, dada la alta dolarización de la economía, las tasas en moneda nacional afectan principalmente al consumo, y para evaluar el costo financiero de las empresas es pertinente aplicar la tasa en moneda extranjera. Esta se redujo en un punto porcentual respecto de 1996, y su promedio de 15,6% se mantuvo entre septiembre y diciembre, lo que resulta otro indicador del limitado impacto de la crisis asiática sobre la banca comercial.

En cuanto a la política cambiaria, las autoridades mantuvieron un régimen de flotación controlada, de manera que el tipo de cambio siguió de cerca la evolución de la inflación; así, medido respecto al dólar, el tipo de cambio real se mantuvo constante, mientras que en relación con los índices de precios de los siete principales socios comerciales, la variación acumulada mostró una abrupta baja de casi 3% respecto de 1996.

La tendencia positiva en el mercado bursátil nacional se quebró a partir de julio, momento en que se inicia la crisis asiática. El índice real de las acciones, medido según el Índice General de la Bolsa de Valores de Lima, cayó 18%, magnitud similar a la de su equivalente en dólares. Hacia fines del primer trimestre de 1998 se observó un repunte en su comportamiento.

La política comercial

Durante 1997 fueron finalmente aplicadas las medidas de política que se habían ido madurando en años anteriores, con miras a aumentar la competitividad de las exportaciones peruanas. En abril se redujo de 16% a 13% el arancel promedio para la mayoría de los productos importados. Con ello las tasas arancelarias de 15% y 25% bajaron a 12% en aproximadamente un 97% de las partidas de importación. Para brindar una mayor protección efectiva a algunos productores, durante 1997 se impuso una sobretasa arancelaria de 5% a las mercancías declaradas "sensibles" y a la sobretasa específica establecida en 1991 para 20 productos agropecuarios, cuyo nivel aumentó de 20% a 25%. El resultado neto de estas medidas fue una caída del promedio arancelario.

Las reformas estructurales

En el año 1997 no se destacó por algún hecho relevante en materia de reformas estructurales. La tendencia del proceso de privatización, que venía perdiendo dinamismo desde años anteriores, se mantuvo. El gobierno percibió 143 millones de dólares de ingreso externo por concepto de privatizaciones, cifra muy por debajo de los 1700 millones de dólares registrados el año anterior. La venta de acciones de empresas públicas disminuyó mucho debido principalmente a problemas institucionales y políticos. Respecto de estos últimos, 1997 se caracterizó por un intenso debate público, inducido por el costo que tuvo para la población el fuerte incremento de las tarifas de energía eléctrica y los precios de los combustibles después de las privatizaciones. En respuesta a ello, en el sector de los hidrocarburos, el gobierno modificó la modalidad de privatizar mediante concesiones bajo contratos de operación y se promulgó la ley No 26844 de "acciones doradas", que permite la participación del Estado en las empresas.

Respecto del sector de la energía, se postergaron las subastas de las empresas Egasa y Egesur, en espera de la promulgación de una nueva norma legal reguladora de la formación de mercados monopólicos en las áreas de generación y distribución. El programa de concesiones de infraestructura también fue postergado por no haberse logrado unificar criterios en los equipos gubernamentales.

Con el fin de beneficiar a gran parte de los empleados públicos (40% de los cuales son jubilados), y en el contexto del proceso de privatización, el gobierno propuso crear el Fondo Mutuo de Ahorro Público (FMAP) sobre la base de un paquete accionario de empresas privatizadas que el Estado mantiene en su poder. En la primera etapa se transferirían al FMAP 500 millones de dólares, de un monto potencial de 1300 millones.

Evolución de la actividad económica

El repunte del ritmo de crecimiento en 1997 fue liderado por la construcción, la producción de minerales metálicos y otras ramas no pertenecientes a los sectores procesadores de recursos primarios; la expansión de estos últimos sufrió un fuerte retroceso durante el segundo semestre, a causa del fenómeno climático de El Niño. Al mismo tiempo, se consolidó la tendencia decreciente del ritmo inflacionario, con una tasa acumulada de 6,5% a diciembre de 1997, la más baja en los últimos 25 años. De acuerdo con las metas bosquejadas por el gobierno a comienzos de año, el saldo en cuenta corriente del balance de pagos debía estabilizarse con un 5% del PBI, lo que fue logrado gracias al notable impulso de las exportaciones, particularmente en el primer semestre. (Indacochea 1998)

La actividad económica y el empleo

El incremento de la demanda interna a partir del segundo semestre de 1996, llegó a su punto máximo en el tercer trimestre de 1997 (9,4%), e hizo posible cerrar el año con un promedio de 8%, cifra que superó las expectativas iniciales. Más de cuatro puntos de este crecimiento fueron imputables a la inversión bruta interna, estimulada principalmente por el comportamiento de los agentes privados. El consumo, por su parte, aumentó a una tasa inferior a la del PBI, lo que concuerda con el hecho de que el empleo se expandió en actividades menos remuneradas, en tanto que los sueldos y salarios reales se estancaron. En el caso de la demanda agregada, que creció 10%, tres puntos corresponden al aumento de las exportaciones y otros tres, nuevamente, a la inversión, cuya participación en el PBI subió a 30%. Este comportamiento transformó a estos dos sectores en los líderes del dinamismo económico.

Es interesante notar que en el financiamiento de la inversión, durante 1997 el mayor esfuerzo de ahorro lo hizo el sector público, que aumentó en 1.5% del PBI su participación en el ahorro; con esto, el coeficiente de ahorro interno respecto del PBI alcanzó al 23.0%, mientras que el del ahorro externo se redujo a 5.9%.

Al analizar la contribución de los distintos sectores de actividad económica al incremento del PBI (7,7%), resulta obvio que el sector líder fue la construcción, que creció un 20%, estimulado por la fuerte expansión del crédito bancario destinado a esa actividad, lo que permitió acelerar la edificación de hoteles, oficinas, grandes centros comerciales y viviendas. Sin embargo, a partir del segundo semestre también fue fuerte la incidencia del gasto público en infraestructura con el objeto de reforzar puentes y caminos, así como de construir drenajes y defensas a fin de reducir los efectos de trastorno climático sufrido.

El dinamismo de la construcción impulsó, a su vez, el avance de las ramas industriales que producen insumos para esta actividad (metales básicos, cemento, pinturas y otros), que así contribuyeron al 8,7% de crecimiento exhibido por la industria no procesadora de bienes primarios (derivados de la actividad agropecuaria, pesca y la minería). Las ramas elaboradas de productos básicos ("commodities"), por su parte, se expandieron poco más de 1%.

En un contexto de agudo descenso de los precios de los minerales, la minería no petrolera aceleró el ritmo extractivo con el fin de mantener el valor de la producción, lo que aumentó el quantum en 10% con respecto a 1996. Sin embargo, la crisis asiática obstaculizó la puesta en práctica de nuevos proyectos de inversión que estaban siendo evaluados en términos financieros, sobre todo aquellos relacionados con los yacimientos de cobre, circunstancia que impedirá el futuro crecimiento del sector.

Precios, remuneraciones y empleo

Durante 1997 la inflación no sólo retomó la tendencia decreciente interrumpida el año anterior, sino que además registró a tasa más baja de los últimos años (6,5%). En este resultado se conjugaron varios factores. Respecto de la relación oferta con demanda, el incremento de los ingresos pudo ser enfrentado gracias a que había una alta subutilización de la capacidad industrial instalada (32%) y a que en la economía era posible desviar las presiones de la demanda interna hacia las importaciones, alternativa asegurada por el abundante flujo de recursos externos.

En relación con los factores de costo la desaceleración inflacionaria se explica por la estabilidad del tipo de cambio nominal, la escasa presión derivada de los salarios (en términos nominales crecieron sólo 5,6%), la caída de los precios de los servicios básicos y los combustibles, hecho particularmente relevante por su incidencia en la canasta de consumo (en el caso de los combustibles, la reducción fue de 9% en los últimos 12 meses), a lo que se sumó la baja de los precios de los alimentos importados. Por último, es interesante hacer notar que según la clasificación de precios transables y no transables, que hace el Instituto Nacional de Estadística e Informática, han sido los segundos los que mostraron un mayor incremento, producto del alza experimentada por los servicios y, dentro de éstos, los específicamente relacionados con la salud. Los precios de los alimentos, así como de los servicios públicos (la mayoría de los cuales han sido privatizados), se elevaron a un ritmo inferior al de la inflación (4%).

Con respecto a las remuneraciones reales, tanto en el caso de los salarios como de los sueldos, permanecieron constantes durante 1997. La mencionada sub utilización de la capacidad productiva indudablemente contribuyó a la moderación de los aumentos salariales, sobre todo en el sector industrial.

La estabilidad de los salarios y la reactivación de la demanda tuvieron un leve efecto sobre el empleo en actividades formales, que creció cerca de 4%, de acuerdo con las encuestas mensuales efectuadas a las empresas que ocupan a más de 100 personas, incluidas las contratadas por intermedio de servicios o cooperativas de trabajadores. Casi la totalidad de este incremento se atribuye a los sectores de comercio y servicios. El aumento de la población activa en el mercado laboral fue mayor que la modesta expansión de los puestos de trabajo, lo que incrementó el desempleo.

La cifra anual ascendió de 7,9% a 8,3% de la población activa, y empeoró la situación de las mujeres. El subempleo, medido tanto por ingreso como por horas trabajadas, se mantuvo en los altos niveles del año anterior.

Sector externo

En 1997 se prosiguieron los esfuerzos por controlar la brecha externa y la participación en el PBI del déficit en cuenta corriente del balance de pagos se estabilizó en 5,2% cumpliéndose así la meta estipulada en los acuerdos con el Fondo Monetario Internacional. Este logro se debió a un mejoramiento del saldo comercial de bienes, equivalente a 200 millones de dólares. A pesar del fuerte crecimiento de las importaciones, fueron superadas por las exportaciones que alcanzaron a 6750 millones de dólares, lo que redujo la brecha a 1814 millones.

Durante los tres primeros trimestres se destacó el fuerte incremento de las exportaciones tradicionales, especialmente de productos derivados de la pesca y agrícolas, pero éstos sufrieron un descenso hacia finales de año por los factores climáticos mencionados. La caída del precio de los minerales metálicos y, en especial, del cobre (que fue muy afectado por la crisis asiática), no incidió significativamente en los valores de exportación, debido al incremento de los volúmenes.

Las exportaciones de casi todos los productos no tradicionales continuaron creciendo; en conjunto, su aumento fue cercano a los 500 millones de dólares, y alcanzaron a 2035 millones. Con ello, la participación de este tipo de bienes, provenientes de los sectores agropecuario, textil, metal mecánico, químico y siderometalúrgico, subió de 27% a 30% del total exportado.

El incremento de 671 millones de dólares de las importaciones se explica en un 60% por el aumento de los bienes de capital, hecho consistente con el liderazgo de las inversiones en el crecimiento del PBI. Del resto, un 30% es atribuible a la importación de insumos, y sólo un 10% a la de bienes destinados al consumo.

En cuanto al balance de servicios, el déficit de los no factoriales tuvo un incremento de casi 100 millones que fue compensado por una caída similar de la renta de factores, que se redujo a 1497 millones de dólares. De esta forma el déficit en cuenta corriente cerró en diciembre con un total de 3415 millones de dólares.

En el aspecto financiero del balance de pagos, destaca el comportamiento de la inversión directa que, descontando las divisas correspondientes a las privatizaciones, mantuvo su nivel del año anterior, superior a 1800 millones de dólares. Si a ello se suma el hecho de que la inversión de cartera tampoco declinó y los préstamos a corto y largo plazo aumentaron, se puede concluir que, financieramente, la crisis asiática no ejerció un impacto en la economía del Perú.

Por otra parte, la culminación de las negociaciones bilaterales con el Club de París, el Plan Brady y la renegociación de las deudas con Rusia, permitieron reducir la deuda externa peruana y, además, abrir las puertas al crédito de la banca financiera internacional. Ello dio lugar a un ingreso de capitales de corto plazo por 2100 millones de dólares, que sumados a otros de largo plazo por 2753 millones de dólares, financiaron con holgura el déficit en cuenta corriente. El saldo contribuyó a un aumento de las reservas internacionales netas, a las que la adición de 1600 millones de dólares permitió que alcanzaran a 10169 millones de dólares, valor equivalente a más de un año de importaciones.

2.2. CARACTERIZACION DE LAS MYPES PERUANAS

2.2.1. Los Comienzos

La versión más difundida acerca de la proliferación del sector MYPE es sostenida por Matos José (1991) quien argumenta que a partir de 1951 se inició un fenómeno de migración-urbanización (el mismo que se reforzó a partir de la década de los 60, en donde la modificación de la tenencia de la tierra, condujo a que los nuevos propietarios no pudieran subsistir con lo que producían decidiendo finalmente migrar del campo a la ciudad, como resultado de este proceso el Perú pasó de ser un país rural (1940: 64.6%) a ser un país urbano (1993: 70%)(Censo, 1993).

Es bueno denotar que el proceso migratorio -de provincias a Lima- comenzó a inicios de 1940 y se reorientó en 1980 en sentido contrario, dirigiéndose esta vez hacia poblados de la selva alta y ceja de selva peruana por el atractivo negocio del cultivo de la coca.

Dice Matos (1991) que este movimiento provocó un rápido crecimiento de poblaciones⁵ periurbanas en las principales ciudades del país lo que a su vez originó

⁵ La población migrante de la década del 50 y 70 incluso soporto su actividad empresarial con estudios primarios y algunos con educación secundaria sin apoyo estatal. (Según el censo de 1940 el analfabetismo afectaba al 57% de adultos peruanos y un 35% no hablaba castellano).

En 1961, 1972 y 1981 el analfabetismo alcanza respectivamente el 38.9%, 27.5% y 16.2% de la población de 15 años ó más.

Según el censo de 1940 habían 439,662 migrantes peruanos que representaban el 6.8% de la población total que en ese entonces ascendía a 6'440,000 millones de habitantes.(El 50.4% de estos migrantes se dirigió a Lima, el 34.9% a ciudades de la costa y el resto a otros lugares de la sierra y selva).

Según el censo de 1961 la población migrante se había incrementado a 1'237,000 personas que significó el 13% de la población total peruana que en ese entonces ascendía a 9'833,800 millones de habitantes.(El 64.6% de estos migrantes se dirigió a Lima, el 20.7% a ciudades de la costa y el resto a ciudades de la sierra y selva).

Para el periodo 1967-1972 el INEI estableció la existencia de 888,187 migrantes en todo el Perú (El 45.1% de estos migrantes se dirigió a Lima).

Para el periodo 1976-1981 la migración interna no vario.

mayores demandas de fuentes de ingreso y empleo por parte de las poblaciones migrantes los que al no ser absorbidos por la industria formal, desarrollaron estrategias de autoempleo, que resultaron en la creación masiva de MYPES.

2.2.2. Clasificación y Composición

El Tercer Censo Económico Nacional realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI en 1993, y la publicación titulada: "Perú, Actividad Económica de la MYPE", publicada en noviembre de 1995, contiene información condensada de 390,000 empresas y establecimientos censados en 1993 y 1994, esta información ha dejado de lado el comercio ambulatorio y las actividades de transporte urbano.

Dicho censo arroja que el 95,8% de todas las empresas censadas son micro empresas, con menos de 10 personas ocupadas; 2,13% son pequeñas empresas, con 11 a 20 personas ocupadas; y 2,12% son medianas y grandes empresas, lo que supone que el 97,9% de las empresas en el país son micro o pequeñas empresas. (Villarán 1998).

Específicamente para la ciudad de Tacna, el mismo censo reporta que actualmente cuenta con 2,501 MYPES, 2,330 tienen entre 1 y 4 empleados, 125 tienen entre 5 y 10 empleados y 46 tienen entre 11 y 20 empleados. Igualmente existen 238 industrias manufactureras, 1 empresa de construcción, 1,512 empresas de comercialización/reparación de vehículos automotores, 350 restaurantes y hoteles, 57 empresas de transporte y almacenaje, 8 empresas intermediarias financieras, 113 empresas dedicadas a la actividad inmobiliaria, 18 centros de enseñanza privada, 111 servicios sociales/de salud y 93 empresas dedicadas a otras actividades.

Así mismo se pueden diferenciar 6 escalas distintas: 1) mediana y grande, 2) pequeñas de la capa superior, 3) pequeñas de la capa media, 4) pequeñas de la capa inferior, 5) micro empresas de acumulación, y 6) micro empresas de sobrevivencia. (Togo 1998)

Los sectores en los que se constata una mayor participación MYPE en la PEA son agricultura y comercio, con porcentajes tan altos como 98% y 95% respectivamente. La tradicional presencia del minifundio en la sierra explica esta alta participación para el caso de las áreas rurales. A continuación vienen transporte, construcción y servicios con porcentajes que van desde el 60% al 70%; la fuerte presencia de taxis, colectivos, micros y combis, todos de propiedad individual o familiar, explica la realidad del transporte.

Por su parte, la presencia de la auto construcción y las pequeñas empresas contratistas en construcción de vivienda en barrios populares, así como la gran heterogeneidad del sector servicios explicarían la importancia de las MYPES en estos subsectores. (Villarán 1998).

2.2.3. Los Sectores

Un elemento que resalta al analizar la presencia de la MYPE según sectores económicos, es su importancia en una diversidad de ramas económicas y su especial presencia en la actividad agrícola como resultados de los cambios operados en la propiedad de la tierra a partir de los años sesenta.

De los 16'835,000 millones de habitantes que había en 1981, el 6.6% estaba constituido por migrantes, mientras que en los últimos años del 1'097,839 millones de migrantes, el 35.8% se fue a lima, a pesar de haber experimentado una importante reducción desde los últimos 15 años, en beneficio de las mas atrayentes zonas de la selva, la migración sigue sobre dimensionando a la gran lima. (Matos José 1991).

El subsector de confecciones y textiles tiene el promedio más alto de exportaciones en el sector manufacturero: más del 52% sobre su producción total, realizadas principalmente por grandes y medianas empresas. Diez empresas peruanas exportan el 90% de su producción y 265 empresas exportadoras más, han abierto camino para que las PyMEs atiendan una mayor proporción del mercado nacional.

El sector confecciones no ha cesado de crecer, pese a los graves problemas económicos que vivió el Perú. El avance exportador ha beneficiado a las MYPES del sector en dos sentidos, les ha abierto posibilidades en el mercado externo y también en el interno les ha dejado un mayor espacio con público menos exigente. Destaca el desarrollo del complejo comercial y manufacturero de confecciones y textil de Gamarra, con un gran potencial competitivo.

En la agroindustria destaca la producción de espárragos. La exportación de espárragos superó el año 1993 a los productos clásicos, tales como el algodón, café y azúcar, estos resultados tienen un énfasis en el aporte de la pequeña producción.

El crecimiento y participación de productos no tradicionales en las exportaciones agrícolas expresa altas tasas en los últimos años.

De igual manera se detecta el desarrollo de una pequeña minería vinculada a la producción de oro. Particularmente desde la zona de Ocucaje hasta Caraveli en la zona del Sur Chico y el Sur, así como el desarrollo de Madre de Dios. Se considera que la pequeña minería de oro aporta más del 20% de las exportaciones nacionales de oro.

En el caso del Turismo se constata un crecimiento y recuperación de la oferta bastante significativa. El número de Turistas ha crecido desde los 300,000 turistas/año hasta más de 600,000 en 1996. En este sector la oferta de servicios de MYPES también es significativa, pero no se conocen estudios puntuales.

El crecimiento y la recuperación de la pesca es significativa en los últimos años, pero la participación de las MYPES no es notoria (no se conoce el comportamiento en la pesca de consumo humano directo, donde las MYPES tendrían mayor participación), la actividad está más centrada en las medianas y grandes empresas.

En la acuicultura el desarrollo del sector en lo referente a langostinos, crianza de camarón de Malasia y en menor criadores de conchas de abanico, reposa en las MYPES.

En el sector comercial el desarrollo de las MYPES es manifiesto, principalmente, en la comercialización de importaciones fundamentalmente en el ramo de productos electrónicos y artefactos para el hogar. La colocación en el mercado de ordenadores es un hecho destacado.

Si bien es cierto, se nota una recuperación en los sectores más avanzados de las MYPES, también se observa graves problemas en el sector metal mecánico, carpintería, calzado y producción de alimentos, debido a que son ramas que habían descansado mucho en la protección del mercado y hoy enfrentan una mayor competencia, para la cual muchas no se encontraban preparadas. Las necesidades de cambios tecnológicos y de gestión son muy evidentes.

En el agro es donde los problemas se han agudizado sensiblemente para las MYPES, debido a una profundización del problema del crédito y sobretodo debido a la bajísima productividad. La modificación de la estructura económica del país encuentra en este sector una tarea central de encarar.

Es importante destacar en la evolución de las empresas el proceso de desagregación empresarial que se produce en el Perú. Este fenómeno abarca diferentes temas de especial importancia: en primer lugar la privatización de las empresas, lo que genera creación de muchas MYPES. Antes eran unidades integradas a grandes empresas estatales, que ahora pasaron a ser empresas independientes. Destaca lo que viene sucediendo con la empresa de teléfonos, pues ésta generó un proceso de creación de MYPES que tienden los servicios de cableado, instalaciones, producción de equipos, servicios de mantenimiento, etc. situación que se repite con grifos, hoteles y sobretodo en servicios (Mesa de Trabajo de la Micro y Pequeña Empresa 1997).

2.2.4. Estructura Organizativa

Las MYPE peruanas actúan fuera del marco jurídico vigente para la gestión empresarial; es decir, son fundamentalmente informales.

La propiedad de la empresa es totalmente familiar. No existe distinción de los medios de producción de propiedad de la familia y los medios de producción de la Empresa.

No existen relaciones laborales formales.

La tecnología del proceso productivo es sencilla y, por lo general, no es intensiva en capital ni utiliza insumos importados y

El mercado para el cual producen los bienes, básicamente, es nacional.(Flores 1996)

2.2.5. Principales Problemas

La encuesta del INEI señala que tanto en la ciudad de Tacna como en el Perú en general, entre los principales problemas enfrentados actualmente por los empresarios del sector se encuentran: Falta de liquidez, 29%, Poca demanda de los clientes, 18%, Competencia desleal, 16%, Inestabilidad en el mercado, 7%, falta de financiamiento, 7%, trabas de los municipios, 5%, falta de servicios básicos, 3%.

Entre las principales causas se señalan: mala política económica en general, 30%, competencia desleal del contrabando e informales, 16%, falta de liquidez, 12%, falta de crédito de las instituciones bancarias, 10%, mala política gerencial, 8%, poca venta por bajo poder adquisitivo de la población, 5%.

Esta claro que según los empresarios los tres elementos básicos que afectan su crecimiento en la actualidad son: la reducción de la demanda, la falta de crédito y la competencia desleal (contrabando e informales).

En cuanto a las necesidades que tiene el sector para su desarrollo, los empresarios manifestaron las siguientes: mayor demanda, 26%, apoyo del gobierno, 26%, acceso al financiamiento, 24%, reducción de la tributación, 22%, control de la competencia desleal, 12%, liquidez, 7%, mejorar la infraestructura, 6%, publicidad, 6%, facilidades de los municipios, 5%, capacitación, 4%, buena política empresarial, 4%.(COPEI 1998).

La mayoría de estas necesidades tienen que ver con la actuación del estado, como por ejemplo el mayor apoyo del gobierno central, la reducción de la tributación, el control de la competencia desleal, el mejoramiento de la infraestructura, las facilidades de los municipios, ello refleja por un lado, la indiferencia del estado hacia el sector y por otro lado le brinda las posibilidades de corregir estos errores y obtener buenos resultados con poca inversión.

Otras necesidades se refieren a las condiciones macro económicas como el incremento de la demanda y al sector financiero, del cual solicitan facilidad de acceso al crédito y mayor liquidez, finalmente los empresarios se refieren a tres factores internos de sus empresas: publicidad, capacitación y una buena política gerencial demostrando madurez y capacidad autocrítica.

Por otro lado las estimaciones del sector informal más importantes arrojan los siguientes resultados: 48% de la PEA¹ = 3'670,000 (De Soto 1986), 34% de la PEA² = 2'600,000 (Carbonetto 1988), 49.2% de la PEA = 3'770,000 (Mezzerá 1996)

El INEI estima que la PEA para el año 1990 llegara a 7'660,000 de personas.

Igualmente se ha determinado que el 29% del total de micro y pequeñas empresas informales tiene capacidad de acumulación³.

Financiación

Las cifras no precisan la demanda de financiamiento, sin embargo, se puede observar algunas características según el Censo de Pequeñas Empresas Informales (INEI, 1994 y 1993) -señalado por Víctor A. Madueño⁴- que muestra lo siguiente:

Fuentes de Financiamiento: Gobierno (1%), Sistema Financiero (14%), Empresas no Financieras (5%), Microempresas (80%). Los datos indican que el 80% de las MYPEs solicitó financiamiento de proveedores y prestamistas informales y que tan solo el 14% acudieron al sistema financiero. La informalidad en que operan muchas de estas unidades económicas hace que se les restrinja el acceso a entidades bancarias, obligándoseles a recurrir a los prestamistas informales lo que les genera costos y riesgos muy altos en caso de morosidad. (Madueño 1998).

Por otro lado, la diferencia entre la tasa de interés anual activa en dólares en los Estados Unidos y el Perú era 13% en diciembre de 1991, aunque esta diferencia ha disminuido hasta casi 7% en noviembre de 1995, la diferencia es mayor, considerando que la competencia internacional puede ahorrarse esta carga financiera y rentabilizarla en otros usos.

El Papel de la Banca

De un estudio que consideró seis bancos comerciales, se detectó que tres concentran el 60,9% de la cartera bruta⁵ total de la banca múltiple, los otros tres bancos menores participan en conjunto con no más del 10% de esa cartera total, esta elevada concentración de las operaciones crediticias es una primera característica a destacar en el sistema bancario peruano, que subsiste, a pesar que la legislación actual propicia la competencia bancaria.

La experiencia de la banca comercial peruana respecto al otorgamiento de préstamos a la MYPE es relativamente antigua con la pequeña empresa, pero, muy reciente con la micro, el banco presta directamente a la pequeña empresa mientras que a la micro, generalmente, le presta en cooperación con las ONG's de crédito.

Los préstamos directos a la micro empresa son aquéllos que usan fondos de líneas especiales de crédito como las de COFIDE (PROMICRO), bajo las condiciones establecidas por el banco y COFIDE⁶.

¹ De Soto, Hernando, *El otro sendero*, El Barranco Ediciones, Lima, 1986.

² Carbonetto D., Hoyle J., Tueros, M., *Lima: sector informal*, CEDEP, Lima, 1988.

³ Ver Carbonetto et al., op. cit.

⁴ Primer Encuentro Anual de Banca. Octubre 1996 - Universidad de Lima.

⁵ El saldo de cartera bruta es igual al saldo anterior más los créditos desembolsados más los créditos refinanciados menos los créditos amortizados.

⁶ La línea de crédito para la micro empresa (PROMICRO) de COFIDE está dirigida a las personas naturales o jurídicas cuyos activos fijos llegan hasta US\$ 20,000 y sus ventas anuales alcanzan hasta US\$

Los préstamos a la pequeña empresa se han realizado tradicionalmente con recursos propios⁷, pero ahora también se hacen, y con mayor intensidad, con líneas especiales de crédito como las de COFIDE (PROPEM)⁸, de manera que se ha incrementado la oferta de fondos de la banca múltiple hacia la pequeña empresa. Cabe señalar, que COFIDE financia el 80% de los préstamos en la línea PROMICRO y el 70% en la línea PROPEM, cubriendo los bancos la diferencia, en ambos casos, el banco asume el costo y riesgo de la colocación de los fondos.

En 1995, la cartera MYPE se estimó en menos del 0.5% de la cartera total, lo que expresa la poca importancia que aún tiene este producto crediticio dentro de la cartera total del sistema bancario.

El crédito bancario directo está dirigido principalmente a clientes del segmento superior del sector MYPE. Otra característica de los préstamos directos que vienen haciendo algunos bancos a la MYPE es la ampliación del crédito para activos fijos y no exclusivamente para capital de trabajo como tradicionalmente lo hacía con todos sus clientes.

La cooperación conjunta banco-ONG para otorgar créditos a la micro empresa, nace como respuesta a las dificultades de los bancos para colocar directamente en el sector. Estas limitaciones se refieren básicamente a la falta de garantías reales y documentarias de parte del micro empresario, al tipo de cultura crediticia bancaria y a los elevados costos administrativos del micro préstamo bajo las características de la actual tecnología crediticia bancaria.

La solución que los bancos han encontrado transitoriamente es aceptar el aval o garantías que las ONG otorgan al micro empresario y/o canalizar fondos vía un convenio, en el que la ONG asume los costos administrativos de la colocación, es una especie de "joint venture" entre el banco y la ONG.

Las instituciones que realmente llegan al grupo meta son las ONG's, cuyo objetivo no es la ganancia, sino la promoción de los estratos sociales desfavorecidos, estas entidades carecen en general de patrimonio y dependen de los pequeños fondos de las agencias cooperantes del exterior.

Así, la escala de sus actividades es limitada. (Portocarrero 1997)

Las Exportaciones

En la encuesta del INEI⁹ para el COPEI-SNI, el 57% de las empresas de la muestra consideraron que la apertura los había afectado negativamente, contra un 19% que consideró sí había favorecido su desarrollo y un 13% a los que no les afectó. Sin embargo, al hablar sobre el futuro, dentro de este contexto macro económico, el 59% opinó que será mejor, el 18% que seguirá igual y el 14% que será peor que en la actualidad.

40,000. El préstamo fluctúa entre US\$ 2,000 y US\$ 25,000. El plazo mínimo es de un año y el plazo máximo es de 4 años para capital de trabajo con 6 meses de gracia; 7 años para activos fijos con 24 meses de gracia y 3 años para pre inversión y servicios técnicos gerenciales con 6 meses de gracia. La tasa de interés es fijada por el intermediario financiero.

⁷ Por recursos propios se entiende aquí los depósitos del público más el patrimonio de la institución bancaria.

