

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS



**La tendencia Born Global en América Latina
Oportunidades para las MyPEs en el Perú**

AUTORES

Bill Arthur Aliaga Chirito

Edy Fabricio Cuellar Salas

Carolina Cabrera Bazalar

ASESORA

Nancy Halimme Linares Arenas

LIMA – PERU

2016

Resumen

La investigación, analiza los principales factores y condiciones que inciden en la constitución de empresas Born Global en América Latina, con el fin de concluir en una base de fundamentos que sirvan para orientar a la política pública y al sector privado en la generación de propuestas de cambio, en favor de mayores oportunidades de internacionalización para las MyPEs en Perú. Para ello, se emplea la investigación cualitativa a fin de testear de manera empírica teorías previas relacionadas a la investigación, buscando dar respuesta a la problemática analizada. Como modelos de investigación se escogieron a las economías de Brasil, Chile y Argentina, haciendo uso del criterio establecido por Kathleen Eisenhardt (1989), sobre la cual se plantean referencias que se apoyan en el análisis de cada caso en particular. La investigación establece que los factores que inciden en la constitución de empresas Born Global son: La cultura del empresario y las políticas generadas a partir del rol del estado en favor de la creación y desarrollo del emprendimiento, este último, ha demostrado ser la clave en la etapa de nacimiento y consolidación de este tipo de empresas. Es así, que como objetivo para la investigación y sobre la base de un análisis exhaustivo de las similitudes y diferencias entre Perú y los países modelo seleccionados, determinamos cual es la implicancia real de los factores críticos que inciden en la constitución de empresas Born Global, concluyendo en una serie de fundamentos estructurales que dirijan a la investigación hacia el objetivo de favorecer a las MyPEs del país con propuestas de cambio concretas.

Palabras Clave: Born Global, Internacionalización, Emprendimientos, Rol del estado, Cultura del emprendedor.

Abstract

This investigation analyze the principal factors and conditions that affect the establishment of new Born Global enterprises around Latin America, with the principal objective of find fundamentals that will reorient public politics and the private sector in the creation of new proposals to change the current situation of the international opportunities for the Peruvian MyPEs. Qualitative research is used in order to empirically test previous theories related to the research in order to answer the problematic analyzed. The countries of Brazil, Chile and Argentina were chosen as research models based in the criterion established by Kathleen Eisenhardt (1989), over this some references are going to be used in the analysis of each particular case. The principal factors that affect directly in the constitution of Born Global enterprises are: Entrepreneur's culture and Government Politics and Rol in the creation and development of the entrepreneurship, this also is the key in the consolidation of Born Global in early stages. For this the principal objective of the investigation will we based in a deep analysis of the differences and similarities between Perú and the chosen countries. Finally, we will determinate the real implications of the critical factors that affect the constitution of Born Global, building a series of structural fundamentals that will guide the investigation to the objective of strength the Peruvian MyPEs with concrete recommendations.

Key words: Born Global, Internationalization, Entrepreneurship, Government politics, and Entrepreneur's culture.

Índice General

INTRODUCCION	8
CAPITULO I. MARCO TEORICO.....	11
1.1. TEORIAS TRADICIONALES DE INTERNACIONALIZACION	12
1.1.1. <i>Paradigma ecléctico de Dunning</i>	12
1.1.2. <i>Modelo Uppsala / Escuela Nórdica</i>	13
1.1.3. <i>Enfoque del ciclo de vida</i>	14
1.2. TEORIAS MODERNAS.....	16
1.2.1 <i>Perspectiva Born Global</i>	16
1.2.2 <i>Teoría de Capacidades Dinámicas</i>	18
1.3 PERSPECTIVA REGIONAL	21
1.3.1 <i>Argentina</i>	21
1.3.2 <i>Brasil</i>	24
1.3.3 <i>Chile</i>	27
1.3.4. <i>Perú</i>	29
CAPITULO II. PLAN DE INVESTIGACION	32
2.1. DEFINICION DEL PROBLEMA.....	32
2.2. HIPOTESIS.....	36
2.3. DEFINICION DE LOS OBJETIVOS	37
2.3.1. <i>Objetivo General</i>	37
2.3.2. <i>Objetivos Específicos</i>	38
CAPITULO III. METODOLOGIA	40
3.1 SELECCION DEL OBJETO DE ESTUDIO Y RECOPIACION DE INFORMACION.....	40
CAPITULO IV. DESARROLLO.....	42
4.1. APLICACION	42
4.1.1. <i>Rol del Estado</i>	42
4.1.1.1 Rol del Estado en Argentina	42
4.1.1.2 Rol del Estado en Brasil	45
4.1.1.3 Rol del Estado en Chile	48
4.1.1.4. Rol del Estado en Perú	51
4.1.2. <i>Cultura del emprendedor</i>	53
4.1.2.1. Perfil del emprendedor argentino.....	54
4.1.2.2. Perfil del emprendedor brasileño	57
4.1.2.3 Perfil del emprendedor chileno	60
4.1.2.4. Perfil del emprendedor peruano.....	63

CAPITULO V. ANALISIS	67
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	77
6.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES EN BASE A HIPOTESIS.....	77
6.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES EN BASE A OBJETIVOS	79
BIBLIOGRAFIA	84

Figuras

Figura 1. Firmas internacionalizadas con activos fuera de América Latina, por país, 2010.....	23
Figura 2. Acumulado de Inversión Extranjera Directa, 1991 - 2010 (millones de dólares).....	25
Figura 3. Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento.....	29
Figura 4. Apoyo directo a las startups en América Latina: Comparación entre países, 2012.....	33
Figura 5. América Latina: capital de innovación estimado como porcentaje del PIB, 2010, (En porcentajes).....	34
Figura 6. Distribución de Startups según Ranking y País.....	35
Figura 7. Evaluación de las políticas de Gobierno para el emprendimiento.....	49
Figura 8. Evaluación de los programas de Gobierno para el emprendimiento.....	50
Figura 9. Evolución de la TEA % de Argentina desde el año 2001 hasta el año 2015.....	55
Figura 10. Evolución de la TEA % de Brasil desde el año 2013.....	58
Figura 11. Evolución de la TEA % de Chile desde el año 2013.....	61
Figura 12. Evolución de la TEA % de Perú desde el año 2012.....	63

Figura 13. Ranking de Emprendimiento Latinoamericano 2016.....68

Figura 14. Evolución de la TEA % (2006 - 2015).....73

Tablas

Tabla 1.....14

Tabla 2.....30

Tabla 3.....44

Tabla 4.....52

Tabla 5.....56

Tabla 6.....59

Tabla 7.....62

Tabla 8.....65

Tabla 9.....74

Introducción

Durante décadas, se tenía la concepción de que las empresas conseguían la internacionalización bajo el modelo tradicional conocido como “Modelo Uppsala” postulado por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) y Johanson y Vahlne (1977, 1990), que plantea que la internacionalización de las empresas sigue un proceso gradual que consta de una serie de etapas; iniciando con el abastecimiento del mercado doméstico como indefectible primer paso y posteriormente, en base a los conocimientos, la experiencia y los recursos adquiridos a lo largo de un tiempo determinado, recién se pueda pasar a incursionar en el mercado internacional, primordialmente en aquellos mercados con los que existe un mayor grado de similitud en aspectos del lenguaje, cultura, educación y políticos.

Finalmente, superada esta etapa, se puede seguir con el proceso de internacionalización e incursionar en otros mercados con mayores diferencias psicológicas (Johanson y Vahlne 1990, 1977; Cavusgil, 1980; Bilkey y Tesar, 1977). No obstante, en la última década la realidad económica mundial viene cuestionando los postulados de éste enfoque. En la actualidad, los avances tecnológicos y sobre todo la innovación constante en campos de las redes comunicación y el transporte, han contribuido a la generación de las bases que muchas empresas vienen utilizando para crear nuevas formas de negocio que cuestionan el enfoque anterior. La globalización de los mercados cumple un rol fundamental en éste punto, pues ha permitido que las empresas tengan acceso a las nuevas tendencias y se favorezcan de ellas. Es así, como dentro de éste contexto, nacen las empresas de internacionalización acelerada o Born Global Firms. Knight y Cavusgil (1996), definen a las Born Global como “pequeñas compañías (usualmente) orientadas hacia la tecnología que operan en mercados internacionales desde los primeros días de su establecimiento”.

Las empresas de este tipo rompen todos los paradigmas existentes que se generaron con el enfoque tradicional y se saltan las fases de este modelo, exportando desde muy temprana

edad e incluso pudiendo llegar a tener una importante presencia en el mercado internacional desde sus orígenes. A nivel mundial, principalmente en los países desarrollados, este fenómeno ha sido visible desde la década de los noventa. Sin embargo, en América Latina, la evidencia del mismo se da con mayor notoriedad recién desde la última década.

En Argentina y Chile, Joan-Lluís Capelleras y Hugo Kantis (2009) y Cristian Cancino (2012) han publicado investigaciones acerca de los nuevos emprendimientos en América Latina y los factores más influyentes en su rápida internacionalización, mostrando así las primeras evidencias de la existencia de empresas Born Global en esta parte del continente.

Del mismo modo, y dentro de un enfoque más específico, en Brasil y Colombia, Luis Dib, Angela Da Rocha y Jorge Ferreira (2010) y Sascha Fuerst (2010) han realizado estudios basándose en el análisis del proceso de internacionalización de las empresas de software, explicando su dinámica de rápido crecimiento y el manejo de una estrategia de marketing global en el proceso de consolidación de las mismas.

Entonces, en base a la literatura y la evidencia encontrada sobre la tendencia Born Global en el mundo y especialmente en América Latina, el presente estudio se concentra en identificar y analizar los principales factores y condiciones que inciden en la constitución de empresas Born Global en América Latina, con el fin de concluir en una base de fundamentos que sirvan para orientar a la política pública y al sector privado en la generación de propuestas de cambio en favor de mayores oportunidades de internacionalización para las MyPEs en Perú. Para el estudio, la investigación concentrará su análisis en la evolución de Chile, Brasil y Argentina en las dos últimas décadas, debido a que se trata de países de la región que actualmente se encuentran dentro de las 4 principales economías de América Latina con mayor grado de internacionalización, en relación a su nivel de Inversión Extranjera Directa (IED) en el mundo, según la Agencia Central de Inteligencia (CIA por sus siglas en inglés) (2015).

En primera instancia, se buscará identificar los principales factores internos de los países en mención, que más influyen en la internacionalización de sus empresas, así como también, la relevancia de las acciones del estado en este proceso. Con las conclusiones obtenidas, se determinará en qué medida se pueden implementar las políticas estatales utilizadas en los países estudiados en el Perú, con el fin de proponer cambios. Luego, se analizará la cultura del empresario de cada país estudiado, comparando las principales características de sus perfiles con los del empresario peruano, con el objetivo de generar una base de aspectos de tipo cultural que deberían mejorarse, para que los emprendimientos que se originen en el país, se enfoquen en la creación de empresas con escala global. Por último, luego de la revisión completa del estudio, se concluirá la investigación con propuestas generales sobre una base de medidas que se deben adoptar, en coordinación con la labor del estado y el aporte del sector privado, en favor de la generación de mayores oportunidades para MyPEs peruanas en su proceso de internacionalización y la evolución de sus ideas de negocio, adaptando su enfoque en la creación de empresas con escala global.

Capítulo I. Marco Teórico

La internacionalización acelerada de las empresas es un caso que viene siendo estudiado por muchos autores en la última década. La misma actualmente goza de gran aceptación y que posee diversas teorías que lo explican (Arias, 2004; Leonidou, 1995; McDougall, Shane y Oviatt, 1994; O'Farrell y Wood, 1998). Las primeras se basan en la perspectiva económica, teorías que intentan explicar el proceso de internacionalización con variables que hacen referencia a los costos y ventajas económicas de la internacionalización (Dunning, 1988, 1992; Hymer, 1976; Vernon, 1966).

El segundo grupo de teorías ahonda en los procesos de la internacionalización tradicional, el cual es un resultado del aprendizaje gradual (Tabares, 2012; Revista ciencias estratégicas; Alonso y Donoso, 1998; Johansson y Vahlne, 1977, 1990; Johansson y Wiedersheim-Paul, 1975; Lee y Brasch, 1978).

Prosiguiendo, se analizará el proceso de internacionalización desde la perspectiva Born Global, las cuales son empresas que logran internacionalizarse durante sus primeros dos años de vida, y la importancia de la teoría de capacidades dinámicas que explican las formas de desenvolvimiento de las empresas como actores principales de un ecosistema cambiante y global.

Finalmente, se tomará como base, estudios sobre la realidad y relevancia de las acciones de las economías más representativas de la región para poder explicar cómo estas economías llegaron a ser referentes para nuestro estudio y porque es importante analizar su estrategia.

1.1. Teorías tradicionales de Internacionalización

Para poder comenzar el análisis sobre el tema principal de este trabajo, primero se expondrán las teorías tradicionales de internacionalización. Bajo la línea de estas teorías, muchas empresas alcanzaron expandirse en mercados extranjeros, principalmente durante el siglo pasado, por lo que no existía debate aparente para la teoría tradicional de internacionalización.

En el presente apartado, daremos un repaso por las teorías a utilizar para dar referencia al análisis en los capítulos posteriores, considerando su importancia para ofrecer una visión global e introductoria del proceso de internacionalización.

1.1.1. Paradigma ecléctico de Dunning

De todas las teorías de internacionalización englobadas en una perspectiva económica, el paradigma ecléctico de Dunning es la más completa en cuanto a su definición. Desde nuestro punto de vista intenta conciliar todos los argumentos económicos que dan origen a las multinacionales.

Dunning (1988) establece que existen cuatro condiciones que se deben cumplir para que una empresa comience a adoptar una estrategia de internacionalización. Primero, la empresa debe definir cuáles son sus principales ventajas comparativas antes de incursionar en otros países. Dichas ventajas pueden ser producto de derechos de propiedad o productos intangibles (capacidad organizativa, know how, trabajo en equipo, capacidad directiva, etc.); o ser derivadas de las ventajas que podría brindar el Gobierno del país extranjero a las multinacionales (beneficios arancelarios, facilidad de acceso a los recursos, habilidad para reducir o evitar riesgos, etc.). Segundo, a la empresa que posea dichas ventajas le resultará mejor explotarlas para sí misma antes que alquilarlas o venderlas a otras empresas.

Tercero, dependiendo del atractivo de las locaciones en el país extranjero, la empresa debe decidir en donde establecerse para que su inversión se considere rentable. Cuarto, el autor establece que los directivos de las empresas multinacionales deben considerar que la producción en el exterior debe encontrarse en concordancia con la estrategia a largo plazo de la empresa para que la operación internacional genere beneficios redituables futuros.

De esta manera, Dunning ha construido una teoría conciliando las principales conclusiones de otras investigaciones ligadas a la perspectiva económica como: la organización industrial, la teoría de los costes de transacción y las teorías de localización y el comercio internacional.

1.1.2. Modelo Uppsala / Escuela Nórdica

Este enfoque surge durante los años setenta y establece que las multinacionales atraviesan un proceso gradual y complejo de aprendizaje cuando deciden comenzar a expandirse a mercados foráneos (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). Las etapas descritas por este modelo son sucesivas y describen cómo las multinacionales comienzan a involucrarse en las operaciones internacionales. En conjunto estas constituyen una cadena de establecimiento y comprende cuatro etapas:

1. Actividades esporádicas o no regulares de exportación.
2. Las exportaciones se realizan a través de representantes independientes.
3. Se establece una sucursal comercial en el extranjero.
4. Establecimiento de unidades productivas en el extranjero.

En base a estas etapas diversas investigaciones se han basado para establecer su marco teórico, pues muestra la internacionalización como un proceso gradual y secuencial que prueba que a mayor experiencia y conocimiento obtenido en mercados internacionales, mayor

es la implicancia de los recursos de la empresa en la operación internacional. Por ello, el modelo de Uppsala por un lado muestra que es una secuencia de estados que atraviesan las multinacionales en su camino a una mayor internacionalización, que están basados en la obtención de conocimiento gradual por parte de las empresas y el nivel de compromiso de expansión de sus operaciones exteriores.

1.1.3. Enfoque del ciclo de vida

Otro modelo de que explica el proceso de internacionalización mediante etapas graduales es el Modelo del Ciclo de Vida (Vernon, 1966). Este es uno de los primeros estudios sobre la internacionalización de las empresas, pero a diferencia del ya mencionado modelo Uppsala, establece una relación directa entre el ciclo de vida del producto y las fases de su proceso de internacionalización, añadiendo una etapa final como cierre de las etapas de internacionalización expuesto por otras investigaciones (ver Tabla 1).

Tabla 1

Etapas del modelo del Ciclo de Vida del Producto de Vernon

Ciclo de vida del producto	Etapas de internacionalización
1. Introducción	1. Orientación hacia el país de origen.
2. Crecimiento	2. Orientación hacia los principales países industrializados con altos ingresos.
3. Madurez	3. Relocalización de la inversión directa en busca de menores costos.
4. Declive	4. Abandono del país de origen.

Nota. Adaptado de “*International Investment and International Trade in the Product Cycle*”, por Raymond Vernon, 1966, *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.

Este modelo asume que las empresas utilizarán de manera agresiva cualquier ventaja competitiva que encuentren en los mercados internacionales, premisa que toma distancia del resto de modelos que siguen el enfoque secuencial (MacGuinness y Little, 1981). Sin embargo, los críticos de esta teoría argumentan que, más allá de tratarse de un modelo basado en la firma, su premisa se acerca más a una teoría del comercio internacional (Melin, 1992).

En la actualidad, esta teoría combina el enfoque clásico del ciclo de vida del producto, la noción basada en las ventajas comparativas, la teoría de las economías de escala, la innovación constante y la incertidumbre que encuentran las empresas en los mercados internacionales, abarcando un globo más amplio que permite generar mayor realismo a la explicación del proceso de internacionalización.

El enfoque destaca que, la producción y comercialización de los productos se generan inicialmente en el país de origen de la empresa y que, como consecuencia de sus características y atributos innovadores, logra desarrollar un cierto nivel monopolístico en el mercado, y por supuesto, un atractivo para nuevos competidores, al desplazar total o parcial su producción hacia otros países, siempre y cuando el mercado potencial sea grande y los costos de transporte justifiquen dicho cambio (Diana Escandón, 2009). Posteriormente y sólo con el pasar del tiempo (Malhotra, Agarwal y Ulgado, 2003), se estima que la demanda de nuevos productos crece en otros países desarrollados y la competencia despliega los productos en diferentes localizaciones. Por último, el precio cae fuertemente y la empresa decide ubicarse en países en vía de desarrollo para disminuir costos (Diana Escandón, 2009).

Las teorías citadas en el presente apartado van a ser utilizadas para brindar un panorama general y para explicar los procesos de internacionalización anteriores al nacimiento de las empresas llamadas Born Global.

