

**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS
DE APURIMAC**

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**



**LOS FACTORES DEL EMPRENDIMIENTO EN LA
SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN EL DISTRITO DE
ABANCAY, AÑO 2010**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración de Empresas**

PRESENTADO POR:

EDITH FELICIA QUISPE PALOMINO

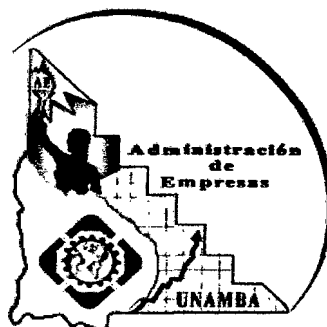
APURIMAC - PERÚ

2010



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC	
CÓDIGO	MFN
I AEM 9 2010	
	BIBLIOTECA CENTRAL
FECHA DE INGRESO:	28 MAR 2012
Nº DE INGRESO:	00181

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS



**“Los Factores del emprendimiento en la Sostenibilidad
empresarial en el Distrito de Abancay, Año 2010”**

- Candidato/a** : **Edith Felicia Quispe Palomino**
- Asesor/a** : **Lic. Adm. Julián Oré Leiva**
- Presidente Jurado/a** : **Lic. Mauricio Raúl Escalante Cárdenas**
- Primer Jurado/a** : **Mgt. José Abdón Sotomayor Chahuaylla**
- Segundo Jurado/a** : **Lic. Rosario Leticia Valer Montesinos**

Abancay, Diciembre del 2010

DEDICATORIA:

*A mis padres y hermanos, quienes me inculcan:
estudio y responsabilidad*



AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincera gratitud a las siguientes personas que contribuyeron con este esfuerzo, brindándome valiosas sugerencias y críticas constructivas apoyo moral y material:

Empresarios Apurimeños, quienes colaboraron con la materialización del trabajo

Lic. Julián Ore Leiva y Lic. Jose Vilca Colque, quienes asesoraron este esfuerzo con preocupación y profundidad de maestro.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : Dr. Leoncio Teófilo Carnero Carnero
VICERRECTORA ACADÉMICA : PHD Ing.Lucy Marisol Guanuchi Orrellana
VICE RECTOR ADMINISTRATIVO : Dr. Mario David Huamán Rodrigo



Abancay, diciembre de 2010.

Señora:

Lic. Adm. Silvia Soledad López Ibáñez

Asunto: revisión y verificación del informe final – tesis universitaria.

Mediante el presente me dirijo a usted con la finalidad de comunicar que en mi condición de docente asesor del informe final de Tesis Universitaria Titulada **“Los Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial en el distrito de Abancay, año 2010”**, presentado por la Bachiller en Ciencias Administrativas Edith Felicia Quispe Palomino , para optar Título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, **se ha Revisado y Verificado el trabajo** en si forma y fondo de estricto cumplimiento de los contenidos del Reglamento General de Grados y Títulos de la UNAMBA, por lo que doy fe que **el trabajo de investigación esta expedito** dentro de los marcos de la investigación científica.

Sin más que agregar y agradeciendo su buena acogida, saluda atentamente,

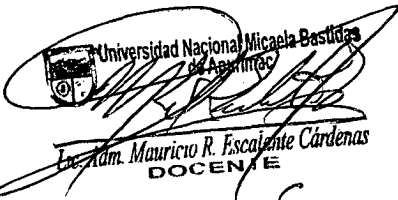
Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
E.A.P.A.E.

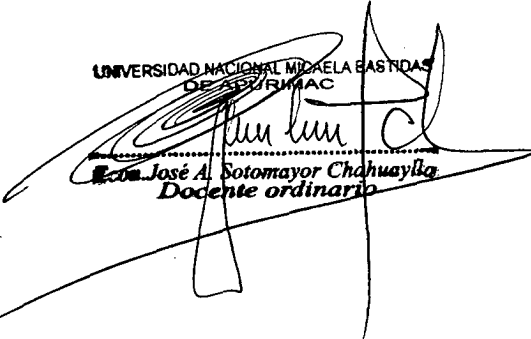
.....
Lic. Adm. Julián Oré Leiva
D. Aux. - Ordinario

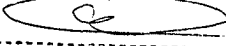


JURADO DE EVALUACIÓN Y SUSTENTACIÓN DE TESIS

Presidente Jurado/a : Lic. Mauricio Raúl Escalante Cárdenas
Primer Jurado/a : Mgt. José Abdón Sotomayor Chahuaylla
Segundo Jurado/a : Lic. Rosario Leticia Valer Montesinos


Universidad Nacional Micaela Bastidas
de Apurímac
Lic. Adm. Mauricio R. Escalante Cárdenas
DOCENTE


UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS
DE APURÍMAC
Lic. Adm. José A. Sotomayor Chahuaylla
Docente ordinario

Universidad Nacional Micaela Bastidas
De Apurímac
FACULTAD DE ADMINISTRACION
Escuela Académico Profesional de Administración
de Empresas

Lic. Adm. Rosario L. Valer Montesinos
P. AUX. - ORDINARIO



ACTA DE SUSTENTACION DE FECHA LUNES CATORCE DE MARZO DEL AÑO DOS MIL ONCE.

SIENDO LAS DIECISEIS HORAS CON DIEZ MINUTOS DEL DIA LUNES CATORCE DE MARZO DEL AÑO DOS MIL ONCE, REUNIDOS EN EL SALON DE GRADOS DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACION, CITO EN LA CIUDAD UNIVERSITARIA DEL DISTRITO DE TAMBURCO, PROVINCIA DE ABANCAY, DEPARTAMENTO DE APURIMAC. EN COMPLIMIENTO A LA RESOLUCION N° 065-2010-D-FA-UNAMBA DE FECHA 12 DE NOVIEMBRE DE 2010, QUE RESUELVE APROBAR EL PROYECTO DE TESIS INTITULADO, LOS FACTORES DEL EMPRENDIMIENTO EN LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN EL DISTRITO DE ABANCAY, AÑO 2010, EN PRESENCIA DE LOS JURADOS DOCENTES:

LIC. ADM. MAURICIO RAUL ESCOBARTE CORDERAS (PRESIDENTE)
MAG. JOSE ABBON SOTOMAYOR CHAHUAYLA (PRIMER MIEMBRO)
LIC. ADM. ROSARIO VALEK MONTESINOS (SEGUNDO MIEMBRO).