⁸ La línea de crédito para la pequeña empresa (PROPEM) de COFIDE está dirigida a las personas naturales o jurídicas que tienen activos fijos hasta por un valor de US\$ 300,000 y ventas anuales de hasta US\$ 750,000. Los préstamos fluctúan entre US\$ 2,000 y US\$ 200,000. Las tasas de interés, plazos y período de gracia son similares a los de PROMICRO.

⁹ Encuesta elaborada por la Sociedad Nacional de Industrias, SNI y aplicada por el INEI durante los meses de Setiembre y Diciembre de 1997, sobre una muestra aleatoria de 100 empresas calificadas como PYMES (micro, pequeñas y medianas).

Hacia el futuro, se observa un panorama que podría ser favorable para el desarrollo de las pequeñas empresas, en la medida que brindaría un terreno fértil para ejercer su movilidad y flexibilidad, que desgraciadamente no se ha podido plasmar hasta el momento por falta de sensibilidad y compromiso con el sector. Una coherente política de promoción al sector así como la superación de las trabas que dificultan el incremento de la productividad, permitiría aprovechar al máximo estas posibilidades. (COPEI 1998)

2.3. EFECTOS DE LAS REFORMAS ECONOMICAS EN EL SECTOR MYPE

Desde que en 1,990 el Perú entró en una nueva estrategia de desarrollo basada en la apertura de la economía y el impulso al libre mercado, las medidas de estabilización (corrección de precios relativos, saneamiento presupuestal, política monetaria y fiscal austera, reinserción en el sistema financiero internacional) y de ajuste estructural (reducción arancelaria, reforma comercial y financiera, privatizaciones y reestructuración del estado) han dado lugar a un nuevo entorno macro económico, este ha tenido los siguientes efectos sobre las MYPES (Villarán, 1998):

* Si bien el pleno funcionamiento del libre mercado, ha acercado a la economía en su conjunto con el ambiente competitivo en el que tradicionalmente no se han movido las empresas del sector, el paso abrupto de enfrentar competidores locales competidores internacionales (con mayores escalas, mayores tecnologías, servicios básicos baratos o subsidiados, canales de comercialización modernos) ha sido traumático para la mayoría de las empresas.

* La reducción del estado, la simplificación de trámites (con importantes limitaciones para el caso de las municipalidades que todavía obstaculizan la creación de empresas), la adecuación de leyes y la desregulación en general, como en los casos de la SUNAT¹ con el Régimen Unico Simplificado, RUS, permitirían un entorno más libre para la realización de los negocios.

* La apertura de la economía ha significado la posibilidad de importar una gama más amplia de insumos y maquinaria a menores precios, con la dosis de transferencia de tecnología moderna que traen incorporada, aunque todavía falta revisar y adecuar la política arancelaria para acercarla a las verdaderas necesidades y realidad del sector.

* Para enfrentar la competencia externa algunas empresas grandes y medianas, con el objeto de reducir costos, han recurrido a proveedores y subcontratistas de la pequeña y mediana empresa, promoviendo la formación de nuevas empresas y reforzando las ya existentes.

* El ingreso masivo de productos importados que compiten en los mismos rubros que las MYPES ha reducido significativamente su participación en el mercado interno, la reducción de aranceles (inferiores a los de otros países de América latina y algunos países desarrollados) ha bajado los precios de las importaciones, a los que se añade el efecto del tipo de cambio atrasado, también se ha podido comprobar la existencia de numerosos casos de contrabando y "dumping" que deben ser drásticamente corregidos.

* Teniendo en cuenta que los mercados principales de las MYPE son los sectores de ingresos bajos y medios, la regresión en la distribución del ingreso producida en estos años es uno de los elementos que explica la reducción de la demanda para las empresas del sector.

¹ SUNAT: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.

* En la encuesta efectuada por el INEI² para el COPEI-SIN³, el 57% de las empresas de la muestra consideraron que la apertura los había afectado negativamente, contra un 19% que consideró que sí había favorecido su desarrollo y un 13% a los que no les afectó, sin embargo al hablar sobre el futuro, dentro de este contexto macro económico el 50% opinó que será mejor, el 18% que seguirá igual y el 14% que será peor que en la actualidad.

2.4. PERFIL MYPE DE LA CIUDAD DE TACNA

* El estrato MYPE tiene gran importancia relativa (99% del total de firmas), especialmente su segmento de subsistencia, el cual se caracteriza por su baja productividad, reducidos ingresos y precariedad general, el cual en vez de estar orientado a la industria está centrado en las actividades de comercio y servicios, que generan muy poco valor agregado y aportan poco al desarrollo económico social de la región.

* Los estratos de la pequeña empresa, cuyo rol es el de integrar al conjunto del sector privado al ser los nexos entre las medianas y microempresas, son reducidos y tienen muy poca participación en el empleo y en el producto.

* No hay un número adecuado de empresas grandes (aún más grandes a las actuales) que incursionen en el mercado nacional, con capacidad de liderazgo, articulación y arrastre del conjunto de la economía.

* Lo que otorga densidad al tejido empresarial son las relaciones entre los diferentes estratos (entre proveedores, subcontratistas, franquicias, consignatarios, representantes, distribuidores, concesionarios, "joint venture"), sin embargo dichas relaciones son débiles y precarias.

2.5. LA COYUNTURA ACTUAL

Sin duda en estos momentos estamos viviendo una paradoja, por un lado tenemos que la economía ha venido creciendo sostenidamente desde 1993 a un ritmo promedio anual de 7%, sin embargo, un sector muy importante de la MYPE ha mostrado un comportamiento diferente, no sólo no ha crecido al mismo ritmo que la economía en su conjunto sino que incluso muchas empresas del sector han retrocedido en ventas, ganancias, patrimonio y otros indicadores de resultado. Adicionalmente a las causas estructurales, mencionadas anteriormente, hay varios factores que pueden explicar esta situación (Villarán 1998):

* En primer lugar y como cuestión previa parece existir un serio problema a nivel estadístico para reflejar el verdadero comportamiento de las variables de producción y existen fundadas dudas sobre la confiabilidad de las cifras, puesto que las muestras de las empresas de donde se recoge la información han sido confeccionadas hace décadas cuando la estructura productiva y de propiedad eran completamente diferentes de las actuales.

² Encuesta elaborada por la Sociedad Nacional de Industrial y aplicada por el INEI durante los meses de setiembre y diciembre de 1,997 sobre una muestra aleatoria de 100 empresas calificadas como PYMES (Micro, Pequeñas y Medianas).

³ COPEI: Comité de la Pequeña Industria de la Sociedad Nacional de Industrias

De hecho a nivel de las encuestas, fuente de la elaboración de las estadísticas del PBI, no se toma información directa sobre el comportamiento de las pequeñas y menos de las microempresas, si consideramos que ellas contribuyen con aproximadamente el 40% del PBI, entonces su ausencia pone en duda buena parte de los resultados obtenidos.

* Respecto de la interrogante relacionada con el por qué recién en los últimos años se está sintiendo con mayor fuerza la reducción del mercado para las MYPE, habiéndose iniciado las reformas y la apertura en 1990, la respuesta puede hallarse en que los productos importados que compiten directamente con el sector como confecciones, calzado, productos metálicos simples, muebles, plásticos, comercio al por menor, se han dirigido inicialmente hacia los sectores de más altos ingresos (niveles socioeconómicos A y B) y poco a poco han ido bajando hacia los sectores medios y bajos (niveles socioeconómicos C y D); que son los principales mercados para las MYPE.

* La generalización de la venta a plazos y la difusión del crédito entre los consumidores limeños y de las principales ciudades del país por parte de las empresas comerciales (grandes almacenes, hiper y supermercados, importadores, cadenas de tiendas, entre otros) han ganado una porción importante de los mercados tradicionales de las MYPE, que por lo general, no tienen acceso a este tipo de crédito y pierden clientes frente a estas nuevas modalidades de ventas.

* La persistencia de elevadas tasas de interés de los créditos bancarios han limitado la capacidad de inversión y crecimiento de las empresas del sector , presentándose como un factor adicional de incremento de los costos y debilitamiento de las competitividad, el argumento de que el ingreso de bancos extranjeros al sistema financiero peruano iba a reducir las tasas activas de interés a través de la competencia ha sido negado por la realidad, lo cual podría indicar que no está funcionando adecuadamente el libre mercado en este sector.

* Se observa un marcado cambio en los hábitos de consumo a consecuencia tanto de los cambios en los precios relativos (importaciones versus productos nacionales) como en la publicidad globalizada (tv, cable, internet, etc.). Ahora se consumen más autos, computadoras y electrodomésticos de origen importado y menos ropa, zapatos, muebles y alimentos producidos localmente.

Al no haberse elevado el ingreso de la mayoría de la población, el incremento de consumo de unos bienes se produce a costa de la reducción de otros. De hecho hay que reconocer que frente a la represión de importaciones a la que fueron sometidos durante muchos años, los consumidores peruanos han premiado las innovaciones de productos y la variedad que viene del exterior. Es claro que los clientes prefieren lo nuevo a lo viejo y conocido (aunque la calidad de lo nuevo no sea tan buena) , esta es una señal que los empresarios del sector deben tener en cuenta para incentivar la creatividad e innovación en sus empresas. (Villarán 1998)

Si bien estos factores no agotan la explicación a la paradoja del alto crecimiento del PBI y la crisis de las empresas del sector, por lo menos señalan algunas pistas y sobre todo ayudan a armar una visión del problema, que permitan hallar soluciones y alimentar políticas efectivas que tengan impacto en el sector.

CAPITULO III : MARCO TEORICO

3.1. EL EMPREDEDORISMO Y EL HECHO EMPRENDEDOR

Al profundizar sobre la temática de Creación de Empresas, surgen algunas preguntas : ¿Quién es el Emprendedor?, ¿Qué diferencia a un emprendedor de un no-emprendedor, o de un gerente de una gran empresa? ¿Todos los que comienzan una empresa son emprendedores? ¿Es permanente el hecho emprendedor o sólo se aprecia en determinadas épocas o momentos?

La mayoría de los estudios que han intentado explicar el nacimiento de empresas están vinculados a la persona que inicia la empresa, es decir al emprendedor, no es casual que la palabra utilizada para referirse al proceso de creación - entrepreneurship - tiene la misma raíz que la que se usa en el mismo idioma para identificar al emprendedor - entrepreneur.

Los desarrollos teóricos sobre el nacimiento de empresas reconocen como antecedente por un lado, la falta de atención relativa que los "neoclásicos" le dieron al proceso de creación de la firma, incluido al emprendedor, y por otro, a estudios posteriores que se centraron en la persona que toma la iniciativa.

El pensamiento neoclásico explica la falta de atención prestada a la problemática asociada a la creación de empresas. "La figura del emprendedor es casi irrelevante, desde que sus funciones se refieren a procesos de ajuste que se asumen instantáneos (en mercados que realizan la coordinación trivializando la figura del emprendedor) y las decisiones se toman con información perfecta (no adquiriendo relevancia las actividades de gestión y la toma de decisiones del emprendedor.) (Binks y Vale 1990).

O' Farrell (1986) argumenta que la falta relativa de atención que los economistas neoclásicos ponen en el rol del emprendedor, tratándolo como una variable dependiente, responde a razones tales como: el deseo de producir modelos económicos deterministas y cuantificables capaces de analizar con las técnicas matemáticas disponibles, el tratamiento de un mundo incierto como uno que puede ser hecho cierto por alguna adaptación objetiva y el énfasis sobre los ajustes entre estados de equilibrio.

Los neoclásicos, sin embargo, no niegan explícitamente la existencia del emprendedor, si no que más bien para ellos es irrelevante considerarlo en el contexto de su análisis, ya que éste se refiere al proceso de ajuste, que por otro lado se supone instantáneo para el propósito de la claridad analítica.

La teoría neoclásica sostiene la formación de precios y cantidades en los distintos mercados, en donde, partiendo de una situación de equilibrio general, un incremento en las cantidades comercializadas en el mercado puede explicarse por un aumento de la Oferta (O) o de Demanda (D).

El aumento de Oferta puede deberse a una mejora en la productividad o una disminución del precio de los factores y el aumento de demanda, que depende de los consumidores, provoca una reasignación de los factores.

Por lo tanto el proceso de ajuste entre Q (cantidad inicial) y Q (cantidad final) significa una relocalización de los recursos o una mejora en la productividad, y puede realizarse sin un emprendedor y sin que nazca una nueva empresa, el agente responsable del ajuste puede ser un gerente de una empresa ya establecida tanto como un nuevo emprendedor.

Esto por un lado explica la falta de atención que los neoclásicos prestaron al fenómeno de creación de firmas y por otro evidencia la escasa utilidad de tomar como antecedente esta teoría para el análisis del fenómeno.

Dentro de los estudios que se centran en la persona, uno de los precursores, tal vez el más importante es el de Schumpeter (1934), quien define el acto emprendedor a partir de una innovación, entendida como: la introducción de nuevos bienes y/o nuevos procesos, la apertura de nuevos mercados, la identificación de nuevas fuentes de materia primas y la creación de un nuevo tipo de organización industrial, al mismo tiempo estas nuevas combinaciones (innovaciones) serían llevadas a cabo por una clase particular de individuos: los emprendedores, que desde esta perspectiva se transforman en las variables independientes.

Es a partir de la puesta en escena de la persona del emprendedor que se genera el debate en torno a los posibles roles que el mismo tiene desde el punto de vista económico y sobre los rasgos de personalidad necesarios para encarar el emprendimiento.

La teoría económica se ha centrado más en el rol que el emprendedor tiene en el sistema y en este sentido le han asignado roles tales como el de innovador, tomador de riesgo, fuerza estabilizante, fundador de un negocio, introductor de mejoras incrementales, etc.

En cambio en otras disciplinas tales como el management, negocios, etc., se intenta responder por qué ciertos individuos son emprendedores o comienzan una firma cuando otros bajo condiciones similares no lo hacen y esta pregunta ha llevado a buscar ciertos rasgos o características inherentes a su personalidad, en este enfoque, llamado psicologista, el emprendedor se asume como poseedor de un tipo particular de personalidad, como un estado fijo de existencia, y la investigación sobre el proceso de creación se centra en la búsqueda de estos rasgos particulares, entre los cuales los más citados son: deseo de logro, necesidad de autonomía, necesidad de control, tomador de riesgo, oportunista, etc.

En este enfoque el emprendedor es la unidad de análisis básica y los rasgos y características de la personalidad del emprendedor son los factores claves para explicar el fenómeno de nacimiento de una firma, ya que el "entrepreneur" causa "entrepreneurship".

Sin embargo ubicar las características del individuo como unidad de análisis para entender el nacimiento de una firma ha sido cuestionado por varias razones.

Por una parte el problema metodológico que supone la operacionalización y medición de estas variables, los intentos que se han hecho en este sentido han fracasado en su mayoría ya que los rasgos de personalidad supuestamente exclusivos a los emprendedores de negocios también se presentan en otros individuos dedicados a otras actividades (artistas, políticos, deportistas, etc.).

Por otra parte está el hecho de que en avances teóricos posteriores, se reconoce que el emprendedor no es un estado de existencia fija, si no que más bien éste se constituye en tal en la medida que se inicie una empresa y en este sentido lo relevante para analizar el nacimiento de una nueva firma no serían los rasgos de personalidad del individuo que inicia la empresa, si no el conjunto de hechos y situaciones que rodean al hecho emprendedor.

Más allá de las críticas realizadas a los enfoques hasta aquí expuestos en términos de su capacidad de explicar el fenómeno de nacimiento de una empresa, con respecto a la falta de inclusión explícita por parte de los neoclásicos y el énfasis sobre los rasgos de personalidad del individuo por parte de los psicologistas, estas escuelas no intentaron explicar directamente este fenómeno, en ambos casos la investigación sobre la creación estaba subordinada a la explicación de otros fenómenos, tales como la formación de los precios en los mercados en el primer caso y los rasgos diferenciales de los emprendedores en el segundo.

Uno de los primeros autores que puso en el centro del análisis al proceso de creación de una firma fue Shapero (1978) quien cambio la unidad de análisis situando al proceso de creación o evento emprendedor como variable independiente (explicada) y al individuo junto a otras variables explicativas, como variable dependiente, para él, la formación de una empresa es un evento contextual, resultado de la influencia de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos.

Ya sobre esta base empiezan a surgir nuevos concepto tanto del emprendedor como de las funciones que realiza, sobre eso ultimo, hay quienes las describen como "funciones inciertas", y o el hecho de "recolectar y juntar recursos" mientras que otros los definen como personas innovadoras y/o creativas, es decir, no hay una conclusión definitiva con respecto a ¿Quién es un entrepreneur?, Gartner (1988), comenta que lo esencial no es averiguar quien es un emprendedor sino analizar la actividad que realiza, y sugiere que el emprendedorismo es la creación de nuevas organizaciones."

Según Betancor (1999) un emprendedor "Es aquella persona que se lanza a crear su empresa y que dicha persona puede ser rica o pobre, hombre o mujer, ser carismática o discreta, provenir de grupos familiares o grupos accionistas, administradores de fortunas o especuladores, etc. ", es decir, el ser emprendedor, "Es descubrir oportunidades, allí donde con frecuencia otros no ven nada y lanzarse a transformarlas en empresas".

Betancor (1999) acota que "El emprendedor no necesita todo lo que teóricamente hace falta para poner en marcha una empresa (capital, colaboradores, recursos, canales de distribución, etc.) sino que mas bien se las arregla para convencer a otros y encontrar la forma de que los recursos necesarios entren en juego, los asocia, compra o consigue prestados, es decir tiene habilidad negociadora y capacidad para convencer, sin embargo el principal problema al que se enfrenta es el fracaso y la marginación acotando que generalmente el resultado- es sin pena ni gloria."

Para Côté (1991): "Un emprendedor es quien detecta una oportunidad en el mercado y reúne los recursos necesarios para implantar una actividad que ofrezca una respuesta a la necesidad percibida", quiere decir, que hay que observar la actividad y no la persona, el foco debería estar según Côté (1991), en el conocimiento de cómo las nuevas organizaciones se introducen, en cómo lograr que ellas se produzcan llamándole a esto el hecho emprendedor.

Binks y Vale (1990) definen el hecho emprendedor como "Una combinación improvisada (no ensayada) de recursos económicos instigada por un proyecto incierto que podría producir el beneficio de un monopolio temporal", quiere decir que no interesa el tipo de industria pues en todos los hechos en los que se detecta una oportunidad en el mercado, se reúnen recursos y se los organiza en un tipo de empresa para satisfacer una necesidad percibida, son hechos emprendedores, esta definición focaliza el hecho más que el emprendedor en sí mismo, por lo tanto podría inferirse que generalmente el hecho emprendedor es una variable dependiente y los factores que lo generan variables independientes.

El enfoque tradicional sobre el "emprendedorismo", asume que los emprendedores tienen características naturales, ideas y ambiciones, que los dotan para desempeñarse como tales (nacen no se hacen), lo que eliminaría toda posible intervención desde la política.

Mc. Clelland (1961); Litzinger (1965); Mescon y Montanari (1981) y Gartner (1988), intentaron definir al emprendedor a través de sus características buscando explicar a través de ellas su involucramiento en el inicio de una empresa. (Necesidad de logro, capacidad de controlar situaciones, necesidad de independencia, autoconfianza, pensamiento intuitivo y orientación a la acción), sobre este mismo aspecto Jeffrey Timmons enumera las siguientes características: Compromiso total, determinación y perseverancia, voluntad de conseguir y crecer, iniciativa y responsabilidad personal, persistencia en la solución de problemas, conciencia de las propias limitaciones y sentido del humor, capacidad de buscar consejos y re alimentación, confianza en las propias capacidades, capacidad de tolerar la ambigüedad, la tensión y la incertidumbre, saber tomar riesgos calculados y saber compartir el riesgo, poca necesidad de estatus y poder, integridad y fiabilidad, decisión, urgencia y paciencia, capacidad de superar los fallos y aprender de ellos, capacidad de crear equipos y hacer héroes.

Una postura más actual sostiene que el hecho emprendedor puede definirse como “Un hecho contextual, resultado de numerosas influencias que ocurren al mismo tiempo y requiere necesariamente de alguien que tenga capacidades técnicas y gerenciales especiales, motivación y la capacidad para aprovechar una oportunidad “ (Mason 1998).

El enfoque del ciclo de vida avanza y establece que el individuo se desarrolla a través de su interacción social con otros individuos o grupos (Bendix 1956), considera que las experiencias de las primeras etapas de la vida pueden ser formativas para la creación de ambiciones personales pero también durante la edad adulta y en su relación con el medio se van a ir generando nuevas ideas y ambiciones, de allí que las ideas emprendedoras podrán estar influidas tanto por el grupo social de pertenencia, las características familiares o educacionales como por las experiencias ocupacionales previas, la cultura empresarial de la región o el entorno en que la firma se mueve (externalidades derivadas de un ambiente facilitador).

Según Gibb y Ritchie (1982) ningún factor aislado social ni psicológico moldea las motivaciones individuales las mismas que pueden variar a través de las distintas etapas de la vida, desde este punto de vista, el hecho emprendedor es un proceso social llevado a cabo por individuos que se hicieron a través de distintas relaciones e influencias sociales ocurridas a lo largo de su vida”.

Mientras ello no significa que los emprendedores puedan ser “hechos” simplemente orientando el entorno adecuadamente, Gibb y Ritchie (1982) consideran que podrían ser “asistidos” si ellos y su entorno se incluyen en un sistema sobre el cual una política puede actuar sinérgicamente impulsando ideas y hechos emprendedores.

Gartner (1988), plantea que la pregunta relevante no es porqué nace una empresa, lo que lleva a ahondar en las características personales de su creador ya sean innatas o adquiridas a lo largo de su vida, sino que la pregunta debe ser “cómo nace una empresa”, de esta forma se ubica al emprendedor dentro del “proceso de creación”, en un evento contextual resultado de múltiples influencias, por ello son centrales las actividades que realiza el emprendedor para permitir que ese proceso se lleve a cabo y permita el nacimiento de una empresa” (Rearte 1998), dichas actividades están condicionadas por múltiples factores individuales y de contexto que impulsan o retardan el proceso de implementación de la idea, girando de esta manera la unidad de análisis desde el emprendedor hacia el emprendedorismo, hecho emprendedor o proceso de creación.

Muchas otras investigaciones se han centrado en el individuo preguntándose porque bajo condiciones similares algunos inicia con éxito un hecho emprendedor mientras otros no, ello ha llevado a tomar al individuo como unidad de análisis y a las características de éste como factores explicativos de la creación de empresas.

Respecto a la teoría que sobre las fases del hecho emprendedor se ha generado, se puede enumerar los siguientes autores:

Según Betancor (1999), el proceso de creación de empresas esta compuesto por tres fases en las cuales el emprendedor desarrolla una serie de actividades orientadas a dar nacimiento a una empresa, se esboza sintéticamente cada una de ellas.

Fase Prenatal

Que comprende los momentos previos a la creación de la empresa, principalmente esta conformada por tres componentes: La actitud (humildad, posición económica, sacrificio, honradez), el momento (calma y seguridad) y la oportunidad (búsqueda de algo nuevo o diferente en base a la observación y o experiencia en el negocio).

Según Betancor (1999) el Business Plan o plan de negocios es una herramienta fundamental en este estadio pues puede ayudar al emprendedor a alcanzar el conocimiento objetivo de la empresa, encontrar socios, aliados y obtener financiación, sin embargo recalca que es rara vez empleada por los emprendedores en este estadio.

Fase Nacimiento

En donde la empresa empieza a funcionar, aquí Betancor destaca algunas formas de nacer: Copiar, Transferir de una país a otro (Caso Dominos Pizza), Crecimiento modular (Caso Zara), Adquisición (Oscar Mayer), Spin Offs, robar una empresa, construir sobre una imagen conocida (Caso Julio Iglesias), construir sobre habilidades personales, perfeccionar un eslabón de la cadena de valor, weeling-dealing, descubrir una nueva oportunidad, encontrar una forma distinta de producir/entregar un servicio o producto, apostar por un emprendedor.

Fase Postnatal

Se da cuando la empresa adquiere una velocidad de crucero de forma rentable, aquí Betancor (1999) remarca como advertencia la aparición de las siguientes enfermedades de parecer del emprendedor: "Somos empresarios y tenemos derecho a vivir como tales", "No pondrás todos los huevos en la misma cesta", "Hay que hacer lo que hacen los grandes", "Porque me habré aliado con estos", "El síndrome de Lindbergh" (Que consiste en montar indiscriminadamente delegaciones) y finalmente las crisis de confianza".

Según Gibb y Ritchie (1982) el proceso de creación de empresas esta compuesto por seis etapas en las cuales el emprendedor desarrolla una serie de actividades orientadas a dar nacimiento a una empresa, se esboza sintéticamente cada una de ellas.

Etapa 1

Adquisición de la motivación: se basa en encontrar un estímulo y un desafío para perseguir el objetivo de iniciar un negocio.

Etapa 2

Encontrar una idea: lo suficientemente razonable como para invertir tiempo evaluándola, o un medio alternativo de iniciar un negocio (franquicia, licencia, comprar el fondo de comercio)

Etapa 3

Validación de la Idea: Testear el producto o el servicio, técnicamente y con los clientes, testear el mercado y analizar la viabilidad de la idea.

Etapa 4

Identificación de recursos: Desarrollar un plan de negocios, identificando los recursos requeridos, el tiempo, la calidad de los proveedores, de los insumos y las distintas fuentes de asistencia.

Etapa 5

Gestión y adquisición de los recursos: Aplicar el plan. Negociar por financiamiento, contratos, subcontratos, etc. Decidir el tipo de compañía y registrarla.

Etapa 6

Nacimiento y supervivencia: Establecer lazos sólidos con clientes, proveedores, empleados y profesionales o consultores. Avanzar sobre los requerimientos legales. Generar ingresos por ventas regulares.

Para un análisis mas focalizado, este estudio se orientara a analizar en mas detalle la teorías del hecho emprendedor de Shapero (1984) y Reynolds (1996).

3.2. FACTORES DEL HECHO EMPRENDEDOR SEGÚN SHAPERO (1984):

Todo hecho emprendedor tiene que estar formado por cinco factores necesarios pero no suficientes para que un hecho empresarial ocurra: toma de iniciativa, reunión de recursos, disposición de recursos, una relativa autonomía y toma de riesgo”, para Shapero (1984) no tiene que haber ninguna innovación técnica porque cada hecho emprendedor, es en sí mismo, innovativo y determina cuatro condiciones necesarias aunque no suficientes para que el hecho emprendedor tenga lugar⁷:

3.2.1. Desplazamiento

Shapero (1984) considera que “El hecho emprendedor comienza con la idea de un individuo que piensa que debe hacer un cambio en su vida debido a la presencia de un hecho estimulante el cual es personal con respecto a su impacto y casi siempre negativo respecto a su naturaleza, que genera acción en el individuo y lo lleva a abandonar su inercia”, existen desplazamientos: negativos o positivos y/o externos o internos al individuo

Los principales desplazamientos positivos son: Disponibilidad de recursos (por ejemplo dinero), detección de oportunidades de negocios, trabajar en sectores relacionados con los clientes, en investigación y desarrollo y aveces hallar solución a diversos problemas, en tanto que los principales desplazamientos negativos son: El despido / desempleo, el rechazo de ideas presentadas, frustración técnica, situaciones de emigración, crisis personales, etc.

⁷ Cabe destacar que Shapero (1978) agrega a su modelo otras variables que según el también actúan sobre el individuo tales como: la personalidad del individuo, la cultura, el desarrollo de las instituciones, infraestructura, disponibilidad de factores, la importancia del medio ambiente local y nacional y los contactos personales como partícipes del evento.

También se tiene desplazamientos no relativos al trabajo, por ejemplo Shapero habla de los “cumpleaños traumáticos”, en donde la gente a los 40 años se plantea – ¡empiezo una empresa hoy o nunca!

Las personas pueden experimentar más de un tipo de desplazamientos, sin embargo, es importante enfatizar que no existe una relación determinista entre desplazamiento y emprendimiento, mucha gente sufre el desplazamiento pero no responde abriendo una empresa, sólo la gente que tiene disposición propia para actuar, va a responder frente a un desplazamiento abriendo sus propia empresa. (Mason 1998).

3.2.2. Disposición para actuar

El debate se polariza en dos posiciones:

(a) Perspectiva Psicológica

Según la cual los emprendedores tienen características psicológicas distintivas, que los diferencian del resto de la población, McClelland (1961) sostiene que “Los emprendedores se distinguen por tener una gran necesidad de logro que define como: un deseo de hacer, no tanto para lograr el reconocimiento social o prestigio, pero sí para lograr un sentimiento interno de logro personal”, McClelland (1961) añade que “La gente que tiene esta necesidad de logro, prefiere tener la responsabilidad personal respecto a la solución de sus problemas, quiere establecer metas y alcanzarlas a través de su esfuerzo personal”.

La necesidad de logro de acuerdo con McClelland (1961) “Es el resultado de la educación que viene desde niño y esta influenciada por el modo en que los padres educan a sus hijos”.

También McClelland (1961) asocia la alta necesidad de logro con un padre ausente y una madre de personalidad fuerte y en este sentido existen biografías de emprendedores, en donde se observa la presencia de una madre que marca en la niñez la personalidad del futuro emprendedor.

Otra característica psicológica, tiene que ver con el concepto desarrollado por Rotter (1966), en donde los emprendedores “Son individuos que creen que tienen el control de su destino lo que hace que tengan un control de sus creencias absolutamente interno, en este caso ellos piensan que el resultado de los eventos es contingencial e independiente de su comportamiento”.

Rotter (1966), sugiere que “El emprendedor se piensa como un hacedor de su destino”, también existen otras teorías que enumeran características propias de los emprendedores tales como: confianza en sí mismos, perseverancia, energía, inteligencia, creatividad, iniciativa, percepción, optimismo, estos estudios van en la dirección de que los emprendedores nacen.

La situación de la investigación enfatiza que ninguna persona está genéticamente programada para ser un emprendedor sino que se desarrollan como tales, si realmente los emprendedores nacieran no existiría ningún rol para aquellos que diseñan políticas para propiciar en nacimiento de empresas.