1.2. Teorías modernas

Para poder continuar, en este apartado se expondrán las teorías modernas. En base a dichas teorías muchas empresas alcanzaron el desarrollo en un entorno más competitivo y con mayor acceso a la información, y cabe señalar que la expansión en mercados extranjeros es producto de estas nuevas condiciones, por lo que eran modelos ampliamente aplicados por las empresas. Gracias a estas nuevas oportunidades es que se consideran las siguientes teorías.

1.2.1 Perspectiva Born Global

La temática de este enfoque ha sido ampliamente estudiada en los últimos años, especialmente cuando se trata de explicar los factores que influyen en el proceso de internacionalización de estas empresas, a fin de contar con información relevante que sirva para las empresas nacientes. Para la investigación, nos interesa conocer qué factores influyen, según la teoría moderna, en la rápida internacionalización de las empresas a fin de analizar las bases que servirán para estudiar el caso peruano.

Los estudios realizados acerca de ésta perspectiva, tienen como factor común la aplicación de la teoría en sectores relacionados con la alta tecnología (Jolly, Alahutha y Jeannet, 1992; Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997). Así mismo, la naturaleza de esta perspectiva desafía a las teorías tradicionales de internacionalización, demostrando cómo las pequeñas empresas vinculadas a los sectores de alta tecnología logran incursionar en los mercados internacionales, sin tener que desarrollar un proceso secuencial y por etapas, gracias a directivos innovadores propensos al riesgo (Knight y Cavusgil, 1996).

Bajo esa misma premisa, algunas investigaciones destacan de manera implícita que, las características con las que cuenta el fundador de una empresa Born Global, son la clave para su existencia y consolidación (Harveston, Kedia y Van, 2001; Madsen y Servais, 1997;

McDougall, 1994). De estas características, la experiencia del fundador, en combinación con su deseo de superación, ambición y visión para los negocios, son las que más influyen, al momento de elegir llegar a mercados internacionales en búsqueda de lograr la consolidación de sus empresas (Diana Escandón, 2009). Así mismo, otros factores importantes dentro del estudio de este tipo de empresas, son sus características internas, como sus tipos de competencia, nicho de mercado elegido, el tipo de sector, el tamaño de la organización, la propensión a la creación de ofertas innovadoras, entre otros (Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997; McDougall *et al.*, 1994).

Para Madsen y Servais (1997), la aparición de empresas Born Global se da cuando se presentan tres factores básicos.

- 1) El primer factor, se basa en las *nuevas condiciones de mercado o del entorno*, que refieren al aumento de nichos de mercado que, como consecuencia, generen mayores oportunidades para la aparición de productos cada vez más específicos. Por tanto, con el fin de absorber, en la mayor medida posible, la demanda creada para estos nuevos productos, surge la necesidad de incursionar en estos mercados.
- 2) El segundo factor, se basa en *el desarrollo tecnológico* en diversos sectores, principalmente en los de producción, transporte y comunicaciones, que son los que facilitan la generación de condiciones propicias para el establecimiento de las empresas en el mercado internacional.
- 3) Finalmente, el tercer factor, se basa en las *capacidades del emprendimiento*, que hace referencia a la característica del componente innovador de la oferta y su escalabilidad, la cual le va a permitir tener la posibilidad de ser vendido en muchos países.

Las empresas Born Global, esencialmente se enfocan en un nicho de mercado específico, y logran desarrollar competencias altamente diferenciadoras que las hacen capaces de competir con las grandes empresas, reduciendo sus limitaciones al mínimo en términos de experiencia y recursos disponibles (Madsen y Servais, 1997). Es así como las Born Global logran

enfocarse principalmente en la creación de valor para sus clientes, como un medio que les permita asegurar su sostenibilidad dentro del mercado, apoyándose de una eficiente distribución de sus recursos, que casi siempre son escasos.

1.2.2 Teoría de Capacidades Dinámicas

Es importante para el trabajo el desarrollo de esta teoría porque podría explicar en parte como las empresas Born Global han podido desarrollar su modelo de negocio de rápida internacionalización al tratar de entender el manejo y/o gestión de los recursos y capacidades en los diferentes entornos en que se desenvuelven. La forma en como una empresa se desenvuelve será producto del conocimiento, experiencia y recursos que posee y maneja de determinada forma, forma que es adquirida e implantada en una organización como modelo de negocio o perfil necesario para el éxito y que se puede explicar con esta teoría.

Para complementar, se recoge la siguiente definición sobre capacidades dinámicas:

« Potencialidad (inimitable) de la empresa para generar nuevos saberes organizacionales a partir de una continua creación, ampliación, mejoramiento, protección, integración, reconfiguración, renovación, recreación, incremento y reconstrucción de sus *core competences*, para poder responder a los cambios en mercados y tecnologías, que incluyen la habilidad de la empresa de configurar el entorno en el que opera, desarrollando nuevos productos y/o procesos y diseñando e implementando nuevos o redefinidos modelos de negocio plausibles para conseguir mantener y/o ampliar las ventajas competitivas ». (Garzón, 2015, p. 117)

Según la investigación realizada por Garzón (2015), se contempla el enfoque de las capacidades dinámicas como principal modelo del manejo de los recursos y capacidades en la introducción al dinamismo, esto debido al papel de un entorno que constantemente cambia y que lo hace rápidamente. Por ello, expresa que las capacidades dinámicas comparten características en varias empresas, teniendo diferentes estímulos de desarrollo, pero manteniendo los mismos atributos clave como esencia. Por ello, se entiende que la teoría de

las capacidades dinámicas busca comprender cómo las empresas que actúan en entornos de cambio constante como los actuales, logra construir y desarrollar ventajas competitivas.

Algunos de los rasgos comunes que la teoría de capacidades dinámicas evidencia en la operatividad de las empresas se basan en las diferentes acciones recurrentes que influyen en su aprendizaje. Se trata simplemente de su comportamiento y de lo que la empresa debe saber hacer. Las capacidades dinámicas de cada empresa representan en sí mismas, las coordinaciones y manejo de sus recursos, que en muchos casos representan conocimientos intangibles que por sus características son difíciles de reproducir. Las empresas con estructuras eficaces que son capaces de sostener mecanismos para crear capacidades y para incorporarlos en sus procesos y productos que dan por consiguiente nuevas formas de crear valor, son llamadas empresas con capacidades dinámicas, en otras palabras, son consideradas empresas innovadoras. (Aguilar y Yepes, 2006)

De manera más específica, según Rodríguez, Ruiz y Martín (2011), empresas nuevas actuando en un entorno internacional, consideran al tiempo como una variable crítica, porque la empresa se encuentra en un ecosistema donde los cambios en la competencia y mercados son difíciles de determinar, y en el que se suma el acceso y oferta tecnológica que impulsa también un cambio tecnológico alto. Ante esta situación, el éxito dependerá de la velocidad en que una empresa responda y reconfigure las capacidades internas y externas en que tiene control, haciendo prioritario el estudio de sus procesos y la distribución de sus recursos con el fin de sobrevivir o generar ventajas competitivas constantemente. En otras palabras, la obtención de resultados internacionales importantes dependerá de la facilidad con que una empresa replantea su forma de responder ante el entorno, y generar valor a sus clientes.

Por otro lado, Garzón (2015) concluye que la propuesta teórica de capacidades dinámicas que estudió, presenta también características distintas porque esta depende del comportamiento de los entornos. Por ello, sostiene que empresas que operen en ambientes con un dinamismo moderado requieren de capacidades dinámicas que permitan mantener la competitividad y estrategia en base al conocimiento alcanzado en el sistema, con empresas con un modelo de

negocios claro, en donde se conozca a todos los agentes que influyen en sus operaciones y en donde exista estabilidad económica, político y social. En cambio, señala que empresas que operan en entornos muy dinámicos, donde la estabilidad no es alcanzable y los agentes actores se consideran muy turbulentos, se deben establecer medidas en donde las capacidades dinámicas deben ser constantemente estudiadas y orientadas a la creación de nuevo conocimiento específico que permita responder competitivamente a una situación determinada.

Es así que Garzón (2015), agrega que el enfoque de los recursos y las capacidades establece el valor de una organización y su posición competitiva en base a la cantidad y características de todos los recursos y capacidades que la organización posea o pueda utilizar. Esto lleva a que las organizaciones basan su desempeño en la dirección estratégica que dicta el uso de la dotación de recursos y capacidades, y que genera diferencias de resultados entre organizaciones.

Para poder mantener esta corriente, el desafío de una empresa está en descubrir cómo se implantan estas capacidades dentro de la rutina de la organización, no solamente reconocer que están presentes y existen es importante, sino, mantener estas actividades en el tiempo y lograr que se implanten como un “saber hacer” dentro de la organización es crítico. (Aguilar y Yepes, 2006)

Por consiguiente, la teoría de capacidades dinámicas puede explicar algunas de las características que debe tener una empresa con perfil de internacionalización global, en donde el modelo de negocios se basa estrictamente en la constante innovación en las actividades clave y recursos clave que posee la organización, implantando dentro de su estructura, las tareas y actividades dinámicas que definirán la empresa y que serán necesarias para satisfacer las necesidades de innovación frente a un entorno incierto, que permitirá llegar a un resultado final que será juzgado por el tiempo, variable de alta importancia, que finalmente definirá el éxito y valor de una organización.

1.3 Perspectiva Regional

En este apartado se explorará la realidad de los países con mayor potencial en nuestra región, países que serán estudiados y que representan referentes importantes que han podido fortalecer sus ecosistemas para lograr empoderar al emprendedor y proveerlo de las suficientes oportunidades empresariales internacionales que ayudaron al crecimiento económico y la mejora de la calidad de vida de cada nación. Para cada caso, dependiendo del país en estudio, se identificarán las fortalezas y los aciertos de cada ecosistema, poniendo énfasis en las propuestas e iniciativas implementadas en cada economía. Este apartado será importante para poder entender el análisis que se realizará en los siguientes capítulos del estudio, esto porque queremos exponer las realidades de la región para poder establecer una idea en general de lo que se podría replicar, complementar, mejorar e implementar a la realidad peruana.

1.3.1 Argentina

Para el siguiente apartado se ha revisado la investigación realizada por Diego Finchelstein (2012), que evalúa el impacto de la intervención del estado sobre los resultados de los países en busca de la internacionalización.

En su investigación, Finchelstein establece que el acceso al capital es la base principal sobre la que las empresas latinoamericanas pueden competir en el exterior. Los países desarrollados poseen esta ventaja y tradicionalmente siempre ha sido un bien escaso para empresas de países en desarrollo, principalmente por el pobre accionar de los gobiernos. El caso argentino refleja que políticas discontinuas e inconsistentes aunado a una debilidad institucional traen resultados deficientes (Finchelstein, 2012), causando problemas para las empresas que necesitan generar disponibilidad de capital. Se podría decir que Argentina fue precursor de la internacionalización de empresas hasta los años noventa, sin embargo, la cifra

total actual de sus empresas que se encuentran en el exterior es sumamente inferior a la de sus pares de Chile y Brasil.

Si se desea comprender el pobre rendimiento del país argentino, primero se debe tener presente que durante aquellos años el país sufría de una gran debilidad institucional, la cual inició desde 1992 cuando el Congreso argentino aprobó una nueva ley que permitía al sector privado participar del sistema de pensiones. Asimismo, durante aquellas fechas se decidió el cierre del banco de desarrollo argentino propiciando que el sector industrial se encuentre sin una de las escasas fuentes de financiamiento que necesitaba. Sin embargo, dicho banco de desarrollo no había tenido un comportamiento eficiente pues nunca utilizó sus recursos para otorgar créditos de largo plazo,

Luego, se recortaron las contribuciones de los trabajadores a tal sistema de un 11% a un 5% lo cual trajo como consecuencia una reducción de los ingresos de las AFJP. Después de la crisis económica y social del año 2001, el nuevo Gobierno continuó alterando las reglas del juego. Se convirtieron todos los fondos en dólares a pesos de forma compulsiva, reduciendo nuevamente y de forma significativa los ingresos de las AFJP. En el año 2007, y pese a que existía una ley que prohibía a las empresas que pertenecían al sistema privado de pensiones migrar hacia el sistema público, se cambiaron las reglas del juego una vez más revirtiendo lo dicho por esta ley. Todos estos cambios abruptos propiciaron una debilidad institucional que no permitió al sistema de pensiones mejorar la accesibilidad al crédito que las empresas tanto necesitaban para expandirse.

Según Finchelstein (2012) fueron tres principales causantes los que derivaron en el pobre desarrollo internacional de las empresas argentinas. Primero, el Gobierno implementó un proceso de privatizaciones que no se encontró englobado bajo un marco regulatorio adecuado. Segundo, esto propició que un reducido número de grupos económicos argentinos se involucraran en diversos sectores y el Estado no actuó oportunamente para evitarlo. Finalmente, al no aplicar las acciones pertinentes para evitar la presencia de multinacionales en sectores importantes de la economía, el Estado argentino perdió la oportunidad de poder crear campeones nacionales especializados que pudieran expandirse y competir con empresas

foráneas. Todas estas razones, aunadas a la discontinuidad de las políticas públicas hicieron posible que el proceso de internacionalización de las empresas sea mucho más lento.

Si bien Argentina ha atravesado un proceso complicado de internacionalización, las pocas firmas de gran tamaño que poseen activos fuera de América Latina se concentran en un porcentaje del 75% (ver Figura 1). Sin embargo, a diferencia de Brasil o Chile, la mayor parte de las firmas englobadas en dicho porcentaje se encuentran bajo los sectores asociados a la producción de commodities o actividades relacionadas y no a sectores más dinámicos como el de servicios.

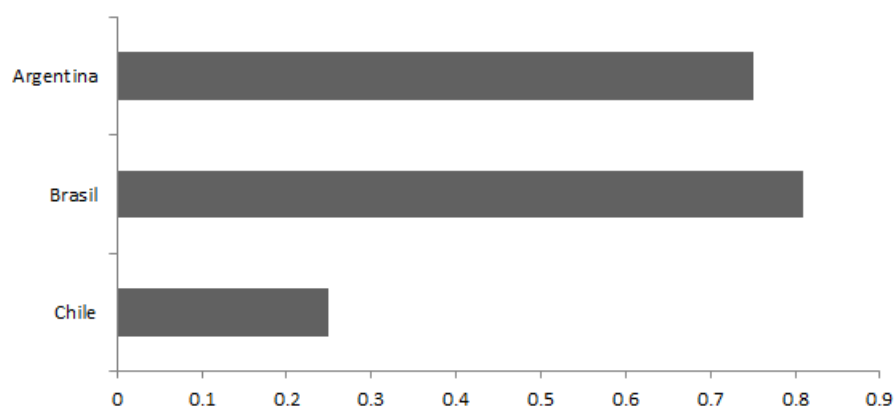


Figura 1. Firmas internacionalizadas con activos fuera de América Latina, por país. Tomado de "Estado e Internacionalización de Empresas: Los casos de Argentina, Brasil y Chile", 2012. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/43748225>

En resumen, pese a que Argentina fue uno de los primeros países cuyas firmas lograron expandirse al exterior las políticas implementadas por su Gobierno durante las décadas de 1990 y 2000 no contribuyeron a que las empresas lograran obtener acceso al crédito. Su banco de desarrollo ya se encontraba deteriorado y tuvo que cerrarse definitivamente. Para lograr atraer el capital doméstico e internacional, el Gobierno debió mejorar las condiciones de su mercado, pero falló en ello al intervenir en varias oportunidades propiciando un cambio en las reglas del juego y capturando parte importante de los fondos privados de pensión. En

consecuencia, las firmas argentinas aún hoy siguen sufriendo de escasez de capital lo cual resulta ser una fuerte barrera en su paso a la internacionalización.

Actualmente, Argentina es una de las más grandes economías de América Latina, con un Producto Bruto Interno (PBI) de US\$ 550,000 millones. Según el análisis del Banco Mundial, dicho país se encuentra en medio de un proceso de transformación económica que procura promover el desarrollo económico sostenible fortaleciendo la inclusión social y la inserción en la dinámica economía global (Banco Mundial, 2017).

1.3.2 Brasil

El caso brasileño es quizás uno de los más importantes para la investigación. Su gran despegue comienza a finales de la década del noventa y principios del dos mil. Década en la que registra paralelamente la masificación del internet a nivel mundial y de los avances tecnológicos que llegaban a muchas partes del mundo gracias a la globalización. El análisis de Brasil, nos ayudaría a identificar qué factores, además de su gran tamaño, hacen que sea el país que reúne las condiciones para ser la economía con mayor grado de internacionalización en la región.

El gran despegue tiene como punto de partida la apertura económica realizada en Brasil durante la década de los noventa, que abrió las fronteras de éste país al mundo, permitiendo la entrada de empresas transnacionales al mercado brasileño. Esta medida generó un gran impacto en el entorno empresarial doméstico, ya que se incrementaron los riesgos para las empresas brasileñas, que se veían amenazadas por la competencia foránea. Sin embargo, no todo fue negativo, pues esto significó, como consecuencia, tal como sostienen Cyrino y Tenure (2009), que la liberalización económica que se dió, permitiera una reconversión de la forma de hacer negocios de las empresas de este país; reformas que se vieron acompañadas activamente por el rol del Estado (Finchelstein, 2013). Tal transformación permitió que Brasil incremente su Inversión Extranjera Directa (IED) de manera exponencial desde finales de la

década mencionada, hasta finales de la década pasada; lapso de tiempo en el que muchas empresas de origen brasileño empiezan a consolidarse como líderes mundiales. El siguiente gráfico comparativo (ver Figura 2), evidencia lo mencionado en relación a la evolución de la IED de cada uno de los países estudiados en el presente apartado.