DESIGNADOS MEDIANTE LA RESOLUCION N° 016-2010-D-FA-UNAMBA, DE FECHA DIEZ DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL DIEZ, Y EL ASESOR LIC. ADM. JULIÁN ORÉ LEIVA.

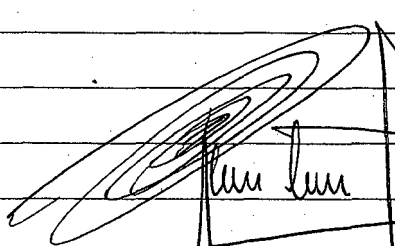
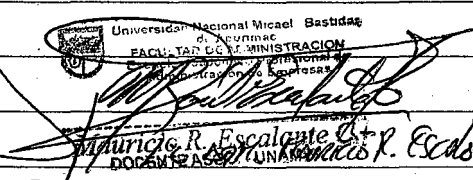
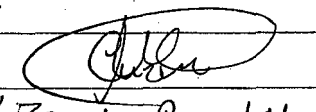
Y EL MEMORANDUM MULTIPLE N° 004-2011-EAPAE-FA-UNAMBA, EN CUYO TERCER COMUNICA A LOS JURADOS LA FECHA Y HORA DE SUSTENTACION DE LA BACH. EDITH FELICIA QUISPE PALOMINO. SE PROCEDE A LA INSTALACION DANDOSE LECTURA A LOS DOCUMENTOS INDICADOS, QUE SEÑALAN FECHA Y HORA PARA EL ACTO DE SUSTENTACION DE LA TESIS. INMEDIATAMENTE A LA PRESENCIA DEL LIC. ADM. CLEMENTE MARIA CASTILLO, QUIEN CUMPLE LA FUNCION DE SECRETARIO DOCENTE, DE ESTE MODO SE DA

COMPLIMIENTO A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 54 DEL REGLAMENTO DE GRADOS Y TITULOS APROBADO MEDIANTE RESOLUCION N° 273-2007-COMFU DE FECHA CINCO DE OCTUBRE DEL 2007. INVITANDOSE A LA BACHILLER EDITH FELICIA QUISPE PALOMINO, PROCEDA CON LA



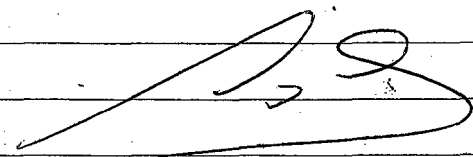
Exposición Oral y consista por el espacio de treinta minutos, acto concluido se procede a dar paso a la ronda de preguntas, objeciones, observaciones de parte del jurado y las absoluciones por parte de la aspirante a optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, en cumplimiento al artículo (SS) cincuenta y cinco del Reglamento de Grados y Títulos se invita al público que asistió a presenciar este acto académico de sustentación y defensa de tesis, se sirvan desdoblarse por el solon de Grados, para que el jurado denzere el resultado de la evaluación. (en privado).

Opteniéndose como resultado, aprobado por HONANIMIDAD con la nota de (12) DOCE, recomendando que antes de la impresión final y el espasado, se levante las observaciones realizadas por el jurado. Dándose por concluido este acto académico siendo las dieciocho horas con cinco minutos del mismo día, por lo que firmanon al pie del presente en señal de lo actuado.

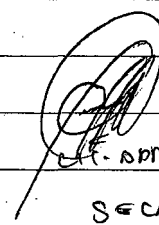




 J.S. [Signature]

 P.P. [Signature]



 EDITH FELICIA QUISPE PALOMINO



 SECRETARIO ACADEMICO



ÍNDICE:

Resumen.....	10
Abstract.....	11
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I	13
MARCO TEÓRICO.....	13
<i>1.1 Antecedentes de la Investigación</i>	<i>13</i>
<i>1.2 Bases Teóricas</i>	<i>15</i>
1.2.1 Las Micro y Pequeña Empresa	15
1.2.1.1 La actividad económica en la región Apurímac	16
1.2.1.2 Las Ventajas Comparativas y Competitivas en la Región Apurímac	17
1.2.1.3 Ley de Promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa en el Perú	23
1.2.1.4 Características de la MYPES.....	26
1.2.2 Los Emprendimientos Empresariales.....	28
1.2.2.1 Espíritu empresarial en los emprendimientos	30
1.2.2.2 <i>Tipos de emprendimientos empresariales</i>	<i>33</i>
1.2.2.3 Características de la actividad emprendedora.....	36
1.2.2.4 Los emprendimientos por género.....	38
1.2.2.5 Los emprendimientos por sectores económicos	39
1.2.2.6 Los emprendimientos en el sector Informal	40
1.2.2.7 Los emprendimientos y competitividad.....	42
1.2.3 Cultura Empresarial	44
1.2.3.1 Sistema de desarrollo de una cultura empresarial.....	46
1.2.3.2 La cultura de la innovación.....	47
1.2.3.3 La actitud Empresarial	49
1.2.4 Tecnología	50
1.2.4.1 Innovación tecnológica.....	52
1.2.5 Financiamiento	53
1.2.6 Sostenibilidad empresarial	55
<i>1.3 Marco conceptual.....</i>	<i>61</i>
CAPITULO II.....	63
MATERIAL Y METODO.....	63
<i>2.1 Tipo y Nivel de Investigación</i>	<i>63</i>
<i>2.2. Método y Diseño de Investigación</i>	<i>64</i>