En función a esto es claro comentar que, las características psicológicas no son suficientes para detectar a los emprendedores, pues en muchos casos, estas características son poseídas por personas no emprendedoras, en consecuencia “No existen mayores razones para decir que una persona que tiene gran necesidad de logro vaya a ser un emprendedor, también existen problemas metodológicos pues las características psicológicas son difíciles de detectar, medir e interpretar, con lo cual este enfoque tiende a ser incompleto”. (Mason 1998).

“Tampoco está claro si un emprendedor debe poseer todas las características psicológicas, si algunas de ellas son más importantes que otras ó cuál es el curso de la causalidad” (Mason 1998), sobre esto, las características emprendedoras más citadas son: “Confianza en sí mismo, perseverancia, determinación, energía, diligencia, ingenio, habilidad para calcular los riesgos, necesidad de logro, creatividad, iniciativa, flexibilidad, respuesta positiva frente a los cambios, independencia, experiencia, dinamismo, liderazgo, versatilidad, conocimiento del producto, mercado, máquinas, tecnología, carisma, receptividad a sugerencias y críticas, orientación hacia el beneficio, percepción y optimismo” (Hornaday 1970).

(b) Enfoque del Proceso Social

Argumenta que la disposición a actuar está determinada por factores situacionales y variables sociales, así Shapero (1984) expresa: “Cuanto más estudio a los emprendedores... más dificultad encuentro para estar satisfecho con un perfil psicológico simple, los emprendedores no nacen ... se hacen”. Este planteo aduce que es posible que cualquier persona se transforme en un emprendedor y además no rechaza la influencia de la experiencia de vida adulta respecto a la disposición para actuar dando así énfasis a la forma por la que el adulto puede dar transformar en acción sus ideas, ambiciones y conducta.

En consecuencia, la ambición del emprendedor va a estar fomentada por la interacción de un amplio rango de experiencias de la vida adulta, Gibb y Ritchie (1982), consideran que “La idea y la ambición del emprendedor es principalmente cristalizada en la vida laboral adulta”.

En si, los factores que influyen la disposición para actuar, “están relacionados, en alguna manera, con el empleo anterior en alguna empresa” (Gibb y Ritchie 1982), sugiriendo la influencia de dicha empresa en el suministro de experiencias y competencias especiales en el área de gestión, producción, conocimiento tecnológico/industrial, habilidad en resolución de problemas y confianza en sí mismo, todas ellas necesarias para iniciar una nueva empresa.

Algunas empresas pueden ser mejores incubadoras que otras y son cuatro las características importantes en este sentido: La estructura ocupacional, la función, el Tamaño de la empresa y la industria.

b.1. Estructura ocupacional

Los emprendedores necesitan tener experiencia gerencial y técnica, antes de adquirir la disposición de actuar y es poco probable que tengan una capacidad gerencial o técnica poco desarrollada.

Mason (1998) sugiere que “Los emprendedores son personas que tienen una experiencia de ascensos a puestos de trabajos más experimentados”, añadiendo que “Las empresas que desarrollan capacidades gerenciales o técnicas altamente especializadas son las incubadoras más productivas, en cambio, aquellas que emplean trabajadores con habilidades de control mediocre van a resultar incubadoras pobres”.

b.2. Función

La disposición para actuar se ve alentada por empresas que ofrecen a sus empleados la posibilidad de desarrollar habilidades para solucionar problemas y tener contacto con el mercado, en este sentido las organizaciones relacionadas con la producción masiva y/o con tecnologías maduras, son pobres incubadoras, en cambio, organizaciones involucradas con tecnología de avanzada, van a ser mejores incubadoras. (Mason 1998).

b.3. Tamaño de la empresa/planta

La mayoría de los emprendedores que fundan una empresa anteriormente estaban empleados en MYPES o en pequeñas divisiones de grandes empresas y dentro de la industria manufacturera esta relación es fuerte, pero es menor en la industria de los servicios. (Mason 1998).

b.4. Industria

Denota que no es inusual que el producto/mercado de la empresas en general se vea íntimamente relacionado con la experiencia adquirida por el emprendedor.

Las investigaciones muestran que la mayoría de los emprendedores fundan sus empresas en el mismo tipo de industria que en la que estuvieron empleados anteriormente, sin embargo las oportunidades que ofrece la industria, se verán más, en industrias jóvenes porque la demanda crece, la tecnología aún es inestable, la inversión de capital requerido se mantiene reducida, las barreras de ingreso permanecen bajas y existe una gran variedad nichos de mercados sin “atacar”, mientras que en el otro extremo, las oportunidades serán menores en industrias maduras donde hay barreras de ingreso altas y se requiere economías de escala y grandes inversiones para competir. (Thwaites 1978 y Glasmeier 1988), por lo tanto, el tipo de industria existente en una región tiene influencia en el emprendedorismo.

Credibilidad

Según la que una persona debe percibir que la formación de nuevas firmas debe ser posible y creíble, dicha credibilidad puede provenir de otro emprendedor, la familia y/o colegas que abandonan la empresa para fundar sus propias empresas.

Respecto a la credibilidad familiar, las investigaciones muestran que el emprendedorismo puede ser inter generacional, es decir niños que perciben el hecho emprendedor mas creíble y posible, al tener padres emprendedores, esto implica que un emprendedor exitoso va a alentar a que otros también emprendan el acto emprendedor, en una suerte de un círculo virtuoso, es decir por un lado existe credibilidad por el ejemplo de otros. (Mason 1998) y por otro la credibilidad debe existir a un nivel cultural y ello que exige que primero un individuo sea realista al imaginarse haciendo la acción emprendedora y segundo que haya una cultura o medio social que lo aliente.

3.2.3. Disponibilidad de recursos

Para lo cual el emprendedor debe obtener recursos (instalaciones, financiamiento, proveedores, clientes, recursos humanos, expertos que lo aconsejen sobre aspectos legales y técnicos) disponibles localmente, porque la mayoría de los emprendedores comienzan sus empresas en su misma localidad y porque el costo del conocimiento de proveedores, clientes, instalaciones, mano de obra, es menor.

“El conocimiento local es parte del activo clave para comenzar una nueva empresa y la forma en que el riesgo puede ser minimizado” (Mason 1998) o porque muchas nuevas empresas nacen por una actividad realizada en forma part-time, esto hace en muchos casos que se inhiba la creación de nuevas empresas en aquellas áreas en donde dichos recursos no están al alcance del emprendedor.

Desde el punto de vista financiero y conocidas como técnicas de Bootstrapping, según Landstrom (1997), los recursos que obtiene el emprendedor pueden provenir de dos vías alternativas:

Medidas para minimizar el capital: (Utilización de rutinas para acelerar la facturación, utilización de equipos prestados por otras empresas por períodos cortos, utilización de interés sobre pagos atrasados de los clientes, utilización de personal por períodos cortos en vez de contratarlos permanente, minimización del capital invertido en stock, Coordinación de compras con otras empresas, alquiler de equipos en vez de comprar, cesación de las relaciones comerciales con clientes que retrasan los pagos, utilización del trueque en vez de la compra venta, preferencia del pago al contado, elección deliberada de los clientes que pagan en tiempo y forma (empresas grandes), utilización de infraestructura compartida, Utilización de empleados a salarios fuera de mercado (por ejemplo: fondo de empleo de la construcción), utilización de equipos y empleados compartidos con otras empresas.

Medidas para satisfacer las necesidades de capital: Búsqueda de las mejores condiciones posibles con los proveedores, retención del pago de los socios por períodos largos, retraso de los pagos a los proveedores, obtención de pagos por adelantado por los clientes, realización de otras actividades por parte de los gerentes/dueños subsidios cruzados a los productos estrella mediante obras de menor monta, utilización de las desgravaciones impositivas.

Desde un punto de vista espacial y según su fuente, los recursos que obtiene el emprendedor pueden provenir de:

El ámbito local: Son los que no dependen estrictamente del empresario, por ejemplo infraestructura básica, disponibilidad de mano de obra calificada, universidades, instituciones financieras, etc.

La red de contactos personales: Son los que se obtienen a través de las relaciones cercanas, por ejemplo: consejos, dinero, prestamos de equipo e instalaciones, etc.

El esfuerzo individual del empresario: Son aquellos que gestiona a través del mercado por ejemplo: servicios profesionales, equipamiento, financiamiento, instalaciones, materia prima, etc.

Respecto de los recursos que provienen del ámbito local, la disponibilidad de los mismos facilitaría el hecho emprendedor, debido a que la gran mayoría de los nuevos emprendimientos nacen del espacio local y muchas veces como actividades a tiempo parcial después del horario de trabajo y en los fines de semana.

Respecto a la red de contactos personales, Johannisson (1997) ofrece una manera de analizar el acceso a los recursos a partir de las relaciones del empresario o personal network, desde su punto de vista, este seria el principal recurso del empresario y de la firma, en la misma línea Landstrom (1997) destaca la importancia de estos vínculos como una fuente alternativa a la tradicional para reducir o satisfacer las necesidades financieras⁶

Las relaciones que constituyen el network pueden surgir en forma espontanea o planeada⁷ y pueden estar explicadas por motivos racionales y no racionales, por lo tanto abarcarían los intercambios que surgen a partir del calculo de beneficios, así como los que tienen su origen en cuestiones de orden afectivo, confianza, familiaridad, ideología, etc.

Algunas características de estos networks son que: su proceso de formación es un fenómeno cultural y de base local aunque puede trascender sus fronteras y sus reglas generales son las relaciones basadas en la confianza y reciprocidad.

⁶ La utilización de técnicas para la reducción de necesidades de capital se denomina bootstrapping, algunas necesitan a la red de contactos otras dependen del esfuerzo individual del empresario.

⁷ El network ya existe, pero es activado en el proceso de iniciación de una empresa.

3.2.4. Información

Sweeny (1987) acota que “La calidad de la información y conocimiento acerca de oportunidades de mercado, técnicas de producción, equipamiento, materiales y otros elementos por parte del emprendedor desempeñan un rol crucial en el hecho emprendedor”, las fuentes de información a las cuales puede acceder son conferencias, cursos, etc., son locales y típicamente se dice que están a no más de media hora de distancia en auto.

3.3. EL HECHO EMPRENDEDOR SEGÚN REYNOLDS (1997)

El hecho emprendedor comienza cuando una o varias personas tienen una idea empresarial destinando tiempo y recursos a la fundación de una nueva firma y finaliza cuando ésta ya está establecida, luego de mucho esfuerzo, además el proceso de creación de empresas de acuerdo a Reynolds (1997) es análogo a la creación biológica.

Reynolds (1997) destaca que “Dentro de la población adulta hay cuatro categorías de personas según su orientación hacia actividades empresariales: personas sin interés por este tipo de actividades, personas que intentaron y fracasaron, personas con interés y deseo pero sin acción (soñadores), y personas con interés, deseo y acción”.

Según Reynolds (1997) el proceso de creación de empresas está dividido en las siguientes etapas:

3.3.1. Concepción:

Esta etapa se inicia con grupos de personas, que generalmente se encuentran en la población adulta, y son quienes tienen deseos e interés en llevar a cabo acciones para concretar el inicio de una nueva actividad empresarial.

3.3.2. Gestación:

Esta etapa se produce cuando este grupo de personas realiza acciones concretas para llevar adelante una nueva actividad empresarial, a quienes han realizado la transición desde la concepción de una idea hasta la etapa de la gestación de la misma (primera transición), se les denomina Emprendedores Nacientes.

3.3.3. Infancia:

Esta etapa tiene lugar cuando los Emprendedores Nacientes ponen en funcionamiento la empresa – es decir, completan el proceso de gestación (segunda transición).

3.3.4. Adolescencia:

Como la mayor parte de las empresas nuevas necesitan un período de aprendizaje y afianzamiento en la actividad estimado en cinco años, según Reynolds (1997), se estima que la transición de la infancia a la adolescencia se produce cuando las firmas se consolidan (tercera transición), es decir, pasan de la infancia a la adolescencia.

Existen evidencias que informan que entre el 50 y el 75% de las nuevas firmas completan la tercera transición en los países desarrollados (Kirchhoff 1994 y OECD 1994 s/ cita de Reynolds 1997).

Reynolds (1997) también describe el hecho emprendedor en función de las transiciones generadas en cada una de las etapas arriba mencionadas:

La Primera Transición

Se inicia cuando una o mas personas comprometen tiempo y recursos para fundar una nueva empresa, estos individuos son los llamados emprendedores nacies, una ves que la concepción ha tenido lugar entonces se inicia el periodo de gestación a medida que se desarrolle la estructura de la firma y emerjan los procedimientos operativos, lo mas importante a efectos de ser considerado en este estadio son los detalles asociados en estos eventos y como es que se articulan temporalmente dentro de las firmas en gestación.

Para Reynolds (1997) lo importante de esta transición es considerar por un lado la proporción de adultos activamente envueltos en la creación de una nueva empresa, es decir, aquellos que ya tienen en mente la concepción de una firma y por el otro identificar que tipo de personas son aquellas que estarían dispuestas a seguir todos los pasos requeridos para crear una nueva empresa, la teoría dice que actualmente existen varios estudios que describen aquellos individuos que crearon exitosamente nuevas firmas (Shaver y Scott, 1991) pero lo que no es sabido según Reynolds (1997) es si estos individuos son en alguna medida diferentes de aquellos que no llegaron a ser emprendedores nacies, tal información es importante si los gobiernos desean alentar a mas personas a crear nuevas empresas.

La Segunda Transición

Ocurre cuando los emprendedores nacies (solos o en equipo) completan el proceso de gestación, el resultado mas positivo es el lanzamiento exitoso de la firma , pero un resultado común puede ser el fracaso en el intento en cuyo caso el nacimiento de la firma no ocurrirá.

Reynolds (1997), dice que se conoce poco de esta transición, desde el "start up", la gestación y el nacimiento hasta la puesta en marcha de la nueva novata firma, rescatando que lo esencial aquí es distinguir cuales son los aspectos que distinguen el nacimiento exitoso de una firma de otros esfuerzos de "start up" abandonados y si las características de los individuos hacen la diferencia en el estadio de transformación de naciente emprendedor a dueño de una nueva empresa o si esto tiene mas que ver con el contexto en el cual el proceso de gestación ocurre.

Conocer los aspectos que afectan los estadios de transformación puede dirigir esfuerzos hacia el incremento del numero de firmas en gestación que conduzca a nacimientos de firmas, similar información puede también ser de ayuda para entender mejor las características de la transición que conducen a una larga vida para una nueva empresa.

La Tercera Transición

Denota el cambio de una exitosa firma novata a una nueva firma establecida en el mercado, sobre esto es preciso considerar que si la actividad empresarial llega a los cinco años, es un indicativo de la transición de una firma infante a una firma adolescente y los recientes análisis sugieren que de la mitad a los tres cuartos de las nuevas firmas exitosas completan la tercera transición (Kirchoff 1994 y OECD 1994).

Reynolds (1997) remarca que se conoce algo de esta transición, pero que esta tiende a ser ambigua, sobre esto añade que hay dos descripciones respecto a los primeros años de vida de una empresa que han sido desarrollados, por un lado algunos análisis apoyan el argumento de "propensión de las mas nuevas" que dice que la posibilidad que una firma muera declina constantemente luego de que esta ha nacido, así, en sus primeros años de vida la probabilidad de muerte es muy alta (Stinchcombe 1965, Carrol 1983; Freeman, Carrol y Hannan 1983), por otro lado destaca el "Patrón de la U invertida" conocido como "la propensión de la adolescencia" en donde la probabilidad de muerte es mas alta después de un breve periodo de tiempo, quizás de varios años, donde muchas de las firmas pequeñas empiezan a experimentar estados de transición dentro de su proceso de desarrollo organizacional (Benner 1988, Bruderl y Schussler 1991, Priesendorfer y Voss 1990 y Reynolds y Miller 1992).

Dicho análisis son relativamente verídicos en la medida que han sido hechos con un amplio rango de datos con diferentes definiciones de firmas, ya sea muertas o nacidas y según Reynolds (1997), este problema solo puede ser resuelto con el desarrollo de un panel de "start ups" de firmas que pueda rastrear los desarrollos utilizando todas las definiciones de firma nacida.

En términos generales estos son los centros de controversia sobre la presencia de un alto o bajo riesgo de muerte temprana en la vida de una nueva empresa.

Alguien argüiría (Boeker 1989) que durante la etapa de gestación la habilidad y acciones de la firma de reaccionar a las fuerzas del mercado son severamente limitadas, por ejemplo decisiones acerca de la asignación de los recursos durante este periodo puede dificultar desplegar estos mismos recursos mas tarde en la vida de la firma, así el rumbo de una firma establecida puede depender tanto de las acciones que se tome durante el periodo de gestación como de las fuerzas del mercado, induciendo que las decisiones que se toman durante el periodo de gestación tienen resultados subsecuentes.

Reynolds (1997) sostiene que la mayor parte de los trabajos de creación de empresas estudian la etapa de incubación, es decir a aquellas empresas que han logrado nacer, analizando desde las nuevas empresas las características de sus emprendedores y los factores que influyeron en su existencia y posterior desempeño, sin embargo, añade que en realidad el proceso de creación se inicia mucho antes de que una empresa se ponga en funcionamiento, ella comienza en la concepción de la idea, acotando también que poco se sabe sobre las primeras etapas y las dos primeras transiciones.

Para el caso de Reynolds (1997) no se evaluará la etapa de adolescencia, dado que dicha fase supone la consolidación de la empresa, mientras que por el contrario, la tesis se enmarca en el estudio de MYPES industriales de la ciudad de Tacna, nacidas en el período 1990 - 1998.

Por lo evaluado del marco teórico se puede concluir que tanto el enfoque de Shapero (1984) centrado en los factores que estimulan el hecho emprendedor como el enfoque de Reynolds (1997) orientado mas en las etapas que guían el hecho emprendedor: son los que mejor se adecuan para el análisis de las actividades emprendedoras, por lo tanto su tratamiento en conjunto sería necesario (lo cual supone canjear la profundidad que se generara en el análisis de las actividades emprendedoras al concentrarse en dos enfoques complementarios sobre el hecho emprendedor, con la superficialidad e incluso contradicciones que se producirían al tratar de abarcar todos los enfoques existentes del hecho emprendedor, lo cual quiere decir que, si bien es cierto no se profundizara en ellos si se los tendrá en cuenta referencialmente).

Además el tema de las actividades emprendedores dentro de la literatura de creación de empresas es una temática que mas allá de explicarse brevemente en la literatura de creación de empresas no aparece desarrollado como debiera por un solo autor, con lo cual, se llega a la conclusión que el mix entre los factores y las etapas del hecho emprendedor pueden conducir sinérgicamente a un mejor análisis de las actividades emprendedoras que es el tema del estudio.

En virtud a lo expresado anteriormente y a los efectos de evaluar con mayor eficacia las actividades emprendedoras a lo largo del proceso de creación de empresas- considerando los aportes de Shapero³(1984) y Reynolds (1997) y teniendo en la mirada las actividades emprendedoras como tema central- el autor a creído recomendable estructurar los siguientes estadios del hecho emprendedor, que guiaran la investigación de las actividades emprendedoras:

Idea, en donde se explora como se genera la idea de crear la empresa.

Inicio, en donde se explora las actividades emprendedoras que el emprendedor lleva a cabo para lograr la puesta en marcha de la empresa.

Sostenimiento, en donde se explora las actividades emprendedoras que el emprendedor lleva a cabo para favorecieron el sostenimiento de la empresa.

3.4. UNA VISIÓN DEL NETWORK

Para Johannisson (1998) la red es una entera actividad económica y se desarrolla cuando unidades semi autónomas capaces de múltiples elecciones en sus comportamientos, operan con libertad individual pero con marcas de referencia claramente definidas.

Se trata de más de un establecimiento separado bajo un control completo o parcial, el que puede ejercerse de varias formas: Legal, social o económica, en tal sistema la organización no es impuesta si no que emerge a partir de principios genéricos ("attractor") que guían su evolución. Estas unidades al mismo tiempo son parte de un network de un mercado mayor que incluye a proveedores y clientes.

Las principales funciones usualmente atribuidas al network son: Proveer ideas comercialmente válidas, ser un banco de recursos, ofrecer distintas combinaciones - productos, procesos, proyectos, etc.- a medida que cambia la demanda y la dinámica del negocio, y legitimar a los emprendedores y empresas en el mercado. Por otra parte además de recursos se canalizan compromisos tanto del ambiente interno como del externo.

Uno de los rasgos claves en las condiciones actuales atribuidos a la red es el de asistir a sus miembros en la comprensión de un ambiente cada vez más complejo y el de gerenciar la ambigüedad tendiendo a reducir la incertidumbre aumentando el alcance sobre aquellas variables que la generan.

Ejemplos de estos sistemas auto-organizados, que varían en su grado de integración y nivel de control jerárquico, pueden ser⁵ los distritos industriales, los parques científicos, los parques industriales, los sistemas de privilegio, las ramas de establecimientos de una gran empresa, etc.

³ Incluso dentro del enfoque de Shapero no se profundizara en la perspectiva sicologista pues se entiende que el tratamiento de este tema, dada su complejidad, supone en si otro trabajo de tesis.

⁵ El distrito industrial se ubica en un extremo con altos niveles de integración y ausencia de control jerárquico, las filiales de una gran empresa que funcionan como unidades de negocio presentan altos niveles de integración y control jerárquico, en un parque industrial no existe el control y las empresas están semi integradas, etc.

3.5. EL NETWORK Y LA CREACION DE EMPRESAS

Desde la óptica de las redes, la creación de empresas puede ser entendida como la activación de una de las partes de la misma en determinadas circunstancias. Es decir, para que ocurra el nacimiento, debe existir una nueva combinación de agentes, proyectos o productos que permita la incorporación de un componente más a la red, al mismo tiempo este nuevo agente puede surgir a partir de la combinación de componentes tanto internos - desprendimientos, alianzas, etc. - como externos al network, pero en ambos casos lo importante es que éstos se insertan "atraídos" por estar bajo la esfera de influencia de la red.

Este proceso puede desencadenarse por una variedad de circunstancias tales como: Una oportunidad de negocios, incompatibilidades dentro de una de las unidades; nuevos productos, mercados o procesos; necesidad de flexibilizar la operatoria, reducir los costos fijos, crear nuevos vínculos, etc.

Teniendo en cuenta que la creación se inserta dentro una trama de relaciones o red, la nueva empresa responderá a la lógica de funcionamiento de ésta y se beneficiará de todo aquello que se canalice al interior de la misma. Los componentes que fluyen son usualmente: Recursos, confianza, bienes, nombres, servicios, información, etc.

Por ejemplo, si se supone una trama hipotética integrada por cuatro componentes y además se supone que existe conexión con dos agentes externos una de las cuales es débil, es posible observar dos posibilidades de nacimiento, la primera interna a la trama y la segunda externa a la misma.

Nacimiento "interno"

En este caso dos componentes internos operan como activadores dando lugar a la incorporación de un nuevo agente, el que establece vínculos con algunos de los miembros de la red y comienza a funcionar bajo su lógica.

Nacimiento "externo"

Finalmente un agente externo a la trama original vinculado con uno interno desencadena el proceso que da nacimiento al nuevo agente, nuevamente en este caso y al pasar a formar parte de la red establece vínculos con algunos de los otros miembros al mismo tiempo que amplía la red.

3.6. RESUMEN CRITICO

Hasta aquí se expusieron tanto las principales derivaciones de la teoría neoclásica en relación al fenómeno del nacimiento de empresas en donde por ejemplo se tiende a concebir que la figura del emprendedor es casi irrelevante desde que sus funciones se refieren a procesos de ajuste que se asumen instantáneos (Binks y Vale 1990) como los aportes de Schumpeter (1934) centrados en el emprendedor esencialmente innovador.

Desde el lado del Management surge la preocupación de por qué bajo condiciones similares ciertos individuos tienden al emprendedorismo mientras que otros no, lo que origina el Enfoque Psicologista, (McClelland 1961) el mismo que postula la presencia de ciertos rasgos o características personales presentes en los emprendedores (deseo de logro, autonomía, necesidad de control, riesgo, oportunismo, etc.), acotando que este enfoque privilegia más la personalidad del emprendedor que el proceso de nacimiento de la empresa en sí.

Posteriormente se comenta el Enfoque de Shapero (1978), autor al que se le atribuye el primer intento por cambiar la unidad de análisis situando al proceso de creación de empresas como variable independiente (explicada) y al individuo como una variable dependiente (explicativa) mas.

Para él la creación de empresas es un evento contextual producto de la influencia de un conjunto de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos, es decir, son varios factores contextuales los que contribuyen a la creación de una firma (desplazamiento ya sea positivo o negativo, la disposición actuar que puede tener un origen sicólogo o ser producto de un proceso social influenciado por la estructura ocupacional, función, tamaño de la empresa e industria en la que previamente se desarrolló el emprendedor, la credibilidad, la disponibilidad de recursos y la información), pero que tampoco agota la explicación del proceso de creación de empresas ni asegura necesariamente el nacimiento de una nueva firma.

Shapero (1984) considera también otras variables que impactan en el emprendedor a decir: La cultura, el desarrollo de instituciones, la infraestructura, la disponibilidad de factores, la importancia del medio ambiente local y los contactos personales.

Dentro de la disponibilidad de recursos cabe agregar que se incorporo el estudio de Landstrom (1997) quien habla de las técnicas de bootstrapping como medidas que el emprendedor lleva a cabo ya sea para minimizar o cubrir las necesidades recursos financieros.

Después se describe someramente el Enfoque de Gibb y Ritchie (1982) quienes definen la creación de empresas como un proceso secuencial (adquisición de la motivación, encuentro y validación de la idea, identificación, gestión y adquisición de recursos y nacimiento y supervivencia) y el Enfoque de Betancor (1,999) quien prefiere explicar la creación de empresas desde la visión de un proceso mas bien biológico (fase prenatal, fase natal y fase post natal).

Luego se relata el Enfoque de Reynolds (1997) quien estiliza el proceso de creación de empresas en función a cuatro etapas evolutivas (concepción de la idea, gestación, infancia y adolescencia de la firma), haciendo hincapié en la definición de los emprendedores nacies como aquellos individuos que no sólo tienen una idea empresarial sino que están realizando acciones concretas para llevar adelante dicha idea empresarial.

Luego el autor propone dos estadios para el análisis de las actividades emprendedoras (inicio y el sostenimiento de la firma) dentro del proceso de creación de empresas a fin de hacer imparcial la guía de preguntas que si bien es cierto combina los enfoques de Shapero (1978) y Reynolds (1997), trata de evitar en todo momento que predomine uno de los dos enfoques, buscando más la complementación de los mismos.

Finalmente se creyó conveniente incluir un apartado referido a la importancia de las relaciones o contactos personales durante y después del proceso de creación de empresas, especificando el esquema de Johannisson (1998), quien en síntesis sostiene que: En una MYPE los aspectos económicos y sociales se mezclan, para un emprendedor el principal recurso es su red personal y dicha red es anterior al surgimiento del emprendedor o de la empresa y al igual que Landstrom (1997) remarca la importancia de las redes como una fuente alternativa para reducir o satisfacer la necesidad de recursos financieros.

En el próximo capítulo, habrán de verse los primeros resultados del estudio, en donde cada uno de los conceptos aquí vistos se podrán validar, rechazar o cuestionar en función a las hipótesis, objetivos y preguntas establecidas previamente por el estudio, sobre todo haciendo hincapié en los enfoques de Reynolds (1997) y Shapero (1978).

CAPITULO IV : ANALISIS DE RESULTADOS

Luego de haber determinado y analizado en los capítulos precedentes: Los objetivos, hipótesis y preguntas del estudio, los rasgos estructurales de la economía peruana sobre los que actualmente operan las MYPES, las principales características y problemas del sector MYPE de la ciudad de Tacna y haber confeccionado el marco teórico basado esencialmente en los enfoques teóricos sobre el hecho emprendedor de Shapero (1984) y Reynolds (1997), se llega al presente capítulo, en donde se intenta responder a los objetivos originalmente planteados por el estudio respecto a:

* Identificar qué actividades emprendedoras³ favorecieron tanto el inicio (nacimiento de la empresa) como el sostenimiento (primeros años de vida de la empresa) de las MYPES industriales en Tacna-Perú en el periodo 1990-1998 considerando los enfoques del hecho emprendedor según¹:

-Shapero (1978) a nivel de factores: Factor de desplazamiento, Disposición para actuar, Disponibilidad de Recursos, Credibilidad y Suministro de información.

-Reynolds (1997) a nivel de etapas: Concepción, Gestación e Infancia⁶.

* Determinar qué actividades emprendedoras marcaron la diferencia entre las MYPES que crecieron rápido y las que crecieron lentamente¹.

Es importante comentar que se estimo conveniente realizar el análisis de los datos de este capítulo, a partir de dos sub muestras de emprendedores (15 emprendedores cuyas empresas exportan, tienen mas de 10 empleados y venden mas de 20,000 dólares al año denominados emprendedores A y 15 emprendedores cuyas empresas no exportan, tienen menos de 10 empleados y venden menos de 20,000 dólares denominados emprendedores B), con el fin de poder encontrar mas claramente las diferencias entre las actividades emprendedoras que los emprendedores de la sub muestra de empresas A y B llevaron a cabo desde que apareció la idea, se puso en marcha la empresa (fase de inicio o nacimiento de la empresa) hasta sus dos primeros años de vida (fase de sostenimiento de la empresa).

³ Se entenderá por Actividades Emprendedoras a toda acción que haya sido realizada por el emprendedor y cuyo fin este orientado directa o indirectamente al inicio o sostenimiento de la empresa (Por ejemplo: Búsqueda de financiamiento, información, asesoría, etc.).

Dicho concepto proviene de Gartner (1988) quien afirma que lo esencial no es averiguar quien es un emprendedor sino analizar cuales son las actividades que realiza para la creación de una firma (de allí la definición de actividades emprendedoras) sugiriendo finalmente que el emprendedorismo es el resultado de una combinación de actividades emprendedoras llevadas a cabo por un emprendedor.