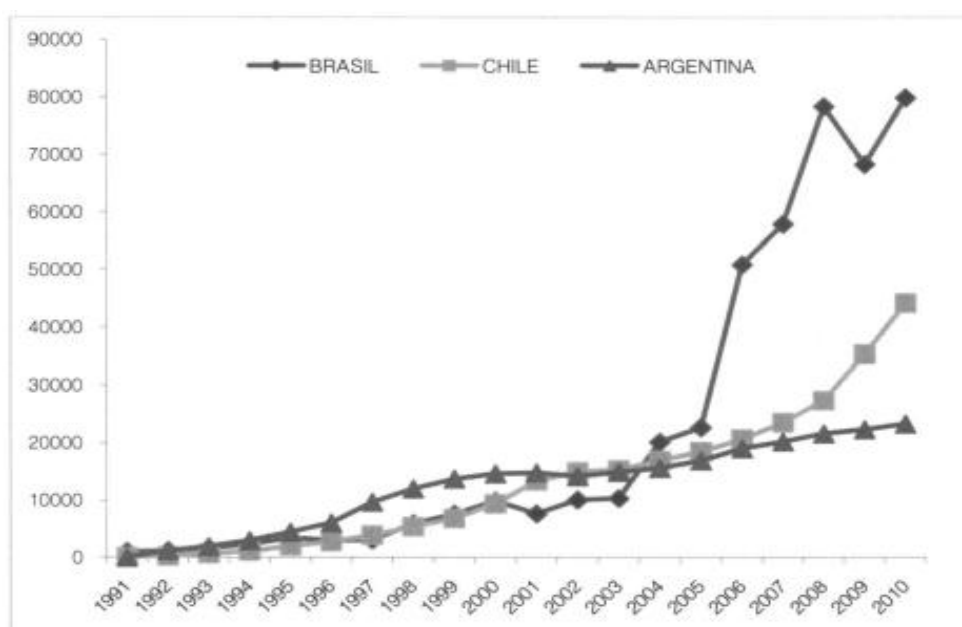


Figura 2. Acumulado de Inversión Extranjera Directa, 1991 - 2010 (millones de dólares). Tomado de “Estado e Internacionalización de empresas: Los casos de Argentina, Brasil y Chile. *Desarrollo Económico*, 53(209/210), 113-142”. Por Finchelstein, 2013. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/43748225>

Si bien a lo largo de las últimas décadas, como se presentó anteriormente dentro del análisis del enfoque de internacionalización de las empresas, se estudiaba la expansión internacional de las empresas desde una perspectiva de agencia (Dunning, 1988). Existen investigaciones que buscan explicar cómo las acciones del estado resultan ser factores determinantes para la cantidad y calidad de la internacionalización de las empresas (Finchelstein, 2013).

Para que el país brasileño sea el más desarrollado en términos de internacionalización de empresas, a lo largo de los años, el rol activo que cumplió el estado ha sido un factor

fundamental. En primer lugar, se debe resaltar el rol del Banco Nacional de Desarrollo (BNDES), su importancia es crucial para entender el proceso de internacionalización llevado a cabo en Brasil, pues sus acciones han sido decisivas en el mencionado proceso. En primer lugar, generó una renovación interna importante, realizando cambios que le permitan la asistencia a las empresas brasileñas en este proceso. Uno de los cambios se basó en crear un departamento específico para el otorgamiento de crédito para la adquisición de activos en el exterior. Para ello, el banco debió modificar sus estatutos, dado que la financiación de compra de activos fuera del país estaba inicialmente prohibida (Finchelstein, 2013). Por citar un ejemplo, el primer crédito otorgado a partir de la nueva línea fue el que el BNDES le otorgó a la actualmente multinacional JBS-Friboi, financiando el 85% del fondo necesario para la adquisición de la empresa argentina Swift-Armour (Além y Cavalcanti, 2005). Este gran paso que dio JBS-Friboi fue crucial, ya que llevó a la empresa a casi duplicar sus ventas, pasando de 520 a 900 millones de dólares americanos (Finchelstein, 2013). Posteriormente, la participación del BNDES se torna también fundamental, pues cumple un papel clave en la adquisición de la Swift norteamericana, compra que le permitió a JBS-Friboi convertirse en el mayor procesador de carne del mundo.

En segundo lugar, para (Finchelstein, 2013), el particular diseño e implementación del proceso de privatizaciones y las señales positivas generadas para la creación de grandes campeones nacionales resulta también una de las medidas fundamentales que cumple el Estado brasileño. Estas medidas implementadas, tienen como fin crear varias empresas especializadas de gran tamaño que ocupen una posición predominante en sus respectivos sectores antes de empezar su expansión al exterior. Esto quiere decir, que inicialmente deben concentrar sus recursos en un sector en particular como medio de desarrollo, posibilitando así que, en el futuro, cuando el mercado doméstico se torne maduro, la expansión internacional de las mismas resulte el siguiente paso natural a seguir. En algunos casos estas firmas son privadas, como los casos de la compañía minera Vale y la productora de acero Gerdau, sin embargo, existen los casos de empresas controladas por el Estado, como Petrobras.

Entonces, no debe sorprender que las mayores firmas internacionalizadas del Brasil sean también campeonas nacionales en los respectivos sectores de su mercado; situación que

difiere del caso chileno en donde las empresas más grandes internacionalizadas provienen del mismo sector.

1.3.3 Chile

Para el estudio, se revisó las investigaciones que existen acerca de intervención estatal y su impacto en una economía importante para la región como es Chile, porque queremos dar a conocer las estrategias, políticas e iniciativas que llevaron a Chile a ser considerado de alguna forma como un país modelo de desarrollo económico y empresarial para la región.

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2014), Chile basa su economía en la eficiencia, pero ahora se encuentra en plena transición a llegar a ser una economía basada en la innovación, aspectos que le han permitido estar entre los países más competitivos de la región. Los indicadores muestran que la población chilena es más propensa a iniciar un negocio propio ya que manifiestan que poseen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio, lo que quiere decir que la cultura emprendedora del país sigue en auge. Según GEM (2014), la presencia de los jóvenes en la actividad emprendedora sigue aumentando, mejorando los estándares y consolidando la dinámica emprendedora del país ya que perfilan sus negocios hacia el uso de nuevas tecnologías y la innovación. En relación a competencia, el emprendedor chileno sostiene que cerca del 50% ofrece productos novedosos pero que poseen altos niveles de competencia porque se enfocan en ofrecer servicios al consumidor en donde no existen barreras de entrada importantes. En cierto modo esta información explica porque los emprendimientos chilenos buscan expandirse de manera internacional, buscando nuevos mercados como respuesta a los altos niveles de competencia local.

Además, desde la perspectiva de Finchelstein (2013), el proceso de internacionalización de una empresa se ha visto influenciado en gran mayoría de forma positiva, gracias a las

acciones directas o indirectas que el Estado ha implantado en su Gobierno. Uno de los que quizá sea el proceso más reciente de internacionalización, es el chileno, en épocas anteriores a la década de los noventa no se encuentran registros de inversión en el exterior IED, a diferencia de estas dos últimas décadas, donde se considera a este país como uno de los mayores generadores de IED dentro de la región.

Según Amorós, Etchebarne, Torres, y Felzensztein (2015), la internacionalización de nuevas empresas medianas y pequeñas representan un desafío para los países en desarrollo, en especial aquellos con mercados internos y economías abiertas que se asemejan a la realidad de Chile.

Para el caso específico de Chile, se plantea según Finchelstein (2013), dos características que definen la internacionalización en este país: la concentración empresarial y la predominancia de empresas multi-latinas. Para Finchelstein (2013), la burocracia y expansión estatal ayudan a proveer incentivos que la internacionalización de empresas demanda desarrollar, una burocracia sólida funciona como un sistema de reglas claras, y una expansión internacional de empresas estatales puede llegar a ser un modelo de negocio para imitar, ambas situaciones ayudan a mejorar el entorno e inducen a la internacionalización de firmas domésticas. Todo esto acompañado de políticas públicas orientadas a promover la apertura de mercados y creación de oportunidades internacionales mediante, por ejemplo, la asistencia técnica, incentivos impositivos y misiones diplomáticas con fines comerciales, permitió crear una interesante lista de beneficios que influyen a las empresas a perseguir estrategias de internacionalización en Chile.

Un punto importante a destacar según GEM (2014), son los esfuerzos y políticas que se han desarrollado para afrontar las consecuencias que se generan en el emprendedor cuando este fracasa, comparando regionalmente, la siguiente figura (ver Figura 3), se detallan las razones por las cuales un emprendimiento fracasa.

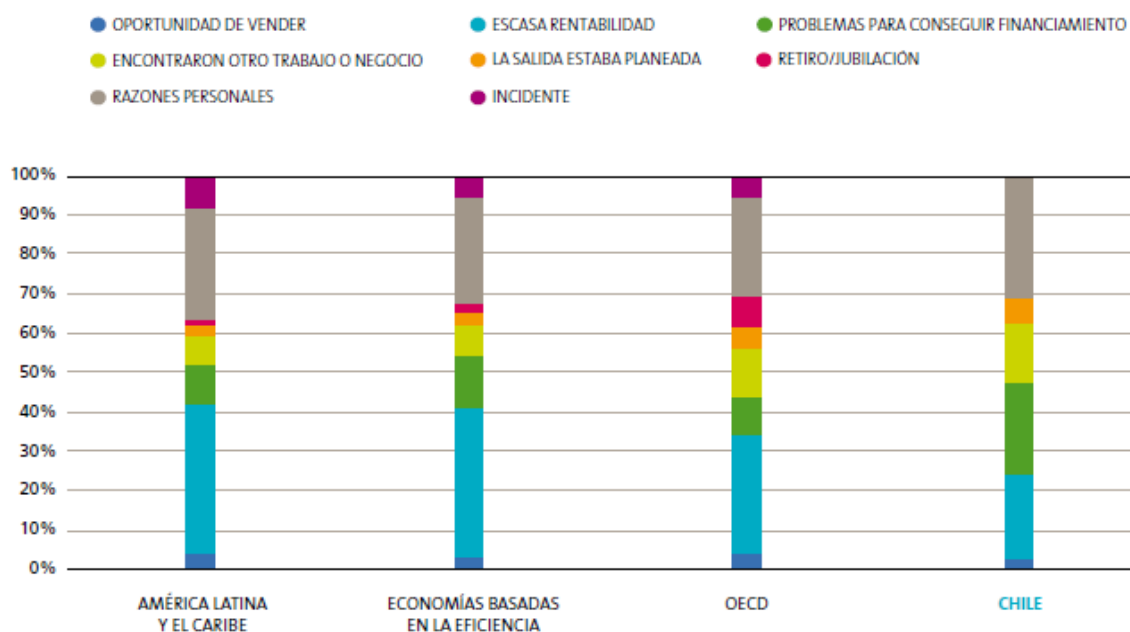


Figura 3. Razones expresadas tras la discontinuación de un emprendimiento. Tomado de “Reporte Nacional de Chile 2014”, por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2014. Recuperado de <http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2015/05/REPORTE-GEM-NACIONAL-2014.pdf>

Aunque el fracaso de los emprendimientos de la región sea problemática en general de la rentabilidad, Chile sigue un panorama diferente al resto de la región ya que las principales razones por las que los emprendimientos caen en fracaso son en mayor parte la falta de financiamiento, y la rentabilidad, problemas que han sido correctamente afrontados por el Estado y que se ha podido llegar a mantener una tasa de miedo al fracaso relativamente baja, esto gracias a la obtención de fuentes de financiamiento para emprendedores que fracasaron en el pasado pero que deciden re-emprender, la creación de nuevas leyes como la quiebra rápida y las facilidades virtuales para la creación de nuevas empresas en un solo día.

1.3.4. Perú

Para comenzar, es necesario hacer una revisión de los indicadores económicos del Perú, a fin de conocer la situación económica real del país a grandes rasgos. Según las estadísticas y

estudios elaborados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) (2015), el PBI de Perú creció un 3.3% en relación al último año, ubicándose como la 6ta economía más grande de América Latina por detrás de Chile, según el Fondo Monetario Internacional (FMI). Así mismo, según el informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), los países de la región van a presentar una contracción en su crecimiento durante el año 2016; sin embargo, Perú no se verá tan afectado, pues se le pronostica un crecimiento del 3.9%, dada la coyuntura favorable en relación al precio de los metales. En cuanto a la balanza comercial, para el año 2015, se presentó un déficit de US\$2,857 millones, según el Reporte de Inflación (RI) de diciembre que presentó el Banco Central de Reserva del Perú y se estima que para los años 2016 y 2017 también presente déficits, pero cada vez menores con US\$2,574 millones y US\$588 millones respectivamente. Finalmente, cuanto a flujos de Inversión Extranjera Directa (IED), como se muestra en la siguiente tabla (ver Tabla 2), según CEPAL, en el año 2014 el Perú se ubicó en el 3er lugar por detrás de Chile y México, manteniéndose así en el 6to lugar por detrás de Colombia en el stock de IED acumulada al año 2014, según la Agencia Central de Inteligencia (CIA por sus siglas en inglés).

Tabla 2

América Latina y el Caribe (economías seleccionadas): flujos de inversión extranjera directa hacia el exterior, 2005-2014, (En millones de dólares).

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Argentina	1311	2439	1504	1391	712	965	1488	1055	1097	2117
Brasil	2527	28202	7067	20547	-10084	11588	-1029	-2821	-3495	-3540
Chile	2135	2212	4852	9151	7233	9461	20252	20555	10308	12052
Perú	868	1327	987	200	3176	1038	1450	2330	1154	4452
México	6474	5758	8256	1157	9604	15050	12636	22470	13138	7610

Nota. Adaptado de “*La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe*”, sobre la base de cifras oficiales y estimaciones a mayo de 2015, por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2015, p. 34.

Por otro lado, en cuanto a políticas de desarrollo en favor del emprendimiento nacional, en el país se han creado planes y programas de desarrollo para atender las deficiencias resaltadas en el problema que, si bien cuentan con estrategias y objetivos interesantes en favor del ordenamiento empresarial, aún no desarrollan planes concretos para enfrentar a la problemática que acabamos de mencionar. Una prueba de ello es el Plan Bicentenario 2021, que establece como objetivo principal, la promoción del desarrollo de los principales sectores productivos de la economía, impulsando la formalización. Dentro de éste plan, en el apartado de Competitividad e Integración a los Mercados Globales, se plantea incentivar la organización asociativa de las MyPEs, promoviendo la inversión en infraestructura de comercio exterior mediante alianzas público privadas. Para el sector tecnológico en específico, se ha trabajado en la Política Nacional para el Desarrollo de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CTI), la cual analiza la problemática del sector tecnológico en el país y plantea una serie de directivas a seguir, con el fin de potenciar el sector, convirtiéndolo en un motor de desarrollo para la economía peruana; así mismo, establece como objetivo la promoción de incentivos que incrementen las actividades relacionadas al CTI.

Dentro de los intentos gubernamentales en favor del desarrollo de emprendimientos tecnológicos guiados por la alianza público-privada; en nuestro país, principalmente en la industria del software, se pueden encontrar algunos casos de empresas de acelerada internacionalización que poco a poco han comenzado a abrirse paso en nuevos mercados. Incluso, existen aceleradoras, incubadoras y proyectos diversos como Wayra o Startup Perú que promueven la creación de nuevas empresas Born Global.

Capítulo II. Plan de Investigación

2.1. Definición del problema

En el presente apartado, desarrollaremos a fondo la explicación del problema que origina la presente investigación; el cual, en específico, gira en torno a la razón por la cual las MyPEs peruanas no se expanden internacionalmente al mismo ritmo que sus similares de América Latina, explicando las deficiencias que desencadenan en esta problemática en el país.

Los emprendimientos que tienen componentes innovadores y que se constituyen posteriormente en empresas Born Global, enfrentan mayores desafíos que las empresas tradicionales, especialmente en las fases más tempranas de su desarrollo, debido a los altos riesgos e incertidumbre relacionados con sus operaciones. En ese sentido, el OCDE (2011) en su estudio sobre las Startups en América Latina, considera que las políticas públicas pueden ayudarlos por medio de instrumentos de apoyo, tales como financiamiento, asesorías, capacitación y marcos legales que sean los más apropiados en función de sus fases de desarrollo. Los resultados del estudio arrojaron los resultados que se pueden ver en el siguiente gráfico (ver Figura 4), en donde queda en evidencia la fase de desarrollo incipiente en la que se encuentra el Perú, ubicándose muy por detrás de sus similares de América Latina en cuanto al avance en políticas públicas en favor del desarrollo de las empresas nacientes.

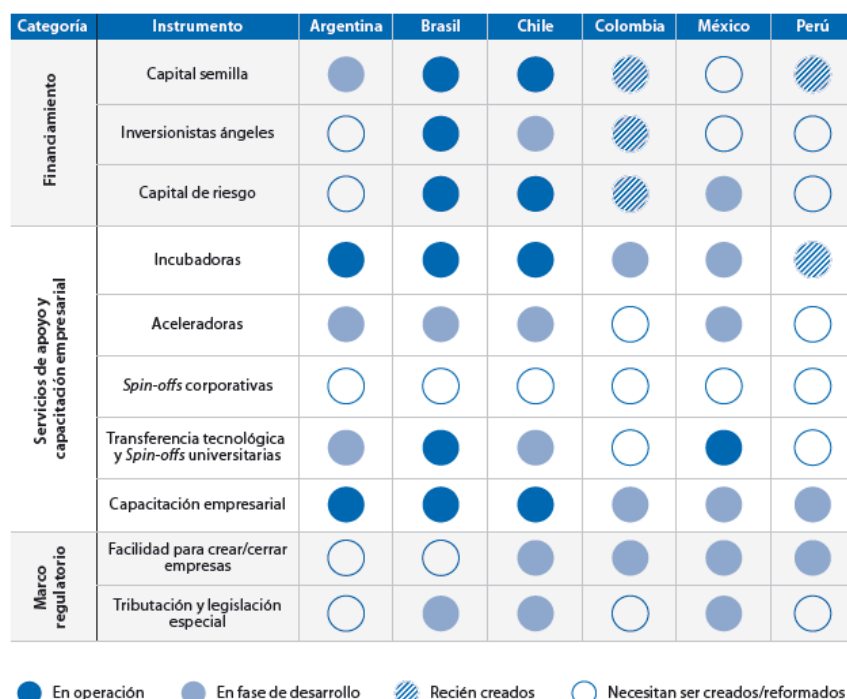


Figura 4. Apoyo directo a las startups en América Latina: Comparación entre países, 2012. Tomado de “Estudios del Centro de Desarrollo Startup América Latina PROMOVRIENDO LA INNOVACIÓN DE LA REGIÓN” por The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), 2013. Recuperado de https://www.oecd.org/dev/americas/SP_complete%20Start%20Up%20Latin%20America%20Spanish%20edition.pdf

Como se muestra en el gráfico, Brasil es el país más desarrollado en materia de financiamiento, seguido de Chile y de Argentina, mostrando a un Perú rezagado y únicamente en fase de nacimiento, en relación al financiamiento con capitales semilla. En materia de servicios de apoyo y capacitación empresarial, se repite la misma figura con la diferencia que en el Perú no existe una variable importante que se basa en la transferencia tecnológica y spin-offs universitarias, que sería de gran apoyo para canalizar la transferencia del conocimiento desde y hacia las escuelas. Finalmente, en cuanto a un marco regulatorio favorable, en el Perú no existe aún una política que beneficie a las empresas nacientes con una tributación y legislación especial, que incentive la formalización y no entorpezca el camino hacia el desarrollo de las mismas.

Así mismo, otra variable adicional a la presentada, es el escaso apoyo gubernamental en el fomento de una política de inversión en innovación tecnológica como motor de desarrollo. Como se aprecia en el siguiente gráfico (ver Figura 5), según el estudio elaborado por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) sobre el “Capital de Innovación en América Latina” (2014), el Perú está entre los últimos lugares en América Latina en relación al capital de inversión asignado para la innovación tecnológica, estimado como porcentaje del PBI, muy por detrás de Brasil Chile y Argentina, e incluso también por detrás de economías a las cuales supera en tamaño (en relación al PBI). Esto nos genera una serie de interrogantes a analizar, pues queda en evidencia que la política de desarrollo que sigue el Perú no incluye la inversión en innovación tecnológica, como uno de los motores principales para su desarrollo.