2.3 Población y Muestra.....	65
2.3.1 Características y Delimitación.....	65
2.3.2 Ubicación Espacio – Temporal.....	65
2.3.3 Técnicas de Muestreo:	66
2.3.4 Tamaño y Cálculo del Tamaño.....	66
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	67
a. De recolección de Datos.....	67
b. Procesamiento de Datos	67
c. Para la presentación de datos:	68
2.5 Formulación de Hipótesis	68
2.5.1 Hipótesis General	68
2.5.2 Hipótesis Específicas.....	68
CAPITULO III.....	69
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	69
3.1 Perfil en la Región de Apurímac.....	69
3.1.1 Extensión	69
3.1.2 Aspectos Socio Económicos.....	70
3.1.3 Actividades Económico-Productivos y Recursos Naturales.	72
3.1.4 Corredores Económicos.....	73
3.1.5 Articulación Espacial.....	77
3.1.6 Turismo.....	78
3.2 Situación actual de los Emprendimientos en la región de Apurímac.	79
3.3 Situación actual de los emprendimientos en el Distrito de Abancay	83
3.4 Los emprendimientos empresariales	85
3.4.1 Motivación del emprendimiento.....	85
3.4.2 Cultura Empresarial en los emprendimientos.....	88
3.4.3 Tecnología en los Emprendimientos	90
3.4.4 Financiamiento en los emprendimientos	93
3.4.5 Sostenibilidad Empresarial en los emprendimientos.....	96
3.4.5.1 Sostenibilidad Financiera.....	96
3.4.5.2 Sostenibilidad del recurso humano	97
3.4.5.3 Sostenibilidad tecnológica.....	98
3.4.6 Contrastación de hipótesis	99
CONCLUSIONES	102

RECOMENDACIONES	104
BIBLIOGRAFÍA:.....	107
ANEXO	109



**LOS FACTORES DEL EMPRENDIMIENTO EN LA SOSTENIBILIDAD
EMPRESARIAL EN EL DISTRITO DE ABANCAY, 2010**

INDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS

Contenidos	Páginas
1 Gráfico N° 01: Corredores Económicos en la Región Apurímac	75
2 Gráfico N° 02: Carretera interoceánica Sur	76
3 Gráfico N° 03: Distribución de las MYPES por Ubicación Geografica En la Región de Apurímac	79
4 Cuadro N° 04: Distribución de las MYPES por Actividades Eçonomicas En la Región de Apurímac	
5 Gráfico N° 05: MYPES Apurímac, 2007	81
6 Gráfico N° 06: Estratos empresariales en el Distrito de Abancay, 2010	83
7 Gráfico N° 07: Tiempo de funcionamiento de los Emprendimientos en El Distrito de Abancay	83
8 Gráfico N° 08: Surgimiento del emprendimiento en el Distrito de Abancay	85
9 Gráfico N° 09: Sustento del espíritu empresarial en los emprendimientos En el Distrito de Abancay, 2010	85
10 Gráfico N° 10: Documentación en los emprendimientos formales en el Distrito de Abancay, 2010	86
11 Gráfico N° 11: Nivel de aceptación del emprendimiento en la actividad Económica en el Distrito de Abancay, 2010	87
12 Gráfico N° 12: Aspectos culturales en los emprendimientos del Distrito de Abancay, 2010	88
13 Gráfico N° 13: Factores de la actitud del emprendedor en el Distrito de Abancay, 2010	89
14 Gráfico N° 14: Nivel e utilización de tecnología de los emprendimientos en el Distrito de Abancay, 2010	90



15	Gráfico N° 15: Justificación de la Innovación en los emprendimientos En el Distrito de Abancay, 201	91
16	Gráfico N° 16: Tiempo usual de capacitación del recurso humano en los Emprendimientos del distrito de Abancay, 2010	92
17	Gráfico N° 17: Fuentes de financiamiento para los emprendimientos en el Distrito de Abancay, 2010	93
18	Gráfico N° 18: Entidades financieras comprometidas en los emprendimientos Del Distrito de Abancay, 201	94
19	Gráfico N° 19: Orientación de los financiamientos en emprendimientos En el Distrito de Abancay, 2010	94
20	Gráfico N° 20: Capacidad de Inversión en la sostenibilidad de los Emprendimientos en el distrito de Abancay, 2010	95
21	Gráfico N° 21: Indicadores financieros en la sostenibilidad de los Emprendimientos en el distrito de Abancay, 201	96
22	Gráfico N° 22: Medición del nivel de desempeño del recurso humano en la Sostenibilidad de los emprendimientos del Distrito de Abancay 2010	97
23	Gráfico N° 23: Nivel de ponderación de tecnología en la sostenibilidad de los Emprendimientos del distrito de Abancay, 2010	98

Resumen

En el mundo de la globalización, el emprendimiento se considera el más indicado a presentar soluciones concretas, frente a los crecientes desafíos económicos y sociales con los que se enfrenta la sociedad. Como campo de conocimiento. Es considerado emergente y complejo, además su enseñanza requiere de una visión interdisciplinaria y contextualizada, que sólo se logra afianzar desde un abordaje más amplio e integral de la investigación.

Frente a esta situación, el emprendimiento inmerso dentro de la ciencia empresarial, tiene la urgente necesidad de hacer una ruptura con la dimensión funcionalista y economicista, asumir la enseñanza desde un enfoque humano, considerando que el sujeto en la búsqueda del sentido, sorprende con su inventiva e innovación e innovación con el propósito de mejorar su condición humana en la relación consigo mismo, con la sociedad y la naturaleza.

El emprendedor, desde el punto de vista sociológico, debe empeñarse en recuperar el sentido del trabajo como una forma de lograr mayor compromiso con sus iniciativas y generar espacios apropiados en las organizaciones y de nuevos emprendimientos.

Finalmente, se debe comprender y tomar en consideración, que la educación es el único medio para el perfeccionamiento del ser humano; una forma de estimular su espíritu y sus facultades.

Palabras Clave: *Emprendimiento empresarial, cultura de innovación y sostenibilidad*



Abstract

In the world of globalization, entrepreneurship is considered the most appropriate to present concrete solutions address the growing economic and social challenges facing society. As a field of knowledge. It is considered emergent and complex, and his teaching requires an interdisciplinary and contextualized, that is only possible to secure from a broader and more holistic approach to research. Given this situation, the venture immersed in management science, has an urgent need to make a break with the functionalist and economic dimension, take instruction from a human approach, considering that the subject in the search for meaning, surprises with its invention and innovation and innovation with the aim of improving the human condition in relationship to oneself, society and nature. The entrepreneur, from the sociological point of view, must work to regain the sense of work as a means to achieve greater commitment to their initiatives and for creating appropriate spaces in organizations and new ventures. Finally, we must understand and take into consideration that education is the only means for improvement of the human being, a way to boost your spirit and your abilities.