¹ La investigación se focalizará en Shapero (1978) y Reynolds (1997), al haber concluido que el aporte de ambos autores no solo es complementario (Shapero que explica los factores que originan el hecho emprendedor y Reynolds que explica las etapas del mismo) sino que se adapta en forma razonable, al momento de encarar el presente trabajo desde la óptica de las actividades emprendedoras.

⁶ No considerara la etapa de adolescencia, porque el estudio solo comprende el análisis de las actividades emprendedoras hasta los dos primeros años de vida de la empresa que según Reynolds corresponden a la etapa de la infancia.

¹ Básicamente en términos de nivel de ventas anuales, personal ocupado y condiciones de exportación

A continuación se exponen los primeros resultados del estudio, orientados a explorar las actividades emprendedoras llevadas a cabo por los emprendedores de la sub muestra de empresas A y B tanto en la fase de inicio (nacimiento de la empresa) como en la fase de sostenimiento (dos primeros años de vida de la empresa).

Los resultados se clasifican en una serie de seis apartados (caracterización de la empresa, el emprendedor, la idea, el inicio de la empresa, el sostenimiento de la empresa y las perspectivas de la empresa), sin que el orden en el cual aparecen haga referencia al grado de importancia de la misma.

Para una mejor comprensión, líneas abajo se explica el esquema sobre el cual se armo el análisis de resultados:

En el apartado 4.1., Se Caracteriza a las empresas seleccionadas, básicamente en función a determinar:

- *Su Año de Inicio y Numero Actual de Empleados

- *Su Ubicación y Organización Jurídica Actual

- *Su Nivel de Ventas, Cantidad de Personal y Condiciones de Exportación (Es decir si actualmente exporta o nó)

En el apartado 4.2., Se caracteriza a los Emprendedores entrevistados, básicamente en función a determinar:

- *Su Edad y Modalidad de trabajo

- *El Tiempo transcurrido entre la idea y el inicio (Es decir, el tiempo que les llevo poner en marcha la empresa).

- *El Tiempo de formalización (Es decir, cuanto tiempo tardaron en formalizar la empresa).

- *Su Nivel Educativo actual

- *Si trabajo en otras empresas

- *El Tamaño, la Dedicación, Labores Previas y Ascensos que pudieron haber tenido en empresas anteriores.

En el apartado 4.3., Se explora la Idea Empresarial, básicamente en función a determinar si el emprendedor:

- *Tuvo Antecedentes empresariales.

En el apartado 4.4., Se explora las actividades emprendedoras llevadas a cabo por el emprendedor para posibilitar el Inicio de la Empresa, básicamente en función a determinar:

- *Cual fue la Razón que lo llevo a iniciar la empresa

- *Si formo un Equipo empresarial

- *Si priorizo la obtención de un recurso en particular (financiamiento, capacitación, apoyo institucional, redes y contactos personales, etc.).

- *Como obtuvo Financiamiento

- *Como obtuvo Información

- *Si se Capacito

- *Si gestiono Apoyo Institucional

- *Si en esta fase tuvo Redes y Contactos Personales

En el apartado 4.5. Se explora las actividades emprendedoras llevadas a cabo por el emprendedor para posibilitar el sostenimiento de la empresa, básicamente en función a determinar:

- *Si formo un Equipo empresarial

- *Si priorizo la obtención de un recurso en particular (financiamiento, capacitación, apoyo institucional, redes y contactos personales, etc.).

*Como obtuvo Financiamiento

*Como obtuvo Información

*Si se capacito

*Si gestiono Apoyo Institucional

*Si en esta fase genero Redes y Contactos Personales

En el apartado 4.6., se exploró las Perspectivas del emprendedor básicamente en, función a conocer:

*Sus Planes Futuros

Finalmente en el apartado 4.7., Se muestra una Sinopsis con el resumen de los resultados obtenidos en cada uno de los apartados anteriores, lo que a su vez permite razonablemente pasar al capítulo siguiente, en donde, se explican las conclusiones, recomendaciones y reflexión final del estudio

4.1. CARACTERIZACION DE LAS EMPRESAS

4.1.1. Año de inicio y numero actual de empleados por año

Año de Nacimiento	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	TOTAL
Actualmente											
Numero Empresas A ⁶			2		1	2	2	8			15
Nro. Empleados			31		13	25	47	115			231
% Empresas por año			13%		7%	13%	13%	53%			100%
% Empleados por año			13%		6%	11%	20%	50%			100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Año de Nacimiento	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	TOTAL
Actualmente											
Numero Empresas A			2		1	2	2	8			15
Nro. Emprendedor Hombre			2			1	2	7			12
Nro. Emprendedor Mujer					1	1		1			3
Emprendedores por año			2		2	2	2	8			15

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Año de Nacimiento	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	TOTAL
Actualmente											
Numero Empresas B ⁷	0	0	2	5	2	3	2	0	1	0	15
Nro. Empleados	0	0	9	18	11	17	9	0	5	0	69
% Empresas por año	0	0%	13%	33%	13%	20%	13%	0%	7%	0%	100%
% Empleados B por año	0.0%	0%	13%	26%	16%	25%	13%	0%	7%	0%	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

⁶ Empresas que tienen entre 11 y 20 empleados, que tienen ventas superiores a 20,000 dólares y que actualmente exportan.

⁷ Empresas que tienen entre 1 y 10 empleados, que tienen ventas inferiores a 20,000 dólares y que actualmente no exportan

Año de Nacimiento	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	TOTAL
Actualmente											
Numero Empresas B			2	5	2	3	2		1		15
Nro. Emprendedor Hombre			1	4	2	3	1		1		12
Nro. Emprendedor Mujer			1	1			1				3
Emprendedores por año			2	5	2	3	2		1		15

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que las empresas de la sub muestra A, son empresas que concentran el mayor número de empleados (231 empleados) respecto de la sub muestra de empresas B (que apenas llega a 69 empleados) a lo largo del período 1,990-1,998.

Similarmente ambas sub muestras son dirigidas mayoritariamente por emprendedores hombres (De las 30 empresas seleccionadas solo 6 de ellas son dirigidas por emprendedoras mujeres).

4.1.2. Ubicación y Organización Jurídica

SUB MUESTRA A	Ubicación ⁴				Tipo de Empresa ⁵				
	Nro.	PI	ZH	FZH	1	2	3	4	5
Elaboración y Conservación de Pescado y Productos de Pescado	7	6	1	0	0	4	2	0	1
Elaboración y Conservación de Frutas	3	1	2	0	0	2	1	0	0
Destilación, Rectificación y Mezcla de Bebidas Alcohólicas	1	0	1	0	0	0	1	0	0
Otros	4	1	2	1	0	2	1	0	1
TOTAL	15	8	6	1	0	8	5	0	2
% Empresas Ubicación y Organización Jurídica	100%	53%	40%	7%	0%	53%	33%	0%	13%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

⁴ Ubicación : PI: Parque Industrial, ZH: Zona Urbana, FZH: Fuera de Zona Urbana

⁵ Tipo de Persona : 1: Sociedad de Hecho, 2: Sociedad Anónima, 3: Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, 4: Empresa Unipersonal 5: Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

SUB MUESTRA B	Ubicación ⁶				Tipo de Persona ⁷				
	Nro.	PI	ZH	FZH	1	2	3	4	5
Elaboración de Productos de Panadería	6	0	6	0	5	0	0	0	1
Actividades de Impresión	2	0	2	0	1	0	1	0	0
Elaboración de Vinos	1	0	1	0	1	0	0	0	0
Fabricación de Productos Metálicos para uso estructural	1	0	1	0	1	0	0	0	0
Elaboración de Productos lácteos	1	0	1	0	1	0	0	0	0
Fabricación de Partes y Piezas de Carpintería	1	0	1	0	1	0	0	0	0
Destilación, Rectificación y Mezcla de Bebidas Alcohólicas	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fabricación de artículos de Hormigón Cemento y Yeso	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Elaboración y Conservación de Legumbres, frutas y Hortalizas	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Acerrado y Acepilladura de Madera	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Elaboración de Alimentos preparados para animales	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fabricación de carrocerías para vehículos automotores	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Otros ¹	1	0	0	1	0	0	1	0	0
TOTAL	15	0	14	1	11	0	2	0	2
% Empresas Ubicación y Organización Jurídica	100%	0	93%	7%	73%	0%	13%	0%	13%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que los rubros de las empresas pertenecientes a la sub muestra A son distintos a los rubros de las empresas pertenecientes a la sub muestra B, así las empresas de la sub muestra A se dedican básicamente a la Elaboración y Conservación de Productos de Pescado (7), Elaboración y Conservación de frutas (3), Destilación, Rectificación y Mezcla de Bebidas Alcohólicas (1), las empresas de la sub muestra B se dedican a la Elaboración de Productos de Panadería (6), Actividades de Impresión (2), Elaboración de Vinos (1), Fabricación de Productos Metálicos para Uso Estructural (1), esto habla de una primera diferencia a nivel sectorial entre las empresas y obviamente los emprendedores de ambas sub muestras.

⁶ Ubicación : PI: Parque Industrial, ZH: Zona Urbana, FZH: Fuera de Zona Urbana

⁷ Tipo de Persona : 1: Sociedad de Hecho, 2: Sociedad Anónima, 3: Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada, 4: Empresa Unipersonal 5: Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

Por el lado de la ubicación, las empresas de la sub muestra A tienden a establecerse en el parque industrial (8 de 15 están ubicadas en el parque industrial, 6 en zonas urbanas y sólo una fuera de zona urbana); mientras que las empresas de la sub muestra B están prácticamente concentradas en zonas urbanas. (14 de las 15 están ubicadas en zonas urbanas y sólo una fuera de zona urbana).

Por el lado del tipo de persona, solo 2 empresas de la sub muestra A son empresas Individuales de responsabilidad Limitada, 5 son Sociedades Comerciales de Responsabilidad Limitada y 8 figuran como Sociedades anónimas, respecto a las empresas de la sub muestra B hay 11 empresas que figuran como sociedades de hecho, dos como empresas individuales de responsabilidad limitada y dos como sociedades comerciales de responsabilidad limitada; este acercamiento a la forma legal que adoptan las empresas de ambas sub muestras da evidencias de la tendencia a asociarse de alguna forma por parte de los emprendedores de la sub muestra A (13 de 15 empresas operan en función a algún grado de asociación), cosa que no ocurre con los emprendedores de la sub muestra B (en donde solo dos empresas indican señales de asociatividad)

4.1.3. Ventas, cantidad de personal y condiciones de exportación.

VENTAS	ENTRE 1 Y 10 EMPLEADOS				ENTRE 11 Y 20 EMPLEADOS			
	INICIO		HOY		INICIO		HOY	
	B	%	B	%	A	%	A	%
Hasta 3,000	5	33%	1	7%	0	0%	0	0%
4000-7000	4	27%	4	27%	5	33%	0	0%
8000-11000	4	27%	5	33%	7	47%	0	0%
12000-15000	2	13%	2	13%	2	13%	0	0%
16000-19000	0	0%	3	20%	1	7%	0	0%
20000-25000	0	0%	0	0%	0	0	3	20%
26000-34000	0	0%	0	0%	0	0	1	7%
35000-40000	0	0%	0	0	0	0	5	33%
Mas de 41000	0	0%	0	0	0	0	6	40%
TOTAL	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%
EXPORTA	0		0		3		15	

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que las empresas de la sub muestra A durante su inicio tuvieron ventas que oscilaron entre 3,000 y 19,000 dólares anuales y actualmente tienen ventas aproximadas que oscilan entre los 20,000 y mas de 41,000 dólares anuales (6 empresas están vendiendo a la fecha mas de 41,000 dólares anuales), en tanto que las empresas de la sub muestra B tuvieron en el inicio de sus actividades ventas que oscilaron entre los 3,000 y 15,000 dólares anuales y actualmente tienen ventas entre 3,000 y 19,000 dólares (Solo 3 empresas lograron vender entre 16,000 y 19,000 dólares anuales), esto quiere decir que, considerando el entorno económico relativamente estable que caracterizó al Perú en el período 1,990-1,998, las empresas de la sub muestra A experimentaron un crecimiento superior en términos de sus ventas anuales respecto de las empresas de la sub muestra de empresas B.

Quizás una posible explicación para este fenómeno sea que mientras que las empresas de la sub muestra A se inclinaron por la exportación de sus productos, las empresas de la sub muestra B o no se inclinaron o no pudieron por cuestiones estructurales (El sector en el que operaban no era exportable) orientar su producción a la exportación y con ello sacrificaron una alternativa de incrementar sus ventas.⁸

4.2. EMPRENDEDOR

4.2.1. Edad y modalidad de trabajo

EDAD	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
18-24	0		0	
25-34	1	7%	3	20%
35-44	8	53%	9	60%
45-54	5	33%	3	20%
55-64	1	7%	0	0%
65		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%
MODALIDAD⁶				
Full time	15	100%	12	80%
Part time	0	0%	3	20%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que si se agrupa los rangos 25-34 y 35-44 años de edad se puede descubrir que los emprendedores de la sub muestra B son relativamente mas jóvenes que los emprendedores de la sub muestra A (solo 9 emprendedores de la sub muestra A están incluidos en este segmento contra 12 emprendedores de la sub muestra B).

Igualmente si se une el rango 45-54 y 55-64 años de edad, se encuentra que los emprendedores de la sub muestra A son relativamente "mas viejos" que los emprendedores de la sub muestra B (6 emprendedores de la sub muestra A están incluidos en este segmento contra 3 emprendedores de la sub muestra B), esto podría aportar una razón del por qué los emprendedores de la sub muestra A se están desarrollando en las empresas con mayor performance, pues su mayor edad se podría interpretar como experiencia empresarial previamente acumulada o también podría ser consecuencia de que "la crisis de los 40 años" de la que habla Shapero (1988) haya impactado de tal forma en ellos que los obligó no sólo a crear la empresa sino a dirigirla con éxito.

⁸ Es preciso aclarar que la división entre empresas con ventas anuales superiores a 20,000 dólares y con 11 a 20 empleados que exportan (Sub muestra A) y las empresas con ventas anuales de menos de 20,000 dólares anuales y de 1 a 10 empleados que no exportan (Sub muestra B), se hizo en forma planeada a fin de poder identificar con mayor claridad las actividades emprendedoras relevantes en cada una de las sub muestras seleccionadas.

⁶ Se refiere a la dedicación, full time o part time, que actualmente el emprendedor esta dedicando a su empresa.

Por el lado de la dedicación a la empresa por parte del emprendedor, sólo 3 emprendedores de la sub muestra B de los 30 emprendedores totales manifiestan que comparten el trabajo en la empresa con otra labor paralela, esto último podría estar relacionado a los ingresos por concepto de ventas, es decir, mientras los emprendedores de la sub muestra A, en términos generales, no tienen mayores problemas de ventas pueden mantener una regular cantidad de ingresos que les permite centrar sus actividades en la empresa, cosa que no necesariamente ocurre en las empresas de los emprendedores de la sub muestra B donde, pareciera ser que algunos se ven en la necesidad de continuar trabajando pues los ingresos de sus empresas todavía continúan siendo insuficientes por lo menos para ellos.

Desde la mirada de Reynolds (1997) “La más alta proporción de nacimientos es reportada por personas auto empleadas (en su propio negocio) seguidas por personas con trabajos a full time (en otra empresa), conjuntamente estos dos grupos explican los tres cuartos de los nacimientos”.

4.2.2. Tiempo transcurrido entre la idea y el inicio

TIEMPO	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Menos de un año	4	27%	1	7%
Un año	9	60%	8	53%
Dos años	2	13%	4	27%
Tres años		0%	2	13%
Cuatro años		0%		0%
Mas de cuatro años		0%		0%
Otra		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Taca Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que los emprendedores de la sub muestra A tuvieron más rapidez en pasar desde la concepción de la idea a la puesta en marcha de la empresa (En un año 13 de 15 empresas de la sub muestra A iniciaron sus actividades mientras que en el mismo período sólo 9 de 15 empresas de la sub muestra B lograron iniciar sus actividades).

Esto último está en relación con lo que dice Reynolds (1997), quien sostiene que “El tiempo requerido para iniciar un negocio tiene una media de seis meses y un promedio de 20 meses con alguna variación que está en función de los niveles de crecimiento y del sector económico, ninguna nueva firma se crea de un día para otro aunque eso pueda parecer así en regiones de crecimiento rápido”, es decir, tanto las empresas de la sub muestra A (en mayor medida) como las empresas de la sub muestra B (en menor medida) se encuentran dentro de los parámetros establecidos que miden el tiempo promedio transcurrido entre la aparición de una idea empresarial hasta la implementación de la misma.

Sobre esto mismo Reynolds (1997) afirma que “La cantidad de trabajo en el inicio es considerable, hay evidencias que una persona debe trabajar en promedio 2,000 horas al año (casi cinco horas y media todos los días durante un año), para iniciar una nueva firma o dos personas por medio año”.

De acuerdo a Reynolds (1997) “Aquellos emprendedores que se dedican exclusivamente a montar la empresa son lo que más probabilidad tienen de generar el nacimiento de la empresa y aquellos que son más lentos, que hacen una o dos cosas cada cuatro o cinco meses pueden encontrar que iniciar un negocio es un hobby a largo plazo y pueda que nunca lleguen a poner el negocio”.

De acuerdo a los dos últimos conceptos de Reynolds (1997) se podría deducir que los emprendedores de ambas sub muestras tendieron a dedicarse en forma exclusiva a montar el emprendimiento, salvo dos emprendedores de la sub muestra B quienes tardaron 3 años en montar la empresa, lo cual hace suponer que no se dedicaron en forma intensa a poner en funcionamiento en negocio, sino que como dice Reynolds (1997) ”montaron la empresa de a pocos con el riesgo de no haberlo implementado nunca”.

4.2.3. Tiempo de formalización

FORMALIZACION	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Menos de un año	3	20%	1	7%
Un año	7	47%	5	33%
Dos años	5	33%	7	47%
Tres años		0%	2	13%
Cuatro años		0%		0%
Mas de cuatro años		0%		0%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que los emprendedores de la sub muestra A tardaron menos tiempo en formalizar la empresa respecto de la sub muestra de emprendedores B. (Al término de un año 10 de 15 de emprendedores de la sub muestra A estuvieron formalizados, mientras que en ese mismo período sólo el 6 de 15 emprendedores de la sub muestra B pudieron formalizar la empresa), el hecho de que las empresas de la sub muestra A se hayan orientado más rápidamente a su formalización que las empresas de la sub muestra B, puede deberse a que su misma condición de empresas orientadas a la exportación las haya inducido a formalizarse (ante la ausencia de otra alternativa), mientras que empresas de la sub muestra A pudieron convivir más tiempo con la informalidad por cuanto el sector en el que se desempeñan no les exigía tan compulsivamente la formalización⁹.

⁹ Según Villarán (1998) existen dos tipos de informalidad:

Informalidad Pasiva, que es la que inevitablemente caracteriza a las MYPES que recién nacen o que se mantienen precarias con muy bajos ingresos, dicha informalidad es marginal dentro de la actividad económica nacional según Villarán.

Informalidad Activa, que es la informalidad consciente de MYPES (que incluso llegan a convertirse en pequeñas y medianas) que se niegan taxativamente a cumplir con sus obligaciones tributarias utilizando un sin fin de artilugios para ello, según Villarán (1998) este tipo de informalidad es negativo porque distorsiona el mercado y representa una competencia desleal al resto de empresas debidamente formalizadas, debiendo ser combatida a efectos de democratizar la contribución al estado y su gasto social.

4.2.4. Educación del emprendedor, personal y socios

EDUCACION	EMPRENDEDOR				PERSONAL				SOCIOS			
	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%
Título universitario	6	40%	2	14%	X				X			
Universitario incompleto	4	27%	3	21%	X		X		X		X	
Título Técnico	2	13%	5	36%	X		X				X	
Técnico incompleto	2	13%	2	14%			X					
Secundario	1	7%	1	7%			X					
Secundario incompleto	0	0%	1	7%								
Primario	0	0%	0	0%								
Primario incompleto	0	0%	0	0%								
Otro	0	0%	0	0%								
TOTAL	15	100%	14	100%								

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que los emprendedores, el personal y socios de la sub muestra de empresas A están mejor capacitados respecto de los emprendedores, el personal y socios de la sub muestra de empresas B.

Mientras que 10 de los 15 emprendedores, miembros del personal y socios en general de la sub muestra de empresas A, poseen mayoritariamente título universitario completo o incompleto (sólo algunos miembros del personal tienen título técnico); 12 de 15 emprendedores, miembros del personal y socios en general de la sub muestra de empresas B mayoritariamente poseen título universitario incompleto, título técnico completo e incompleto o secundario completo, es decir los emprendedores de la sub muestra de empresas A gozan de un nivel educativo más universitario en tanto que los emprendedores de la sub muestra de empresas B tienen un nivel educativo más técnico.

Desde el lado de la educación del emprendedor, se condice con lo que argumenta Reynolds (1997) quien dice que “aquellos individuos que han terminado la escuela secundaria (ya que de los resultados del estudio los 30 emprendedores de ambas sub muestras culminaron la educación secundaria), tienen algunos recursos financieros, conocen la industria, el área geográfica y tienen desarrollado un network es posible que puedan lograr con éxito la creación y desarrollo de una firma, complementariamente ayudaría mucho si tienen una buena idea de negocios, en tanto que aquellos individuos con las características opuestas, es decir que no han terminado la escuela, tiene poca experiencia en cualquier sector económico, limitados recursos financieros, son nuevos en un área y han desarrollado pobremente sus networks no están en una situación de iniciar exitosamente una empresa y mas bien deben ser cuidadosos al momento de iniciar una actividad empresarial, salvo que tengan una muy buena idea de negocios.

Sobre el aspecto educativo Reynolds (1997) añade que “más del 70% de emprendedores que no hicieron más allá del secundario reportan iniciar nuevos negocios, sólo uno de cinco nacimientos es reportado por un individuo con un grado universitario y ninguno de ocho nacimientos es reportado por individuos con grado universitario y post universitario a la vez, lo que quiere decir que el nivel de nacimientos decrece a medida que los logros educativos aumentan”, sobre esto, al comprobar que sólo 6 de los 15 emprendedores de la sub muestra A tienen algún título universitario y sólo 2 de los 15 emprendedores de la sub muestra B tienen algún título universitario, en ambos casos la minoría, se puede comentar que al menos para los emprendedores de ambas sub muestras, lo dicho por Reynolds (1997) coincide.

4.2.5. Trabajo en otras empresas

TRABAJO ANTERIOR	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
SI	14	93%	13	87%
NO	1	7%	2	13%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Taca Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que tanto los emprendedores de las sub muestra de empresas A y B manifiestan mayoritariamente haber trabajado previamente en otras empresas, lo que da pie a ir pensando en la influencia de las labores previas en el proceso de creación de la firma de las que habla Shapero (1,984).

Es obvio que la proporción de nacimientos es más alta en personas con niveles medios de ingreso es así que tres cuartos de los nacimientos son reportados por familias con ingresos anuales de 20,000 a 60,000 dólares.

4.2.6. Tamaño, dedicación, labores previas, ascensos

TAMAÑO	ULTIMA EMPRESA			
	A	%	B	%
Micro empresas (1-10 empleados)	1	7%	6	40%
Pequeñas Empresas (11-20 empleados)	6	40%	2	13%
Medianas y Grandes Empresas (Mas de 20 empleados)	2	13%	0	0%
Sector Publico	6	40%	7	47%
Otro	0	0%	0	0%
TOTAL	15	100%	15	100%
SECTOR				
Comercio	5	33%	5	33%
Servicios	6	40%	7	47%
Producción	4	27%	3	20%
Otro	0	0%	0	0%
TOTAL	15	100%	15	100%
LABORES PREVIAS				
Practicante	0	0%	0	0%
Obrero	4	27%	11	73%
Empleado	9	60%	4	27%
Gerente	2	13%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%
TIEMPO				
-1 años	0	0%	0	0%
2 años	2	13%	7	47%
3 años	8	53%	5	33%
+4 años	5	33%	3	20%
TOTAL	15	100%	15	100%
ASCENSOS				
Una vez	3	20%	4	27%
Mas de una vez	9	60%	3	20%
Ninguna vez	3	20%	8	53%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota dos aspectos interesantes, por un lado 8 de los 15 emprendedores de la sub muestra A manifiestan haber tenido experiencia previa en Pequeñas y Mediana empresas contra sólo 2 de los 15 emprendedores de la sub muestra B quienes manifestaron haber tenido experiencia en pequeñas empresas mas no en medianas empresas (más bien 6 emprendedores de esta sub muestra dijeron haber trabajado anteriormente en micro empresas), por otro lado en las empresas de la sub muestra A y B hubo 6 y 7 emprendedores, respectivamente, que trabajaron previamente en el sector público.

Por el lado del último sector en el cual estuvieron trabajando, no hay diferencias rescatables ya que los porcentajes son parecidos tanto para el comercio, servicios y/o producción.

Respecto a las labores previas se descubre que 11 de los 15 emprendedores de la sub muestra A desempeñaron cargos o de empleado o de gerente contra sólo 4 de los 15 emprendedores de la sub muestra B, quienes solo desempeñaron cargos de empleados, en tanto que los otros 11 restantes laboraron como obreros.

Respecto al tiempo de trabajo, 13 de los 15 emprendedores de la sub muestra A trabajaron de 3 a 4 años, en ese mismo período sólo trabajaron 8 de los 15 emprendedores de la sub muestra B.

Al examinar los ascensos se encuentra que 12 de los 15 emprendedores de la sub muestra A fueron ascendidos o una o más de una vez contra 7 de los 15 emprendedores de la sub muestra B, aquí el otro dato de interés es que 8 de los 15 emprendedores de esta sub muestra nunca fueron ascendidos.

Por los datos encontrados se puede decir que tanto los emprendedores de las sub muestras A como B, al menos en alguna oportunidad trabajaron y que eso les permitió poder insertarse en la sociedad, sobre esto Reynolds (1997), dice que “generalmente los dueños de la firma son personas de experiencia, antecedentes e insertados a la fuerza del trabajo, son pocas las personas marginales que logran formar la empresa”.

Es decir se puede añadir que los emprendedores de la sub muestra A parecen haber estado más ligados al sector de la pequeña y mediana empresa, tienen una mejor historia de ascensos (lo que puede ser consecuencia de su mejor educación), una mejor ubicación en el organigrama de las empresas en las que trabajaron y evidencian una mayor experiencia de trabajo.

En tanto que los emprendedores de la sub muestra B parecen haber estado más ligados al sector de la micro empresa, tienen una historia de pocos ascensos (lo que puede ser consecuencia de su nivel técnico de educación), una ubicación inferior en el organigrama de la empresas en las que trabajaron y evidencian una menor experiencia de trabajo, en donde la única constante es que un numero similar de emprendedores provienen del sector público.(6 por la sub muestra A y 7 por la sub muestra B).

Hasta este punto, pareciera tener sentido el argumento de Reynolds (1997) para quien “la suposición de que emprendedores son personas marginales a la fuerza del trabajo (personas con debilidades de educación, fondos, redes, experiencia en la comunidad) es equívoca, pues es poco probable que estas personas implementen un negocio, demostrándose que solamente los individuos que han pasado el umbral de estas cuatro características están hábiles para iniciar una empresa, entonces la idea de que aquellos que inician el proceso de creación de empresa son marginales a la fuerza del trabajo y actividad económica es inapropiada, al contrario, los emprendedores son quienes están mejor integrados a la comunidad”, por los resultados aquí analizados ni los emprendedores de la sub muestra A ni los emprendedores de la sub muestra B son o parecen ser individuos marginales a la fuerza del trabajo.

La experiencia empresarial caracterizada por las labores anteriores, la historia de ascensos, el tamaño y sector de la última o últimas empresas en las que desempeñó el emprendedor, aparte de vincularse con la disposición actuar de la que habla Shapero (1984); también está relacionada con el argumento de Twaithes (1978) y Mason (1998) para quienes hay cuatro elementos que influyen en la disposición a actuar en un individuo y que son: La estructura ocupacional, la función, desempeñada, el tamaño de la planta y el sector de la industria.²

Desde la óptica, hay indicios para pensar que la experiencia laboral previa es otro elemento más que pudo haber contribuido a alentar la disposición a actuar principalmente de los emprendedores de la sub muestra de empresas A.

4.3. LA IDEA EMPRESARIAL

4.3.1. Antecedentes empresariales

ANTECEDENTES	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Familiar	5	33%	1	7%
Amigo cercano	7	47%	5	33%
Compañero Trabajo	3	20%	6	40%
Otro		0%	3	20%
TOTAL	15	100%	15	100%
COMENTARIO				
Familiar	10	67%	12	80%
Amigo cercano	3	20%	2	13%
Compañero de trabajo	2	13%	1	7%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%
NATURALEZA				
Alentadores	9	60%	12	80%
Críticos	4	27%		0%
Indiferentes	1	7%	3	20%
Ninguno	1	7%		0%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

2 Estructura ocupacional : Es decir la experiencia gerencial o técnica adquirida previamente.
 Función desempeñada : Es decir si la o las empresas en las que laboro previamente el individuo lo estimularon a resolver problemas o lo encasillaron en trabajos rutinarios.
 Tamaño de la planta : Es decir si el individuo trabajo en una empresa relativamente grande (donde hay una fuerte división del trabajo) o en una MYPE (donde el individuo puede ganar una visión más global del negocio).
 Sector : Es decir si la empresa creada está relacionada con la experiencia previa del individuo.

Se denota que 5 de los 15 emprendedores de la sub muestra A tienen antecedentes empresariales familiares (es decir que tuvieron familiares que ya habían iniciado actividades empresariales previamente), contra solo 1 de los 15 emprendedores de la sub muestra B.

Un punto a destacar es que 3 de los 15 emprendedores de la sub muestra B afirmaron no tener ni antecedentes empresariales directos ya sea en la familia, amigos cercanos ni compañeros de trabajo, de esto se pudo deducir que su modelo de rol pudo haber sido más bien indirecto, es decir, probablemente generado en función a otra persona o grupo de personas que implementó un negocio y a la que no necesariamente conocieron, pero que les sirvió de primera guía para generar su idea empresarial.