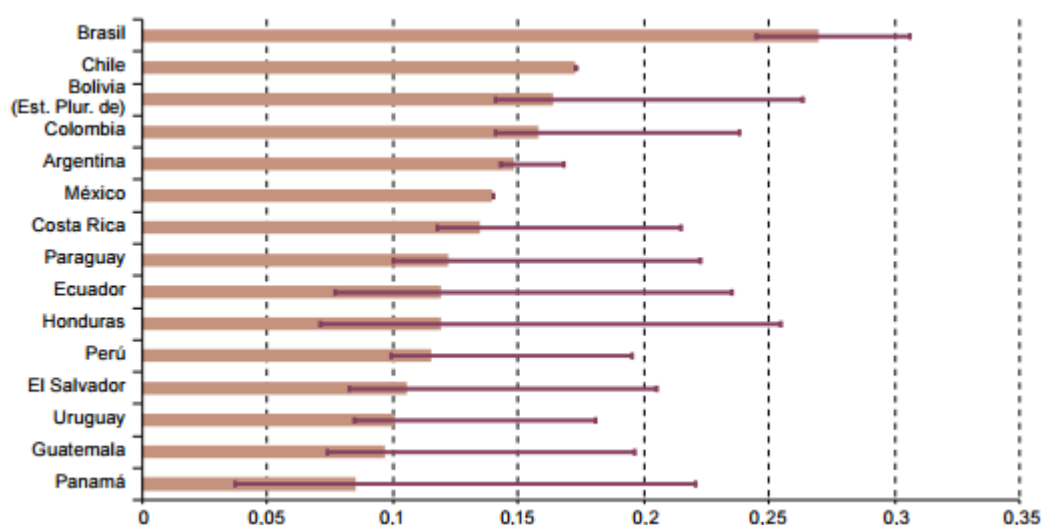


Figura 5. América Latina: capital de innovación estimado como porcentaje del PIB, 2010, (En porcentajes). Tomado de “La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe”, por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2015, sobre la base de O. de Groot, “Innovation capital in Latin America: A first attempt at analyzing the region’s competitive strengths in innovative capacity”, Santiago de Chile, CEPAL, 2014. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38214/S1500535_es.pdf?sequence=4

Nota. Las barras indican estimaciones del tamaño del capital de información, mientras que los márgenes se refieren al límite superior e inferior del intervalo de incertidumbre de la

estimación.

Es así, que es muy probable que la consecuencia de la escasa inversión en innovación tecnológica y el incipiente apoyo directo hacia las startups, sea que el Perú no goce de una posición muy alentadora, en comparación a los países utilizados para el estudio, dentro del Startup Ranking (2015) que muestra a las principales 4000 primeras compañías emergentes o startups en el mundo (ver Figura 6). Puesto que, aunque compite de cierta manera con Chile (ambos distribuyen su presencia entre las primeras 4,000 posiciones del ranking mundial), éste le saca ventaja debido a que posee una mayor parte de sus emprendimientos en posiciones más altas que las peruanas. En comparación con Argentina, se puede ver claramente la calidad del emprendimiento argentino que ubica sus 20 emprendimientos entre las primeras 2,500 posiciones a nivel mundial, a la mitad del gráfico, dejando al Perú con mucha calidad por desear. Finalmente, de una manera más contundente, Brasil deja una lección al resto de la región, con sus 20 emprendimientos dentro de las primeras 1,000 posiciones a nivel mundial, estando la mayoría de estos situados entre las primeras 500 posiciones.

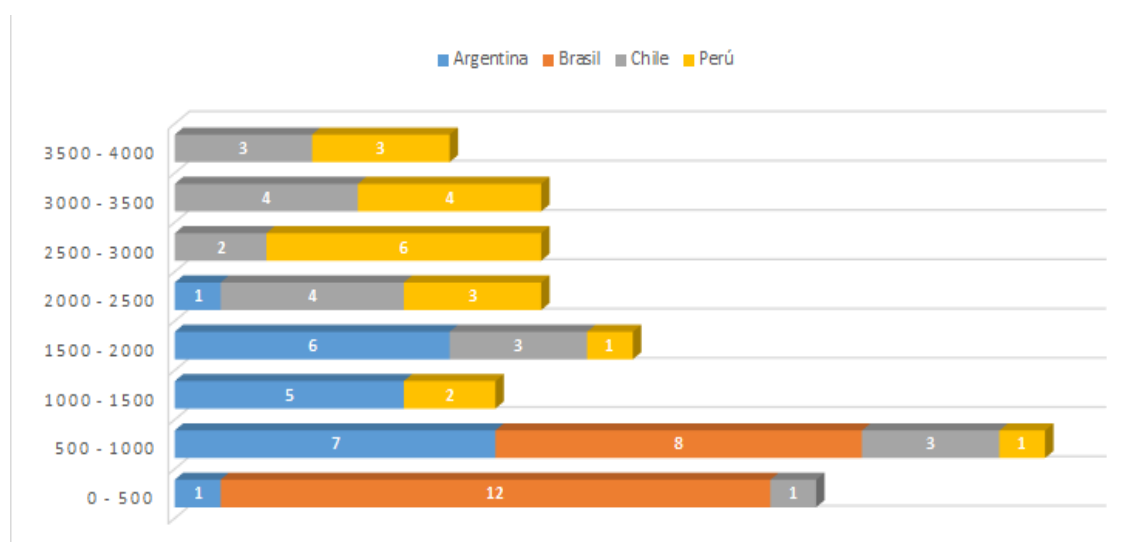


Figura 6. Distribución de Startups según Ranking y País 2015. Tomado de “Startup Ranking 2015”, por Compass, 2015. Recuperado de <https://startup-ecosystem.compass.co/ser2015/>

No obstante, si bien es cierto que muchos de los emprendimientos peruanos han comenzado a tener reconocimiento internacional y actualmente ya se encuentran prematuramente encaminados a establecerse en sus respectivos mercados, como por ejemplo Cine Papaya (puesto 721 en el ranking), no existe ningún emprendimiento peruano a parte de éste que se encuentre dentro de las 1,000 primeras posiciones del ranking mundial.

De esta pequeña comparación se podría inferir que las empresas peruanas están presentes de manera muy sutil en la comunidad emprendedora global, gracias a que poseen algunas herramientas derivadas del entorno económico, así como de la labor realizado por el gobierno y sector privado. Sin embargo, en comparación con otros países latinoamericanos se puede observar que las empresas peruanas y en especial las MyPEs no han logrado alcanzar importante éxito internacional, y hasta se podría decir que están muy lejos de lograr el éxito alcanzado por algunos líderes de la región. Por tal motivo, es muy importante que el presente trabajo logre dar respuesta a la interrogante de, ¿por qué las MyPEs peruanas no se expanden internacionalmente al mismo ritmo que sus similares de América Latina?, todo ello con miras a proponer cambios que ayuden a mejorar la situación de las MyPEs.

2.2. Hipótesis

En el presente apartado se expondrán dos hipótesis que serán analizadas con el fin de demostrar su relación con la problemática en investigación. Para poder realizar una investigación más completa e interesante, se está tomando en cuenta 3 agentes que tienen una participación importante en el ecosistema de los negocios, por ello en un primer momento será necesario analizar: el rol del estado y su influencia en las empresas; segundo, el emprendedor y su papel principal como fundador y director de empresas; y finalmente, el sector privado y su rol como participante activo en el mercado y entorno.

Por consiguiente, las Hipótesis son las siguientes:

Primera Hipótesis: El estado peruano es un actor importante que no es eficaz en la promoción de la internacionalización de sus empresas.

Según la bibliografía disponible, se pudo identificar que cierto número de investigaciones académicas tienen una orientación hacia el análisis de las políticas e iniciativas del estado y su importancia para el desarrollo de su economía. Por ello, se sostiene que las políticas y actividades que se han venido realizando por el estado no son las suficientes, ni son eficaces porque no se ven resultados concretos para la economía,

Segunda Hipótesis: Las variables que constituyen la cultura del empresario peruano entorpecen el desarrollo de nuevos emprendimientos.

Para añadir, se considera enriquecedor para la investigación, optar por analizar la realidad del empresario o emprendedor peruano, de tal manera de poder establecer un perfil representativo que nos ayude a responder la segunda hipótesis. Por ello, se sostiene que el actual emprendedor peruano no es capaz de visualizar las oportunidades globales que están presentes en el entorno porque no tiene las herramientas y/o conocimientos necesarios para poder aprovecharlos porque por cultura solo existe un modelo de negocio a seguir, el tradicional.

2.3. Definición de los objetivos

2.3.1. Objetivo General

Luego de presentadas las dos hipótesis y siguiendo con el desarrollo del Plan de Investigación del presente trabajo, como objetivo general proponemos lo siguiente:

Identificar, analizar y proponer los cambios necesarios para generar mayores oportunidades en favor de la internacionalización de las MyPEs.

Consideramos que la obtención de resultados aplicables en el entorno peruano es una de las razones que nos motivan a llevar a cabo este trabajo. Principalmente porque debemos aprovechar nuestra situación económica actual para empoderar al empresario MYPE y así obtener resultados mejores o iguales a los obtenidos en otras economías latinoamericanas.

2.3.2. Objetivos Específicos

Luego de establecer el objetivo general que motiva el presente trabajo, nos enfocaremos en desarrollar los objetivos específicos, los cuales se encuentran listados líneas abajo y delimitan el camino planteado para el desarrollo de la investigación:

5. Identificar los principales factores en la región que influyen en la internacionalización de una empresa.
6. Evidenciar la relevancia de las acciones del estado en el proceso de internacionalización de las empresas.
7. Proponer medidas que se pueden implementar en el Perú, que se basen en políticas estatales exitosas utilizadas en los países estudiados.
8. Comparar la realidad del emprendedor latinoamericano, y las características del perfil emprendedor de cada país estudiado, para replicar lo mejor en favor del emprendedor peruano.
9. Especificar qué aspectos de la cultura empresarial peruana deben variar para que las MyPEs se enfoquen en adoptar una internacionalización Born Global
10. Realizar propuestas de mejora para generar oportunidades de internacionalización Born Global que se puedan aprovechar por las MyPEs peruanas

Los objetivos específicos presentados ayudarán a profundizar la investigación y a encaminar el análisis del problema principal de una forma efectiva y más completa.

Capítulo III. Metodología

3.1 Selección del objeto de estudio y recopilación de información

Como parte de la investigación científica, la investigación cualitativa propone tomar múltiples casos de estudio, con el fin de testear de manera empírica teorías previas relacionadas al caso de investigación, y elaborar nuevas explicaciones teóricas para los temas o fenómenos materia de estudio (Miles & Huberman, 1994; Strauss & Corbin, 2002; Yin, 1994). Los casos analizados a lo largo la investigación, están condicionados a encontrar experiencias que cumplan con los criterios de elegibilidad propuesta en la investigación, y que nos apoyen a dar respuesta a una serie de interrogantes que están guiadas por la problemática que viven actualmente las empresas nacientes en el Perú. Los 3 casos analizados, a partir de los cuales establecemos referencias comparativas a lo largo del estudio, cumplen con los principios de la investigación cualitativa, que, como se menciona en una investigación realizada a expertos en la materia por Baker y Edwards, como parte de una publicación del National Center for Research Methods Review Paper, el número de casos a utilizar en una investigación cualitativa no es de carácter determinista, a diferencia de la investigación cuantitativa, y está condicionada a la particularidad de cada proyecto y guiado sobre la base del propio criterio del investigador (Baker & Edwards, 2012).

Es así que, como primer paso de la investigación, se identificó la problemática que vive en la actualidad el ecosistema empresarial peruano, específicamente en relación a las nuevas empresas nacientes, que cuentan con algún componente innovador que las pueda llevar a lograr una internacionalización acelerada. Una vez definida la problemática y la relación específica con éste tipo de empresas, se conduce la investigación en sintonía con una serie de preguntas dirigidas hacia los actores clave de esta investigación, los cuales se dividieron en dos. Por un lado, el rol del estado, y por el otro la cultura del emprendedor, complementando la información recogida con datos secundarios disponibles en la literatura que sirvan de soporte en la argumentación.

Para la selección de Brasil, Chile y Argentina como referencias comparativas, se utilizó el criterio establecido por Kathleen Eisenhardt (1989), el cual basa la selección de la referencia a utilizar sobre la relación existente con las características teóricas deseadas, que sean más próximas al objetivo de la investigación. Es decir, no se basa en una selección al azar, pues su objetivo es facilitar la creación de nuevo conocimiento a partir de la observación, a fin de completar nuevas categorías de análisis. Bajo esta premisa, se seleccionó a países en vías de desarrollo, que se encuentren dentro del continente americano y específicamente pertenezcan a América Latina. Pues el fin de la investigación es proponer soluciones, en base al análisis de similitudes y diferencias con economías lo más semejantes posibles a la peruana, pero que cuenten con un mayor grado de desarrollo en criterios como, grado de internacionalización de la economía, políticas en favor de la innovación tecnológica y cantidad de emprendimientos que se encuentren dentro del top de las 4000 startups más grandes del mundo, según el Startup Ranking (2015).

Luego de la selección, se establecieron dos hipótesis clave para la investigación, que a razón de la información encontrada, sumada al criterio de los investigadores, se consideró que eran las que mayor impacto tienen en la problemática. En primer lugar, el rol del estado ha cumplido un papel fundamental en el desarrollo de las economías seleccionadas, por ejemplo, impulsando los emprendimientos a partir de programas auspiciados por el estado en materia de promoción de las pequeñas empresas, alianzas público - privadas en favor de la creación de concursos y eventos que dotan a las empresas de recursos financieros y capacitación, y la instauración de un marco legal y fiscal que favorece el desarrollo y la formalización de las empresas más pequeñas. En segundo lugar, la cultura del emprendedor también juega un rol clave, pues depende de la misma la inclinación hacia ciertos tipos de emprendimientos por encima de otros, sin embargo, en la revisión de la literatura, encontraremos el porqué de tales diferencias entre estos países y el Perú.

Capítulo IV. Desarrollo

4.1. Aplicación

4.1.1. Rol del Estado

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014, desde sus inicios, plantea que la actividad emprendedora depende directamente de una serie de factores que representan las reglas de juego en las que operan las nuevas empresas. El conjunto de estos factores tiene como elementos principales, el apoyo institucional, los recursos financieros y capacitaciones, los incentivos al emprendedor y las características únicas del mercado que influyen directamente en el desarrollo de un emprendimiento.

4.1.1.1 Rol del Estado en Argentina

En Argentina, según el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) (2014), se rescata que a pesar de que se cuenta con cierta cantidad importante de emprendedores, las condiciones para hacer negocios en este ecosistema no son alentadoras. Revisando el estudio Doing Business (2017), el país se encuentra en el puesto 116 en facilidad de realizar negocios a nivel mundial, señalando que persisten obstáculos importantes en la creación de nuevas empresas, en el registro de propiedades, en permisos de construcción, comercio transfronterizo, pago de impuestos y protección de inversiones.

Desde un inicio, según la CAF (2014), Argentina incursionó en instrumentos para promover el trabajo conjunto entre el sector académico y privado, enfocado principalmente en fallas de mercado e instrumentos de demanda. Para ello, creó el Fondo de Empleados de RCN Televisión (FONDAR), fondo dirigido a proyectos de innovación en MyPEs a los que se les

pueda brindar recursos no reembolsables, pero que no tuvo tanto éxito como el esperado ya que se carecía de métodos y expertos en innovación.

Así mismo, existen recursos sectoriales del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (CyT), que funcionan como un sistema de reembolsos frente a gastos, cuyo problema radica en el tiempo en que se realiza la devolución que puede llegar a ser hasta un año y medio. Cabe añadir que, aunque existen parques tecnológicos, incubadoras y otras instituciones, estas no ofrecen apoyo diferenciado al software y/o TIC.

Con un éxito interesante y uno de los más importantes en Argentina, NAVES, concurso de plan de negocios, se estableció como un fondo de capital semilla para emprendimientos de base tecnológica, que a su vez fue acompañada por la puesta en marcha de la promotora de cultura emprendedora ENDEAVOR. De la misma manera, a continuación, se detallan más iniciativas existentes para los emprendedores en Argentina (ver Tabla 3), entre estas tenemos aceleradoras, que son instituciones que impulsan startups mediante programas con convocatorias concursales; y fondos de riesgo, una forma de inversión que financia startups nacientes que no tienen un historial financiero que permita confiar en sus resultados.

Tabla 3

Lista de iniciativas para nuevos emprendimientos en Argentina

INICIATIVAS	TIPO
Start-Up Weekend	Aceleradora
Palermo Weekend	Aceleradora
NXTP Labs	Aceleradora
Wayra	Aceleradora
Kaszek Ventures	Fondo de riesgo
Pimar AxVenture	Fondo de riesgo
Equitas Venture	Fondo de riesgo
LAVCA	Fondo de riesgo

Nota. Tomado de “*Emprendimientos dinámicos en América Latina, Avances en Prácticas y Políticas*”, por Banco de Desarrollo de América Latina, p 42, 2014. Elaboración propia.

Argentina cuenta con emprendedores modelos para la región, varios de ellos involucrados en iniciativas startup o empresas globales, entre los más destacados y conocidos se encuentra Mercado Libre, startup latina de alta valoración que opera únicamente por internet, de alto crecimiento y perdurabilidad.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2013), para Argentina se ha puesto de manifiesto la creciente importancia que tienen las políticas de innovación y el rol del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva en el país. Identificaron además que se ofrece apoyo en las primeras etapas de creación de empresas,

pero, la regulación e instrumentos financieros que están disponibles para las empresas en crecimiento y expansión están menos desarrollados. Aunque se avanzó mucho desde la creación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva en 2007, en donde este es responsable de la formulación de programas de innovación y políticas, y de la supervisión de algunos organismos encargados de su regulación, ejecución y promoción. El ministerio tiene como objetivo apoyar y orientar el desarrollo general de las empresas contribuyendo a crear un nuevo sistema que incremente la competitividad e inclusión social. Por su parte, desde el Ministerio de Industria, se operan programas de apoyo a la creación de empresas, facilitando el acceso a capital semilla, esto mediante recursos no reembolsables, y mediante capacitaciones para el desarrollo de habilidades emprendedoras (OCDE 2013). Dentro de las nuevas iniciativas implementadas por el Gobierno destacan, el buen papel del Gabinete Científico Tecnológico, del Consejo Institucional de Ciencia y Tecnología, la concentración en la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (ANPCyT) que administra los fondos concursales, la creación de novedosos mecanismos de financiamiento sectorizados, Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software (FONSOF) que financia la producción de Software con créditos y subsidios, y Fondo Argentino Sectorial (FONARSEC) que trabaja en el desarrollo de capacidades en áreas de alto impacto.