Keywords: *entrepreneurship, innovation and sustainability culture*



INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la globalización esta compuesta por tres factores interrelacionados: la proximidad, la ubicación y la actitud. En conjunto, estas tres facetas de la globalización enmarcan una composición y complejidad. La globalización es hoy una oportunidad para todas las grandes, medianas y pequeñas empresas permitiéndoles tener una tendencia de los mercados y de estas mismas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepase las fronteras nacionales

Frente a esta situación, los emprendimientos y sostenibilidad de las MYPEs a nivel del mundo, sirven como agentes de cambio en una economía globalizada, es decir generan revolución y crean una dimensión de competencia adicional que no pueden captar las tradicionales y estáticas estructuras del mercado, lo cual alcanzan un cambio tecnológico obteniéndose fuentes de considerable actividad innovadora. Para el crecimiento se debe aplicar instrumentos estratégicos de producción y comercialización especial, lo cual les conlleva a ser competitivos en los mercados y disminuir la tasa de mortalidad de estos emprendimientos.

En nuestra época los cambios vertiginoso en nuestro país, tanto en los ámbitos económicos, político, social y tecnológico, en los cuales los nuevos emprendedores se desenvuelven, requiere de nuevos conocimientos y apoyos para el desarrollo de habilidades y destrezas que le permitan desempeñarse en forma eficiente en cualquier entorno; personas que cuentan con espíritu emprendedor, pero que muchas veces, no saben cómo desarrollar esas ideas.

Las MYPEs de la región de Apurímac no pueden ser ajenas a éstas nuevas formas de insertarse en el mercado global, haciendo uso de los nuevos instrumentos de competitividad que ofertan las nuevas tendencias de gestión empresarial, frente a un mercado cada vez más exigente, donde el cliente o consumidor asume nuevas modalidades en el proceso de compra, percatándose en todo momento de los elementos del marketing mix, de quienes se deduce las innovadas estrategias del marketing.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la Investigación

Respecto a los antecedentes referentes al tema de investigación. A nivel regional, se hace mención sobre el trabajo "Competitividad de las Micro y Pequeña Empresa en la región de Apurímac, periodo 2005-2006" del Lic. Adm. José Yudberto Vilca Ccolque docente de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, investigación centrada en los modelos de gestión viables en los diferentes sectores y los espacios económicos para emprendimientos en la región, destacando las siguientes conclusiones:

"En la iniciativa de los nuevos emprendimientos de MYPES, en la región de Apurímac, se presentan una serie de desafíos desde las limitaciones en factores internos (recursos insuficientes), así como la incidencia de factores externos (mercado, competencia y variables socioeconómicos y políticos-legales), que tiene que superar el emprendedor y que debe significar una propuesta para que estos retos se eliminen o se reduzcan de manera sustantiva. La alta tasa de mortalidad de las nuevas iniciativas emprendedoras. Se estima que dos de cada tres empresas desaparece, porque no superan sobreponerse en los tres primeros años".

Y la siguientes recomendación: "Fomentar y fortalecer los emprendimientos, mediante el apoyo a mejores iniciativas empresariales, así como incentivar el surgimiento de nuevas, planes de negocios, conferencias, concursos de proyectos, encuentros de emprendedores, entre otros. El mecanismo concreto sería el establecimiento de un fondo concursable para financiar las mejores iniciativas y el fortalecimiento del programa Perú Emprendedor como uno de los más sólidos y articulados por parte del Estado".

Por otro lado el estudio sobre emprendimientos, realizada por el economista Marcial Abad Pacheco, "Informe Diagnostico MYPES Apurímac", en el marco del proyecto Economía Solidaria en Apurímac (ECOSOL) del Grupo Voluntariado Civil (GVC) 2008, en los sectores productivos con mayor impacto económico en las provincias de

Abancay, Andahuaylas, Antabamba, Aymaraes y Chincheros, con el objetivo de promover el emprendimiento y el fortalecimiento de Microempresas, asociaciones y cooperativas. Se resaltan las siguientes conclusiones:

“Las Mypes de Apurímac se caracterizan por el uso extensivo, por su baja productividad, por su baja inversión en activos productivos y en tecnología, son poco competitivas y sobreviven de manera tan extendida por las características del aislamiento regional respecto al mercado nacional”.

“En la práctica, el 100% de la producción es atribuible a las MYPEs, que se desenvuelven en todos los sectores produciendo principalmente para el mercado regional. Son también las MYPEs las principales fuentes de empleo en la región. La PEA presenta niveles de ingreso de subsistencia, configurando una demanda poco solvente para la producción de MYPEs, de ahí que, para estas el desarrollo pase por insertarse en el mercado nacional o internacional, como ya viene ocurriendo en el caso de los productores de palta de los valles de Pampas y Pachachaca”.

“Las empresas fueron fundados fundamentalmente por motivaciones personales, para proveerse un empleo y un ingreso. No fueron creadas para hacer rentable un capital disponible, por lo que hecha la inversión, lo que se espera es un flujo de ingresos que cubra el ingreso necesario para sostener la economía familiar”.

“las Mypes de Apurímac carecen de una cultura empresarial, sus conductores no son empresarios “profesionales”, sus decisiones no están guiadas únicamente por la relación costo beneficio económico. Esto que puede ser una debilidad desde el punto de vista estrictamente empresarial-económico, podría, sin embargo convertirse en fortaleza y factor de desarrollo de una cultura empresarial con responsabilidad social”.

Se destaca las siguientes recomendaciones:

“Promover el desarrollo de mercados para la producción de las Mypes, de las asociaciones de productores y cooperativas, como una contribución a la integración económica de la región. Promover la realización de ferias provinciales y regionales de intercambio de productos entre productores directos. Propiciar pactos de intercambio de productos entre productores organizados de los diferentes pisos ecológicos. Apoyar

el fortalecimiento de las diferentes instancias de organización de los productores para auspiciar su integración regional”.

“Apoyar el desarrollo de una mayor productividad y competitividad de las Mypes, propiciando la inversión en maquinaria y tecnología para generar la oferta conjunta de productos, producidos mediante procedimientos estandarizados y en la medida de lo posible, crear marcas compartidas; promover la asociatividad cooperativa para hacer viables estas propuestas. Este procedimiento es perfectamente factible para los casos de los productores de anís, de Curahuasi; para los productores de paltas y frutales de los valles de Pampas y de Pachachaca ; para los productores de cuyes de Pacucha y Caraybamba, para los apicultores de Abancay y Andahuaylas, etc”.