Respecto de los comentarios recibidos, en general para ambas muestras de emprendedores provinieron de los familiares y tendieron a ser alentadores, sin embargo nótese que hubieron 4 comentarios críticos para los emprendedores de la sub muestra A, lo que bien pudo haber contribuido constructivamente al mejoramiento de su idea empresarial, contrariamente ningún comentario crítico aparece en la sub muestra de emprendedores B.

Así, se comprueba que hay evidencias que muestran que estuvo presente el factor de credibilidad³ de Shapero (1984) o los modelos de rol según Mason (1998). Mientras que para los emprendedores de la sub muestra de empresas A la credibilidad estuvo más compuesta por familiares y amigos cercanos, para los emprendedores de la sub muestra de empresas B la credibilidad estuvo más compuesta por compañeros de trabajo y amigos cercanos.

Cabe mencionar que el factor credibilidad tiene dos variantes: se ve reforzado o inhibido de acuerdo al medio cultural en el cual se desenvuelve, para el caso del estudio, es posible comentar que el medio cultural no es el más apto para favorecer la credibilidad, ya que, es más fuerte la valoración negativa del fracaso en el intento de creación de una firma que la creación de una firma exitosa.

³ El Factor de Credibilidad consiste en que el potencial emprendedor, a través de ejemplos creíbles de otros emprendedores (que pueden ser sus padres, familiares, colegas, conocidos, etc.), puede ser capaz de imaginar en forma realista su proyecto y creer en su viabilidad a tal punto de despertar el pensamiento de: "Si el puede; yo también"

4.4. EL INICIO DE LA EMPRESA

Es la fase comprendida entre la concepción de la idea hasta el momento en el que la firma inicia sus actividades y abarca las actividades emprendedoras conducentes a permitir el inicio (o nacimiento) de la empresa.

4.4.1. Razón del inicio

RAZON	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Dinero ahorrado	4	27%	2	13%
Oportunidad de negocio	6	40%	2	13%
Podía perder su trabajo	1	7%	3	20%
Perdió su trabajo	1	7%	5	33%
Desempleado		0%	2	13%
Insatisfecho laboralmente	3	20%	1	7%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que esta fase de inicio mayoritariamente los emprendedores de la sub muestra A tienen un desplazamiento positivo (10 de los 15 emprendedores de esta muestra inician la empresa o por tener dinero ahorrado o por haber detectado una oportunidad de negocio), mientras que los emprendedores de la sub muestra B tienen, en general, un desplazamiento negativo (11 de 15 emprendedores inician la empresa o porque podían perder su trabajo o porque perdieron su trabajo o porque estaban desempleados o porque estaban insatisfechos laboralmente).

Es decir para los emprendedores de la sub muestra A hubo una comparación entre "los retornos del empleo actual y demás vis a vis los retornos de gestar un acto empresarial" (Masón, 1998), mientras que para los emprendedores de la sub muestra B se descubre que hubo una comparación entre los retornos cuasi negativos riesgo del desempleo, desempleo y/o pocas oportunidades de progreso en el trabajo actual versus los retornos, ciertamente riesgosos y sin otra alternativa, de gestar una nueva una empresa todo esto "sesgado por una situación de potencial marginalidad social que fue contestada a través de la creación de la empresa" (Stanworht y Curran).

En la mayoría de los emprendedores de la sub muestra A (10 de 15), los datos conducen a pensar que hubo un mix de "Motivación, de oportunidad y de relativa posesión de cualidades técnicas y de management" (Mason 1998), en tanto que en la mayoría de los emprendedores de la sub muestra B (11 de 15), los datos conducen a pensar que hubo un mix de "Temor, obligación y de escasas cualidades técnicas y de management".

Solo 6 de 15 emprendedores de la sub muestra A y 2 de 15 emprendedores de la sub muestra B (la minoría) "detectaron una oportunidad en el mercado y reunieron los recursos necesarios para implementar la actividad empresarial, aun cuando en el producto resultante, el diseño no fue vital" (Coté 1991).

Para la sub muestra de emprendedores B puede ser aplicable el concepto de Binks Y Vale (1990) quien dice que el inicio de una empresa es una combinación- no ensayada -de recursos económicos instigada por una incierta probabilidad de obtener ganancias aunque estas sean temporales", aunque agregaría que dicha combinación también se relaciona con factores coyunturales, sobre todo sí se aprecia que el periodo 1990-1997 se caracterizo por un masivo despido de trabajadores del sector publico y privados.

"El inicio de la empresa influenciado por la introducción de nuevos productos, la puesta en marcha de nuevos proceso de producción no probados antes, creación de nuevos tipos de organización industrial, apertura de nuevos mercados a productos ya producidos, apertura de nuevas fuentes de materias primas o bienes semi manufacturados"(Schumpeter, 1934) no caracteriza ni a los emprendedores de la sub muestra A ni a los emprendedores de la sub muestra B, en donde más que un proceso de innovación, hubo un proceso de creación de firmas con alguna potencial esperanza de sobrevivencia para A y un proceso de creación necesarios de firmas para B con pocas esperanzas esperanzas de sobrevivencia).

Finalmente se puede asumir para ambas sub muestras de emprendedores lo dicho por Gartner (1988) quien afirma que "la creación de nuevas organizaciones es un acto involucra la toma de iniciativa, el riesgo, la gerencia de la organización de quien toma la iniciativa, la recopilación de los recursos necesarios y la relativa autonomía, en donde la innovación tecnológica no es imprescindible".

4.4.2. Equipo Empresarial⁴

ASOCIACION	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Familiar	2	13%		0%
Amigo cercano	1	7%		0%
Compañero de Trabajo	2	13%	1	7%
Solo	10	67%	14	93%
Otro	0	0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Taca Perú, 1999 (Victor Pérez Centeno).

Se denota que en esta fase de inicio, 10 de 15 emprendedores de la sub muestra A tienden a inician la actividad empresarial en forma individual y solo 3 de ellos generan algún tipo de sociedad con familiares y amigos cercanos, mientras que 14 de los 15 emprendedores de la sub muestra B implementan la empresa individualmente y solo uno se asocia con un compañero de trabajo.

Esto habla del marcado individualismo existente entre los emprendedores, por lo menos al inicio de las actividades empresariales.

⁴ Se refiere a si los emprendedores se unieron a otros individuos (familiares, amigos cercanos, compañeros de trabajo, etc.) con el objetivo de minimizar los riesgos de fracaso en o durante el proceso de creación de la firma.

En este punto los resultados del estudio se desvían de la opinión de Reynolds (1997) para quien “las firmas son iniciadas y dirigidas por equipos (lo que supone algún grado formal o informal de asociación) y no desarrolladas y guiadas por un solo emprendedor, además aquellas nuevas firmas con trayectorias de crecimiento superior, es probable que sean producto del esfuerzo de un equipo de emprendedores”, sobre esto el estudio intento explorar grados de asociación formal, por lo que queda abierta la posibilidad de que los emprendedores de ambas sub muestras hayan tenido algún tipo de sociedad informal en el inicio de sus empresas.

Sobre este tema Reynolds (1997) dice que “más de la mitad de los nuevos inicios comprometen a varias personas que comparten la dirección del negocio así, más del 40% de nuevas firmas comprometen a equipos de parientes o personas muy allegadas, menos del 10% de nuevas firmas envuelven a equipos de personas que no son parientes entre sí y estas firmas son las más probables a tener un alto potencial de crecimiento”, obviamente esto ultimo no coincide del todo con los resultados del estudio en donde se descubre que el 20% (contra el 40% que sugiere Reynolds) de los emprendimientos de la sub muestra A involucran de alguna forma a familiares y amigos cercanos; 13% (es superior al 10% sugerido por Reynolds) que involucran a compañeros de trabajo es decir a personas no parientes; frente a un 7% de los emprendimientos de la sub muestra B que solo involucran a compañeros de trabajo.(contra un 10% que sugiere Reynolds), sin embargo permite dar otra señal de porque los emprendedores de la sub muestra de empresas A tienen mejor performance.

Si bien es cierto, en esta fase de inicio se denota que sólo 5 de 10 emprendedores de la sub muestra de empresas A generan algún tipo de asociatividad, en la fase de sostenimiento la cantidad de emprendedores que generan algún tipo de asociatividad se incrementa a 13 de 15 emprendedores, lo que puede conducir a pensar que tal actitud pudo haber influido en la orientación exportadora de las empresas de esta sub muestra.

Esto no ocurre con la muestra de emprendedores de la sub muestra de empresas B, en donde, la cantidad de emprendedores que muestran evidencias de generar algún tipo de asociatividad solo se incrementa en 1, es decir, mientras en la fase de inicio, sólo 1 de 15 emprendedores genera algún tipo de asociatividad, en la fase de sostenimiento el estudio muestra que solo hay 2 de 15 emprendedores que indican haber realizado algún tipo de asociatividad.

El aumento del grado de asociatividad encontrado en los emprendedores de la sub muestra de empresas A es explicable desde el punto de vista de Kantis (1998) para quien las condiciones macro económicas de la década de 1,990 permitieron el surgimiento de MYPES, antes acostumbradas a operar en elevados esquemas de aislamiento e internalización y envueltas en un entorno que desincentivo la existencia de acuerdos (nótese que este estudio abarca MYPES nacidas en el periodo 1,990 – 1,998).

Según Kantis (1998) “La mayoría de alianzas han surgido en esta década debido a las condiciones de estabilidad macro económica, de fuerte presión competitiva y que definieron un grado de incertidumbre favorable para la emergencia de acuerdos para exportar. (para nuestro estudio las alianzas son interpretadas como algún tipo de asociatividad o acuerdo formal o informal del emprendedor con otros individuos que pueden ser familiares o no, a fin de contribuir al nacimiento o sostenimiento de la empresa).

4.4.3. Prioridades de obtención de recursos para el inicio de la empresa

ORDEN	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Financiamiento	9	60%	13	87%
Información	3	20%	2	13%
Capacitación	1	7%	0	0%
Relaciones	2	13%	0	0%
Otro	0	0%	0	0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que en esta fase de inicio 12 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas A priorizan la gestión de financiamiento (9 de 15), seguido de la gestión de suministro de información (3 de 15), mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas B indican priorizar solamente la gestión de financiamiento (13 de 15) y gestión de capacitación (2 de 15).

Sólo 3 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas A priorizan la gestión de las relaciones y la gestión de capacitación (2 y 1 respectivamente).

4.4.4. Financiamiento:

a.-Obtención del dinero

DINERO	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Ahorros propios	4	27%	9	60%
Familiares o amigos cercanos	4	27%	2	13%
Proveedores	6	40%	2	13%
Bancos	1	7%		0%
O.N.Gs		0%		0%
Informal		0%	2	13%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de inicio que la fuente principal de financiamiento de los emprendedores de la sub muestra de empresas A: Son los proveedores (6 de 15), lo que coincide con lo dicho por Madueño (1996) quien afirma que la mayoría de MYPES se financiaron con proveedores y que solo un pequeño porcentaje acude al sistema bancario.

Mientras que para 9 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas B la principal fuente de financiamiento son los ahorros propios. (Solo 4 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas A se financiaron con recursos propios).

Un dato interesante es que hay una emprendedora de la sub muestra de empresas A que consiguió financiamiento bancario para el inicio de la empresa-

b.-Medidas de Bootstrapping ⁵ para minimizar las necesidades de capital

MEDIDAS	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Pidió prestado equipamiento por periodos cortos	3	20%	0	0%
Empleo personal temporario en lugar de permanente	2	13%	1	7%
Coordino compras con otros negocios		0%		0%
Hizo leasing de equipos	1	7%		0%
Gestiono descuentos por pago en efectivo		0%		0%
Compro en consignación		0%	1	7%
Uso rutinas para reducir el stock de materiales		0%		0%
Uso rutinas para reducir el stock de productos		0%		0%
Empleo parientes o amigos a un salario menor al del mercado	3	20%	4	27%
Compartió el local con otra firma	1	7%		0%
Compartió empleados con otra firma		0%		0%
Compartió equipos con otra firma	0	0%		0%
Otro	5	33%	9	60%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de inicio las siguientes diferencias encontradas: los emprendedores de la sub muestra de empresas A tendieron a pedir equipamiento prestado por periodos cortos, hacer leasing de equipos y a compartir el local con otras firmas, mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas B tendieron a comprar en consignación y a emplear parientes y amigos a un salario menor al del mercado.

Lo interesante es que 5 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas A no hizo ninguna de estas actividades al igual que 9 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas B.

Esto habla de que las técnicas de bootstrapping de Landstrom (1997) fueron aplicadas consciente o inconscientemente mayoritariamente por los emprendedores de la sub muestra de empresas B y minoritariamente por los emprendedores de la sub muestra de empresas A.

⁵ Son técnicas que el emprendedor utiliza consciente o inconscientemente para la reducción de las necesidades de capital para contribuir al nacimiento o sostenimiento de la firma. (Algunas técnicas de bootstrapping necesitan de la red de contactos personales y otras dependen del esfuerzo individual del emprendedor)

4.4.5. Información:

a.- Información recolectada y fuentes de información⁴

INFORMACION RECOLECTADA	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Mercado Internacional (Clientes, Competencia, Precio)	1	7%	0	0%
Técnicas de producción	1	7%	0	0%
Equipamiento	3	20%	1	7%
Materiales (proveedores)	1	7%	1	7%
Mano de obra	0	0%	0	0%
Tributaria Contable	2	13%	2	13%
Legal	2	13%	2	13%
Financiera	4	27%	6	40%
Otro	1	7%	3	20%
TOTAL	15	100%	15	100%
FUENTES INFORMACION				
Proveedores	5	31%	2	13%
Clientes potenciales	2	13%		0%
Otros empresarios	2	13%	1	7%
Familiares y amigos	4	25%	7	47%
Medios masivos	1	6%	4	27%
Conferencias, cursos, exposiciones	2	13%	1	7%
Estudios de mercado	0	0%		0%
Ninguno		0%		0%
TOTAL	16	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Comentario:

Se denota que en esta fase de inicio la información financiera fue la mas recolectada por los emprendedores de la sub muestra A y B, mientras que la información menos recolectada por los emprendedores de la sub muestra A fue la relacionada al mercado internacional (clientes, competencia, precio) y técnicas de producción; para los emprendedores de la sub muestra B la información menos recolectada fue la relacionada al equipamiento y materiales.

Respecto a las fuentes de información, se resalta que los emprendedores de la sub muestra de empresas A acudieron mayoritariamente a proveedores y en segundo lugar a familiares y amigos, mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas B acudieron en primer lugar a familiares y amigos y en segundo lugar a proveedores.

⁴ Información Recolectada : Es la información que fue obtenida por el emprendedor.

Fuentes de Información : Son los individuos (proveedores, clientes potenciales, empresarios, familiares, amigos), estudios de mercado, conferencias o medios de comunicación a los cuales el emprendedor acudió directa o indirectamente en busca de información.

Otro detalle interesante es que hay dos emprendedores de la sub muestra de empresas A que recurre a clientes potenciales mientras que el estudio dice que ningún emprendedor de la sub muestra B hizo tal cosa.

Por los resultados vistos aquí, se deduce que los emprendedores de la sub muestra de empresas A estuvieron relativamente mejor informados que los emprendedores de la sub muestra de empresas B y si a ello le agregamos lo que dice Sweeny (1986) respecto a “ que la calidad de la información y conocimiento acerca de las oportunidades de mercado, técnicas de producción, equipamiento, materiales y otros por parte del emprendedor juegan un rol importante en el proceso de creación de empresas”, es posible considerar este aspecto como otro elemento que diferencia las actividades de los emprendedores de las dos sub muestras de empresas.

Dentro de los factores que pueden influir en el proceso de creación de firmas está la información⁶ (Shapero 1984), pues esta, es demandada por el emprendedor, sobre múltiples aspectos tales como: Mercado, producto, proceso, tecnología, etc. de allí la importancia de sistemas de información y medios de comunicación que puedan cubrir la necesidad de información de parte del emprendedor.

Desde esta óptica y partiendo de la premisa de que la existencia de sistemas de información empresarial está en un proceso de lento y reciente desarrollo en la ciudad de Tacna, se puede concluir que los emprendedores de la sub muestra de empresas A y B, pudieron recolectar información y acudir a diversas fuentes de información sin un mínimo de confiabilidad acerca de la relevancia y veracidad de la información recolectada.

Otro aspecto es que los emprendedores de ambas sub muestras de empresas privilegio en forma distinta sus necesidades de recolección de información fuentes de información.

4.4.6. Capacitación:

a.-Areas y duración de la capacitación

Duración	EMPREENDEDOR											
	Menos de 1 mes				Menos de 1 año				Mas de 1 año			
Capacitación	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%
Administración de Empresas	1	17%	4	80%	1	25%	2	100%	2	100%	0	0%
Marketing	0	0%	0	0%		0%		0%		0%		0%
Recursos Humanos		0%	0	0%		0%		0%		0%		0%
Finanzas	3	50%	1	20%	1	25%		0%		0%		0%
Logística		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Informática		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Comercio Internacional	2	33%		0%	2	50%		0%		0%		0%
TOTAL	6	100%	5	100%	4	100%	2	100%	2	100%	0	0%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

⁶ Al respecto es oportuna la distinción entre el concepto de conocimiento e información que hace Audrestch (1996), para quien el conocimiento esta mas orientado al dominio de aspectos tecnológicos e ideas básicas (es decir el conocimiento es mas tácito y subjetivo) y la información es mas subjetiva , relativamente mas descifrable y no tan relacionada a aspectos tecnológicos. (Generalmente en internet se encuentra información y no conocimiento).

Se denota que en esta fase de inicio las actividades de capacitación que priman son aquellas que tiene una duración de menos de un mes (6 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas A orientados a cursos de finanzas, comercio internacional y administración de empresas y 5 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas B orientados a cursos de administración de empresas y finanzas) y menos de un año (4 de 15 emprendedores de la sub muestra de empresas A orientados a cursos de comercio internacional, finanzas y administración de empresas y solo 2 de los 15 emprendedores de la sub muestra de empresas B orientados a cursos de administración de empresas).

Otro aspecto interesante es que en esta fase hubo 3 emprendedores de la sub muestra de empresas A que no se capacitaron y 8 emprendedores de la sub muestra de empresas B en similar situación.

4.4.7. Apoyo Institucional:

a.-Gestión de Apoyo Institucional

APOYO	CAPACITACION				ASESORIA				INFORMACION				FINANCIAMIENTO			
	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%
Asociación Empresaria	1	7%	0	0%		0%		0%		0%		0%		0%	0	0%
Municipio	2	13%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Agencias Gobierno	4	27%	3	20%	3	20%	4	27%	5	33%	1	7%	2	13%	3	20%
Universidad	0	0%	0	0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%
ONGs	4	27%	2	13%	2	13%	2	13%		0%	5	33%	4	27%	2	13%
Bancos		0%		0%	5	33%		0%	5	33%		0%	6	40%	7	47%
Consultor		0%		0%	1	7%	0	0%	1	7%	0	0%		0%		0%
Otro	4	27%	10	67%	4	27%	9	60%	4	27%	9	60%	3	20%	3	20%
TOTAL	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Victor Pérez Centeno).

Se denota que en esta fase de inicio las actividades privilegiadas por los emprendedores de la sub muestra de empresas A fueron: 8 de 15 gestionaron capacitación con agencias del gobierno y ONGs (nótese que aquí 4 no hicieron ninguna gestión de capacitación), 8 de 15 gestionaron asesoría con bancos y agencias del gobierno (nótese que aquí 4 no hicieron ninguna gestión de asesoría), 10 de 15 gestionaron suministro de información con bancos y agencias del gobierno (nótese que aquí 4 no hicieron ninguna gestión de información) y 10 de 15 gestionaron financiamiento con bancos y ONGs (nótese que aquí 3 no hicieron ninguna gestión de financiamiento).

Por el lado de las actividades privilegiadas por los emprendedores de la sub muestra de empresas B fueron: solo 3 gestionaron capacitación con agencias del gobierno (10 de 15 no gestionaron capacitación), solo 4 gestionaron asesoría con agencias del gobierno (9 de 15 no gestionaron asesoría), solo 5 gestionaron información con ONGs (9 de 15 no gestionaron suministro de información) y alentadoramente 7 de 15 gestionaron financiamiento con bancos. (solo 3 no gestionaron financiamiento)

Aquí hay otro elemento clave a nivel de las actividades emprendedores entre las sub muestras A y B, mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas A llevaron a cabo acciones para gestionar capacitación, asesoría, información y financiamiento, los emprendedores de la sub muestra de empresas A solamente se limitaron a gestionar financiamiento.

4.4.8 Redes y Contactos Personales:

a.-Características de Clientes y Proveedores

CARACTERISTICAS	CLIENTES				PROVEEDORES			
	A	%	B	%	A	%	B	%
Conocidos	5	33%	2	13%	4	27%	2	13%
Desconocidos	10	67%	13	87%	11	73%	13	87%
Otro		0%		0%	0	0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Victor Pérez Centeno).

Se denota que en esta fase de inicio tanto los clientes como los proveedores son en su mayoría desconocidos por los emprendedores de ambas sub muestras de empresas, así solo 5 de 15 emprendedores de la sub muestra de empresas A manifestaron conocer a sus clientes y solo 4 de 15 emprendedores de esta misma muestra manifestaron conocer a sus proveedores.

Por otro lado solo 2 de 15 emprendedores de la sub muestra de empresas B manifestaron conocer a sus clientes y solo 2 de 15 emprendedores de esta misma muestra manifestaron conocer a sus proveedores.

Ambas proporciones parecen bajas, pero si se considera que los emprendedores están en la fase de inicio más que ser bajas representan un punto de partida alentador y además dichos resultados se prestan para acercarse al concepto de Johannisson (1998) Quien dice que "para un emprendedor el principal recurso es su red personal y la red es anterior al surgimiento del emprendedor o de la empresa", sobre lo mismo Landstrom (1997) remarca "la importancia de las redes como una fuente alternativa para reducir o satisfacer la necesidad de recursos financieros".

b.-Relación con Empresas Anteriores, Empresarios del Sector, Clientes y Proveedores

RELACION	EMPRESAS ANTERIORES ³				EMPRESARIOS DEL SECTOR				CLIENTES				PROVEEDORES			
	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%
Buena	2	13%	1	7%	3	20%	1	7%	2	13%		0%	1	7%		0%
Regular	5	34%	3	20%	5	33%	2	13%	3	20%	2	13%	3	20%	2	13%
Mala		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Ni buena ni Mala	2	13%	0	0%	1	7%	2	13%	10	67%	13	60%	11	73%	13	87%
Ninguna	6	40%	11	73%	6	40%	10	67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Otro		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que en esta fase de inicio los emprendedores de la sub muestra de empresas A cultivan sus relaciones de la siguiente manera: con las empresas anteriores su relación fue buena o regular (7 de 15), con los empresarios del sector su relación fue buena o regular (8 de 15), con los clientes su relación fue ni buena ni mala (10 de 15) y con los proveedores fue ni buena ni mala (11 de 15).

Respecto de los emprendedores de la sub muestra de empresas B cultivan sus relaciones de la siguiente manera: con las empresas anteriores su relación es ninguna (11 de 15), con los empresarios del sector su relación es ninguna (10 de 15), con los clientes su relación es ni buena ni mala (13 de 15) y con los proveedores es ni buena ni mala (13 de 15).

Esto quiere decir que a nivel de contactos personales, son los emprendedores de la sub muestra de empresas A con mayor énfasis que los emprendedores de la sub muestra de empresas B, indican tener algún tipo de vínculos o contactos personales con empresarios, (8 de A contra 3 de B), clientes (5 de A contra 2 de B) y proveedores de su sector (4 de A contra 2 de B) y a la indican vez tener algún tipo de relación con empresas en las que previamente trabajaron (7 de A contra 4 de B), pero paralelamente es también significativo el numero de emprendedores que afirman o no tener relaciones a nivel de empresas anteriores (6 de A 11 de B), empresarios del sector (6 de A y 10 de B) o que cuya relación no es ni buena ni mala a nivel de clientes (10 de A y 13 de B) y proveedores (11 de A y 13 de B).

³ Se advierte que el grado de relación del emprendedor con la empresa en la que trabajo anteriormente no debería conducir a pensar en la presencia de "Spin Off", pues la pregunta del estudio está más orientada a explorar la relación entre el emprendedor y la empresa en la que trabajó previamente, en donde el emprendedor busca consolidar a futuro relaciones comerciales que podrían ser beneficiosas para su empresa.

Spin Off: Son desprendimientos de empresas que ocurren cuando una actividad o agente con una competencia única sale de una empresa y en relación a ésta puede ser, complementario, competitivo o neutral, en el primer caso el Spin Off mantiene relación con la empresa madre, la que conserva sus recursos aunque externaliza alguno de ellos, además ésta generalmente opera como modelo de rol, como proveedora de recursos, como primer cliente ("sponsor") y/o como proveedora de vinculaciones y prestigio, etc., al nacer dentro de una trama y tener fuerte relación con su empresa madre el nuevo emprendimiento logra superar con mayor facilidad la etapa de inicio y reducir las barreras de entrada en industrias de difícil acceso.

c.-Preferencias de Conversación acerca de la Empresa

PREFERENCIAS	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Familia	5	33%	9	60%
Amigos cercanos	2	13%	3	20%
Compañeros de Trabajo	2	13%	1	7%
Clientes	1	7%		0%
Proveedores	3	20%	2	13%
Empresarios del sector	2	13%		0%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Taca Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que en esta fase de inicio tanto los emprendedores de la sub muestra de empresas A (5 de 15) y B (9 de 15) prefieren hablar acerca del negocio con sus familiares

Aquí el punto interesante es que solo los emprendedores de la sub muestra de empresas A parece interesado en hablar del negocio con clientes (1 de 15) y empresarios del sector (2 de 15), ello es importante por cuanto da la posibilidad de captar nuevas ideas y enfoques que suelen ser complementarios a la charla con la familia, ya que esta ultima generalmente suele tener un contenido mas sentimental que propiamente relacionado al negocio.

Esto tiene que ver con el argumento de Reynolds (1997), para quien "cerca del 90% de nuevas firmas son de propiedad de un solo dueño (caso del estudio) o un conjunto de dueños dirigidos ya sea por un equipo familiar o de parientes, lo que sugiere considerar que muchas de las decisiones pueden ser influenciadas por la familia (considérese que los resultados del estudio sugieren que la principal fuente de referencia es la familia) o por objetivos sociales de la misma-compra de autos, casas, viajes, etc.- antes que en enfocarse realmente en maximizar las ganancias", esto último afirma la idea del cuidado que hay que tener cuando existe un desbalance entre las personas de referencia respecto al negocio y este es un riesgo que los emprendedores de ambas sub muestras corrieron en esta fase (sobre todo los de la sub muestra de empresas B).

Solo hasta este punto es posible hablar acerca de la disponibilidad de recursos por parte de los emprendedores de las sub muestras de empresas A y B, por cuanto previamente se detallaron las actividades de los emprendedores precisamente orientadas a la consecución de financiamiento, información, capacitación y relaciones.

Según Shapero (1984) "La disponibilidad de recursos se divide en recursos de ámbito local, la red de contactos personales y el propio esfuerzo individual del emprendedor".

Considerando que la ciudad de Tacna cuenta, aunque precariamente, con disponibilidad de mano de obra relativamente calificada y barata, la presencia de instituciones financieras, universidades e infraestructura básica, se parte de la premisa que los emprendedores de ambas sub muestras de empresas tuvieron a su disposición por lo menos los recursos básicos a nivel del ámbito local.

Desde el lado de los contactos personales, el estudio indica que a diferencia de los emprendedores de la sub muestra de empresas B; fueron los emprendedores de la sub muestra de empresas A quienes pudieron mas rápidamente obtener los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa (información de clientes, asesoría de empresarios, financiamiento de proveedores y amigos cercanos y aplicar con mayor facilidad las técnicas de bootstrapping de Landstrom (1997).

Desde el lado del esfuerzo individual de los emprendedores, en el estudio resulta difícil separar la obtención de los recursos, por un lado con el emprendedor en función de sus contactos personales y por el otro con el emprendedor como alguien que en función de su esfuerzo individual también puede conseguir los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa (financiamiento, capacitación, información, etc.), para este caso, el estudio indica que para los emprendedores de la sub muestra de empresas A los contactos personales y el esfuerzo personal están amalgamados en las actividades del emprendedor; mientras que para los emprendedores de la sub muestra de empresas B tiende a primar el esfuerzo individual (quizás como ultima alternativa ante la debilidad de sus contactos personales), esto quizás refleje el por qué las empresas de la sub muestra B se desarrollaron mas lentamente.

4.5. EL SOSTENIMIENTO DE LA EMPRESA

Es la fase comprendida entre el inicio (o nacimiento) de la firma y sus dos primeros años de vida y abarca las actividades emprendedoras conducentes a permitir la supervivencia de la empresa.

4.5.1. Equipo Empresarial⁷

ASOCIACION	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Familiar	7	47%	1	7%
Amigo cercano	4	27%	1	7%
Compañero de Trabajo	2	13%		0%
Solo	2	13%	13	87%
Otro	0	0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que en la fase de sostenimiento el numero de emprendedores de la sub muestra A que continúan la actividad empresarial en forma individual disminuye de 10 a solo 2, aumentando a 13 el numero de emprendedores que implementaron alguna forma de sociedad con familiares (sube de 2 a 7), amigos cercanos (sube de 1 a 4) y compañeros de trabajo (se mantiene en 2).

⁷ Se refiere a si los emprendedores se unieron a otros individuos (familiares, amigos cercanos, compañeros de trabajo, etc.) con el objetivo de minimizar los riesgos de fracaso en o durante el proceso de creación de la firma.

Mientras que el número de emprendedores de la sub muestra B que continúan la actividad empresarial en forma individual disminuye de 14 a 13 aumentando marginalmente a 2 el número de emprendedores que implementaron alguna forma de sociedad con familiares (se mantiene en 1), con amigos cercanos (se incrementa en 1).

Esto habla del marcado individualismo que persiste entre los emprendedores de la sub muestra de empresas B contrariamente a lo que ocurre con los emprendedores de la sub muestra de empresas A donde es clara su conducta asociativa.