4.1.1.2 Rol del Estado en Brasil

En Brasil, según el reporte más reciente del Global Entrepreneurship (GEM) (2015), el país brasileño destaca con notoriedad en materia de dinamismo empresarial y emprendedor, pues el reporte revela que el 21% de la Población Económicamente Activa (PEA), se encuentra iniciando una actividad emprendedora, porcentaje del cual se desprende que el 47.8% de los mismos, declara estar emprendiendo motivado por una oportunidad de negocios atractiva y no por necesidad. Estos porcentajes dan como resultado un número considerable de nuevos emprendimientos en la actualidad, teniendo en cuenta que, según los datos del Banco Mundial (BM) (2014), la PEA de Brasil al 2014 era de casi 110 millones de habitantes, lo que genera un indicio validado de un clima favorable para el emprendimiento en este país. El caso brasileño es resaltante, pues en concordancia con lo mencionado en el capítulo 2 de esta investigación, el rol del estado ha sido fundamental a lo largo de los últimos 20 años y ha tenido mucho que ver en el desarrollo del ecosistema empresarial de éste país.

Según el estudio sobre los avances en prácticas y políticas en favor de los emprendimientos en América Latina elaborado por el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) (2014), en Brasil, a nivel gubernamental, los apoyos para la actividad empresarial son fundamentales, pues abarcan la problemática del emprendedor desde su etapa de nacimiento hasta su desarrollo. Para la atención de las necesidades de este grupo de interés, Brasil cuenta con diversas entidades especializadas para el tema de las pequeñas empresas y los emprendimientos; para la investigación, señalaremos 3 fundamentales. La primera es el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE), entidad que se encarga de la formación y promoción de la actividad empresarial en el país, cuenta con el apoyo de 5000 trabajadores y 8000 consultores y formadores certificados que trabajan a lo largo del país capacitando a los empresarios con los conocimientos técnicos en temas de financiamientos y gestión empresarial, que son necesarios para la apertura de un negocio y el manejo de los mismos. Con las experiencias recogidas en cada región del país, realizan informes sobre las necesidades de cada sector, con el fin de transmitir esa información entre diversas entidades financieras, tales como bancos, cooperativas de crédito e instituciones financieras, con el objetivo de crear productos financieros adecuados a las necesidades de cada segmento.

La segunda es la Financiadora de Estudios y Proyectos (FINEP), vinculada al Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de Brasil, está orientada al desarrollo tecnológico e innovador de la actividad empresarial y emprendedora del país. Cuenta con mecanismos para apoyar con financiamiento en forma de capital semilla a los nuevos emprendimientos, proveyendo de US\$ 65 millones en recursos no reembolsables destinados a proyectos innovadores en sus inicios y se proyecta a cubrir con este financiamiento a 10,000 iniciativas en los próximos 4 años, según el estudio elaborado por el CAF (2014). Entonces, es evidente el rol fundamental que cumple la FINEP en relación al desarrollo del país en base al apoyo de emprendimientos innovadores, pues sus acciones en el espectro del estudio, abarcan también su trabajo en universidades, institutos tecnológicos y otras instituciones públicas y privadas en coordinación con los programas del estado que contemplen el objetivo específico de esta entidad, como por ejemplo, La Estrategia Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación

(ENCTI por sus siglas en portugués), Brasil Sin Miseria, Programa de Aceleración del Crecimiento, entre otras políticas nacionales en defensa de las actividades de innovación.

Finalmente, y también dentro del rol del estado en favor del emprendimiento, están las acciones realizadas por el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES), que ofrece una serie de mecanismos de apoyo financiero a las empresas brasileñas de todos los tamaños, permitiendo con ella la inversión en todos los sectores económicos. En la última década, el BNDES ha alineado sus acciones a la realidad del mundo globalizado y a su objetivo de ser la entidad que facilite la internacionalización de las empresas brasileñas; por ello, busca otorgar financiamientos que incentiven la expansión de empresas brasileñas en el mundo, otorgando créditos para la exportación de bienes y servicios en proyectos realizados en el extranjero, proyectos de inversión extranjera directa y adquisiciones en el exterior. En la actualidad, el banco cuenta con una oficina en Londres, uno de los centros financieros más importantes del mundo, con el objetivo de aumentar su participación en la comunidad financiera internacional y colaborar de manera más efectiva en el proceso de internacionalización de las empresas brasileñas. Además, tal oficina sirve como puente entre inversores internacionales y las oportunidades de inversión ofrecidas por Brasil, por ejemplo, en el sector industrial, infraestructura y agronegocios.

Para el año 2013, el estudio del CAF (2014) subraya también otra de las acciones realizadas por el Gobierno en favor del emprendimiento tecnológico, resaltando el programa Start-up Brasil68, lanzado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Información, a través del cual se destina un fondo de US\$78 millones tanto para ideas locales como extranjeras que deseen poner en marcha su negocio dentro de la región, asignándoles US\$100.000 ejecutables en el período de un año. Este programa se inspira en el programa chileno Start-up Chile, con la diferencia de que se ejecutará a través de 9 incubadoras de empresas pertenecientes a la red pública del país. Es así, como programas de este tipo, hacen de Brasil un líder mundial en el establecimiento de incubadoras de negocio, pues cuenta con más de 400 emplazamientos de todo tipo en diversas regiones de su territorio.

Además, se destaca también a nivel mundial por contar con un ordenamiento para incubadoras y parques tecnológicos, muchos de ellos financiados o soportados por fuentes

públicas de Gobierno y universidades. Poniendo lo afirmado en cifras, según un estudio realizado por Xiomara Maldonado y Alejandro Gonzales (2015) en Brasil actualmente existen 71 parques tecnológicos, de los cuales el 34% se encuentran en fase de proyecto, 21% en fase de implantación y el 45% son parques operativos. Con respecto a su localización, éstos están localizados en zonas urbanas (86%), evidenciando las tendencias de los mismos a integrarse en las ciudades. Además, en relación a su ubicación con conexión a una universidad y sus centros I+D, se evidencia que en su mayoría buscan ubicarse si no dentro (36%), al menos cercano a una universidad (26%).

4.1.1.3 Rol del Estado en Chile

En Chile, el GEM (2014) indica que las Políticas de Gobierno tuvieron una evaluación positiva debido a las medidas pro-emprendimiento llevadas a cabo en 2013, que comprenden de una serie de incentivos a las empresas nuevas y en crecimiento, pero que para el 2014 el indicador volvía a ser negativo. Según el GEM, el siguiente gráfico (ver Figura 7) evalúa las políticas de Gobierno referentes al emprendimiento, cada experto consultado muestra su opinión como positivo (color amarillo) o negativo (color verde), siendo el total representado en porcentajes. Del gráfico se resalta que el 38.2% concordaba en que el procedimiento y requisitos existentes para desarrollar nuevas empresas no representaban alguna dificultad, y esto se puede explicar porque existen plataformas web que incentivan al emprendedor a crear su empresa en un solo día.

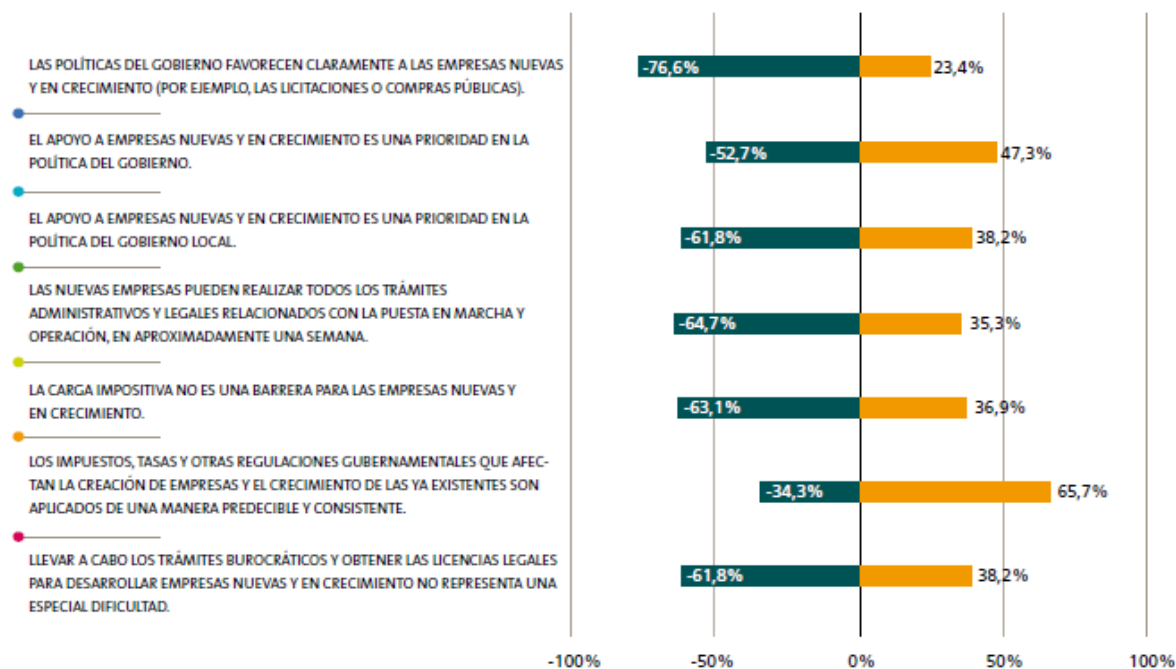


Figura 7. Evaluación de las políticas de Gobierno para el emprendimiento. Tomado de “Reporte Nacional de Chile 2014”, por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2014. Recuperado de <http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2015/05/REPORTE-GEM-NACIONAL-2014.pdf>

Así mismo, para las empresas chilenas, uno de los temas más importantes al momento de emprender es el nivel de carga impositiva y los datos del GEM (2014) indican que el 63.1% cree que este representa una barrera al momento de decidir emprender o continuar con un negocio.

Si bien es cierto que la mayoría de los resultados de la figura representan una opinión negativa sobre el desempeño de las políticas implementadas por el Gobierno, estas se sustentan en base al valor otorgado por los especialistas hacia las nuevas políticas, teniendo en cuenta la importancia de las que se implementaron años anteriores. Por lo tanto, se ven avances constantes con el paso del tiempo ya que se obtiene un apoyo importante de los expertos en relación a las políticas adoptadas por el Gobierno de Chile.

Por otro lado, el GEM (2014) complementa mediante el siguiente gráfico (ver Figura 8), que evalúa los programas de Gobierno referentes al emprendimiento, cada experto consultado muestra su opinión como positivo (color violeta) o negativo (color turquesa), siendo el total representado en porcentajes. Del gráfico se resalta que los programas de Gobierno tuvieron una evaluación positiva debido a los programas que impulsan el emprendimiento implementados por el Estado para el 2013, aunque para el 2014 el indicador se mantuvo positivo, no se tuvo tanto éxito como el año anterior, esto porque 61.1% de los expertos criticaron en mayor medida la dificultad que existe actualmente para el emprendedor en informarse de manera adecuada acerca de toda la gama de ayudas estatales contactando a un solo organismo público.

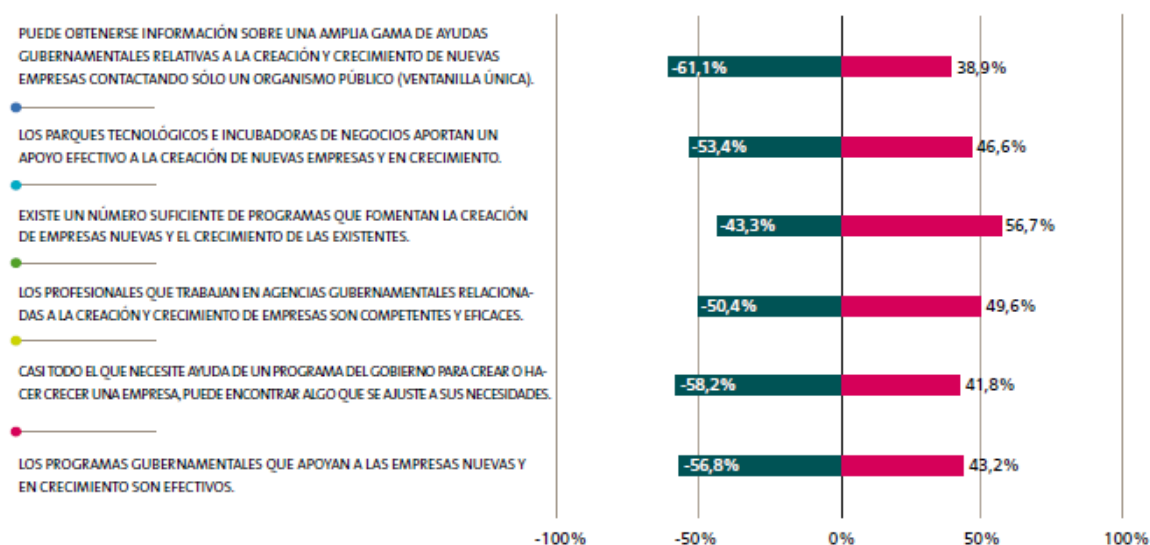


Figura 8. Evaluación de los programas de Gobierno para el emprendimiento. Tomado de “Reporte Nacional de Chile 2014”, por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2014. Recuperado de <http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2015/05/REPORTE-GEM-NACIONAL-2014.pdf>

Así mismo, los expertos indican que poseen una percepción positiva en cuanto al número de programas establecidos que están a la mano del emprendedor, este aspecto fue el mejor evaluado con un 56.7% de aprobación. Además, es interesante agregar que el 46.6% cree que

las incubadoras y los parques tecnológicos aportan de manera considerable a los emprendimientos nuevos y en crecimiento.

Si bien es cierto que la mayoría de los resultados de la figura no difieren mucho a la figura anterior que detalla las políticas, estos también representan una opinión negativa sobre el desempeño de los programas implementadas por el Gobierno y estos se sustentan en base al valor otorgado por los especialistas hacia los nuevos programas, teniendo en cuenta la importancia y el éxito de las que se implementaron años anteriores. Por lo tanto, de la misma forma que la figura anterior, se ven avances constantes con el paso del tiempo ya que se obtiene un apoyo importante de los expertos en relación a los programas adoptadas por el Gobierno de Chile.

4.1.1.4. Rol del Estado en Perú

De esta manera, se tomó a consideración los estudios realizados por la Global Entrepreneurship Monitor (GEM), organización que tiene presencia global y que realiza sus estudios en base a la valoración de expertos quienes evalúan las diferentes categorías estudiadas por esta organización. Para este apartado, se necesita revelar los resultados de la investigación para la realidad peruana, mediante el reporte GEM Perú 2013 se da a conocer la siguiente tabla (ver Tabla 4), realizada a 36 expertos quienes responden varios enunciados que representan condiciones del entorno que afectan al emprendimiento (EFC), valorando su respuesta mediante una escala de Likert de cinco puntos, en donde un número cercano a 5 significa que los expertos creen que la categoría a consulta aporta de manera positiva, y mientras una más cercana a 1 indica lo contrario.

Tabla 4

Evaluación de la valoración expertos sobre las siguientes categorías del GEM Perú 2013

EFC	Descripción	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	Promedio
	Entorno financiero								
1	relacionado con el emprendimiento	2.3	2.4	2.3	2.5	2.5	2.3	2.2	2.4
2a	Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	2.0	2.7	2.3	2.2	2.5	2.3	2.3	2.3
2b	Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2.1	2.4	2.5	2.3	2.2	2.0	1.9	2.2
3	Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	2.2	2.4	2.4	2.2	2.4	2.2	2.2	2.3
5	Nivel de transferencia en investigación y desarrollo	1.9	2.0	2.1	2.0	2.0	1.9	1.8	2.0
6	Acceso a la infraestructura comercial y profesional	2.7	2.9	2.8	2.8	2.7	2.8	2.8	2.8
8	Acceso a la infraestructura física	3.5	3.7	3.4	3.5	3.4	3.6	3.6	3.5
9	Apoyo de la sociedad y normas sociales y culturales	2.9	3.2	3.2	3.1	3.2	3.0	2.7	3.0

Nota. EFC = Condiciones del entorno que afectan al emprendimiento. Tomada de “*GEM Perú 2013*”, (p. 64), 2013.

De la tabla anterior se resalta que en comparación con el año anterior ha habido una caída general en la valoración de los expertos para todas las categorías presentadas en la tabla, siendo la categoría de “Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo” la que más varió negativamente en unos 0.7 puntos, categoría que representa las políticas públicas que tiene como tema prioritario el emprendimiento. De la misma forma, la categoría de “Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos” quien había tenido una tendencia positiva de valoración a lo largo de los años, cayó ligeramente en 0.3 puntos respecto al año anterior, categoría que tiene como tema prioritario la burocracia, impuestos y diferentes tasas que favorecen la creación y crecimiento de emprendimientos. Entre lo más sobresaliente tenemos la categoría de “Acceso a la infraestructura física” con una puntuación para el 2013 de 3.5 puntos que varía ligeramente si se compara con los años anteriores, categoría que representa el acceso a los recursos físicos disponibles de comunicación, servicios públicos o transporte a un precio justo. Entre lo más crítico está la categoría “Nivel de transferencia en investigación y desarrollo”, que posee una puntuación de 1.9 puntos para el 2013 pero que varía entre ± 0.2 puntos comparando su valoración con los anteriores años, categoría que representa la medida en que la investigación y desarrollo dará lugar a nuevas oportunidades y si estas estarán disponibles para las empresas.

Es necesario mencionar que la mayoría de valoraciones obtenidas por los expertos en todas las categorías se encuentran entre los puntos 2 que significa “en desacuerdo” y 3 que significa “es indiferente”, lo que nos lleva a pensar que se tiene que trabajar mucho en con estos factores para cambiar la percepción de los expertos que por el momento desaprueban lo realizado.

4.1.2. Cultura del emprendedor

La cultura del emprendedor es una parte importante del éxito que pueden tener los países al momento de aplicar una estrategia internacional. En este contexto, nace como necesidad la existencia de información relevante sobre los aspectos que conforman la cultura de cada país

y por ello en esta sección nos vamos a basar en los estudios realizados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que mide la dinámica del emprendimiento mediante diversos indicadores. Los reportes brindados por dicha entidad presentan información desde hace 17 años de más de 100 países y para este estudio se utilizará data relevante de los países latinoamericanos que se encuentran siendo analizados (Chile, Brasil, Argentina y Perú).

4.1.2.1. Perfil del emprendedor argentino

En cuanto a Argentina, el reporte del GEM menciona que ha atravesado etapas difíciles desde la época de los 90`s que han ocasionado que su economía se encuentre estancada y que las empresas no poseen incentivos para competir en el exterior. Como se mencionó en el capítulo 1, si bien actualmente Argentina posee empresas que facturan en mercados internacionales estas se encuentran trabajando en sectores tradicionales de producción de commodities y no en sectores innovadores como el de servicios.