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 Las Micro y Pequeña Empresa

1.2.1.1 La actividad económica en la región Apurímac

La economía de Apurímac, es caracterizada por la pobreza y extrema pobreza en que desenvuelven sus actividades económicas, la mayoría de la población son comunidades campesinas, básicamente de autoconsumo, por lo tanto productora de alimentos. Esta producción por definición, no es producción destinada al mercado. Sin embargo, una parte de esta producción puede destinarse al intercambio para obtener todos aquellos bienes que no producen y que son necesarios para hacer posible el consumo de subsistencia.

Apurímac es la segunda región, después de Huancavelica, con el mayor índice de pobreza entre todas las regiones del país. Al 2007, Apurímac tenía un índice de pobreza de 69.5%¹. El PNUD para el año 2005, ubica al departamento con un índice de desarrollo Humano (IDH) de 52.1, en la posición vigésimo tercera entre todos los departamentos, ambos índices de pobreza e IDH, seguramente serían mayores de no mediar las transferencias, que el estado realiza, a la población pobre y en extrema pobreza, a través de los programas sociales.

¹ Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo



Por las actividades económicas a las que se dedica, mayoritariamente, su población y por los recursos que actualmente explota, Apurímac, es una región eminentemente agropecuaria. Ocupa, a nivel nacional el 4º lugar de la producción de camélidos sudamericanos y el 6º lugar en población de ganado vacuno criollo. No obstante lo anterior, en realidad, Apurímac, por sus recursos potenciales, por sus ingentes reservas y por su aporte futuro a la formación del PBI regional, es una región eminentemente minera².

En los últimos cinco años el producto bruto interno (PBI) de la región Apurímac, a precios constantes de 1994, como porcentaje del PBI nacional, no ha sido mayor 0.5%. En el año 2006 Apurímac presentó un PBI 0.44% del PBI nacional. Si tenemos en cuenta que el PBI nacional en este periodo ha venido creciendo, en promedio, por encima del 6% anual, ello significa que, en relación a la economía nacional, en términos relativos, la región se encuentra estancada, crece en términos absolutos pero no al mismo ritmo en que crece la economía del país.

El PBI regional tiene dos componentes importantes en su estructura: los servicios y la agricultura, los primeros son más extendidos y los que captan una mayor inversión, pero son caros, de baja calidad y poco competitivos; el difícil acceso a la inversión, a la región y las reducidas dimensiones del mercado resultan poco atractivos para que ingresen nuevos competidores internos o externos que dinamicen la competencia; de mantenerse las condiciones actuales, este sector continuará creciendo en función al mercado local reducido al que atiende. En lo que respecta a la agricultura, esta es una actividad intensiva en el uso de fuerza de trabajo, se encuentra poco tecnificada y tiene una baja productividad.

La población económicamente activa de la región Apurímac, por su ubicación de acuerdo a la estructura de mercado, está empleada principalmente como independiente 39.6% y como trabajador familiar no remunerado 37%; entre ambas categorías ocupacionales representaban el 77% del total del empleo.

Esta es una posible primera aproximación a la realidad de las MYPES en Apurímac, ya que, por lo general, los independientes son considerados en la categoría

² Abad Pacheco Marcial-"Informe Diagnostico MYPES Apurimac" pag.15

microempresario y los trabajadores familiares no remunerados son, a su vez, empleados de las microempresas. Son estas categorías de ocupación las que forman parte de la gran masa de pobres que no llegan a percibir ingresos que les permitan superar la línea de pobreza absoluta; son trabajadores con ingresos de supervivencia, ya sea bajo la forma de ingresos como independientes o de propinas, alimentación y vivienda en el caso de los trabajadores familiares no remunerados.

1.2.1.2 Las Ventajas Comparativas y Competitivas en la Región Apurímac

a. Ventajas Comparativas:

El espacio regional de Apurímac, cuenta con recursos naturales y potencialidades a nivel de ventajas comparativas en los diferentes sectores encontrándose entre los más importantes el sector minería, turismo y el agropecuario, a estos elementos positivos incorporamos a la población regional con una vocación eminentemente agropecuaria dedicada a la producción agrícola y pecuaria con excedentes para el mercado extra regional, (papa, menestras, bovinos, camélidos sud americanos, etc.), en la actualidad debido a las nuevas tendencias y a la globalización de la economía las actividades del sector terciario (servicios) son los que vienen tomando mayor desarrollo

La actividad productiva regional, se caracteriza por su escaso nivel de industrialización y generación de valor agregado, sin embargo existen condiciones favorables que con un adecuado fomento, capacitación y trabajo, permitirá lograr adecuados niveles de competitividad, en importantes sectores.

Sector Agropecuario: El sector agropecuario es el más importante y tradicional de la región, especialmente por la capacidad de absorción de mano de obra. Teniendo entre las ventajas competitivas más resaltantes; la producción de carne (fresca y seca), fibra de alpaca, productos lácteos, productos y derivados apícolas, la producción de palta, chirimoya, saúco, ahuyamanto, crianza de gusano de seda, papa nativa y ecológica, cochinilla del carmín, páprika y fríjol entre otros.

Sin embargo a pesar de contar con estas ventajas, existen algunas limitaciones que dificultan su desarrollo tales como: el bajo nivel de organización y desarrollo empresarial, tecnología tradicional y artesanal, débil interacción de las cadenas productivas.

Sector Minero: La región Apurímac, cuenta con yacimientos y reservas mineros metálica y no metálica importante con miles de hectáreas involucradas en denuncios mineros con reservas probadas y probables de minerales, actualmente la demanda de minerales es favorable en el mercado internacional por lo que la estructura y competencia empresarial tiende a fortalecerse en el espacio regional con la explotación de la mediana y gran minería como las "Bambas" ya otorgadas en concesión para su exploración y explotación.

Sector Turismo: Las ventajas competitivas del sector turismo, están dadas por la abundancia de recursos turísticos de diverso tipo y altamente atractivos para la demanda nacional e internacional, y la ubicación estratégica de la región en la red macro regional sur (Ayacucho – Cusco y Nazca – Cusco) y la carretera interoceánica. Entonces es importante que dichos recursos sean puestos en valor y que la infraestructura turística básica y los servicios sean desarrollados para que la Región Apurímac sea incorporada en los paquetes turísticos de las empresas que tienen presencia en las regiones de Cusco, Ayacucho, Ica – Nazca y Lima.