4.5.2. Prioridades de Obtención de Recursos para el Sostenimiento de la Empresa

ORDEN	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Financiamiento	6	40%	10	67%
Información	4	27%	4	27%
Capacitación	1	7%	0	0%
Relaciones	4	27%	1	7%
Otro	0	0%	0	0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de sostenimiento, que para los emprendedores de la sub muestra de empresas A la obtención del recurso "relaciones" se fortalece (sube de 2 a 4 el número de emprendedores que se preocupan por el este recurso, respecto de la fase de inicio), le sigue la obtención del recurso "información" (sube de 3 a 4 el número de emprendedores que se preocupan por este recurso, respecto de la fase de inicio), y decae la obtención del recurso "financiamiento" (baja de 9 a 6 el número de emprendedores que se preocupan por este recurso, respecto de la fase de inicio).

Para el caso de los emprendedores de la sub muestra de empresas B se fortalece la obtención del recurso "información" (sube de 2 a 4 el número de emprendedores que se preocupan por este recurso, respecto de la fase de inicio), aparece como novedosa la obtención del recurso "capacitación" (se incrementa en 1 respecto de la fase de inicio), decae la obtención del recurso "financiamiento" (baja de 13 a 10 el número de emprendedores que se preocupan por este recurso, respecto de la fase de inicio).

Es decir, lo que sucede es que paulatinamente los emprendedores de la sub muestra de empresas A empiezan a equilibrar la obtención de los recursos: Información (6 de 15), capacitación (1 de 15) y relaciones (4 de 15) sin dejar de restarle importancia a la obtención del recurso "financiamiento" (6 de 15), mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas B aun tienen un desequilibrio en la obtención de los recursos: Información (4 de 15), capacitación (0 de 15) y relaciones (1 de 15), e incluso disminuyeron su preocupación por la obtención del recurso "financiamiento" (Bajo de 13 a 10 en el número de emprendedores preocupados en la obtención de este recurso respecto de la fase de inicio).

4.5.3. Financiamiento:

a.-Obtención de Dinero

DINERO	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Ahorros propios	2	13%	6	40%
Familiares o amigos cercanos	1	7%	2	13%
Proveedores	6	40%	3	20%
Bancos	5	33%	2	13%
O.N.Gs	1	7%	2	13%
Informal		0%		0%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que en esta fase de sostenimiento los emprendedores de la sub muestra de empresas A básicamente incrementan su financiamiento de bancos (sube de 1 a 5), empiezan a incursionar con financiamiento de ONGs (se incrementa en 1) y comienzan a dejar de depender de sus ahorros propios (baja de 4 a 2), familiares o amigos cercanos (baja de 4 a 1), se mantiene constante el financiamiento vía proveedores (en 6 emprendedores que continúan financiándose con sus proveedores).

Por el lado de los emprendedores de la sub muestra de empresas B básicamente comienzan a financiarse aunque muy tímidamente con bancos (se incrementa en 2), disminuyen su financiamiento en función a sus ahorros propios (baja de 9 a 6) y comienzan a dejar de depender de sus ahorros propios (baja de 4 a 2), se mantiene constante el financiamiento vía familiares o amigos cercanos y proveedores (en 2 emprendedores que continúan financiándose vía familiares o amigos cercanos y proveedores).

Por lo analizado mientras los emprendedores de la sub muestra de empresas A equilibra acertadamente su financiamiento en proveedores y bancos (6 y 5 respectivamente), los emprendedores de la sub muestra de empresas B continúan dependiendo de sus ahorros propios y proveedores (6 y 3 respectivamente).

b.-Medidas de Bootstrapping⁶ para cubrir las necesidades de capital

MEDIDAS	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Mejores condiciones con los proveedores	5	33%	2	13%
Postergo el pago a proveedores	1	7%	3	20%
Postergo retiros de los dueños	0	0%		0%
Uso la tarjeta de crédito para gastos de la empresa	0	0%		0%
Pidió adelantos a los clientes		0%		0%
Postergo el pago de impuestos	4	27%	7	47%
Gestiono sobregiros bancarios	0	0%		0%
Gestiono prestamos bancarios	5	33%	2	13%
Cobro intereses a clientes morosos		0%		0%
Dejo de vender a los clientes que con frecuencia se atrasaban		0%	1	7%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Victor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de sostenimiento los siguientes aspectos encontrados: los emprendedores de la sub muestra de empresas A comienzan a negociar mejores condiciones con los proveedores - producto de sus relaciones buenas relaciones con sus proveedores - (5 de 15), gestionan mas prestamos bancarios (5 de 15) y postergan el pago de impuestos (4 de 15), mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas B comenzaron a postergar el pago de impuestos (7 de 15), postergar el pago a los proveedores -producto de sus escasas relaciones con sus proveedores - (3 de 15), negociar mejores condiciones con los proveedores (2 de 15) y gestionar prestamos bancarios (2 de 15).

En el único punto en el que los emprendedores de la sub muestra de empresas B indican una mejor gestión respecto de los emprendedores de la sub muestra A, es en la postergación del pago de impuestos⁸, (7 contra 4), pero es probable que esto se deba a que fueron en mayor medida los emprendedores de la sub muestra de empresas B, quienes por problemas de liquidez, se vieron en la necesidad de llevar a cabo este recurso.

⁶ Son técnicas que el emprendedor utiliza consciente o inconscientemente para la reducción de las necesidades de capital para contribuir al nacimiento o sostenimiento de la firma. (Algunas técnicas de bootstrapping necesitan de la red de contactos personales y otras dependen del esfuerzo individual del emprendedor)

⁸ La misma que lejos de ser ilegal esta contemplada por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria, SUNAT, como una forma de ayudar al empresario en momentos críticos. (baja inesperada de ventas, compra de maquinaria, etc.).

4.5.4. Información:

a.-Información Recolectada y Fuentes de Información¹⁰

INFORMACION RECOLECTADA	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Mercado Internacional (Clientes, Competencia, Precio)	6	40%	2	13%
Técnicas de producción	1	7%	1	7%
Equipamiento	3	20%	4	27%
Materiales (proveedores)	1	7%	1	7%
Mano de obra		0%		0%
Tributaria Contable	1	7%	1	7%
Legal	1	7%	1	7%
Financiera	2	13%	5	33%
TOTAL	15	100%	15	100%
FUENTES INFORMACION				
Proveedores	5	33%	3	20%
Clientes	3	20%	2	13%
Otros empresarios	3	20%	1	7%
Familiares y amigos	1	7%	6	40%
Medios masivos	1	7%	2	13%
Conferencias, cursos, exposiciones	1	7%	1	7%
Estudios de mercado	1	7%		0%
Ninguno		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de sostenimiento los siguientes cambios: pasa a ser mas prioritaria en los emprendedores de la sub muestra de empresas A, la búsqueda de información respecto al mercado internacional (sube de 1 a 6), disminuye la búsqueda de información legal (baja de 2 a 1) y financiera (de 4 a 2) y se mantiene constante la búsqueda de técnicas de producción (3), equipamiento (1) y materiales (1).

Por el lado de los emprendedores de la sub muestra de empresas B, aparece como mas importante la búsqueda de información de equipamiento (sube de 1 a 4), tributaria contable (sube de 1 a 2), legal (sube de 1 a 2) y disminuye la búsqueda de información financiera (de 6 a 5).

Aquí cabe destacar que ningún emprendedor considero la búsqueda de información referida a la mano de obra, pero esto es comprensible pues desde 1,990 que se puso en marcha la flexibilización laboral fue posible conseguir mano de obra calificada a salarios mínimos, es probable que los emprendedores hayan percibido esto y por ello no le hayan dedicado mucho tiempo.

¹⁰ Información Recolectada : Es la información que fue obtenida por el emprendedor.
Fuentes de Información : Son los individuos (proveedores, clientes potenciales, empresarios, familiares, amigos), estudios de mercado, conferencias o medios de comunicación a los cuales el emprendedor acudió directa o indirectamente en busca de información.

Otro aspecto es que en esta fase los 30 emprendedores de ambas sub muestras de empresas esta envueltos en alguna búsqueda de información (contra 1 y 3 emprendedores de las sub muestras A y B respectivamente que en la fase de inicio aparecen como que no buscaron por lo menos los tipos de información que figuran como opciones en la guía de preguntas).

Respecto a las fuentes de información, se resalta que los emprendedores de la sub muestra de empresas A acuden con mas frecuencia a sus clientes (sube de 2 a 3) y otros empresarios (sube de 2 a 3), disminuyen su consulta con familiares y amigos (bajan de 4 a 1), su asistencia a conferencias, cursos, exposiciones (baja de 2 a 1) y se mantiene estable su consulta a proveedores (5) y medios masivos (1), un aspecto interesante es que aparece un emprendedor de esta muestra que empieza a revisar estudios de mercado.

En cuanto al comportamiento de los emprendedores de la sub muestra de empresas B respecto de las fuentes de información, se tiene que incrementan la consulta a proveedores (de 5 a 6), disminuye su consulta a familiares y amigos (de 7 a 6), disminuye de consulta a medios masivos (de 4 a 2), se mantiene estable su asistencia a conferencias, cursos, y exposiciones (1) y su consulta a otros empresarios (1), aquí lo destacable es que dos emprendedores de esta sub muestra comienzan a acudir a sus clientes como fuente de consulta, algo que no habían hecho durante la fase de inicio.

En síntesis, respecto de la información recolectada, los emprendedores de la sub muestra de empresas A centran su atención en información del mercado internacional (clientes, competencia, precio) e información de equipamiento (6 y 3 respectivamente), mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas B se centran en acopiar información financiera y de equipamiento (5 y 4 respectivamente).

En síntesis, respecto de las fuentes de información consultadas, los emprendedores de la sub muestra de empresas A centraron su atención en los proveedores, clientes y empresarios (5, 3 y 3 respectivamente), mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas B centraron su atención en los familiares y amigos, proveedores y clientes (6, 3 y 2 respectivamente) y como se aprecia aquí, los emprendedores de esta sub muestra continúan dependiendo de los familiares y amigos como fuente de información.

4.5.5. Capacitación:

a.-Áreas y Duración de la Capacitación

DURACION	EMPREENDEDOR											
	Menos de 1 mes				Menos de 1 año				Mas de 1 año			
Capacitación	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%
Administración de Empresas	2	17%	3	43%	0	0%		0%	1	100%	1	100%
Marketing	4	33%	1	14%	0	0%	1	50%		0%		0%
Recursos Humanos	1	8%	0	0%	0	0%		0%		0%		0%
Finanzas	2	17%	2	29%	0	0%	1	50%		0%		0%
Logística		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Informática		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Comercio Internacional	3	25%	1	14%	0	0%		0%		0%		0%
Otras		0%	0	0%		0%		0%		0%		0%
TOTAL	12	100%	7	100%	0	0%	2	100%	1	100%	1	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de sostenimiento los siguientes cambios: se consolidan como prioritarias las actividades de capacitación de menos de un mes en los emprendedores de la sub muestra de empresas A orientados a cursos de marketing (se incrementa en 4), administración de empresas (sube de 1 a 2), recursos humanos (se incrementa en 1), y comercio internacional (sube de 2 a 3) y baja el interés por los cursos de finanzas (de 3 a 2), mientras que el mismo efecto se produce en los emprendedores de la sub muestra de empresas B de la siguiente manera: aparece el interés por los cursos de marketing y comercio internacional (en ambos casos se incrementa en 1), administración de empresas (sube de 1 a 3), finanzas (sube de 1 a 2).

Se denota una disminución del interés por cursos de una duración de menos de un año, solo dos emprendedores de la sub muestra de empresas B están en cursos de marketing y finanzas y prácticamente desaparece el interés por cursos de mas de un año de duración, solo dos emprendedores, uno de cada sub muestra de empresas, esta inscrito en un programa de administración de empresas de mas de un año de duración, esto es razonable, ya que a medida que la empresa empieza a establecerse requiere de mas dedicación por parte del emprendedor y esta podría ser la razón por la cual, en general los emprendedores prefieren cursos de capacitación de menos de un mes de duración.

En síntesis en esta fase los emprendedores de la sub muestra de empresas A privilegian cursos cortos de menos de un mes de duración en marketing (formación mas focalizada), mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas B privilegian cursos de administración de empresas (formación mas generalista).

Otro aspecto interesante es que en esta fase solo hubo 2 emprendedores de la sub muestra de empresas A que no se capacitaron (bajo de 3 a 2) y 5 emprendedores de la sub muestra de empresas B en similar situación (bajo de 8 a 5), lo que indica un mayor interés por la capacitación.

4.5.6. Apoyo Institucional:

a.-Gestión de Apoyo Institucional

APOYO	CAPACITACION				ASESORIA				INFORMACION				FINANCIAMIENTO			
	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%
Asociación Empresaria	4	27%	1	7%	3	20%	1	7%	4	27%	1	8%		0%	0	0%
Municipio	0	0%	0	0%	0	0%	1	7%		0%		0%		0%		0%
Agencias Gobierno	4	27%	4	27%	1	7%	5	33%	3	20%	4	31%	2	13%	1	7%
Universidad	2	13%	1	7%	1	7%		0%	1	7%	0	0%		0%		0%
ONGs	4	27%	3	20%	2	13%	1	7%	1	7%	1	8%	2	13%	3	20%
Bancos		0%		0%	6	40%	1	7%	5	33%	2	15%	9	60%	6	40%
Consultor		0%		0%	2	13%	1	7%	0	0%	0	0%		0%		0%
Otro	1	7%	6	40%	0	0%	5	33%	1	7%	5	38%	2	13%	5	33%
TOTAL	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	13	100%	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de sostenimiento las siguientes diferencias:

Respecto de la capacitación para los emprendedores de la sub muestra de empresas A, figura mas fortificada la capacitación mediante asociaciones empresarias (sube de 1 a 4), se mantiene constante la gestión de capacitación en agencias del gobierno y ONGs (4) y aparece la gestión de capacitación a universidades (se incrementa en 2) y municipios (se incrementa en 1), nótese que solo un emprendedor de esta muestra no llevo a cabo ninguna actividad de gestión de capacitación.(baja de 4 a 1 respecto de la fase de inicio).

Respecto de la capacitación para los emprendedores de la sub muestra de empresas B, figura mas fortificada la gestión de capacitación en agencias del gobierno (sube de 3 a 4) y ONGs (sube de 2 a 3) y aparece la gestión de capacitación en asociaciones empresarias (se incrementa en 1) y universidades (se incrementa en 1), nótese que solo 4 emprendedores de esta muestra no gestiono ningún tipo de capacitación.(baja de 6 a 4 respecto de la fase de inicio).

Respecto de la asesoría para los emprendedores de la su muestra de empresas A, figura mas fortificada la asesoría mediante bancos (sube de 5 a 6), y en menor proporción la asesoría vía consultores (sube de 1 a 2) y aparece la gestión de asesoría vía asociaciones empresarias (se incrementa en 3) y universidades (se incrementa en 1), se mantiene estable la asesoría con ONGs (en 2) y disminuye la asesoría en agencias del gobierno (baja de 2 a 1), nótese que ningún emprendedor de esta muestra dejo de llevar a cabo actividades de gestión de asesoría (baja de 4 a 0 respecto de la fase de inicio).

Respecto de la asesoría para los emprendedores de la sub muestra de empresas B, figura mas fortificada la gestión de capacitación en agencias del gobierno (sube de 4 a 5) aparece la gestión de asesoría en asociaciones empresarias (se incrementa en 1), municipio (se incrementa en 1), bancos (se incrementa en 1) y consultores, presentándose una disminución en la gestión de asesoría en ONGs (baja de 2 a 1), nótese que solo 4 emprendedores de esta muestra no gestiono ningún tipo de capacitación.(baja de 9 a 5 respecto de la fase de inicio).

Respecto de la información para los emprendedores de la sub muestra de empresas A, aparece como nueva y mas importante la actividad de gestión de información en asociaciones empresarias (se incrementa en 4), en proporción menor apárese la gestión de información en universidades (se incrementa en 1) y ONGs (se incrementa en 1) y se presenta una disminución de gestión de información en agencias del gobierno (baja de 5 a 3), consultores (baja de 1 a 0), nótese que solo un emprendedor de esta muestra dejo de llevar a cabo actividades de gestión de información (baja de 4 a 1 respecto de la fase de inicio).

Respecto de la información para los emprendedores de la sub muestra de empresas B, figura mas fortificada la gestión de capacitación en agencias del gobierno (sube de 1 a 4) aparece como nueva la gestión de información en bancos (se incrementa en 2) y asociaciones empresarias (se incrementa en 1), presentándose una disminución en la gestión de información en ONGs (baja de 2 a 1), nótese que solo 5 emprendedores de esta muestra no gestiono ningún tipo de información (baja de 9 a 4 respecto de la fase de inicio).

Respecto de las actividades de gestión de financiamiento por parte de los emprendedores de la su muestra de empresas A, aparece como fortificada la gestión de financiamiento en bancos (sube de 6 a 9), hay una disminución en la gestión de financiamiento en ONGs (baja de 4 a 2) y se mantiene estable la gestión de información en financiamiento en agencias del gobierno (en 2), nótese que dos emprendedores de esta muestra dejaron de llevar a cabo actividades de gestión de financiamiento (baja de 3 a 2 respecto de la fase de inicio).

Respecto de las actividades de gestión de financiamiento por parte de los emprendedores de la sub muestra de empresas B, se mantiene como mas importante la gestión de financiamiento en bancos (aunque baja de 7 a 6), igualmente se presenta una disminución en la gestión de financiamiento en agencias del gobierno (baja de 3 a 1) y solo se presenta una leve mejoría en la gestión de financiamiento en ONGs (sube de 2 a 3), nótese que 5 emprendedores de esta muestra no gestiono ningún tipo de financiamiento (sube e 3 a 5 respecto de la fase de inicio).

En síntesis mientras que en la fase inicio los emprendedores de la sub muestra de empresas A y B privilegiaron la gestión de capacitación en agencias del gobierno y ONGs, en la fase de sostenimiento los emprendedores de la sub muestra A incorporaron la gestión de capacitación en Asociaciones empresarias (manteniendo el mismo ritmo de gestión de capacitación en agencias del gobierno y ONGs), esto no fue llevado a cabo por los emprendedores de la sub muestra B, quienes continuaron privilegiando la gestión de capacitación en agencias del gobierno y ONGs.

En síntesis mientras que en la fase inicio los emprendedores de la sub muestra de empresas A privilegiaron la gestión de asesoría en bancos y agencias del gobierno, los emprendedores de sub muestra de empresas B se centraron en la gestión de asesoría de agencias del gobierno; en la fase de sostenimiento los emprendedores de la sub muestra A privilegiaron consolidar la gestión de asesoría en bancos e incorporaron la gestión de asesoría en asociaciones empresarias, los emprendedores de la sub muestra B, continuaron privilegiando la gestión de capacitación en agencias del gobierno siendo muy marginal su gestión de asesoría bancos.

En síntesis mientras que en la fase inicio los emprendedores de la sub muestra de empresas A privilegiaron la gestión de información en bancos y agencias del gobierno, los emprendedores de sub muestra de empresas B se centraron en la gestión de información vía ONGs; en la fase de sostenimiento los emprendedores de la sub muestra A privilegiaron consolidar la gestión de asesoría en bancos e incorporaron la gestión de información en asociaciones empresarias, los emprendedores de la sub muestra B, re direccionaron su orientación privilegiando la gestión de información en agencias del gobierno.

En síntesis mientras que en la fase inicio los emprendedores de la sub muestra de empresas A privilegiaron la gestión de financiamiento en bancos y agencias del gobierno, los emprendedores de sub muestra de empresas B se centraron en la gestión de financiamiento en bancos y agencias del gobierno; en la fase de sostenimiento los emprendedores de la sub muestra A privilegiaron consolidar la gestión de financiamiento en bancos mientras que los emprendedores de la sub muestra B, privilegiaron la gestión de financiamiento en bancos y ONGs. (en vez de agencias de gobierno).

4.5.7. Redes y Contactos Personales:

a.-Características de los Clientes y Proveedores

CARACTERISTICAS	CLIENTES				PROVEEDORES			
	A	%	B	%	A	%	B	%
Conocidos	10	67%	5	33%	9	60%	8	53%
Desconocidos	5	33%	10	67%	6	40%	7	47%
Otro		0%		0%	0	0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de sostenimiento que en los emprendedores de la sub muestra de empresas A: se incrementa el numero de clientes conocidos (sube de 5 a 10 respecto de la fase de inicio), con lo cual solo 5 emprendedores de esta sub muestra afirmaron no conocer a sus clientes (baja de 10 a 5 respecto de la fase de inicio).

Para el caso de los emprendedores de la sub muestra B, también ocurre el mismo fenómeno pero en menor dimensión, solo 5 emprendedores manifestaron conocer a sus clientes (sube de 2 a 5 respecto de la fase de inicio), con lo cual solo 10 emprendedores de esta sub muestra afirmaron no conocer a sus clientes (baja de 13 a 10 respecto de la fase de inicio).

Respecto de los proveedores, en los emprendedores de la sub muestra de empresas A: se incrementa el numero de proveedores conocidos (sube de 4 a 9 respecto de la fase de inicio), con lo cual solo 6 emprendedores de esta sub muestra afirmaron no conocer a sus clientes (baja de 11 a 6 respecto de la fase de inicio).

Para el caso de los emprendedores de la sub muestra B, también ocurre el mismo fenómeno pero en menor dimensión, solo 8 emprendedores manifestaron conocer a sus clientes (sube de 2 a 8 respecto de la fase de inicio), con lo cual solo 7 emprendedores de esta sub muestra afirmaron no conocer a sus clientes (baja de 13 a 7 respecto de la fase de inicio).

b.-Relación con Empresas Anteriores, Empresarios del Sector, Clientes y Proveedores

RELACION	EMPRESAS ANTERIORES				EMPRESARIOS DEL SECTOR				CLIENTES				PROVEEDORES			
	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%	A	%	B	%
Buena	6	40%	2	13%	7	47%	2	13%	3	20%	1	7%	5	33%	2	13%
Regular	4	27%	6	40%	4	27%	2	13%	6	40%	4	27%	4	27%	6	40%
Mala		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Ni buena ni Mala	3	20%	0	0%	3	20%	6	40%	6	40%	10	67%	6	40%	7	47%
Ninguna	2	13%	7	47%	1	7%	5	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Otra		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que en esta fase de sostenimiento los emprendedores de la sub muestra de empresas muestran los siguientes cambios en el cultivo de sus relaciones: con las empresas anteriores su relación fue buena o regular (sube de 7 a 10 respecto de la fase anterior), con los empresarios del sector su relación fue buena o regular (sube de 8 a 11 respecto de la fase anterior), con los clientes su relación fue buena o regular (sube de 5 a 9 respecto de la fase anterior) y con los proveedores fue buena o regular (sube de 4 a 9), aquí se descubre la disminución de la proporción de emprendedores que afirman no tener ninguna relación con empresas anteriores (baja de 6 a 2) y empresarios (baja de 6 a 1) del sector y/o que su relación no fue ni buena ni mala con respecto a los clientes (baja de 10 a 6) y proveedores. (baja de 11 a 6).

Para el caso de los emprendedores de la sub muestra de empresas B muestran los siguientes cambios en el cultivo de sus relaciones: con las empresas anteriores su relación fue buena o regular (sube de 1 a 2 respecto de la fase anterior), con los empresarios del sector su relación fue buena o regular (sube de 1 a 2 respecto de la fase anterior), con los clientes su relación fue buena o regular (sube de 2 a 5 respecto de la fase anterior) y con los proveedores fue buena o regular (sube de 2 a 8), aquí se descubre la disminución de la proporción de emprendedores que afirman no tener ninguna relación con empresas anteriores (baja de 11 a 7) y empresarios (baja de 10 a 5) del sector y/o que su relación no fue ni buena ni mala con respecto a los clientes (baja de 13 a 10) y proveedores. (baja de 13 a 7).

Esto quiere decir en esta fase son los emprendedores de la sub muestra de empresas A con mayor énfasis que los emprendedores de la sub muestra de empresas B, indican resultados producto de su interés por cultivar sus relaciones o contacto personales con empresarios, (11 de A contra 4 de B), clientes (9 de A contra 5 de B) y proveedores de su sector (9 de A contra 8 de B, solo aquí coinciden) y a la indican vez tener algún tipo de relación con empresas en las que previamente trabajaron (10 de A contra 8 de B), pero paralelamente es también significativo la disminución del número de emprendedores que afirman o no tener relaciones a nivel de empresas anteriores (4 de A y 7 de B), empresarios del sector (1 de A y 5 de B) o que cuya relación no es ni buena ni mala a nivel de clientes (6 de A y 19 de B) y proveedores (6 de A y 7 de B).

En síntesis, mientras los empresarios de la sub muestra de empresas A priorizan sus relaciones con empresarios del sector, empresas anteriores, proveedores y clientes, los emprendedores de la sub muestra de empresas B, solo parecen priorizar con mayor énfasis sus relaciones con sus proveedores, dedicando poco interés al cultivo de las relaciones con empresas anteriores, clientes y empresarios del sector.

c.-Preferencias de Conversación acerca de la Empresa

PREFERENCIAS	EMPRENDEDOR			
	A	%	B	%
Familia	4	27%	6	40%
Amigos cercanos	0	0%	2	13%
Compañeros de Trabajo	0	0%	1	7%
Clientes	2	13%	1	7%
Proveedores	4	27%	4	27%
Empresarios del sector	5	33%	1	7%
Otro		0%		0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota en esta fase de sostenimiento los siguientes cambios, en los emprendedores de la sub muestra de empresas se fortalece su preferencia por conversar a cerca del negocio con otros empresarios (sube de 2 a 5), le siguen los proveedores (sube de 2 a 3) y los clientes (sube de 1 a 2), disminuye la familia (baja de 5 a 4) y desaparecen dentro de las preferencias de conversación a cerca del negocio los amigos cercanos (baja de 2 a 0) y compañeros de trabajo (baja de 2 a 0).

Por el lado de los emprendedores de la sub muestra de empresas B, se fortalece su preferencia por conversar a cerca del negocio con proveedores (sube de 2 a 4), se mantiene estable la conversación con los compañeros de trabajo, y aparece como nueva la conversación con clientes (se incrementa en 1) y empresarios del sector (se incrementa a 1), por ultimo disminuye la conversación con la familia (baja de 9 a 6) y amigos cercanos (baja de 3 a 2).

En síntesis mientras los emprendedores de la sub muestra de empresas A, en la fase de inicio privilegiaron en primer lugar la conversación con sus familiares (5 de 15) y en segundo lugar la conversación con los proveedores (3 de 15), los emprendedores de la sub muestra de empresas B, privilegiaron el primer lugar la conversación con familiares (9 de 15) y en segundo lugar con amigos cercanos (3 de 15).

Durante la fase de sostenimiento, los emprendedores de la sub muestra A incorporan en primer lugar la conversación con empresarios del sector (sube de 3 a 5 con respecto a la fase de inicio), en segundo lugar continúan manteniendo su conversación con familiares y proveedores (4 de 15 para cada caso), en esta misma fase los emprendedores de la sub muestra de empresas B continúan dependiendo de la conversación con los familiares (a pesar que baja de 9 a 6 respecto de la fase de inicio), y reemplazan la conversación de los amigos cercanos (baja de 3 a 2 respecto de la fase de inicio) por los proveedores (sube de 2 a 3 respecto de la fase de inicio), aunque este cambio es muy marginal.

4.6. LAS PERSPECTIVAS

4.6.1. Planes futuros

PLANES	EMPREENDEDOR			
	A	%	B	%
Exportar	0	0%	4	27%
Alianza estratégica	4	27%	2	13%
Diversificar la producción	1	7%	2	13%
Expandirse a otras ciudades del país	1	7%	3	20%
Fortalecerse tecnológicamente	6	40%	2	13%
Mejorar infraestructura	2	13%	1	7%
Capacitarse mas	0	0%	0	0%
Incremento de empleados	0	0%	0	0%
Decremento de empleados	0	0%	0	0%
Relocalizar la firma	0	0%	0	0%
Salir del negocio	0	0%	1	7%
Vender la firma	0	0%	0	0%
Ningún plan	1	7%	0	0%
Otro	0	0%	0	0%
TOTAL	15	100%	15	100%

Fuente: Encuesta del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

Se denota que los empresarios de la sub muestra de empresas A están centrados en primer lugar en: fortalecerse tecnológicamente (6 de 15), en segundo lugar en continuar aliándose estratégicamente (4 de 15) y en tercer lugar en mejorar su infraestructura (2 de 15), mientras que los emprendedores de la sub muestra B están mas centrados en primer lugar en exportar (4 de 15), en segundo lugar en expandirse a otras ciudades (2 de 15) y en tercer lugar en aliarse o diversificar la producción o fortalecerse tecnológicamente. (2 de 15 para cada caso).

Esto puede reflejar que mientras los emprendedores de la sub muestra A generan planes sobre la imagen de crecimiento que tienen del negocio; los emprendedores de la sub muestra de empresas B generan planes pensando en la necesidad de ampliar el mercado de sus productos (exportar y expandirse a otras ciudades), aquí lo interesante es que aparece aunque en menor medida un interés de estos emprendedores por las alianzas estratégicas o alguna forma de asociatividad.

4.7. SINOPSIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Con el fin de facilitar la comprensión de los resultados obtenidos por el estudio, a continuación, se presenta una sinopsis con la información mas relevante obtenida a nivel de: Características de las empresas seleccionadas, características de los emprendedores entrevistados, especificidades de los factores del hecho emprendedor según el enfoque de Shapero (1984) y especificidades de las etapas del hecho emprendedor según Reynolds (1997).

Sobre la base de la información detallada en cada uno de los cuadros anteriores del presente capítulo (A nivel de la caracterización de las empresas seleccionadas, los emprendedores entrevistados, la idea, el inicio, el sostenimiento y las perspectivas de la firma). mas la información resumida de esta sinopsis, es posible deducir las conclusiones del estudio, las mismas que son expuestas en el capítulo V.