Según el informe del GEM del año 2015, los emprendedores argentinos promedio son hombres de 25 a 44 años y con un nivel educativo alto. Asimismo, la cantidad de mujeres argentinas que se encuentran emprendiendo es menor (15.79%) a la de los hombres (19.87%).

Los países que figuran en el GEM son evaluados con un indicador llamado TEA (Tasa de actividad económica emprendedora) la cual presenta en porcentajes la prevalencia de los individuos de entre 18 y 64 años que se encuentran activamente involucrados en la creación de un negocio. En la siguiente figura (ver Figura 9), se procede a mostrar la evolución de la TEA de Argentina desde el año 2001.

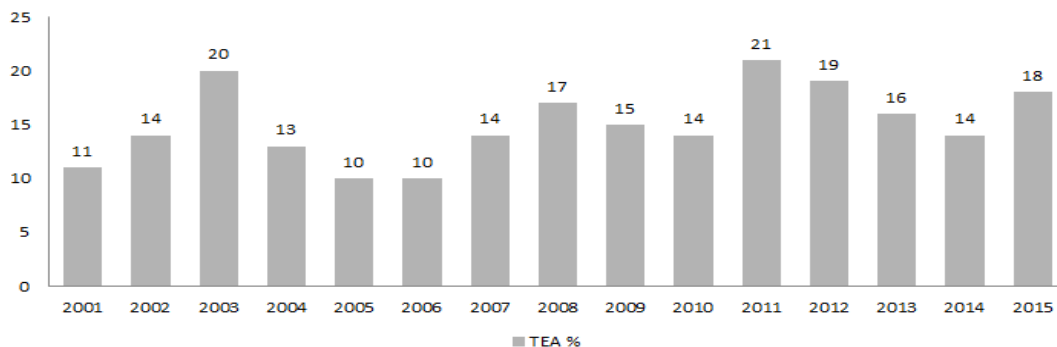


Figura 9. Evolución de la TEA % de Argentina desde el año 2001 hasta el año 2015, Tomado de "GEM Argentina 2015 Report" por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2015.

Se puede observar que la TEA ha tenido un comportamiento variable desde el año 2001 y si bien en el año 2014 dicha cifra fue bastante baja, durante el 2015 logró recuperarse.

El GEM clasifica sus variables en distintas categorías para describir de forma cualitativa la cultura empresarial de cada país y para mostrar los datos englobados en "Actitudes y Percepciones" se procederá a utilizar los indicadores más relevantes. La "Intención al emprendimiento", es una variable que muestra un porcentaje de los encuestados que tienen la intención o han comenzado un emprendimiento en los últimos tres años. En el caso argentino, en el año 2015 se recuperó en un 29.14% ante la caída que obtuvo durante el año 2014 (27.83%).

La "Percepción de Oportunidades", muestra a una porción de los encuestados que consideran que existen muy buenas oportunidades para emprender en el área geográfica en el que viven y en el caso de Argentina alcanzó la cifra de 45.88% durante el año 2015. Asimismo, la variable "Miedo al Fracaso", el cual se podría definir como el porcentaje de encuestados que no poseen aversión al riesgo al momento de tomar la decisión de emprender, alcanzó la cifra de 25.8% durante el 2015. Finalmente, para la variable denominada "El emprendimiento como opción de carrera deseable", expone el porcentaje de encuestados que consideran

comenzar un negocio o emprendimiento como una buena opción de carrera, en el 2015 el país argentino alcanzó la cifra de 62.06%.

Pasando a la siguiente categoría, denominada “Aspiraciones” se procederá a mencionar la variable “Orientación Internacional” la cual expone un porcentaje de la TEA que indica que al menos un 25% de los clientes provienen del exterior. Para el caso argentino, en el 2015 obtuvo una puntuación de 1.16% mostrando una tendencia decreciente en comparación con años anteriores. En resumen, el perfil del emprendedor argentino tendría las siguientes características (ver Tabla 5), según el GEM (2015):

Tabla 5

Perfil del emprendedor argentino

PERFIL DEL EMPRENDEDOR ARGENTINO	
CARACTERÍSTICAS	INDICADOR
Edad promedio	25 a 44 años
Educación secundaria	-
Hombres	19.87%
Mujeres	15.79%
Intención al emprendimiento	29.14%
Percepción de oportunidades	45.88%
Miedo al fracaso	25.80%
Orientación internacional	1.16%

Opción de carrera deseable

62.06%

Nota: El guion indica que no hay información acerca de esa categoría. Tomado de “*Reporte GEM Argentina 2015*”, (p.5), por Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

4.1.2.2. Perfil del emprendedor brasileño

De todos los países presentados, Brasil es el que mejores resultados ha obtenido en los últimos años. Según el informe brindado por el GEM 2015 la calidad del emprendedor ha mejorado gracias a diversos factores como el mayor acceso a la información de negocios, el papel activo de las organizaciones privadas y las políticas públicas orientadas a empoderar al microempresario. La cultura del emprendedurismo se encuentra tan arraigada en la sociedad brasileña que está considerada como una oportunidad para sobrepasar los problemas económicos particulares, lo cual se considera como emprender por necesidad. Vale decir que durante los periodos de bonanza económica, estos pequeños negocios se caracterizan por la creación acelerada de nuevos emprendimientos.

Los típicos emprendedores brasileños se encuentran entre los 25 a 44 años, pero también se observa un crecimiento de emprendedores de entre los 44 a 64 años, gente mayor que se encuentra cerrando su ciclo profesional. El reporte asimismo menciona como aspecto interesante a destacar que el 23.1% de los encuestados tienen estudios secundarios completos y en cuanto a géneros la importancia de las mujeres emprendedoras ha ido creciendo en Brasil. Comparando con las cifras obtenidas en el año 2002 (57.6 % de los emprendedores nuevos eran hombres y el 42.4% eran mujeres) actualmente ambas cifras han resultado ser muy semejantes indicando mayor participación de las mujeres en nuevos proyectos colocándose en el puesto 8 del ranking del GEM (21.7% de los encuestados son hombres y 20.33% son mujeres). Dichos datos coinciden con los de un informe titulado “Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas 2013”, elaborado por Sebrae (Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas). La evolución de la TEA de Brasil se muestra en la siguiente figura (ver Figura 10):

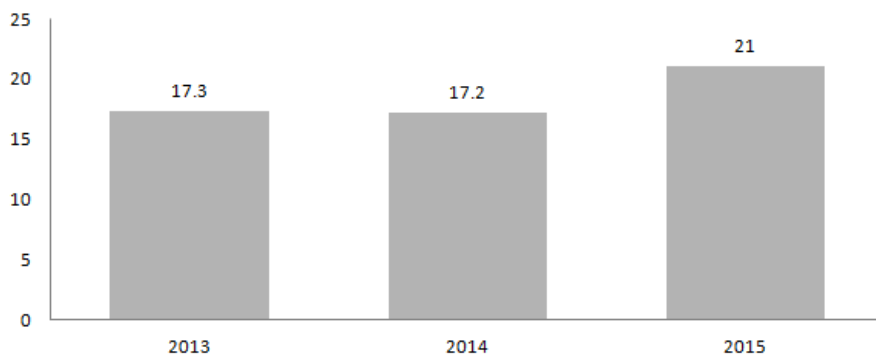


Figura 10. Evolución de la TEA % de Brasil desde el año 2013. Tomado de "GEM Brazil 2015", por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2015.

Desde el año 2013 se aprecia que ha tenido un desempeño constante y para el año 2015 consiguió aumentar hasta el 21%, encontrándose en el puesto 10 de 60 países. Según el GEM esto se explica por las actitudes positivas de la población brasileña ante el emprendimiento y a una cultura favorable. Sin embargo, en el reporte se menciona que se necesita mayor inversión en educación para que continúe su crecimiento.

La tasa de "Intención al emprendimiento" alcanzó la cifra de 24.37%, mostrando un decrecimiento desde el año 2013. En cuanto a la variable "Percepción de Oportunidades", en el año 2015 alcanzó un porcentaje de 42.38%, cifra que ha ido decreciendo desde el año 2013. Mientras tanto, la variable denominada "Miedo al Fracaso" ha aumentado a 44.74%, siendo el país con uno de las peores puntuaciones de todas las economías analizadas. En cuanto a "El emprendimiento como opción de carrera deseable", se tiene que Brasil obtuvo una puntuación de 77.66% presentando una tendencia a la baja desde el año 2012. Para el país brasileño, la variable denominada "Orientación Internacional" ha obtenido resultados muy bajos en comparación con los demás países mencionados (menos del 1%).

La percepción positiva de los brasileños en cuanto al emprendedurismo se puede explicar por un esfuerzo conjunto del Gobierno, organizaciones (Endeavor, Sebrae e IBQP) y los medios

de comunicación que buscaron promover la creación de nuevos negocios. Al menos un 51.7% de personas adultas conoce personalmente a alguien que comenzó un negocio pequeño en los últimos dos años. Cabe también señalar que la percepción de que existen buenas oportunidades para emprender un negocio ha disminuido de un 55.5% en el 2014 a un 42.4% en el 2015, esta variación se puede explicar mencionando que durante dicho periodo se reflejó una desaceleración en el crecimiento económico brasileño (PBI negativo en -3.8%). Según el reporte del GEM, la situación socio-cultural de Brasil contribuye con el establecimiento de nuevos proyectos y la creación de empresas. En resumen, el perfil del emprendedor brasileño tendría las siguientes características (ver Tabla 6), según el GEM (2015):

Tabla 6

Perfil del emprendedor brasileño

PERFIL DEL EMPRENDEDOR BRASILEÑO	
CARACTERÍSTICAS	INDICADOR
Edad promedio	25 a 44 años
Educación secundaria	23.10%
Hombres	21.70%
Mujeres	20.33%
Intención al emprendimiento	24.37%
Percepción de oportunidades	42.38%
Miedo al fracaso	44.74%
Orientación internacional	5.68%

Opción de carrera deseable

34.00%

Nota. Tomado de *Reporte GEM Brazil 2015* (p. 37), por Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

4.1.2.3 Perfil del emprendedor chileno

El país chileno ha sido muy afortunado al poseer un Gobierno que durante la última década se ha preocupado por desarrollar políticas que han logrado fortalecer su mercado y que han brindado incentivos para que las empresas opten por la internacionalización. El caso chileno muestra cómo las acciones de las instituciones del Estado pueden crear las condiciones necesarias para aumentar el capital que las empresas solicitan para internacionalizarse y crecer. Según el portal Euromonitor, como consecuencia de la situación económica y principalmente de la apertura de Chile al comercio han sido los principales factores en los cambios de actitud de la población hacia el consumo y el emprendimiento.

Según el reporte del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2015), el emprendedor chileno posee una edad promedio de 38.4 hasta los 46.1 años y solo un cuarto de los encuestados han obtenido educación secundaria. La cantidad de hombres emprendedores fue mayor (29.73%) en el 2015 al de las mujeres (22.14%). Continuando con los datos otorgados por las encuestas del GEM del año 2015 (ver Figura 11), se muestra un aumento de la TEA del Chile con un ligero decrecimiento hacia el año 2015.

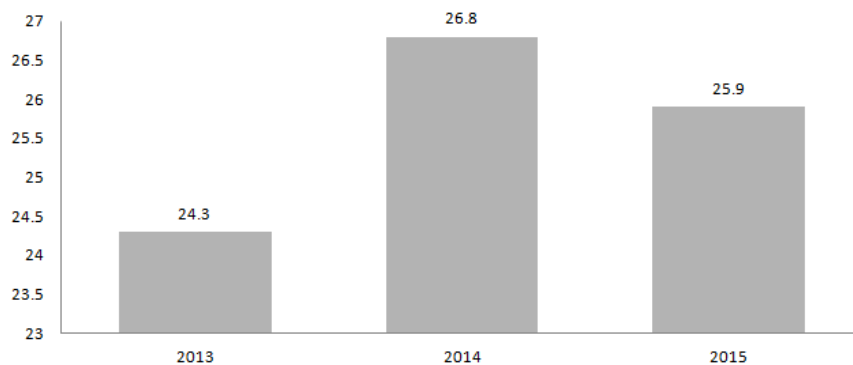


Figura 11. Evolución de la TEA % de Chile desde el año 2013. Tomado de "GEM Chile 2015 Report", por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2015.

En cuanto a la tasa de “Intención al emprendimiento”, Chile alcanzó la suma de 50.3%, siendo el país con el puntaje más altos de todos los países estudiados. Asimismo, la tasa de “Percepción de Oportunidades” para el año 2015 fue de 57.35%, lo cual muestra una baja respecto a las cifras de años anteriores (por encima del 60%); sin embargo, es el país con el porcentaje más alto de las economías analizadas. El “Miedo al fracaso” en Chile alcanzó una cifra de 28.06% durante el año 2015, denotando un decrecimiento con respecto al año 2014 (28.39%). Para la variable “El emprendimiento como opción de carrera deseable” se obtuvo que mantuvo una tendencia creciente, alzándose con un porcentaje de 69.65% en el 2015.

En cuanto a las “Aspiraciones” de los encuestados se concluye que el país chileno alcanzó el puntaje más alto de los países analizados (13.22%) en la variable de “Orientación Internacional”.

En líneas generales se puede decir que el contexto socio-cultural evaluado por el GEM 2015 obtuvo una percepción bastante positiva respecto al año 2014. Se mantiene una idea positiva respecto de que la cultura nacional chilena apoya y valora el éxito individual empresarial conseguido a través del éxito personal (68% de los encuestados). También, un 58% considera que las normas culturales y sociales enfatizan la autosuficiencia, autonomía e iniciativa

personal. En resumen, el perfil del emprendedor chileno tendría las siguientes características (ver Tabla 7), según el GEM (2015):

Tabla 7

Perfil del emprendedor chileno

PERFIL DEL EMPRENDEDOR CHILENO	
CARACTERÍSTICAS	INDICADOR
Edad promedio	38 – 46 años
Educación secundaria	25.00%
Hombres	29.73%
Mujeres	22.14%
Intención al emprendimiento	50.30%
Percepción de oportunidades	57.35%
Miedo al fracaso	28.06%
Orientación internacional	13.22%
Opción de carrera deseable	69.65%

Nota. Tomado de *Reporte GEM Chile 2015 (p. 16)*, por Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

4.1.2.4. Perfil del emprendedor peruano

Perú en los últimos años ha obtenido resultados variados, pero en el reporte del GEM 2015 se menciona que el país es uno de los más emprendedores de América Latina. Asimismo, el reporte recalca que especialmente el año 2014 fue marcado por un ecosistema emprendedor mucho más dinámico que en periodos anteriores, especialmente promocionando emprendimientos innovadores y de alto impacto.

La TEA de Perú es de 28.8% y evidencia una tendencia ascendente según el estudio del GEM del año 2014, en la siguiente figura (ver Figura 12), se muestra su evolución desde el año 2012:

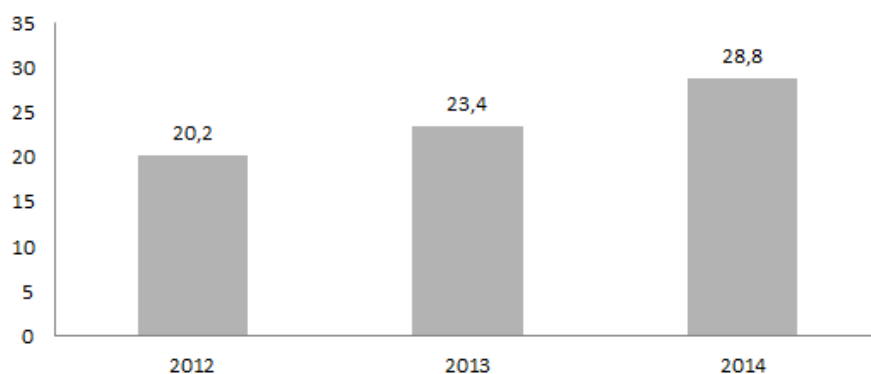


Figura 12. Evolución de la TEA % de Perú desde el año 2013. Tomado de "GEM Peru 2015 Report", por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2015.

El emprendedor peruano promedio, según el reporte del GEM, es un hombre adulto con una edad aproximada de 36.2 años. Posee educación secundaria completa (50% de los encuestados), tiene un alto ingreso familiar (54% de los encuestados) y el 60% de ellos se define como autónomos (trabajan por su propia cuenta). Asimismo, al igual que su par brasileño, se puede notar que en el último año se ha podido vislumbrar mayor igualdad de

género en cuanto a participación en la actividad emprendedora (22.50% de los encuestados son mujeres y 21.93% son hombres)

La tasa de “Intención al emprendimiento” alcanzó una cifra de 38.56% en el año 2015, lo cual muestra que hubo una disminución con respecto al año 2014 (50.60%). Asimismo, durante el año 2015 la variable “Percepción de Oportunidades” alcanzó una cifra de 51.36%, siendo el segundo país con el porcentaje más alto de las economías estudiadas. Luego, la tasa de “Miedo al fracaso” ha ido disminuyendo exitosamente desde el año 2012 y llegando al 25.53% de los encuestados para el reporte del 2015. Para la variable “El emprendimiento como opción de carrera deseable”, durante el año 2015 se obtuvo una cifra de 72.27%, siendo el segundo país en obtener un puntaje alto de los encuestados. En cuanto a la variable “Orientación Internacional”, se muestra que las cifras aumentaron estrepitosamente en el 2014 (12.28%) y volvieron a bajar hasta alcanzar el 5.68% en el 2015.

A pesar de haber obtenido resultados mayormente positivos, el reporte del GEM finaliza mencionando que aún falta mucho por hacer en términos de combatir la burocracia, la cual es un verdadero obstáculo en el desarrollo de cualquier negocio. Asimismo, hay un renovado impulso en mejorar la calidad de la educación emprendedora, pero en líneas generales sigue siendo insuficiente para alentar la creación de una basada en el emprendimiento y la innovación. En resumen, el perfil del emprendedor peruano tendría las siguientes características (ver Tabla 8), según el GEM (2015):

Tabla 8

Perfil del emprendedor peruano

PERFIL DEL EMPRENDEDOR PERUANO	
CARACTERÍSTICAS	INDICADOR
Edad promedio	36.2 años
Educación secundaria	50.00%
Hombres	22.50%
Mujeres	21.93%
Intención al emprendimiento	38.56%
Percepción de oportunidades	51.36%
Miedo al fracaso	25.53%
Orientación internacional	5.68%
Opción de carrera deseable	72.27%

Nota. Tomado de *Reporte GEM Perú 2015*(p.41), por Global Entrepreneurship Monitor.
Elaboración propia.