Sector Pesquería: Las ventajas competitivas del sector pesquería, están dadas por la abundancia de ríos y espejos de agua existente en la región, apta para la siembra de alevinos de trucha y larvas de pejerrey, para lo que existen centros piscícolas en las provincias de Andahuaylas, Abancay y Aymaraes que realizan el desove y la incubación de las especies mencionadas.³

Por otra parte, el Plan Estratégico Regional Exportador, PERX – Apurímac. Sobre la dinámica productiva de la región Apurímac hace mención, que la principal vocación productiva es la Pecuaria y Agrícola. Otras actividades productivas promisorias para la exportación en base a la dotación de recursos sub utilizados y en

³ Plan de Desarrollo Regional Concertado Apurímac al 2010 "nutrición para gente de calidad"

base a oportunidades de mercado, son actividades como la minería, acuicultura, artesanías, turismo, forestería y agroforestería.

El sector pecuario es la actividad económica más importante en el área rural. Es fuente de generación de alimentos (carne) y materias primas industriales (fibras y lana, cueros y pieles).

La crianza de camélidos es una importante actividad económica de la región que forma parte de cadenas exportadoras.

La agricultura en la Región no se encuentra muy desarrollada pues se distingue por ser una actividad de auto sostenimiento, con muy bajo nivel tecnológico. Apenas el 6% del territorio puede destinarse a la agricultura, condición que no permitirá una expansión sustancial de la frontera agrícola. A esto se agrega limitaciones de acceso al crédito y los mercados.

Entre los cultivos que se orientan o pueden orientarse al mercado internacional, están: menestras, anís, papa amarilla, maíz amilaseo tipo Cusco, habas, y paltas.

El sector forestal presenta un desarrollo aun incipiente basado en actividades de forestación. Es fuente de aprovisionamiento de madera generando la actividad de fabricación de muebles aun a nivel artesanal.

El sector minero se caracteriza por sus importantes recursos de polimetálicos y cobre.

Hasta el año 2000 las actividades mineras en la Región eran en su mayoría de mediana y pequeña minería, incluso la mayoría artesanales, sin embargo, en los años recientes se viene dando la presencia de la gran minería, especialmente de Xtrata y de la SothernPeru Cooper Corporation en cobre y OPEBAN para hierro.

La acuicultura continental es una actividad insipiente pero en crecimiento. La población de especies nativas está disminuyendo en los lagos y lagunas alto andinas y se viene impulsando la acuicultura en la Región, pero sólo basada en la crianza de truchas arco iris bajo las modalidades de piscigranjas. La actividad industrial está concentrada en Abancay y Andahuaylas. A pesar del gran número de unidades productivas, tienen poco impacto económico real debido a que son micro y

pequeñas empresas con el bajo nivel de inversión y tecnificación. Este sector orienta su producción a satisfacer requerimientos del mercado local.

La actividad artesanal es aun limitada. Destaca la producción de artículos de madera pintada.

a. Ventajas competitivas

Dentro del marco de la integración de los sectores económicos regionales del Estratégico Regional Exportador, PERX – Apurímac. La economía de la Región Apurímac está basada fundamentalmente en la actividad productiva de pequeñas agricultores y ganaderos. La presencia de empresas de gran envergadura es reciente, a través de la empresa minera Xtrata.

En consecuencia, tanto para dinamizar de manera más homogénea la economía regional como para aminorar riesgos de carácter político, deben diseñarse e implementarse mecanismos que faciliten la articulación de los micro y pequeños productores con las empresas medianas y grandes. Los mecanismos pueden ser en tres líneas de acción:

- Desarrollando cadenas de proveeduría, articulando las micro, pequeñas y medianas empresas regionales a las cadenas exportadoras dinámicas. De esta manera se potencian inicialmente conglomerados productivos que en el largo plazo se constituyan como Clusters regionales.
- Compartiendo capacidades empresariales, de tal manera que el conocimiento y las redes institucionales y comerciales con que cuentan las empresas exportadoras más dinámicas, sean socializadas con otros sectores productivos con menor nivel de desarrollo. Esto es viable en actividades complementarias, como en el caso de productos orgánicos.
- Canalizando recursos del Canon minero hacia el desarrollo de infraestructura productiva y mejoramiento de las capacidades humanas para la gestión técnica y organizacional. Actualmente el Canon sólo puede aplicarse a inversiones en

infraestructura y no en desarrollo del capital humano, que es el principal factor para la competitividad.

- Acciones efectivas de responsabilidad social y ambiental por parte de las empresas más desarrolladas.

Entonces, dadas las características socioeconómicas de Apurímac, la opción viable para el logro del objetivo trazado que tiene un carácter fuertemente social, es integrar las fuerzas endógenas y exógenas, complementando las capacidades locales con la inversión y la capacidad comercial y gerencial de empresas extra regionales, alentando la concurrencia de éstas a la región, pero para que apliquen modelos de gestión organizacional y productiva que sean articuladores y amigables con los diferentes estamentos sociales, aportando sus conocimientos tecnológicos y de gestión al conjunto de la sociedad.

Esto implica, por parte de los diferentes sectores sociales de Apurímac, cambiar su percepción sobre el sector empresarial (especialmente el que tienen de las medianas y grandes empresas) y mejorar su capacidad propositiva y de negociación, diferenciando las funciones que les compete al sector privado y al Estado, modificando la visión paternalista que se tiene de éste.

Por otro lado, en el análisis de los factores de la competitividad exportadora de la región Apurímac del Plan Estratégico Regional Exportador, PERX – Apurímac, el diagnóstico a nivel de la dotación de los recursos de la región, la situación productiva, el desempeño exportador de la región y las condiciones de los mercados internacionales, son la base de referencia para aplicar las metodologías del Diamante de Michael Porter y el FODA (Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas) a fin de determinar las actuales condiciones de competitividad internacional de Apurímac y las correspondientes estrategias para mejorar dichas condiciones.

El diamante de Porter permite determinar la capacidad competitiva exportadora de la Región, evaluando los factores que la determinan. Según M. Porter, la competitividad de una región es la capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes y servicios mejores y/o más baratos que los de la competencia internacional.