4.7.1. De las características de las empresas seleccionadas:

CARACTERISTICAS	EMPRESAS	
	SUB MUESTRA A	SUB MUESTRA B
Año nacimiento	1.996-1.997 (66%)	1.992-1.995 (79%)
Exportación	SI	NO
Rango personal	11 a 20 empleados	1 a 10 empleados
Personal ocupado	231 empleados	69 empleados
Ventas	Menos de 20.000	Mas de 20.000
Ubicación	Parque Industrial	Zona Urbana
Forma legal	Sociedad	Individual

4.7.2. De las características de los emprendedores entrevistados:

CARACTERISTICAS	EMPRENDEDORES	
	SUB MUESTRA A	SUB MUESTRA B
Edad	35 y 54	25 y 44
Modalidad de trabajo	Full time	Full time
Personal ocupado	231 empleados	69 empleados
Tiempo entre idea e inicio	1 año	2 años
Tiempo formalización	1 a 2 años	1 a 3 años
Educación	Título universitario completo a Incompleto	Título universitario incompleto a título técnico.
EMPRESA ANTERIOR		
Tamaño	Pequeñas empresas	Micro empresas
Sector	Comercio - Servicios	Comercio - Servicios
Labores	Empleado	Obrero
Tiempo	Tres años	Dos años
Ascensos	Mas de una vez	Ninguna vez

4.7.3. De los factores del hecho emprendedor según Shapero (1984)

FACTORES	EMPRENEDORES	
	SUB MUESTRA A	SUB MUESTRA B
DESPLAZAMIENTO	Positivo (Dinero ahorrado o oportunidad de negocio)	Negativo (podía perder o perdió su trabajo)
DISPOSICION ACTUAR	Natural	Necesaria
CREDIBILIDAD	Familiares - amigos cercanos	amigos cercanos y compañeros de trabajo
RECURSOS FINANCIEROS		
Propios	Ahorros propios	Ahorros propios
Red	Familiares y amigos y proveedores	Familiares y amigos
Mercado	No	No
OTROS RECURSOS		
Ambito Local	Básicos (mano de obra, bancos, universidades, infraestructura básica, etc.)	Idem
Red Personal	Empresas anteriores, clientes, proveedores y empresarios del sector	Proveedores
Mercado	Mano de obra y equipos	Mano de obra y equipos
INFORMACION	Escasa e inadecuada	Escasa e inadecuada
Fuente	Proveedores, familiares y amigos	Familiares y amigos y medios masivos
Conocimiento	Mas conocimiento Tácito, marchas y contramarchas, producto poco innovativo	Menos conocimiento Tácito, marchas y contramarchas y producto poco innovativo

4.7.4. De las etapas del hecho emprendedor según P. Reynolds (1997)

ETAPAS	EMPRENDEDORES	
	SUB MUESTRA A	SUB MUESTRA B
IDEA		
Antecedentes Empresariales	Amigos cercanos familiares	Compañeros trabajo amigos cercanos
Comentario	Familiares	Familiares
Naturaleza	Alentadores críticos	Alentadores indiferentes
INICIO		
Razón del inicio	Dinero ahorrado - oportunidad de negocio	Perdida de trabajo
Equipo empresarial	Solo	Solo
Orden prioridades	Financiamiento	Financiamiento
FINANCIAMIENTO		
Obtención dinero	Proveedores	Ahorros propios
Bootstrapping	Equipamiento prestado y empleo de parientes o amigos cercanos	Empleo de parientes o amigos cercanos
INFORMACION		
Recolectada	Financiera y de equipamiento	Financiera, legal y tributaria contable
Fuentes	Proveedores	Familiares y amigos
CAPACITACION		
Areas	finanzas	Administración empresas
Duración	Menos de 1 mes	Menos de 1 mes
APOYO INSTITUCIONAL		
Capacitación	Agencias Gobierno y ONGs	Agencias Gobierno
Asesoría	Bancos	Agencias Gobierno
Información	Bancos y Agencias Gobierno	ONGs
Financiamiento	Bancos	Bancos
REDES		
Clientes	Ni buena ni mala	Ni buena ni mala
Proveedores	Ni buena ni mala	Ni buena ni mala
Empresas anteriores	Ninguna	Ninguna
Empresarios	Ninguna	Ninguna
Preferencias conversación	Familia y proveedores	Familia y amigos cercanos

ETAPAS (Continuación de Reynolds)	EMPRENDEDORES	
	SUB MUESTRA A	SUB MUESTRA B
SOSTENIMIENTO		
Equipo empresarial	Familiares y amigos cercanos	Solos
Orden prioridades	Financiamiento, información y relaciones	Financiamiento e información
FINANCIAMIENTO		
Obtención dinero	Proveedores y Bancos	Ahorros propios y proveedores
Bootstrapping	Mejora condiciones con los proveedores, gestiona prestamos bancarios y posterga el pago de impuestos	Posterga el pago a impuestos y posterga el pago a proveedores.
INFORMACION		
Recolectada	Mercado internacional y equipamiento	Financiera y de equipamiento
Fuentes	Proveedores, clientes y otros empresarios	Familiares y amigos, proveedores y clientes
CAPACITACION		
Areas	Marketing y comercio internacional	Administración de empresas y finanzas
Duración	Menos de un mes	Menos de un mes
APOYO INSTITUCIONAL		
Capacitación	Asociaciones Empresarias, agencias del gobierno y ONGs	Agencias gobierno y ONGs
Asesoría	Bancos	Agencias del gobierno
Información	Bancos y asociaciones empresarias	Agencias del gobierno
Financiamiento	Bancos	Bancos y ONGs
REDES		
Clientes	Regular a buena	Ni buena ni mala a regular
Proveedores	Regular a buena	Regular a buena
Empresas anteriores	Regular a buena	De ninguna a regular
Empresarios	Regular a buena	Ninguna a ni buena ni mala
Preferencias conversación	Empresarios del sector	Familia
PERSPECTIVAS	Fortalecerse tecnológicamente	Expandirse a otros mercados

CAPITULO V : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES DE ACUERDO AL ENFOQUE DE SHAPERO (1984)

A continuación se manifiestan las conclusiones del estudio de acuerdo al enfoque de Shapero (1984) : (Tómese en cuenta que el enfoque de Shapero, en el estudio, permitió explorar los factores contextuales que pudieron haber provocado alguna actividad emprendedora conducente a la creación de la firma).

* Se puede dar cuenta de la presencia de los cuatro factores contextuales (desplazamiento, disposición actuar, disponibilidad de recursos e información), de Shapero (1984) los cuales conducen a pensar que las actividades emprendedoras llevadas a cabo durante el proceso de creación de la firma por parte de los emprendedores de la sub muestra A y B, pudieron ser accionadas por uno o varios de estos factores. Sobre esto el estudio se anima a concluir que si se tendría que elegir un factor contextual, ese factor sería el desplazamiento.

* Es posible que para los emprendedores de la sub muestra de empresas A el hecho emprendedor tuvo las siguientes fases:

Hubo un "Desplazamiento positivo"(Shapero 1984) en donde el evento que impacta en los individuos es la detección de una oportunidad de un negocio y la tenencia de dinero ahorrado.

Hubo una "Disposición a actuar natural" (Shapero 1984), generada por expectativas de ingresos mayores.

Hubo tanto disponibilidad de recursos psicológicos de carácter motivacional como recursos económicos, técnicos y/o de "capabilities" educativas.

Para los emprendedores de la sub muestra B el hecho emprendedor tuvo las siguientes fases:

Hubo un "Desplazamiento negativo"(Shapero, 1984) en donde el evento que impacta en los individuos es en unos casos el miedo a perder el trabajo y en otros la pérdida en si del trabajo.

Hubo una "Disposición a actuar necesaria" (Shapero, 1984), por cuanto los emprendedores o podían perder su trabajo o ya lo habían perdido.

Hubo mas disponibilidad de recursos psicológicos con carácter de presión social que recursos económicos, técnicos, de "capabilities" educativas y de índole motivacional.

* El estudio encontró que el hecho emprendedor no solamente puede ser llevado a cabo por un individuo sino también por un conjunto de individuos y aquí se plasma una distinción con el enfoque de Shapero (1984), para quien la creación es en primer lugar un acto individual, en el sentido que el estudio descubrió evidencias que durante el hecho emprendedor hubo emprendedores que de manera informal contaron con la colaboración de familiares, amigos cercanos y compañeros de trabajo y de esta forma conformaron sin que quizás ellos lo percibieran los denominados equipos de emprendedores (este caso se presento con claridad en los emprendedores de la sub muestra de empresas A).

Sobre este mismo tema Harrison y Leitch (1994) dicen que una de las características de los procesos de nacimiento de empresas que recibe creciente atención como posible indicador de crecimiento y éxito comercial es la involucración de un equipo emprendedor más que de un individuo en particular².

5.2. CONCLUSIONES DE ACUERDO AL ENFOQUE DE REYNOLDS (1997)

A continuación se manifiestan las conclusiones del estudio de acuerdo al enfoque según Reynolds : (Tómese en cuenta que el enfoque de Reynolds, en el estudio, permitió explorar directamente las actividades emprendedoras conducentes a la creación de la firma y sus particularidades tanto en el inicio de la firma como en su sostenimiento).

* A pesar que el estudio muestra en etapas cuales fueron las actividades emprendedoras que se llevaron a cabo, la conclusión es que dicho proceso fue mas accidentado que secuencial, este concepto coincide con la opinión de Watkins (1976) para quien el proceso de creación de una firma no es necesariamente un proceso lógico y científico sino que frecuentemente es de prueba y error; para ambas sub muestras de emprendedores el estudio concluye que su proceso de creación (inicio) y primeros años de vida (sostenimiento) se caracterizo por marchas y contramarchas en la ejecución de las actividades emprendedoras y que cada uno tuvo un "timing" particular.

* Sobre la base de las diferencias mostradas en las actividades emprendedoras en el periodo de inicio (durante el nacimiento) y las actividades emprendedoras en el periodo de sostenimiento (primeros dos años de vida) por parte de los emprendedores de la sub muestra de empresas A y B, el estudio concluye que, los emprendedores de la sub muestra de empresas B mostraron una mayor frecuencia, mayor efectividad, mejores resultados y una mayor diversificación en cada una las actividades emprendedoras llevadas a cabo por ellos tanto en la fase de inicio como en la fase de sostenimiento de la empresa (en la gestión de financiamiento, información, capacitación y relaciones), respecto de los emprendedores de la sub muestra de empresas B.

El estudio concluye que esto puede ser consecuencia o de la influencia de factores contextuales en el proceso de creación de la firma efectivamente encontrados en el estudio (así el hecho que los emprendedores de la sub muestra de empresas A están relativamente mejor capacitados, tienen mayor experiencia de trabajo previa en empresas anteriores, tienen mas antecedentes empresariales y tienen una red de contactos personales más desarrollada les pudo permitir ser más efectivos en la elección y combinación de las actividades emprendedoras que ejecutaron).

² Ya que los equipos de emprendedores incrementan el stock de habilidades y experiencia disponible, incrementan la oferta de capital, reducen el costo del trabajo en el periodo de nacimiento y son atraídos por oportunidades económicas con gran potencial de crecimiento (generalmente empresas de alta tecnología, conocimiento intensivas, etc.) pues requieren mayores niveles de ingreso.

O puede ser resultado de la influencia del sector en el cual se desenvuelven ambas muestras de emprendedores. (mientras que los emprendedores de la sub muestra de empresas A pertenecen mayoritariamente al sector de la elaboración y conservación de productos de pescado, los emprendedores de la sub muestra de empresas B pertenecen mayoritariamente al sector de elaboración de productos de panadería), o simplemente puede ser el resultado de un proceso no necesariamente consciente de parte del emprendedor combinado con algún tipo de factor motivacional o de presión social, los resultados del estudio concluyen que hay en realidad lo mas probable es que haya ocurrido una combinación de estos tres factores.

* A diferencia del modelo de Reynolds (1997) el estudio concluye que los emprendedores de las sub muestras de empresas A (en menor medida) y B(en menor medida), como representativos de la actividad económica de la ciudad de Tacna muestran en general escaso espíritu empresarial, es decir sus actividades emprendedoras son más conformistas como limitadas por el entorno (de una muestra de 801 MYPES, solo 42 exportan mas de 20,000 dólares anuales), que contrariamente (según P. Reynolds) sí esta presente en los emprendedores norteamericanos.

Según Reynolds (1997) el espíritu empresarial³ es latente e intenso en los emprendedores norteamericanos y es la herramienta que les permite adaptarse constantemente a los cambios económicos que puedan producirse.

5.3 CONCLUSION COMPLEMENTARIA:

* El dilema que surge es si la elección correcta del sector (más rentable y de mayor crecimiento) depende de efectividad de las actividades emprendedoras (apoyadas por factores contextuales como por ejemplo que el emprendedor está adecuadamente educado, tiene experiencia empresarial previa, tiene una red mas o menos desarrollada de contactos personales, lo que le permite despegarse de la inercia sectorial y realmente orientar sus actividades emprendedoras hacia el sector potencialmente mas rentable) o si gran parte de la efectividad de las actividades emprendedoras dependen del sector elegido (esto es que las actividades emprendedoras pueden no ser las mas efectivas, pero si estas se están llevando a cabo en un sector en crecimiento y muy rentable, entonces el resultado será que el hecho emprendedor tenderá a ser más exitoso en términos de rentabilidad y tiempo de ejecución).

Sobre esto el estudio se inclina a concluir que es posible que los sectores en los cuales se desarrollaron los emprendedores de la sub muestra de empresas B, hayan sido una barrera que les impidió una mejor performance de sus actividades emprendedoras y por la misma razón para los emprendedores de la sub muestra de empresas A representando en este caso para ellos cuando menos un escenario neutral.

³ Para Reynolds (1997) el espíritu empresarial o motor empresarial es una fuente de crecimiento económico y es lo que se debe de alentar desde la política publica para generar procesos de creación de firmas con mayores perspectivas de crecimiento y autosustentabilidad.

* El concepto de que las MYPES no se diferencian de las grandes empresas solo por el tamaño, sino que, dado que son firmas con características distintivas que en presencia de imperfecciones de mercado, enfrentan mayores costos a la hora de realizar sus transacciones respecto de las grandes empresas (Noteboom 1994 y Kantis 1998), es aplicable al estudio, en el sentido, que los emprendedores de la sub muestra de empresas A son distintos de los emprendedores de la sub muestra de empresas B no solo por el sector en el que se desenvuelven, ya que en presencia de imperfecciones de mercado (falta de información, financiamiento, capacitación, relaciones, etc.), estos últimos enfrentarían mayores "costos de transacción", que los emprendedores de la sub muestra de empresas A (básicamente porque tienen un nivel educativo inferior, poca experiencia empresarial previa, son relativamente jóvenes y tienen una red de contactos personales poco desarrollada), con lo cual las actividades emprendedoras llevadas a cabo por los emprendedores de la sub muestra de empresas A tenderán a tener mejor performance o menos "costos de transacción" respecto de las actividades emprendedoras llevadas a cabo por los emprendedores de la sub muestra de empresas B.

* Del estudio se concluye que las relaciones o contactos personales, aparece como la actividad emprendedora más importante (en el sentido de que a lo largo de las fases de inicio y sostenimiento se incrementa y eso obviamente fue obra consciente o inconsciente del emprendedor) y que más diferencia a los emprendedores de la sub muestra de empresas A de los emprendedores de la sub muestra de empresas B, además, esto último se condice con Johansson (1998), para quien las relaciones o contactos personales son el factor esencial en la creación de una firma.

Del análisis del estudio se puede deducir que son las relaciones personales las que vienen a representar un handicap para el emprendedor de la sub muestra de empresas A en la consecución de los demás recursos necesarios para el inicio y sostenimiento de la firma (financiamiento, capacitación, información, apoyo institucional, etc.), el estudio también aclara que el emprendedor de la sub muestra de empresas A inicia el hecho emprendedor con una red primaria más desarrollada que la de los emprendedores de la sub muestra de empresas B (sobre todo a nivel de relaciones previas con empresas anteriores y empresarios).

5.4. RECOMENDACIONES

Dado que el estudio dedujo que las actividades que emprendedores de la sub muestras de empresas A y B llevaron a cabo enfrentaron obstáculos tanto en la fase de inicio como sostenimiento que finalmente pudieron sortear (la prueba es que en promedio los emprendedores de la sub muestra demoraron hasta 2 años en iniciar la empresa mientras que los emprendedores de la sub muestra B demoraron hasta tres años), es que se esbozan las siguientes recomendaciones, las mismas que apuntan a aspectos que podrían posibilitar que las actividades emprendedoras se lleven a cabo con menos obstáculos y por ende generar mejores resultados en términos de favorecer el nacimiento y autosustentabilidad de nuevas empresas.

Estas recomendaciones bien podrían ser articuladas en un paquete de servicios conjuntos al emprendedor naciente, en donde no deberían estar ausentes, como actualmente sucede: El gobierno, las asociaciones empresarias, empresarios mismos, los municipios y la universidades todos ellos centrados en una idea: Crear un entorno

favorable ⁴para el desarrollo las capacidades emprendedoras, como componente importante para el proceso de creación de la firma.

RECOMENDACIONES PARA DISMINUIR LOS OBSTACULOS A LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS EN EL INICIO

Promoción de Programas que estimulen las conformación de Redes Personales.

Pues del estudio muchos de los recursos obtenidos (financiamiento, capacitación, información, etc.) parecen haber sido solucionados a partir de las redes de contactos que los emprendedores tenían o pudieron haber cultivado (Emprendedores de la sub muestra de empresas A)

Considérese que una muestra de 801 MYPEs solo 42 emprendedores parecen tener estas características.

La ejecución de workshops entre emprendedores ya establecidos y futuros emprendedores podría ser un aporte interesante a este efecto o el establecimiento de foros empresariales de apoyo a nuevos emprendedores inspirados en el modelo del Massachussets Institute of Technology, MIT., de los Estados Unidos, según el cual se estimula a los emprendedores nacientes a exponer su proyecto en un entorno que le brinda muchas posibilidades de mejorar su red de contactos personales (El proyecto es expuesto y evaluado por empresarios, banqueros, académicos y otros potenciales emprendedores).

Todas estas acciones, acompañadas de una promoción a través de los medios de comunicación y de distintos eventos masivos de una cultura "pro empresa" que reconozca el importante rol del emprendedor en la sociedad y la actuación sobre el sistema educativo con el propósito de alentar la vocación empresarial. (Kantis 1997).

Disminución de los Trámites de Registro y tributación:

Para lograr que el emprendedor, logre mas rápidamente el Registro Unico del Contribuyente (documento que lo autoriza para operar su empresa), ya que actualmente hay una serie de fiscalizaciones previas o posteriores que retardan este proceso, así como impuestos adicionales a los que dispone el gobierno exigidos por los municipios.

Promoción de servicios de crédito orientados al inicio.

Para que las recientemente creadas Entidades de Desarrollo para la Pequeña y Micro Empresa (EDPYMES), evalúen la posibilidad de establecer créditos semilla, sociedades de garantías recíprocas, fondos de capital de riesgo (todos actualmente inexistentes) y de esta forma convertirse en otra alternativa de financiamiento para los emprendedores.

⁴ Un entorno favorable puede incentivar a transformar una idea en un emprendimiento pero no puede asegurar el surgimiento de las ideas, para que la gente pueda generar mas ideas de negocios y estar en la intención de llevarlas a cabo se requiere mas de medidas que impacten en el aspecto cultural a través de la educación, campanas en medios, etc. como lo demuestra la experiencia de Scottish Enterprise (1993) y Lanarkshire Development Agency (1997).

Aquí también es importante que se privilegie los proyectos de mayor contenido tecnológico para así minimizar el nacimiento de MYPES de sobrevivencia que no necesariamente resuelven los problemas de ingreso de sus creadores e incrementan las filas de subempleo. (Caso de la sub muestra de empresas A).

Sistema Integrado de Información Empresarial

Para proporcionar información rápida y oportuna a los emprendedores nacientes básicamente a nivel de comercio exterior, mercados, institucional, tecnológica, registral y financiera, pues del estudio se muestra que las fuentes de información a las que los emprendedores de ambas sub muestras acudieron, están dispersas, lo que dificultó sus actividades de búsqueda en esta área, además no se puede afirmar hasta que punto la información brindada fue o no relevante para el emprendedor, todo este problema se eliminaría casi por completo, con un Sistema Integrado de Información Empresarial.

Capacitación y Asistencia Técnica:

Vía la ejecución de cursos y seminarios cortos para individuos con una idea para iniciar un negocio, la promoción de servicios de consultoría, el establecimiento pasantías de estudiantes avanzados y graduados recientes de carreras gerenciales en MYPES orientadas a la industria (todos estos inexistentes a la fecha), a efectos de superar la falta de capacidad gerencial y técnica mostrada sobre todo por los emprendedores de la sub muestra de empresas A (que son la mayoría de la muestra y por lo tanto representan a la mayoría de emprendedores de la ciudad de Tacna).

RECOMENDACIONES PARA DISMINUIR LOS OBSTACULOS A LAS ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DURANTE EL SOSTENIMIENTO

Promoción de la Subcontratación y Consorcios⁴

A efectos de suplir el poco interés por entablar relaciones interempresariales (específicamente de subcontratación y consorcios) que es deducido del estudio por parte de los emprendedores de ambas sub muestras de empresas y a pesar que el estudio no aborda directamente si los emprendedores evaluados realizaron actividades de subcontratación o intentaron formar un consorcio, es visible que ambas muestras de emprendedores no dieron señales claras de haber iniciado tales actividades, aunque dada la evolución de su red de contactos personales en ambos casos, es posible que esto sea solo cuestión de tiempo.

Desarrollo de un Sistema Articulado de Innovación Tecnológica y Transferencia Tecnológica.

A fin de suplir la carencia de sistemas de transferencia tecnológica y la adaptación de nuevas tecnologías, que si bien es cierto no es explorada por el estudio, si es deducida por el mismo. (Se tomo como señal las relativas bajas ventas con las que operaron los emprendedores de ambas sub muestras de empresas, lo que sin duda también influyo en una precarización de la especialización de la maquinaria y recursos humanos con los que estos contaban).

⁴ En la actualidad solo se vienen realizando esfuerzos para su formación en el área de confecciones.

Este problema se podría superar con la consolidación de un sistema de identificación de demanda tecnológica y generación de innovaciones que detecte las necesidades tecnológicas a nivel subsectorial y establezca prioridades para el desarrollo e innovación tecnológica a nivel subsectorial. (Tal sistema a la fecha esta en periodo de desarrollo my incipiente).

Por otro lado es necesario el fortalecimiento del Sistema de Transferencia Tecnológica a cargo de instituciones como SENATI (Servicio Nacional de Transferencia Industrial), los módulos de servicio empresarial, los Centros de Educación Ocupacional y los Institutos Superiores Tecnológicos (actualmente desarticulados y apartados de la realidad y necesidades del emprendedor MYPE), a manera de lograr su masiva transferencia hacia el emprendedor, debiendo ser su impacto constantemente evaluado.

5.5. REFLEXION FINAL

Sin duda que las recomendaciones anteriores, no son, en general, cuestión de un simple ajuste transitorio (del tipo requerido en una recesión comercial), sino más bien implican un problema de transformación e innovación, que supone modificar comportamientos históricos y pautas de funcionamiento arraigadas, esto demandará un proceso de reconstrucción de nuevas actividades emprendedoras, enraizadas activamente, en las nuevas condiciones dinámicas de la demanda y de los mercados, teniendo que ser compatibles con el marco micro económico regulatorio, tecnológico, de comercio e integración actuales (Gatto 1996).

Por supuesto que la magnitud y las implicaciones socioeconómicas de los desafíos futuros que enfrentan los emprendedores de la ciudad de Tacna en el Perú, legitiman el desarrollo de acciones de diseño social-colectivo de carácter endógeno al tejido empresarial que puedan facilitarles transitar por el sendero del cambio (Gatto 1997), pues no hay otra salida.

5.6. ANEXOS

Anexo 1 Metodología utilizada

Un primer aspecto tiene que ver con la obtención de la información a la cual se accedió básicamente a través de dos fuentes: La revisión de la bibliografía especializada en el tema (información secundaria) y el estudio específico de treinta MYPES industriales de la ciudad de Tacna en Perú nacidas en el periodo 1990-1998.

Un segundo aspecto está referido a la forma en la que se desarrolla el estudio, en este trabajo se optó por realizar una pre entrevista semiestructurada cualitativa de prueba a cinco de los treinta emprendedores seleccionados a fin de testear la guía de preguntas, una vez recibido su comentario y efectuado las modificaciones pertinentes, se procedió a realizar el conjunto de entrevistas restantes.

Un tercer aspecto tiene que ver con el procesamiento y presentación de la información, en este sentido se eligió, en un primer apartado luego de la discusión del marco teórico, trabajar sobre los temas más generales de las empresas a partir de la información recabada en las entrevistas y en un segundo apartado y una vez procesada la información se procedió a analizar la capacidad explicativa de los enfoques de Shapero y Reynolds.

Un cuarto aspecto fue la decisión de no estructurar la guía de preguntas⁴ a partir de un solo marco conceptual, pues como se dedujo de la lectura de trabajos previos, es complicado encontrar un hecho emprendedor que sea descrito exacta o cuasi exactamente por uno u otro modelo teórico pues siempre hay especificidades que no están contempladas en los mismos y que son en sí mismas de especial interés. Por otra parte el intento de forzar el análisis del estudio a uno u otro modelo podría hacer perderle riqueza en cuanto a las particularidades encontradas en el mismo. Sobre esto Gibb y Ritchie (1982) haciendo referencia a los modelos que explican el hecho emprendedor señalan que "La búsqueda de una teoría comprensiva absoluta, en sí mismo puede resultar infructuosa y que esto podría llevar a una peligrosa sobre simplificación de lo que en realidad es un proceso complejo".

Un quinto aspecto fue el hecho de lidiar con distintos años de nacimiento para el análisis de la sub muestras de empresas analizadas, sin embargo se concluyó que tal aspecto no tendría mayor influencia en el estudio puesto que en el periodo 1990 - 1998 las condiciones macro económicas de la ciudad de Tacna en particular y del Perú en general, fueron relativamente estables, cosa que no ocurrió por ejemplo en el periodo 1985 - 1,990 en donde por ejemplo la ejecución del estudio hubiese sido muy dificultosa por inestabilidad económica permanente que afecto al Perú y por ende a la ciudad de Tacna.

Cabe mencionar dos dificultades encontradas a partir de la metodología utilizada:

La primera que surgió a partir de la dificultad de cambiar la unidad de análisis desde el emprendedor y la empresa individual hacia las actividades emprendedoras durante el proceso de creación de la firma, ya que este estudio se hace a través de entrevistas a emprendedores, la información obtenida tiende a surgir de las imágenes que éstos como individuos tienen de sus actividades y no de las actividades emprendedoras en sí mismas.

⁴ Por tal razón la guía de preguntas se baso en una mezcla de las teorías del hecho emprendedor de Shapero (1984) y Reynolds (1997).

La segunda que surgió a partir de la selección de la muestra de las empresas, la misma que al determinarse a partir de la base de datos proveniente del Padrón que registra la fecha de inicio de actividades del conjunto del sector MYPES Industrial del MITINCI, Ministerio de Industria Comercio e Integración del Perú - Sede Tacna, tuvo el peligro latente de considerar a MYPES ya quebradas o a MYPES que al haber cambiado de razón social generaron una segunda registraron y con ello una nueva fecha de inicio de actividades, sin embargo cabe mencionar que dichas señales de alerta fueron consideradas y minimizadas en la medida de lo posible vía consultas permanentes con el personal del MITINCI-TACNA, lo que permitió depurar la base de datos.

La tercera dificultad que surgió a partir de la segunda, fue la necesidad de considerar como fecha de nacimiento de la empresa, la fecha de inicio de actividades, ósea la fecha en la que la empresa se registro en el Padrón de MYPES del MITINCI-Tacna, si bien es cierto, desde el punto de vista legal solo a partir de éste tramite la empresa puede oficialmente operar, también es oportuno considerar que muchas empresas comienzan a operar antes de cumplimentar su formalización, con lo cual se asume un sesgo en la fecha de nacimiento del conjunto de las empresas que figuran en el respectivo padrón (decisión que tuvo que tomarse ante la ausencia y obvia dificultad de obtener información respectiva a la fecha de nacimiento real de las empresas), como es natural dicho aspecto fue considerado, subsanado y superado solo para las treinta empresas seleccionadas para el estudio.

Finalmente este estudio no considera MYPES nacidas con anterioridad, MYPES que hayan nacido dentro del periodo en mención pero que hayan quebrado (porque en este caso se entenderá que las actividades emprendedoras no fueron suficientes para lograr el nacimiento de la empresa) y MYPES cuyo capital de origen sea extranjero.

Anexo 2 Selección de las Empresas

La selección de la muestra de empresas se determino a partir de una base de datos del MITINCI, Ministerio de Industria Comercio e Integración del Perú - Sede Tacna conformado por 801 MYPES dedicadas al rubro industrial que vendría a ser el universo de estudio.

El tamaño de la muestra final fue de 30 empresas nacidas entre 1990 -1998 y se vinculo a las posibilidades reales para entrevistar a los emprendedores en un período de tiempo corto.

Para dicha selección se utilizo el muestreo aleatorio estratificado el mismo que considero los siguientes criterios:

Se agrupo a las empresas en función de su ubicación en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU).

Se porcentualizo cada uno de los grupos de empresas encontrados para determinar su importancia relativa en el universo de la base de datos.

En un primer afinamiento se retiro de la muestra a aquellas empresas que nacieron antes de 1,990 quedando solamente 592 empresas de las cuales 107 realizan actividades de exportación y 485 no realizan actividades de exportación (fueron excluidas 209 empresas).

En un segundo afinamiento se dividió la muestra en dos grandes grupos:

Un primer grupo constituido por empresas que realizan actividades de exportación, tienen ventas anuales de mas de 20,000 dólares y mas de 10 trabajadores, en este grupo quedaron 42 empresas (fueron excluidas 65 empresas).

Un segundo grupo constituido por empresas que no realizan actividades de exportación, tienen ventas anuales de menos de 20,000 dólares y menos de 10 trabajadores, en este grupo quedaron 365 empresas (fueron excluidas 170 empresas).