Capítulo V. Análisis

En el presente capítulo, se realiza un análisis exhaustivo sobre la base de las hipótesis planteadas en el segundo capítulo. Según el informe realizado por el Programa de Desarrollo Emprendedor (PRODEM) (2016), los países que conforman América Latina se encuentran impulsando la creación de nuevos emprendimientos dinámicos, entre los que, principalmente las MyPEs, han logrado desarrollarse de tal manera que en la actualidad todos los países de la región cuentan con iniciativas e instituciones que fomentan su crecimiento. Dicho desarrollo es particular para la situación de cada país.

Los resultados obtenidos en dicho informe, evidencian la situación actual del emprendimiento en América Latina, ubicando a Chile como líder regional, seguido de Brasil. Asimismo, establece que las fortalezas más importantes de los países son las condiciones de la demanda y la cultura a pesar de que estas dimensiones han registrado una evolución desfavorable en los últimos tres años. Tanto las iniciativas públicas como las privadas, son los motores de esta nueva generación de emprendimientos, destacándose la labor de organismos no gubernamentales. Esto se puede evidenciar en el caso de los países de Chile y Brasil, pues Argentina se encuentra en una posición muy lejana de sus pares, debido a la política restrictiva que el gobierno aplica desde los años 90`s. A continuación (ver Figura 13), se muestra los resultados del ranking latinoamericano sobre emprendimiento en el año 2016:

Ranking en América Latina	País	ICSEd 2016	Posición en el ranking global	Cambio vs. ranking 2015
1	Chile	38,42	31	0
2	Brasil	33,74	37	+1
3	México	31,90	38	+3
4	Uruguay	31,60	39	+3
5	Colombia	31,33	40	0
6	Costa Rica	31,32	41	-4
7	Argentina	29,94	43	-3
8	Bolivia	25,81	45	+3
9	Perú	25,71	46	0
10	Ecuador	24,73	48	0
11	Panamá	24,37	49	-3
12	Venezuela	19,27	51	0
13	El Salvador	15,64	54	0
14	República Dominicana	12,87	55	+1
15	Guatemala	11,71	56	-1

Figura 13. Ranking de Emprendimiento Latinoamericano 2016. Tomado de "Condiciones Sistémicas para el emprendimiento dinámico 2016. Novedades y tendencias para fortalecer e integrar los ecosistemas de la región", por Programa de Desarrollo Emprendedor (ICSEd-Prodem), 2016.

Como se mencionó anteriormente Chile se encuentra en primer lugar seguido de Brasil. Argentina ha obtenido el séptimo lugar y Perú no ha variado su posición con respecto al 2015, encontrándose muy por debajo de las demás economías mencionadas. Dicho informe menciona también que un factor importante que condiciona el desarrollo de la actividad emprendedora de un país es el de las políticas y programas gubernamentales. Es bajo esta premisa que el análisis sostiene que al hacer una comparativa entre los países tocados en este estudio se obtuvo lo siguiente.

Chile cuenta con una fuerte y ejemplar orientación institucional hacia el emprendimiento que se ha mantenido y potenciado con el pasar de los años y gobiernos. Condiciones que han permitido a Chile ser considerado como uno de los mejores de la región y cuyas iniciativas implementadas por su gobierno contribuyeron en mayor medida a lograr dicho resultado.

Dichas directivas han venido siendo aplicadas desde el 2013 y ha recibido respuestas positivas de los analistas y estudiosos del tema. Entre las que resaltan tenemos: la facilidad para crear empresas, que en la actualidad permite al emprendedor realizarlo solamente en un día y de manera virtual; la disminución de la burocracia; incentivos impositivos, y el acceso libre a la información. El mercado chileno se caracteriza por estar muy concentrado, una parte importante de las reformas, programas o políticas del gobierno están dirigidas a sectores específicos como el RETAIL, los cuales son grandes generadores de Inversión extranjera Directa (IED) cuyas empresas prefieren estar operando solamente en América Latina. Por otro lado, lo que diferencia a Chile de los demás países fueron sus reformas, intervención estatal, privatizaciones, y la promoción de algunos de sus programas, aunque no todas sus iniciativas se realizaron de la mejor forma, estas tuvieron un interesante impacto dentro de las empresas chilenas. Si bien es cierto que Chile no era protagonista hace muchos años atrás, ahora representa uno de los mayores generadores de IED de la región, junto con Brasil y México.

Una situación similar se puede encontrar en Brasil, destacando con notoriedad por su atractivo clima empresarial, que ha hecho posible que el 21% de la PEA (aproximadamente 23.1 millones de habitantes según datos del Banco Mundial 2014) se encuentre realizando alguna actividad emprendedora. Sin duda, estamos ante un gran número de emprendimientos que se originan en el país, empujados por una serie de factores que favorecen esta dinámica y que en gran parte son generados sobre la base de las políticas de fomento dictadas por el estado brasileño, quien ha cumplido su labor a lo largo de los últimos 20 años, teniendo mucho que ver en el desarrollo del ecosistema empresarial de éste país.

Dentro de las acciones más resaltantes, podemos destacar los programas desarrollados por el estado, en colaboración con entidades privadas, en favor de la promoción del emprendimiento y desarrollo empresarial en el país. En primer lugar, tenemos a los programas de formación y promoción de la actividad empresarial, que bajo la responsabilidad del Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas empresas (SEBRAE), han logrado fortalecer las bases del desarrollo las MyPEs, a partir del trabajo en temas de gestión empresarial con sus emprendedores, a fin de dotarlos de las herramientas necesarias para su desarrollo. Por otro

lado, la Financiadora de Estudios y Proyectos (FINEP), vinculada al Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de Brasil, orientada al desarrollo tecnológico e innovador de la actividad empresarial y emprendedora del país, viene aportando con capital semilla a los nuevos emprendimientos, proveyendo de US\$ 65 millones en recursos no reembolsables, proyectándose a cubrir con este financiamiento a 10,000 iniciativas en los próximos 4 años, según el estudio elaborado por el CAF (2014). Así mismo, las acciones realizadas por el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES), durante los últimos años han sido fundamentales, pues ofrecen una serie de mecanismos de apoyo financiero a las empresas brasileñas de todos los tamaños, permitiendo con ella la inversión en todos los sectores económicos dentro del país. Finalmente, el hecho de contar con un gran número de parques tecnológicos (71 parques tecnológicos según estudio realizado por Xiomara Maldonado y Alejandro Gonzales, 2015), origina que el país tenga ese ordenamiento ideal para el desarrollo de empresas innovadoras en base a la colaboración, gestionando la transferencia tecnológica y conocimientos entre empresas, universidades y mercado.

Como resultado, es evidente que las respuestas a tales acciones han sido positivas, pues Brasil es el líder regional de América Latina en materia económica, y parte de este resultado, además de lo mencionado, es el destrabe de los procesos que se originan desde la formación hasta el desarrollo de las empresas. Con la agilización del procedimiento para la creación de una empresa, la disminución de la burocracia y los incentivos impositivos, el ecosistema empresarial se torna idóneo para la generación de emprendimientos en el país. Y si a esto le sumamos el hecho de que Brasil es un país que fomenta desde varias directrices la innovación tecnológica, tenemos como resultado el origen de empresas con escala global o de crecimiento acelerado, que se apoyan de los componentes tecnológicos e innovadores, para diferenciarse en el mercado y generar ventajas competitivas.

En contraste, Argentina es el único país cuyo Gobierno entorpeció el desarrollo de un ecosistema dinámico emprendedor haciendo que actualmente se encuentre en el puesto 116 del ranking Doing Business. Dicho resultado evidencia que persisten obstáculos en el establecimiento de nuevas empresas. Actualmente, algunas iniciativas gubernamentales (tales como Naves. Endeavor o los recursos sectoriales brindados por el Ministerio de

Ciencia, Tecnología e Innovación) sirvieron para reencaminar la situación de las empresas argentinas. Cabe mencionar que Argentina es la segunda economía mencionada que posee más activos en el exterior, sin embargo, estos corresponden en su mayoría a la compra y venta de commodities. En cuanto a su actividad emprendedora se puede vislumbrar una tendencia hacia la internacionalización de servicios que a la de creación de productos. Muchos de estos nuevos negocios se han convertido en un referente para la región, entre los más destacados se encuentra Mercado Libre.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2013), para Argentina se ha puesto de manifiesto la creciente importancia que tienen las políticas de innovación y el rol del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva en el país. Identificaron además que se ofrece apoyo en las primeras etapas de creación de empresas, pero, la regulación e instrumentos financieros que están disponibles para las empresas en crecimiento y expansión están menos desarrollados. Aunque se avanzó mucho desde la creación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva en 2007, en donde este es responsable de la formulación de programas de innovación y políticas, y de la supervisión de algunos organismos encargados de su regulación, ejecución y promoción. El ministerio tiene como objetivo apoyar y orientar el desarrollo general de las empresas contribuyendo a crear un nuevo sistema que incremente la competitividad e inclusión social. Por su parte, desde el Ministerio de Industria, se operan programas de apoyo a la creación de empresas, facilitando el acceso a capital semilla, esto mediante recursos no reembolsables, y mediante capacitaciones para el desarrollo de habilidades emprendedoras (OCDE 2013). Dentro de las nuevas iniciativas implementadas por el Gobierno destacan, el buen papel del Gabinete Científico Tecnológico, del Consejo Institucional de Ciencia y Tecnología, la concentración en la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (ANPCyT) que administra los fondos concursales, la creación de novedosos mecanismos de financiamiento sectorizados, Fondo Fiduciario de Promoción de la Industria del Software (FONSOF) que financia la producción de Software con créditos y subsidios, y Fondo Argentino Sectorial (FONARSEC) que trabaja en el desarrollo de capacidades en áreas de alto impacto.

Los resultados de los países presentados muestran que sus políticas gubernamentales han moldeado su situación emprendedora actual y en el caso de Perú esta norma no es una excepción. Diversas políticas de desarrollo también han venido siendo implementadas en pos del emprendimiento estableciendo directivas como el Plan Bicentenario 2021, el cual promueve la organización asociativa de las MyPEs. Asimismo, las alianzas público privadas e iniciativas no gubernamentales para el sector tecnológico (Wayra, Start UPC, Startup Perú, etc.) han logrado incentivar el establecimiento de emprendimientos dinámicos y de acelerada internacionalización. Sin embargo, a diferencia de sus pares latinoamericanos, el Gobierno ofrece un escaso fomento de la inversión en innovación tecnológica. Esto se demuestra con los resultados expuestos por el CEPAL sobre el “Capital de Innovación de América Latina” (2014) al mostrar que se encuentra entre los últimos lugares del ranking en relación al capital asignado para la inversión en tecnología. También, un tipo de inversión que ha tomado relevancia en los últimos años por su gran apoyo a los emprendimientos Born Global son las “inversiones de capital ángel” (personas que buscan enlazar a emprendedores con posibles inversionistas). El informe de PRODEM 2016 muestra que Argentina, Brasil y Chile son los países que poseen más redes de “capital ángel” de toda América Latina. Sin embargo, en el caso peruano según menciona Guillermo Vivanco (director de Angel Ventures Perú) en el Perú aún hace falta de un ecosistema eficiente para promover iniciativas de alto impacto o startups de tecnología, lo cual es una traba para el acceso a capital de riesgo.

Cabe mencionar que la excesiva burocracia, la informalidad de las empresas (el nivel de informalidad laboral se incrementó de 72.8% a 73.2% en el 2016) y el acceso a fuentes de financiamiento son los problemas que más aquejan al Perú. Sobre este último cabe mencionar que el informe del PRODEM 2016 señala que dicha variable es una de las mayores debilidades de la región. En dicho ranking Chile se destaca por la percepción positiva del acceso al financiamiento bancario.

Para analizar la situación de la cultura empresarial peruana y compararla con la de los países analizados, se utilizará data brindada por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) y de los hallazgos de PRODEM 2016. A continuación, se presenta un gráfico (ver figura N° 14), con data actualizada de los últimos resultados de la TEA para cada economía analizada:

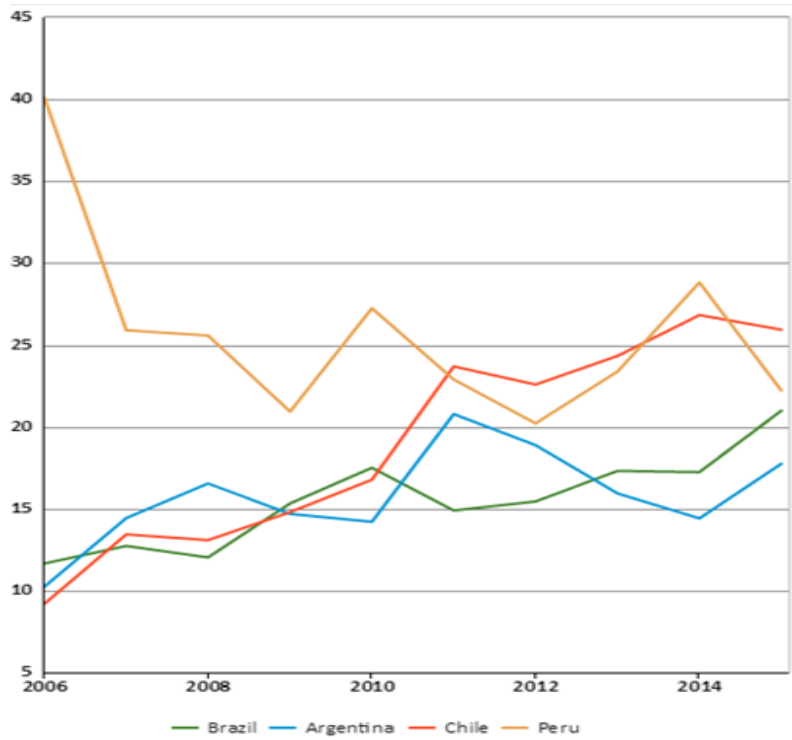


Figura 14. Evolución de la TEA % (2006 - 2015). Tomado de "GEM 2015/2016 Global Report", por Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2015.

Asimismo, en la Tabla 9 se especifica de forma resumida los resultados obtenidos por cada economía mencionada en materia de su cultura empresarial:

Tabla 9

Comparativo del perfil del emprendedor en la región.

PERFIL DEL EMPRENDEDOR				
CARACTERÍSTICAS	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	PERÚ
	INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR	INDICADOR
Edad promedio	25 a 44 años	25 a 44 años	38 – 46 años	36.2 años
Educación secundaria	-	23.10%	25.00%	50.00%
Hombres	19.87%	21.70%	29.73%	22.50%
Mujeres	15.79%	20.33%	22.14%	21.93%
Intención al emprendimiento	29.14%	24.37%	50.30%	38.56%
Percepción de oportunidades	45.88%	42.38%	57.35%	51.36%
Miedo al fracaso	25.80%	44.74%	28.06%	25.53%
Orientación internacional	1.16%	5.68%	13.22%	5.68%
Opción de carrera deseable	62.06%	34.00%	69.65%	72.27%

Nota. Tomado de *GEM 2015/2016 Global Report*, por Global Entrepreneurship Monitor. Elaboración propia.

Se puede apreciar que desde el año 2006 la tasa de nuevos emprendedores para el Perú ha tenido un comportamiento variable, despuntando en el 2014 para luego volver a bajar hacia el 2015. Los resultados han sido distintos para cada país presentado, siendo Chile el que ha obtenido mejores resultados. El informe del PRODEM 2016 establece que la formación de

capital emprendedor es un aspecto importante a tener en cuenta para que se valore el crecimiento empresarial. En el caso de Chile, se puede apreciar que posee todas las herramientas necesarias para poseer una cultura dinámica de emprendimiento, destacando la labor de su gobierno en mejorar el acceso a la educación de su población. Sin embargo, a pesar de esto según el GEM la valoración social del emprendimiento sigue siendo positiva, pero el miedo al fracaso sigue siendo uno de los principales desafíos que deben enfrentar los empresarios chilenos, al menos el 36% de los encuestados lo confirma. En el GEM 2015 esta dimensión se puede explicar cómo una barrera socio-cultural que surge al momento de tomar decisiones de emprender, ejemplificada como una estigmatización al emprendedor que obtuvo durante un periodo un revés en sus operaciones. Asimismo, cerca del 22% de personas consideran este factor como uno que inhibe al emprendedor novato a iniciar un nuevo negocio.

En cuanto a Argentina, si bien en el pasado sus políticas gubernamentales dañaron el capital emprendedor de su población, con el cambio de gobierno el nuevo presidente electo Mauricio Macri, establece como meta revitalizar la cultura emprendedora de su país (Mander Benedict, 2016) ofreciendo oportunidades de inversión con un valor de 240 mil millones de dólares. En un artículo del portal web del periódico El Financiero (Mander Benedict, 2016), se expone que una de las razones del pobre desempeño de las empresas argentinas en cuanto a comercio internacional se debe a unas arraigadas prácticas comerciales cerradas y que depende más del proteccionismo brindado por del Estado que de su propio vigor empresarial. Asimismo, posee una TEA que demostró un comportamiento decreciente en los últimos años, pero obteniendo una mejora en el año 2015, lo cual puede deberse al cambio en la situación política de dicho país (se realizaron las elecciones presidenciales) haciendo posible que la población recupere la confianza suficiente para invertir en mercados exteriores. Es posible afirmar que para la población argentina la cultura del emprendimiento es vista como una oportunidad para superar los problemas económicos de cada individuo. Sin embargo, en cuanto a la inversión en educación el país argentino se encuentra muy por debajo de las economías presentadas. Perú por otro lado en esta variable posee una buena clasificación, encontrándose entre los TOP 3 países.

En Brasil la situación ha sido muy favorable para los emprendedores, según el reporte 2015 del GEM su desempeño ha sido positivo en el último año. Debido a que la cultura emprendedora se encuentra tan arraigada en su sociedad es común que el perfil del emprendedor englobe tanto a jóvenes de 25 años como a adultos mayores de 44 años. Otro aspecto importante a mencionar es la participación mayoritaria de las mujeres en el entorno dinámico de los emprendimientos. En este aspecto cabe señalar que Perú posee resultados similares en cuanto a igualdad de género.

En líneas generales se puede apreciar que la situación de Perú es similar a sus pares y diferente a su vez en ciertos aspectos. Lo que se puede demostrar es que tanto Brasil como Chile han concentrado sus inversiones en educación, en contraste con Argentina cuyo aporte no es tan importante. Otro aspecto a destacar es la inclusión y la igualdad de género, los países que han tenido mayor éxito poseen una distribución similar de emprendedores varones o mujeres, lo cual brinda mayores posibilidades de desarrollar emprendimientos diversos, sigue siendo capital de trabajo que el país necesita para desarrollarse. Si bien el caso peruano esta cifra ha sido positiva en los resultados del GEM 2015, aún hace falta mayor inclusión de las mujeres en el entorno empresarial. Asimismo, el acceso al financiamiento es una variable importante por la que destaca el país chileno al contar con un sistema que favorece a los empresarios al momento de conseguir tan ansiadas inversiones. En el caso peruano se observa que la promoción de las inversiones en emprendimientos aún se encuentra en una etapa temprana. Diversas iniciativas gubernamentales o no gubernamentales se encuentran supliendo de cierta forma esta carencia, pero hace falta mayor participación del gobierno, como se puede vislumbrar en los países estudiados, para conseguir mejores resultados.

Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones

6.1 Conclusiones y recomendaciones en base a hipótesis

En relación a la primera hipótesis, se concluye que para que las pequeñas empresas se desarrollen nacional e internacionalmente, se requiere de un estado que genere la mayor cantidad de oportunidades posibles para los empresarios, otorgando incentivos al emprendimiento a partir de facilidades en el acceso al financiamiento, la información y capacitaciones en gestión empresarial ofrecidas por instituciones públicas dependientes del estado. En el desarrollo de la investigación, apoyándonos de los casos de Brasil y Chile, hemos evidenciado cómo estados que consiguen la eficiencia a partir de la creación y modernización de sus instituciones públicas, son capaces de generar grandes oportunidades de desarrollo para las empresas. Por ejemplo, en materia de acceso al financiamiento y capacitaciones en gestión empresarial, el mejor modelo a resaltar es el de Brasil, que cuenta con ministerios e instituciones públicas que se encargan de atender la temática, y que han tenido éxito comprobado según estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015, que indican que sus acciones han tenido grandes resultados en el desarrollo de su capital emprendedor en el mercado internacional. Un efecto contrario a los obtenidos por Brasil y Chile, son las acciones del estado argentino en los últimos años, en donde el éxito de las políticas implementadas se ha visto limitado por las deficiencias en la planeación y ejecución de sus programas; y que sirve de ejemplo para el Perú en cuanto a la importancia que tiene la dirección estratégica en las acciones del estado, cuando se desea cumplir los objetivos que se plantean al implementar un programa.

Es así, como se resalta la importancia de contar con instituciones que se encarguen de atender la problemática de las MyPEs y que contribuyan con un apoyo real, aportando con incentivos al emprendimiento a partir de la generación de mayores para crear y desarrollar una empresa dentro del país. El caso peruano evidencia que las políticas implementadas por el gobierno en materia de internacionalización aún tienen un camino muy largo por recorrer para obtener los resultados de los demás países mencionados. Los problemas principales que aquejan al país, a

pesar de haber obtenido mejoras en el último año, son la burocracia, la informalidad y el fomento deficiente a la inversión en innovación tecnológica. Cabe mencionar que se conoce que en nuestro país sí existe interés en apoyar iniciativas de alto riesgo, sin embargo, aún hace falta que se cree un sistema eficiente que apoye el acceso a las inversiones. A pesar de poseer dichas debilidades, en líneas generales podemos afirmar que Perú ha implementado diversas políticas que le han permitido ubicarse en buenos puestos en muchas de las categorías mencionadas por el informe del PRODEM 2016.

Para la segunda hipótesis, se concluye que las variables que constituyen la cultura del empresario peruano en su totalidad, no entorpecen el establecimiento de nuevos emprendimientos. Esto se evidencia en los resultados que obtuvieron Chile, Perú y Brasil, en las variables analizadas por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015, en el cual los mencionados, resaltan por la calidad de sus emprendimientos, siendo Argentina la única economía cuya cultura aún debe adaptarse si desea encaminarse hacia el establecimiento de empresas Born Global. Es así, como podemos concluir que Perú cuenta una buena proyección según las variables utilizadas para describir su situación cultural (prueba de ello es que en diversos indicadores se encuentre en segundo lugar después de Chile), y se debe a que la cultura emprendedora ha comenzado a acomodarse a la realidad internacional, convirtiéndose con mayor notoriedad, en una fortaleza para el desarrollo de los emprendimientos. El desarrollo de la TEA % ha sido variable para cada país, siendo el Perú el país que obtuvo el puntaje más alto, lo cual quiere decir que posee mayor tasa de emprendedores tanto nuevos como establecidos. Asimismo, cabe destacar que la mayoría de los empresarios peruanos posee como mínimo educación secundaria, al contrario de sus pares latinoamericanos. Cabe destacar que los resultados más altos obtenidos se han dado en las variables Percepción de Oportunidades (51.36%) y Opción de carrera deseable (72.27%). Dichos indicadores evidencian que el empresario peruano considera realizar nuevos emprendimientos como una opción deseable para desarrollarse en el mercado.

Así mismo, se concluye que los factores culturales que entorpecen el desarrollo de los emprendimientos internacionales peruanos vendrían a ser los relacionados a la educación y conocimiento del emprendedor, prueba de ello son los datos alcanzados por GEM 2015 que

comparados con el resto de la región nos dejan muy por debajo en los siguientes factores: Miedo al fracaso y orientación internacional. Trabajar en estas variables es fundamental, puesto que sentará las bases para la construcción de una cultura empresarial sólida orientada hacia el establecimiento de empresas con alcance internacional, y contribuirá a la generación de un ecosistema emprendedor más especializado, con conocimientos en el desarrollo de actividades en el exterior.

6.2 Conclusiones y recomendaciones en base a Objetivos

OE1. Identificar los principales factores en la región que influyen en la internacionalización de una empresa.

Después de analizar la información del trabajo, se puede concluir que son los mismos factores quienes desempeñan un papel fundamental que influye en la internacionalización de una empresa. Entre estos factores el más importante es el Estado, que establece las reglas de juego y quién define los procesos que son necesarios para definir el entorno en el que se desarrollaran las empresas desde su nacimiento. Otro factor importante es el financiamiento, una herramienta muy importante que muchas veces termina siendo un problema para los emprendedores con ideas o proyectos ambiciosos, pero que con la debida atención termina siendo un impulsor de creación de empleos. Finalmente, el último factor que es crucial es el emprendedor; las habilidades, creatividad y conocimiento del emprendedor necesitan estar en un nivel que permita hacer despegar las empresas, aquí la cultura y la educación son responsables de forjar emprendedores con visión.

OE2. Evidenciar la relevancia de las acciones del estado en el proceso de internacionalización de las empresas.

Se concluye mediante esta investigación que el rol de Estado es el factor más importante dentro de un ecosistema emprendedor, esto se puede evidenciar al comparar Brasil con Argentina según el Ranking Startup, el primero posee un Estado facilitador que ha logrado posicionar a sus 20 mejores emprendimientos dentro de los mejores 1,000 emprendimientos a nivel mundial, dejando a Argentina muy atrás, con un Estado burocrático que posicionó a sus 20 mejores emprendimientos dentro de los mejores 2,500 emprendimientos a nivel mundial.

OE3. Proponer medidas que se pueden implementar en el Perú, que se basen en políticas estatales exitosas utilizadas en los países estudiados.

Las medidas adoptadas por países de la región que se propone adoptar a la realidad peruana son:

Simplificación de los trámites para la creación de empresas, con facilidades para realizarlos a través de medios virtuales y en un día.

Apoyo financiero e impositivo a sectores con mayor potencial de internacionalización.

Promoción extensiva de las oportunidades, herramientas e información que el emprendedor podría utilizar para crecer con su negocio.

Reforma financiera que ayude con la apertura del sistema financiero que facilite el acceso al financiamiento para emprendedores.

Simplificar los procedimientos y obligaciones fiscales que regulan los establecimientos comerciales.

OE4. Comparar la realidad del emprendedor latinoamericano, y las características del perfil emprendedor de cada país estudiado, para replicar lo mejor en favor del emprendedor peruano

Después de comparar los diferentes perfiles para cada emprendedor estudiado en la región se concluye que las características que se pueden mejorar y potenciar para la realidad peruana son:

Rango de edad: Cultivar una idea de empresa desde la educación primaria, secundaria y universitaria que esté presente en la currícula como asignaturas, permitirá ampliar el rango de edad promedio de 36 años establecido por la GEM (2015), para que el perfil del emprendedor peruano pueda aumentar en cantidad.

Intención al emprendimiento: Aunque esta es una característica que va por buen camino, se necesita de mayor motivación para lograr atraer mayor interés de los profesionales. Al mismo tiempo, se necesita de una educación concisa a todo nivel que contemple la incursión en negocios propios.

Orientación Internacional: Este representa la característica más crítica para el perfil del emprendedor peruano, se considera que hay mucho que hacer para poder cambiar la situación, pero se puede iniciar educando y fomentando a la población sobre los beneficios del comercio internacional.

Miedo al fracaso: El miedo al fracaso está presente como una característica para el emprendedor peruano, porque el sistema financiero no brinda las facilidades y dificulta el poder conseguir financiamiento. De alguna forma el emprendedor inicia su proyecto con recursos propios, como ahorros o con el apoyo financiero de su familia y amistades, generando incertidumbre y cierto temor al fracaso que se puede eliminar con una correcta intervención del Estado.

OE5. Especificar qué aspectos de la cultura empresarial peruana deben variar para que las MyPEs se enfoquen en adoptar una internacionalización Born Global.

Se identificó que en los países estudiados existen mejores niveles de infraestructura y una adecuada información sobre las herramientas y beneficios de internacionalizarse. Para cada caso, la diferencia radica en que los emprendedores de Chile y Brasil se preocupan más por informarse y aprovechar las oportunidades que poseen. Con un poco más de preocupación y

motivación por parte de la cultura del emprendedor peruano se puede orientar a una internacionalización Born Global. Es por ello que Chile posee la mejor infraestructura en vías de comunicación, puertos y aeropuertos que ayudan a motivar al emprendedor, y colocar a los exportadores en ventaja frente a su competencia regional. Así mismo, Brasil posee diferentes instituciones como las detalladas en apartados anteriores que se enfocan en brindar información a los solicitantes, lo cual ayuda a educar a sus emprendedores.

OE6. Realizar propuestas de mejora para generar oportunidades de internacionalización Born Global que se puedan aprovechar por las MyPEs peruanas.

La importancia de realizar mejoras al trabajo realizado por un país dependerá mucho de cómo trabajan varias partes de un todo, un todo que se conoce como Ecosistema del Emprendedor, que está conformado por varias dimensiones que modelan la calidad y cantidad de emprendimientos en un entorno específico. Según Ojeda y Rodríguez (2011) existen 6 categorías; capital humano, mercado, políticas, servicios y apoyo, cultura, y financiamiento. Por lo tanto, las propuestas se enfocan en desarrollar el ecosistema del emprendedor peruano, para que se pueda gozar de todas las herramientas necesarias para el éxito. Para el caso particular peruano, los esfuerzos se tienen que realizar en las siguientes dimensiones:

Políticas: El gobierno central debe crear una nueva institución que se enfoque en facilitar toda clase de información que necesiten sus pobladores, además la estructura de esta organización se debe dividir por regiones, y debe analizar e informar todas las oportunidades que posee la región y dotar de todas las herramientas para su desarrollo.

Capital Humano: Incorporar en la estructura educativa del país una currícula enfocada en negocios, economía, comercio internacional, emprendimiento e innovación. Los cuales permitirán desarrollar estudiantes capacitados para desempeñarse en un ecosistema emprendedor internacional.

Servicios y apoyo: El gobierno central debe trabajar de la mano con los gobiernos regionales y aprovechar en crear la infraestructura adecuada para cada geografía, este trabajo debe

realizarse en conjunto, el gobierno central debe diseñar los proyectos que necesita cada región, de la misma manera, el gobierno de cada región debe realizar sus propios proyectos, y entre ambas instituciones se debe priorizar estos proyectos para beneficiar a la población en cada región.

Financiamiento: Hace falta de un buen sistema de acceso al financiamiento, único para los emprendedores que pueda brindar diferentes alternativas de financiamiento para proyectos. Se necesita de una nueva institución que regule y establezca el nuevo sistema de financiamiento que esté diseñado para las nuevas empresas y que permita ofrecer una amplia oferta que ayuda a desarrollar el potencial del país.

Bibliografía

Aguilar, J. y Yepes, E. (2006). Gestión de capacidades dinámicas e innovación: una aproximación conceptual. Recuperado de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/1723/1449>

Arias, A. (2004). *La internacionalización de las Empresas de la Comunidad Autónoma del País Vasco en el periodo 1999-2001*. Tesis Doctoral, Universidad de Deusto, España.

Baker, S. E. & Edwards, R. (2012). “How many Qualitive Interviews is Enough? Expert Voices and Early Carrer Reflections on Sampling and Cases in Qualitive Research”, en National Centre of Research Methods Review Paper.

Bilkey, W. J. & George T. (1977). The export behavior of smaller Wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Busiiness Studies*, 9 (Spring/Summer): 93-98.

Banco de Desarrollo de América Latina (2014). *Emprendimientos Dinámicos en América Latina AVANCES EN PRÁCTICAS Y POLÍTICAS*. Recuperado de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/371>

Cancino C. (2012). Rápida internacionalización de PYMES: Evidencia de empresas Born Globals en Chile, 19-21.

Cavusgil, S. T. (1980). On the internationalization process firms. *European Research*, 8(6), 273-281, and its effect on the select entrepreneurship, marketing, and organizational characteristics in industrial firms. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19(1), 43-51.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2015). *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe*, 15-54.

Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (2016). Programa de Desarrollo Emprendedor. Recuperado de <http://www.prodem.ungs.edu.ar/publicaciones/listar/libros>

Dib L. & Da Rocha A. (2010). The internationalization process of Brazilian software firms and the born global phenomenon: Examining firm, network, and entrepreneur variables, 247-249.

Dunning, J.H. (1988). The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and some Possible Extensions. *Journal of International Business Studies*, 19(1), 1-31.

Eisenhardt K. (1989). Building Theories From Case Study Research, 532-550.

Escandón, D. (2009). Factores que inciden en la creación de Born Global en Colombia, 57-61.

Finchelstein, D. (2013). Estado e Internacionalización de empresas: Los casos de Argentina, Brasil y Chile. *Desarrollo Económico*, 53(209/210), 113-142. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/43748225>

Garzón, M. A. (2015). Modelo de capacidades dinámicas. <http://repositorio.uac.edu.co/bitstream/handle/11619/2332/MODELO%20DE%20CAPACIDAD%20DINAMICAS.pdf?sequence=1>

Kelley, D., Singer, S., Herrington, M., (2016). *GEM 2015/2016 Global Report*. MA, United States Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/report>

Global Entrepreneurship Monitor (2013). Reporte Nacional de Perú 2013. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/97>

Global Entrepreneurship Monitor (2015). Reporte Nacional de Brasil 2014. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/46>

Global Entrepreneurship Monitor (2015). Reporte Nacional de Argentina 2015. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/36>

Global Entrepreneurship Monitor (2015). Reporte Nacional de Chile 2014. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/50>

Gobal Entrepreneurship Monitor (2015). Reporte Nacional de Perú 2015. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/97>

Johansson, J. & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: Four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-322.

Johansson, J. & Vahlne, J. (1990). The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, 7(4), 11-23.

Johansson, J. & Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreing market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.

Fuerst S. (2010). Estrategia de Marketing Global: El caso de una empresa de software global nacido en Colombia, 274-284.

Harveston, P., Kedia, B., Davis, P.S. & Van, J. (2001). Synoptic versus incremental internationalization: an examination of Born Global and gradual globalizing firm. *Frontiers of Entrepreneurship Research Proceedings of the 2001 Babson College-Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, BKERC, Boston, United States.*

Jolly, V. Alahuhta, K. & Jeannet, M. (1992). Challenging the incumbents: how high-technology start-ups compete globally. *Journal of Strategic Change*, 1: 71-82.

Kantis, H. & Capelleras Joan LLuis (2009). Nuevas empresas en América Latina. Factores que favorecen su rápido crecimiento, 34-41.

Knight, G. & Cavusgil, S.T. (1996). The Born Global Firm: a challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketing*, 8(1), 11-26.

Lee, W-Y. & Brasch, J.J. (1978). The Adoption of Export as an Innovative Strategy. *Journal of International Business Studies*, 9(1), 85-93.

Leonidou, L.C. (1995). Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment, and Synthesis. *The Journal of International Marketing*, 3(1), 29-43

Leonidou, L.C. & Katsikeas, C.S. (1996). The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models. *Journal of International Business Studies*, 27(3), 517-551

Madsen, T.K. & P. Servais (1997), "The Internationalization of Born Globals: an Evolutionary Process?", *International Business Review*, 6 (6): 561-583.

Malhotra N. K., Agarwal J. & Ulgado F. M. (2003). Internationalization and entry modes: a multi-theoretical framework and research propositions, 1-31.

Mander B. (2016) Macri intenta revitalizar cultura empresarial. *El Financiero*. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/>

McDougall, P. P. & Oviatt, B. M. (1994). Toward a Theory of International New Ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64.

McDougall, P.P., Shane, S. & Oviatt, B.M. (1994) Explaining the Formation of International New Ventures: the Limits of Theories from International Business Research. *Journal of Business Venturing*, 9(6), 469-487.

McGuinness, N. W. & Little, B. (1981). The impact of R&D spending on the foreign sales of new Canadian industrial products. *Research Policy*, 10(1), 78-98.

Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: Sage publications Inc.

Melin, L. (1992). Internationalization as a Strategy Process. *Strategic Management Journal*, 13: 99-118.

Méndez C. L. E. (2015) La internacionalización de la pyme peruana. en Repositorio Promperu

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2013). Estudios del Centro de Desarrollo, Startup América Latina, PROMOVIENDO LA INNOVACIÓN EN LA REGIÓN. Recuperado de https://www.oecd.org/dev/americas/SP_complete%20Start%20Up%20Latin%20America%20Spanish%20edition.pdf

O'Farrel, P.N. & Wood, P.A. (1998). Internationalization by Business Service Firms: Towards a New Regionally Based Conceptual Framework. *Environment and Planning*, 30(1), 109-128.

Ojeda, E. & Rodriguez, A. (2011). El ecosistema nacional de emprendimiento. Recuperado de <http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wpcontent/uploads/2012/11/oct-dic-2011-2-temacentral-6.pdf>

Rodríguez, M.A., Ruiz, C. y Armario, E.M. (2011). Las empresas Born Global: un enfoque de capacidades dinámicas. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/16084>

Se frena la reducción de la informalidad en Perú: crece a 72.6% el 2015 alerta la SNI (1 de Junio del 016), *El Comercio*. Recuperado de: <http://www.gestion.pe/>

Capital ángel: inversión alternativa al servicio de “startups” (8 de Julio del 2014). *El Comercio*. Recuperado de: <http://www.elcomercio.pe/>

Strauss, A. & Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Bogotá: Sage publications Inc.

The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), 2013. Estudios del Centro de Desarrollo Startup América Latina PROMOVIENDO LA INNOVACIÓN DE LA REGIÓN. Recuperado de https://www.oecd.org/dev/americas/SP_complete%20Start%20Up%20Latin%20America%20Spanish%20edition.pdf

Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.

Yin, R. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. California: Sage publications Inc.