La competitividad está determinada por la interacción de 4 grupos de atributos y dos factores adicionales. Al esquema de estos factores, Porter lo denomina Diamante de Competitividad.

Los tipos de atributos son:

Primero. *Condiciones de los Factores*: Situación de la región en cuanto a los factores de producción. Se evalúa la existencia, calidad y nivel de especialización de los factores. Pueden ser: i) Básicos: Recursos naturales, situación geográfica, clima y mano de obra no especializada y ii) Avanzados: Infraestructura física, institucional, de generación de energía y telecomunicaciones, científica y tecnológica, recursos humanos especializados y recursos de capital.

Segundo. *Condiciones de la demanda interna*: Una demanda interna informada y exigente motiva la mejora y la innovación productiva. Lo que importa determinar, más que la magnitud de la demanda interior, es el carácter (nivel de exigencia) de dicha demanda.

Tercero. *Sectores afines y auxiliares*: Presencia o ausencia en la región de proveedores de bienes y servicios e industrias relacionadas que sean internacionalmente competitivos.

Cuarto. *Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas*: Son las condiciones en la región que rigen el modo con que las empresas se crean, organizan y gestionan, así como la naturaleza de la competencia interna.

Los dos factores adicionales son:

El Estado: Considerando el poder que tiene como Gobierno Central, Regional y Local entre otras instancias públicas para influir sobre los atributos de competitividad a través de leyes, normas, políticas, proyectos y prácticas; establece las reglas de juego mejorando o deteriorando el clima para la competitividad.

La casualidad o el azar: Son los acontecimientos casuales ajenos a una región o sobre los cuales las empresas o el gobierno no tienen mayor control. Ejercen influencia sobre la ventaja competitiva.

1.2.1.3 Ley de Promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa en el Perú

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se esta refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.⁴

En forma general se puede decir que, MYPE es una unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Respecto a Legislación vigente en cuanto a emprendimientos empresariales con mirada en las MYPEs, En el marco normativo se han dado una serie de dispositivos cuya orientación esta relacionada a políticas de Estado, cuya intención es institucionalizar y convertir más competitivas a este tipo de emprendimientos, entre los más referentes se menciona:

La Ley de Bases de la Descentralización N° 27783 que en su capítulo IV: Competencias de los gobiernos regionales, específicamente el artículo 35, establece que se debe "Promover la modernización de la pequeña y mediana empresa regional, articuladas con las tareas de educación, empleo y a la actualización e innovación tecnológica"

⁴ Ley 28015 - Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa y Decreto Legislativo n° 1086, la Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente 28 de junio del 2008.

Por otro lado la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales N° Ley N° 27867 que establece como funciones, referidas al trabajo, promoción del empleo y la pequeña y microempresa, las siguientes:

- a. Formular y ejecutar los planes de promoción de la pequeña y micro empresa, y apoyo a las iniciativas empresariales, que incidan en la mejora de la calidad del empleo de estas unidades económicas.
- b. Promover e incentivar el desarrollo y formalización de pequeñas y microempresas con criterios de flexibilidad y simplificación, la instalación de empresas en la región y la iniciativa privada en actividades y servicios regionales.

Así como la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa N° 28015 que tiene por objeto "la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria".

En su artículo 5° de la Ley 28015, orienta los siguientes lineamientos estratégicos:

- a. Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.
- b. Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intrasectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las MYPEs y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.
- c. Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE.

Por otro lado, es importante indicar que los gobiernos regionales en cada región establecen, un Consejo Regional de la MYPE (COREMYPE), cuya finalidad es promover el desarrollo, la formalización y la competitividad de la MYPEs en su ámbito geográfico y su articulación con los planes y programas nacionales. Estableciendo funciones como:

- a. Aprobar el Plan Regional de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE, que incorporen las prioridades sectoriales de la Región señalando los objetivos y metas para ser alcanzados al Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CODEMYPE) para su evaluación y consolidación.
- b. Contribuir a la coordinación y armonización de las políticas y acciones sectoriales de apoyo a las MYPE, a nivel regional y local.
- c. Supervisar las políticas, planes y programas de promoción de las MYPE, en su ámbito.

Al respecto, es necesario mencionar el aspecto legal y político en el tratamiento de los emprendimientos empresariales, tomando en consideración, que en nuestro país, las MYPEs en el Perú constituyen uno de los ejes fundamentales en cuanto a desarrollo se refiere, pero que sin embargo desde la normatividad y decisiones políticas de los gobiernos de turno, se viene generando una serie de distorsiones debido a su problemática propia y a la coyuntura de las políticas a nivel de Estado, así como de los gremios de empresarios y otros agentes económicos que participan.

Situación que se aprecia en la realidad, el poco fomento de las iniciativas empresariales, carentes de asistencia técnica y financiera. A pesar que al Estado y a los gobiernos regionales se le concede el rol importante, de establecer un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPEs.

En cuanto a competitividad, "La intensificación de la competencia en los mercados lleva a la necesidad de una elevación continua de la productividad a través de innovaciones constantes de procesos productos y gestiones. Los rápidos cambios en

las tendencias del mercado y las exigencias de segmentos de clientes cada vez más específicos, obliga a las empresas a personalizar y diferenciar los productos, así como a flexibilizar sus organizaciones y estructuras".⁵

Finalmente, es evidente que el Perú ocupa el octavo lugar en competitividad a nivel de América Latina y se ubica en el puesto 54 del ranking mundial elaborado por el World Economic Forum".

1.2.1.4 Características de la MYPEs

Dentro de las Características de la Mypes, reúnen las siguientes características concurrentes: **la Microempresa:** de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.⁶

Soto Eduardo (2004: 184-185) respecto a la pequeña y mediana empresa hace mención de las siguientes características:

Ritmo de crecimiento.

Mayor división del Trabajo.

Requerimiento de una mayor organización.

⁵ Plan Nacional de Promoción y Formalización para la competitividad y desarrollo de la micro y pequeña empresa 2005 – 2009 , MTPE – PRODUCE, capítulo IV, el gran reto: ganar competitividad

⁶ Decreto Legislativo nº 1086, la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al empleo decente" 28 de junio del 2008

Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional.

Está en plena competencia con empresas similares.

Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.

El propietario o los propietarios de la micro y pequeña empresa suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.