Finalmente se procedió a la elección aleatoria de las 30 empresas (15 por cada grupo) en función de su importancia relativa dentro del universo de la muestra, centrandó el análisis en dos segmentos de empresas: las que exportan, tienen ventas anuales de mas de 20,000 dólares y tienen mas de 10 empleados a las que denominaremos grupo A y las que no exportan, tiene ventas anuales de menos de 20,000 dólares y tienen menos de 10 empleados a las que denominaremos grupo B.

De 365 MYPES No exportadoras, con hasta 10 empleados y con ventas de hasta 20,000 dólares anuales, quedaron 15 empresas correspondientes a la Sub muestra B:

EMPRESAS	SUB MUESTRA B	%	EMPRESAS ELEGIDAS	
Elaboración de Productos de Panadería	151	41%	6	6
Actividades de Impresión	57	16%	2	2
Elaboración de Vinos	33	9%	1	1
Fabricación de Productos Metálicos para uso estructural	30	8%	1	1
Elaboración de Productos lácteos	15	4%	0.6	1
Fabricación de Partes y Piezas de Carpintería	13	4%	0.6	1
Destilación Rectificación y Mezcla de Bebidas Alcohólicas	10	3%	0.45	2
Fabricación de artículos de Hormigón Cemento y Yeso	10	3%	0.45	
Elaboración y Conservación de Legumbres, frutas y Hortalizas	7	2%	0.3	
Acerrado y Acepilladura de Madera	5	1%	0.15	
Elaboración de Alimentos reparados para animales	4	1%	0.15	
Fabricación de carrocerías para vehículos automotores	4	1%	0.15	
Otros	26	7%	1	
TOTAL	365	100%	15	15

Fuente: Cálculos del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Víctor Pérez Centeno).

De 42 empresas exportadoras, con 10 o mas empleados y con ventas de mas de 20,000 dólares anuales, quedaron 15 empresas correspondientes a la Sub muestra A:

EMPRESAS	SUBMUESTRA A	%	EMPRESAS ELEGIDAS
Elaboración y Conservación de Pescado y Productos de Pescado	20	50%	7
Elaboración y Conservación de Frutas	7	17.50 %	3
Destilación, Rectificación y Mezcla de Bebidas Alcohólicas	3	7.50%	1
Otros	10	25%	4
TOTAL	40	100%	15

Fuente: Cálculos del autor en la ciudad de Tacna Perú, 1999 (Victor Pérez Centeno).

Anexo 3 Distribución de las empresas por tamaño en el Perú

TAMAÑOS EMPRESARIALES (POR RANGOS DE PERSONAL OCUPADO)	N° DE ESTABLECIMIENTOS	
	ABSOLUTO	PORCENTUAL
TOTAL	236,295	100.00%
Micro y pequeña empresa	231,249	97.86%
1 a 4 personas ocupadas	213,738	90.45%
5 a 10 personas ocupadas	12,650	5.35%
11 a 20 personas ocupadas	4,861	2.13%
Mediana y gran empresa con más de 20 personas ocupadas	5,046	2.12%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEL, Tercer Censo Económico Nacional, Lima, 1993.

Anexo 4 Principales Macromagnitudes

INDUSTRIA	ESTABLECIMIENTOS	%	EMPLEADOS	%	TAMAÑO MEDIO	PRODUCCIÓN (*)	%
1-10 empleados	67.229	83,1	175.144	17,9	3	2.100.508	7,2
11-200 empleados	13.005	16,1	487.107	49,9	37	14.117.973	48,3
201+	665	0,8	313.533	32,1	471	12.982.088	44,5
Total	80.899	100	975.784	100	12	29.200.569	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEL, Tercer Censo Económico Nacional, Lima, 1993.

Anexo 5 Las Escalas Empresariales en el Perú

TAMAÑO	CANTIDAD EMPRESAS	%	VENTA ANUAL US\$	ACTIVOS US\$
GRANDE Y MEDIANA ¹	2,892	0.5	>750,000	>300,000
PEQUEÑA	103,271 ²	19.3	40,000 a 750,000	de 20,000 a 300,000
Superior	1,600	1.6	330,001 a 750,000	
Medio	2,008 ³	1.9	150,001 a 330,000	
Inferior			40,001 a 150,000	
MICRO ⁴	429,008	80.2		
Acumulación	107,252	25.0	< 40,000	< 20,000
Sobrevivencia	321,756	75.0		
TOTAL	535,171	100.0		

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Tercer Censo Económico Nacional, Lima, 1993.

Anexo 6 Estratos empresariales en la Industria (1990)

ESTRATO	TAMAÑO (PERSONAS)	PERSONAL ACTIVO	%	NÚMERO EMPRESAS	K/L DÓLARES	PRODUCCIÓN (%)
Artesanía	1-8	180,000	23	52,000	300	5
Micro Industria	1-4	250,000	32	100,000	600	8
Pequeña Industria	5-19	145,000	18	18,000	3,000	13
Mediana Industria	20-199	120,000	15	2,300	12,000	28
Gran Industria	+200	95,000	12	200	50,000	46
		790,00	100	172,500		100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Tercer Censo Económico Nacional, Lima, 1993.

¹ No existen formas vigentes aceptadas en el Perú para diferencias mediana y gran empresa.

² Diversos estudios estiman entre 100,000 y 150,000 el número de pequeñas empresas de todos los sectores económicos, incluyendo el sector primario. Se ha tomado la estimación del trabajo realizado por CENTROS DE SERVICIOS EMPRESARIALES. TC-94-09-12. *Memorandum de propuesta*. Documento del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Fondo de Inversiones Multilaterales. Marzo de 1995.

³ Hasta este nivel existe información aportada directamente por las empresas. A mayo de 1994, según la Comisión Nacional Supervisor de Empresas y Valores (CONASEV), 6,500 empresas presentaron balances auditados, debido a una disposición que obliga a presentarlos a las empresas con ventas anuales del orden de US\$ 150,000 (a precios de 1994). De éstas tenemos empresas grandes, medianas y pequeñas; no hay microempresas.

⁴ Diversos autores e instituciones (Villarán, Chávez, Agencias y Organismos Multilaterales) consideran tres estratos:

* **Sector que acumula:** Es el que obtiene resultados que superan la inversión.

El 75% de las restantes microempresas se ubica "entre la sobrevivencia y la acumulación"; este porcentaje está dividido en dos niveles diferentes:

* **Sector que se mantiene entre la acumulación y la sobrevivencia.** Es el que no identifica sus eficiencias, actúa en mercados no estables, con eventual posibilidad de ampliar su producción de bienes y/o servicios.

* **Sector de sobrevivencia.** Son empresas que por su escasa productividad no acumulan.

Anexo 7 Número de establecimientos informantes por estrato de Personal Ocupado, según actividad económica

ACTIVIDAD ECONOMICA	ESTABLECIMIENTOS INFORMANTES POR ESTRATOS				
	TOTAL	1 A 10 P.O	11 A 49 P.O	50 A 199 P.O	MAS DE 200
TOTAL	236,453	226,497	7,782	1,689	485
Agropecuario	82	52	23	6	1
Pesca	75	32	37	6	-
Explotación de Minas y canteras	262	98	62	51	51
Industria Manufacturera	26,716	23,794	2,102	612	208
Suministro de electricidad, gas y agua	115	60	28	14	13
Construcción	781	483	221	57	20
Comercio al por mayor y menor	153,517	151,222	2,019	246	30
Hoteles y Restaurantes	22,234	21,715	475	35	9
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	4,343	3,641	547	130	25
Intermediación Financiera	778	580	126	45	27
Actividades Inmobiliarias	9,586	8,706	636	184	60
Administración Pública y defensa	2	1	-	1	-
Enseñanza	3,644	2,428	992	205	19
Servicios sociales y de salud	5,871	5,712	120	30	9
Otras actividades de servicios	8,444	7,970	394	67	13
Hogares con servicios domésticos	-	-	-	-	-
Organismos Extraterritoriales	3	3	-	-	-
N.E.P.	-	-	-	-	-

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Tercer Censo Económico Nacional, Lima, 1993.

Anexo 8 Participación de las PYME en el PBI

SECTOR	PARTICIPACIÓN SECTORIAL	PYME EN CADA SECTOR	PARTICIPACIÓN DE PYME ⁴
	1	2	3
Sector			
Agricultura	11.6	90.0	10.4
Pesca	1.0	30.0	0.3
Minería	2.5	5.0	0.1
Manufactura	23.1	30.0	6.9
Construcción	8.8	35.0	3.1
Servicios	53.0	40.0	21.2
TOTAL	100.0		42.1

Fuente: Fernando Villarán., Riqueza Popular, Pasión y Gloria de la Pequeña Empresa, Ediciones del Congreso del Perú, Lima 1998.

⁴ Se define PYME como toda unidad económica con menos de 50 personas ocupadas.

¹ Contribución de cada sector en el PBI. Fuente: INEI

² Participación de la pequeña empresa en el producto de cada sector.

³ Participación global de la pequeña empresa en el PBI (3=1x2).

Anexo 9 Participación de las PYME en el empleo

SECTOR	PEA SECTOR	PARTICIPACION SECTOR	PYME POR SECTOR	PARTICIPACION PYME	PEA PYME
	1	2	3	4	5
Agricultura y pesca	3,018,335	33.0	98.0	32.3	2,957,968
Minería	228,662	2.5	20.0	0.5	45,732
Manufactura	951,233	10.4	50.0	5.2	475,616
Construcción	338,419	3.7	60.0	2.2	203,051
Electricidad, gas y agua	27,439	0.3	--	--	--
Comercio	1,472,582	16.1	95.0	15.3	1,398,952
Transporte	402,445	4.4	70.0	3.1	281,711
Servicios Financieros	210,369	2.3	--	--	--
Servicios	2,496,987	27.3	60.0	16.4	1,498,192
TOTAL	9,146,471	100.0		75.0	6,859,853

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Perú: Actividad Económica de la Micro y Pequeña Empresa, Lima, 1995.

Anexo 10 Niveles de empleo de la PEA en Perú (composición %)

ANO	DESEMPLEO	SUBEMPLEO	EMPLEO
1980	7.1	26.0	66.9
1981	6.8	26.8	66.4
1982	6.6	28.0	65.4
1983	9.0	33.3	57.7
1984	8.9	36.8	54.3
1985	10.1	42.5	47.7
1986	5.3	42.6	52.1
1987	4.8	34.9	60.3
1988	7.1	37.0	55.9
1989	7.9	73.5	18.6
1990	8.3	73.1	18.6
1991	5.9	78.5	15.6

Fuente: Fernando Villarán., Riqueza Popular, Pasión y Gloria de la Pequeña Empresa, Ediciones del Congreso del Perú, Lima 1998.

¹ Distribución de la PEA 1996 (9,146,471) en cada sector; (se asume una distribución proporcional del desempleo).

² Participación porcentual de la PEA en cada sector

³ Participación de la PYME en la PEA de cada sector (estimados del autor).

⁴ Participación global de la pequeña empresa en la PEA nacional (4=2x3).

⁵ PEA empleada por el sector PYME (5=1x3).

Anexo 11 Bancos: Algunos Indicadores de Crédito a la PYME (1995).

SISTEMA BANCARIO						
Banco	Años de experiencia PYME	Colocación PYME (Miles de US\$)	Cartera PYME/ Cartera Total (%)	Crédito Promedio US\$	Cooperación con ONG	Colocación Fondos COFIDE
A	1	4,000	0,10	10,000	No	No
B	5	15,209	0,49	3,300	Si	Si
C	9	5,058 ¹	0,40	n.d.	Si	Si
D	1	1,400	0,18	3,500	Si	Si
E	5	n.d. ²	n.d.	n.d.	No	Si
F	0	n.d.	n.d.	n.d.	No	No

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú, BCR, Nota Semanal. Varios números, Lima 1995.

Anexo 12 Tecnología e innovación

CLASIFICACIÓN SERVICIOS	TIPO DE SERVICIOS	TIPO DE PYMES
Servicios no financieros	Tributario/Contable	SUPERVIVENCIA
Tradicionales	Mantenimiento de maquinarias	
	Asesoría legal	
Servicios no financieros	Capacitación	DESARROLLO Y
No tradicionales	Asistencia Técnica	CRECIMIENTO
	Comercialización	
	Administración de empresas	

Fuente: Consultora IMASEN, Mercado de Servicios para Pequeña Empresa, Swisscontact, Lima, 1998.

Anexo 13 Servicios contratados en el último año

SERVICIOS	SI	NO
Asesoría tributaria/contable	85.2	14.8
Mantenimiento maquinarias	69.5	30.5
Asesoría legal	34.5	65.5
Asesoría de asistencia técnica	10.3	89.7
Cursos de capacitación	8.9	91.1
Asesoría en Administración de empresas	8.4	91.6
Asesoría en Marketing (publicidad, extras)	5.4	94.6
Selección de personal	3.9	96.1
Asesoría en comercio mercado nacional	3.4	96.6
Investigación mercados	3.4	96.6
Acceso a sistemas de información	1.0	99.0
Asesoría en comercio mercado internacional	0.5	99.5

Fuente: Consultora IMASEN, Mercado de Servicios para Pequeña Empresa, Swisscontact, Lima, 1998.

¹ Cartera.

² n.d.: No disponible

Anexo 14 Tacna: Distribución del PBI Según tipo de actividad económica

ACTIVIDAD	%
Agricultura, Caza y Silvicultura	8.6
Pesca	0.9
Explotación de Minas y Canteras	28.2
Industrias Manufactureras	7.7
Construcción	5.7
Comercio, Restaurantes y Hoteles	17.7
Alquiler de Vivienda	2.9
Productores de Servicios Gubernamentales	6.1
Otros servicios	22.2
TOTAL	100

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Noveno Censo de Vivienda, Población y MYPES, Tacna, 1993.

Anexo 15 Tacna: Número de establecimientos informantes de la MYPE: Por estrato de personal ocupado y actividad económica.

ACTIVIDAD ECONOMICA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS INFORMANTES	PERSONAL OCUPADO		
		1-4	5-10	11-20
Industrias Manufactureras	238	203	23	12
Comercio y Reparación de Vehículos automotores	1512	1454	47	11
Restaurantes y hoteles	350	323	21	6
Actividades Inmobiliarias	113	104	4	5
Otras actividades	288	246	30	12
TOTAL	2501	2330	125	46

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Noveno Censo de Vivienda, Población y MYPES, Tacna, 1993.

Anexo 16 Tacna: Indicadores de población según provincia

PROVINCIA	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN URBANA	POBLACIÓN RURAL	% POBLACIÓN RURAL	% POBLACIÓN MENOR DE 15 AÑOS
Tacna	216,980	203,961	13,019	6.0	30
Candarave	9,321	5,089	4,232	45.4	32.7
Jorge Basadre	11,627	7,104	4,523	38.9	26.3
Tarata	8,148	6,461	1,687	20.7	29.4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Noveno Censo de Vivienda, Población y MYPES, Tacna, 1993.

Anexo 17 Tacna: Población total y estimada según sexo y grandes grupos de edad

SEXO Y GRANDES GRUPOS DE EDAD	1993		2000	
	TOTAL	%	TOTAL	%
TOTAL	218,353	100	277,188	100
Menor de 15 años	72,229	33.1	77,836	28.1
De 15 a 64 años	138,715	63.5	189,662	68.4
De 65 a mas años	7,409	3.4	9,690	3.5
HOMBRE	111,808	100	141,016	100
Menor de 15 años	36,589	32.7	39,633	28.1
De 15 a 64 años	71,509	64	96,709	68.6
De 65 a mas años	3,710	3.3	4,674	3.3
MUJER	106,545	100	136,172	100
Menor de 15 años	35,640	33.4	38,203	28.1
De 15 a 64 años	67,206	63.1	92,953	68.2
De 65 a mas años	3,699	3.5	5,016	3.7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Noveno Censo de Vivienda, Población y MYPES, Tacna, 1993.

Anexo 18 Tacna: Población total y estimada por grandes grupos de edad, según las provincias

PROVINCIAS	TOTAL		GRUPOS DE EDAD					
	1993	1996	Menor de 15 años		De 15 a 64 años		De 65 a mas años	
			1993	1996	1993	1996	1993	1996
% Total	100	100	33.1	29.9	63.5	66.9	3.4	3.2
TOTAL	218,353	246,076	72,229	73,577	38,715	164,625	7,409	7,874
% Tacna	100	100	33.2	30.0	63.8	67.2	3.0	2.8
Tacna	188,759	216,980	62,678	65,094	120,445	145,811	5,636	6075
% Candarave	100	100	36.1	32.7	56.8	60.5	7.1	6.8
Candarave	9,238	9,321	3,335	3,048	5,245	5,637	658	634
% Jorge Basadre	100	100	29.3	26.3	68.1	71.2	2.6	2.5
Jorge Basadre	12,175	11,627	3,565	3,058	8,287	8,278	323	291
% Tarata	100	100	32.4	29.2	57.9	60.1	9.7	10.7
Tarata	8,181	8,148	2,651	2,377	4,738	4,897	792	874

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, Noveno Censo de Vivienda, Población y MYPES, Tacna, 1993.

Anexo 19 Proceso de Creación de Firmas

ETAPAS	CONDICIONES NECESARIAS PARA EL ÉXITO	IDENTIFICACION DE ACTIVIDADES REALIZADAS	FACTORES FACILITADORES
Reynolds 1,998	Shapero, 1978	Carter et.al 1996	
Concepción de la Idea	Desplazamiento o acción disparadora	Está intentando seriamente iniciar un negocio y que hecho (desplazamiento) lo motivo a ello	*Desempleo, insatisfacción laboral (push) *Oportunidades importantes en el mercado *Necesidad de logro, de independencia (pull)
Gestación	*Disposición a actuar	*Gestión de información sobre formas societarias, franchise, licencias *Realizó cursos que lo ayuden a definir su negocio *Buscó socios *Evaluó sus capacidades, experiencias o conocimiento y planeo su negocio sobre ellos	*Existencia de instituciones públicas o privadas que brinden informes y asesoramiento *Existencia de escuelas de negocios en la universidad u otras instituciones
Infancia	*Credibilidad *Conocimiento y habilidades sobre producto, tecnología *Asesoramiento para evaluar la idea	*Desarrolló prototipos *Contactó con clientes y proveedores *Realizó estudios de mercado *Observó emprendedores exitosos desde su óptica y se contactó o solicitó información o consejos	*Existencia de laboratorios, universidades o instituciones tecnológicas *Existencia de empresas incubadoras *Entramado empresarial denso y receptivo *Servicios de consultoría *La existencia de una cultura empresarial local con líderes, ejemplos exitosos, acumulación de conocimiento en un sector específico y redes formales o informales de circulación de información
Adolescencia	*Disponibilidad de los recursos y asesoramiento para su planificación	*Preparó un plan de negocios *Solicitó asesoramiento contable	*Servicios de asesor contable, impositivo y de gestión
	*Disponibilidad de recursos	*Compró o alquiló local, máquinas o herramientas *Gestionó u obtuvo financiamiento	*Facilidades de instalar un parque industrial *Servicio de asesoramiento sobre fuentes de financiamiento y armado de carpetas *Sistema de garantías recíprocas
		*Contratación de empleados *Ventas regulares con cash-flow positivo *registro legal	*Legislación de contratación temporaria

Fuente: Rearte, A., Volpato, G. Graña, F. y Lopez, M., Patrones de Nacimiento, Mortalidad y Supervivencia de firmas industriales en un periodo de transición: Un Analisis de Caso 1989-1994, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Setiembre 1998, Argentina.

Anexo 20 Comparación MYPES Peruanas versus MYPES Europeas

MYPES PERUANAS	MYPES EUROPEAS
Venden al mercado interno	Venden al mercado externo o grandes empresas del país
Baja tecnología	Alta tecnología
Cultura autista, individualista, empresa cerrada a si misma	Cultura de la cooperación, trabajan en redes de empresas, empresa abierta
Relación conflictiva con grandes empresas	Complementaron con grandes empresas
Escasa cultura económica y financiera	Alta cultura económica y financiera
Todavía un gran porcentaje es informal	100% son formales
Escaso capital	Capital entre 500,000 a 5000,000 dólares
Mínimo acceso al sistema bancario	Acceso fluido al sistema bancario
Escaso desarrollo de redes de empresas	Significativo desarrollo de redes regionales de empresas por rama de actividad u oficios
Escaso desarrollo de consejos económico sociales	Significativo desarrollo de consejos económicos y sociales
Producen lo que saben hacer	Producen lo que demanda el mercado
Competencia de una empresa contra otra empresa	Competencia del país contra otros países
Esperan la ayuda de una ONG o del estado	Se ayudan mutuamente
Se siente miembro de una clase social	Se siente miembro de un equipo (La región, el distrito industrial)
Las grandes empresas importan partes e insumos	Las grandes empresas compran sus partes e insumos a las MYPES del distrito industrial que las rodea
Es una estrategia de supervivencia	Es un modo de vida, una pauta cultural que viene del medio evo
Se le apoya dentro de políticas de generación de empleo e ingresos para sectores sociales indefensos	Se le apoya para generar divisas, desarrollo tecnológico además de generar empleo

Fuente: Betancor, Jorge., Apuntes de Clase, Creacion de MYPES en el Contexto Español, Curso de Creación y Administración de Sistemas de Apoyo para las MYPES, Centro Internacional de Entrenamiento de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, Octubre 1999, Italia.

5.7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Española de Cooperación Internacional., Mesa de Trabajo de la Micro y Pequeña Empresa, Oficina Técnica de Lima, Lima 1,997
- Audrestch, D. B., Market Dinamycs and Regional Development in the Federal Republic of Germany, Discussion Paper FS IV 92-6, Wissenschaftszentrum Berlin fur Sozialforschung, Berlin , 1992
- Betancor, Jorge., Apuntes de Clase, Creación de MYPES en el Contexto Español, Curso de Creación y Administración de Sistemas de Apoyo para las MYPES, Centro Internacional de Entrenamiento de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, Octubre 1999, Italia.
- Banco Central de Reserva del Perú, BCR., Nota Semanal, Varios números, Lima 1995.
- Bezchinsky, G. Y Kantis, Hugo., Hacia una Estrategia PYME en la Argentina: Bases para la Construcción de un Concenso, IDES, Buenos Aires, 1998.
- Bingham, M., and Melkers, J., Entrepreneurs in America: ¿Are they really a different breed?, Environment and Planning C: Government and Policy,7, pp 411-422, 1989.
- Binks and Vale., Entrepreneurship and Economic Development, 1990.
- Carbonetto D., Hoyle J., Tueros, M., Lima: Sector Informal, CEDEP, Lima, 1988.
- Carter N, Gartner,W. and Reynolds P. Exploring Start-Up Event Sequences, Journal of Business Venturing, 11., 1996.
- Consultora IMASEN., Mercado de Servicios para Pequeña Empresa, Swisscontact, Lima, 1998.
- COPEI Visión Estratégica para el Desarrollo y Promoción de la Pequeña Empresa, Lima, 1998.
- Côté, M., By Way of Advice: Growth Strategies for the Market Driven World, Mosaic Press, Chapter Three, pp 34-49, 1991.
- De Soto Hernando., El Otro Sendero, El Barranco Ediciones, Lima, 1986.
- Indacochea, A., Fundamentos del Programa de Reformas Económicas en el Perú, Escuela Superior de Administración para Graduados, ESAN, Lima, 1998.
- Farrel, O., Entrepreneurship and Regional Development : Some Conceptual Issues, Regional Studies, 20-6, pp 565-574, Pergamon Press, Great Britain, 1986.
- Gartner, R., ¿Who is an Entrepreneur?: Is the Wrong Question, American Journal of Small Business,12, pp 11-32, 1988.
- Gatto, F., “La Crisis Actual de la Empresa PYME: La Ruptura del Modelo Tradicional y la Construcción de Nuevas Capacidades Competitivas”, CEPAL, Buenos Aires, Junio 1,996.
- Gibb, A. and Ritchie, J., Understanding The Process of Starting Small Businesses, European Small Business Journal,1,1 pp 26-45, 1982.
- Flores, T., Análisis de la Micro y Pequeña Empresa Peruana, Lima, 1996.
- Glasmeier, A., Factors Governing the Development of High Tech Industry Agglomerations: A Tale of Three Cities, Regional Studies, Pergamon Press, pp 287-301,1988.

- Reynolds, P. and Sammis, B. White., The Entrepreneurial Process: Economic Growth, Men, Women, and Minorities, 1996
- Reynolds, P., and Miller, B., New Firm Gestation: Conception, Birth and Implications for Research, *Journal of Business Venturing* 7, pp 405-417, 1992.
- Reynolds, P., Storey, D. And Westhead, P., Cross National Comparisons of the Variation in the New Firm Rates, *Regional Studies*, 28-4, pp 443-456, Pergamon Press, Great Britain, 1994.
- Rodriguez, H., Problemática de la Exportación en la Ciudad de Tacna, Universidad de Tacna, Tacna, Octubre 1, 1998.
- Rotter, J Gulian B., Generalized Expentancies for Internal versus External Control of Reinforcement. *Psychological Monographs*, 80 (Whole Nro.609), 1966.
- Saxenian, A., Regional Advantage and Competition, 1994.
- Shapero, A., The Entrepreneurial Event, in Kent, CA (ed) *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington Books, Lexington: Mass, pp 21-40, 1984.
- Shapero, A., Entrepreneurship and Economic Development, in Naumes, W. (ed) *The Entrepreneurial Manager in the Small Business: Text, readings and cases*, Addison-Wesley, Reading: Mass, pp183-202, 1978.
- Shapero, A. & Sokol, L., Social Dimensions of Entrepreneurship, In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (Ed), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, pp 72-90, 1982.
- Schumpeter, J. A., The Theory of Economic Development, Translated by R. Opie. Cambridge: Harvard University Press, 1934.
- Sweeney, DJ., Innovation, Entrepreneurs and Regional Development, Frances Printer, London, Great Britain, 1987.
- Togo, E., La Subcontratación y los Consorcios para la Exportación en Perú, MITINCI, 1998.
- Twaites, AT., Technological Change, Mobile Plants and Regional Development, *Regional Studies*, 12, pp 445-461, Pergamon Press, Great Britain, 1978.
- Universidad de Lima, Escuela de Postgrado. Maestría en Banca y Finanzas., Plan de Investigación: Una propuesta metodológica para el diseño de sistemas de información de medición y evaluación del acceso al crédito para las Pymes, 1998.
- Universidad de Lima., Primer Encuentro Anual de Banca, Lima, Octubre 1996.
- Villarán, F., El Nuevo Desarrollo, Ediciones del Congreso, Lima, 1, 1996
- Villarán F., Riqueza Popular. Pasión y gloria de la pequeña empresa, Ediciones del Congreso del Perú, Lima, 1998.
- Villarán F., Visión Estratégica para el Desarrollo y Promoción de la Micro y Pequeña empresa, COPEI-SNI , Lima, 1998.
- Watkins, D., Regional Variations in the Industrial Ecology for New Small Firm Growth Oriented Business in the UK, Mancester Business School, Manchester, 1976.

- Harrison, R.T. and Leitch, C.T., Entrepreneurship and Leadership: The Implications for Education and Development, Entrepreneurship and Regional Development, 6, pp 111-250, 1994.
- Hornaday, J. & Bunker, C., The Nature of the Entrepreneur, Personnel Psychology, 23, pp 47-54, 1970.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI., Perú: Actividad Económica de la Micro y Pequeña Empresa, Lima, 1995.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI., Tercer Censo Económico Nacional, Lima, 1993.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI., Noveno Censo de Vivienda, Población y Empresas, Tacna, 1993.
- Johannison, B., Apuntes de Clase, Curso de Alianzas y Redes, Maestría en Economía y Desarrollo Industrial 1998-1999, Universidad Nacional de General Sarmiento, San Miguel, 1999.
- Kantis Hugo., Alianzas Exportadoras y Gestión Estratégica en las PYMES: Evidencias del caso Argentino. Documento de Trabajo Nro. 12, Universidad Nacional de General Sarmiento, San Miguel, 1997.
- Landstrom, H and Winborg, J., Small Business Managers Attitudeas Towards and use of External Finances Sources.In W.D. Bygrave et al (eds). Frontiers of Entrepreneurship Research, pp 172-186, Center for Entrepreneurial Studies, Babson College, 1995.
- Landstrom, H and Winborg, J., Financial Bootstrapping in Small Businesses: A Resource Based View on Small Business Finance, 1996.
- Litzinger, W., The Motel Entrepreneur and the Motel Manager. Academic of Management Journal, 8, pp 268-281, 1965.
- Loveman, G., and Sengenberger, W., The Re-Emergence of Small Scale Production, Small Business Economics,3, pp 1-37, 1991.
- Keeble, D. and Walker, S., New firms, small firms and dead firms: spatial patterns and determinants in the U.K., 1994.
- Mason, Colin., Apuntes de Clase, Curso de Creación de Empresas, Maestría en Economía y Desarrollo Industrial 1998-1999, Universidad Nacional de General Sarmiento, San Miguel 1998.
- Matos Mar José., Las Migraciones Campesinas y el Proceso de Urbanización en el Perú, Section for Cultural Policies on Cultural Development, UNESCO, Paris, 1990.
- McClelland, D. C., The Achieving Society. Princeton. Van Nostrand, 1961.
- Mescon, T. and Montanari, J. The Personalities of Independent and Franchise Entrepreneurs: An Empirical Analysis of Concepts. Journal of Enterprise Management,3-2, pp 149-159, 1981.
- Noteboom, Bart., Efectos de la Escala en los Costos de Transaccion, en Kantis Hugo., Desarrollo y Gestión de PYMES: Aportes para un Debate Necesario, Universidad Nacional de General Sarmiento, San Miguel, 1998.
- Portocarrero, J., Oferta de Servicios a la Pequeña y Microempresa en línea: lecciones de la experiencia, Swisscontact, Lima, 1997.
- Rearte, A., Volpato., G. Graña., F. y Lopez, M., Patrones de Nacimiento, Mortalidad y Supervivencia de firmas industriales en un periodo de transición: Un Análisis de Caso 1989-1994, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Setiembre 1998, Argentina.

338.642

434Te

CUNGS



CUNGS184