El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la micro y pequeña empresa, especialmente en sus inicios.

Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual, genera crecimiento económico.

Proporciona a la economía beneficios.

Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios.

Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada que las grandes empresas.

Dentro de las características de las MYPEs, se observa algunas limitaciones en su desenvolvimiento. Sin embargo, se trata de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de éstas y de incrementar paulatinamente su tamaño, las microempresas se conviertan en pequeñas y éstas en medianas, bajo la política de incrementar la capacidad de absorción del empleo de calidad en el tejido empresarial MYPE. También implica reducir el número de empresas muy pequeñas de baja productividad y que generan igualmente empleos de baja calidad y su aporte es ínfimo en el criterio de buscar las mejores condiciones de vida.

1.2.2 Los Emprendimientos Empresariales

Es fundamental reconocer la caracterización del empresario y de la empresariedad en tanto que se supone que es un factor de crecimiento económico es un exponente esencial del capital humano de toda sociedad⁷. Por otra parte, la perspectiva individual ha marcado un movimiento que, en base a algunos rasgos de personalidad y a los antecedentes individuales, cuajó en la definición de empresario como:

- a. Individuo cuyo objetivo es ganar dinero.
- b. Que organiza y dirige la combinación de factores productivos para obtener un producto para venderlo en el mercado.
- c. Que es confiado y aventurero, al asumir el riesgo asegurando una renta al «indeciso» o «tímido».
- d. Que es altamente innovador.

Es en torno a esta última característica como la vieja percepción del empresario como explotador de los trabajadores para su propio beneficio se ha modificado, siendo percibido, básicamente, como alguien activo, atrevido, audaz, decidido, resuelto. Connotaciones positivas que destacan la naturaleza emprendedora del empresario, hasta el punto de que hoy se le considera como un emprendedor, como el agente capitán de la industria que, orientado al cambio y al crecimiento, lleva al desarrollo de la economía. Desde esta perspectiva, el empresario participa con vehemencia en la destrucción creativa, al propiciar nuevas oportunidades y romper con el statu quo subyacente. El empresario busca, por su capacidad innovadora, hacer las cosas de una manera nueva y mejor.

Las características anteriores no determinan quien es el empresario emprendedor, sino que sólo indican lo que hace el emprendedor y que se explica en base a una determinada concepción de la empresa que la asocia a las operaciones de compra-venta de todos los que desean intercambiar (comprar o vender) un determinado bien o servicio. Así, la primera definición que se encuentra sobre el espíritu empresarial y/o *entrepreneur data*

⁷ Baumol (1993).

del siglo XVIII —Chantillon— para referirse al organizador de la empresa, argumentando que el principal factor que separa empresarios de empleados que ocupan altos niveles jerárquicos en la empresa es la incertidumbre y el riesgo de estar autoempleado. El beneficio económico nace de la incertidumbre, y al empresario se le define como aquél que compra a precios ciertos y vende a precios inciertos, asumiendo los riesgos asociados a este proceso.⁸

A partir de la concepción de emprendimiento un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que sea empleado. En el ámbito de los negocios, el emprendedor es un empresario; es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro. Por otro lado destacamos a algunos autores que facilitan diversas concepciones pero dentro de la connotación empresarial:

Diana M. González Salazar indica "El que hace que las cosas sucedan".

Don Hellriegel y John W. Slocum, señala que es la "Persona que crea una nueva actividad de negocios en la economía".

El Diccionario enciclopédico Larousse, indica es aquella persona "Que toma iniciativas y las lleva a cabo".

Para comprender que es un emprendedor tenemos que dar respuesta a varias interrogantes. Por ejemplo ¿El espíritu emprendedor es algo innato o es algo que se puede aprender o fomentar? Definitivamente, hay personas que nacen siendo empresario, es decir, personas que poseen con un cierto don para los negocios. Sin embargo, la mayoría se puede formar en el camino, personas encaminadas en la preparación o entrenamiento y que puedan desarrollar las destrezas y habilidades que requieren.

1.2.2.1 Espíritu empresarial en los emprendimientos

Dentro del contexto del desarrollo socioeconómico la principal característica es que "El proceso de creación de nuevas entidades productivas tiene un efecto muy importante en el desarrollo socioeconómico". Afectando tanto a la oferta como a la demanda.

⁸ Ignacio Brunet y Amado Alarcón. Teorías sobre la figura del emprendedor

Además, al generar nuevas entidades productivas hacemos que se produzcan cambios en la estructura y la producción. Según Jane Jacobs y algunas observaciones que pueden hacerse sobre el desarrollo de regiones y comunidades específicas existen dos principios muy básicos de los procesos de desarrollo:

- a. El desarrollo económico no ocurre en general, o por decreto, o simplemente por la formulación y publicación de un plan de desarrollo. El desarrollo económico se da en gente específica, en lugares particulares y en momentos muy precisos.
- b. Las metas del desarrollo económico tienen que ir más allá del incremento puntual de los empleos y del ingreso, pues sólo esta modificación no garantiza continuidad del proceso. Se requiere que el desarrollo sea un proceso dinámico y continuado, en el cual las personas de la comunidad tengan la posibilidad de usar su talento y proporcionarle al sistema social unas cualidades dinámicas tales como la capacidad para la innovación y la respuesta autogenerada a eventos que aseguren una vida feliz y plena y en continua mejora.

En términos regionales, el desarrollo exige que el sistema social adquiera cualidades dinámicas como las siguientes:

Elasticidad: Capacidad de responder efectivamente a cambios en el ambiente, en los mercados, en las condiciones del entorno.

Creatividad e Innovación: Habilidad y propensión a experimentar nuevas formas y a innovar en las operaciones.

Iniciativa: Habilidad, deseo y capacidad de empezar y llevar a cabo proyectos útiles.

Diversidad: Variedad de actividades que dan resistencia frente a cambios y decisiones no previsibles.

El espíritu empresarial ofrece beneficios de desarrollo para el individuo, la empresa y la comunidad como un todo.

Para el individuo ofrece independencia, control sobre la propia vida, creatividad, expresión personal, salud, confianza en sí mismo. Cada empresario cree firmemente en que el puede afectar los eventos a través de sus conocimientos, inteligencia, creatividad,



dedicación y persistencia. Para el empresario, el nuevo negocio es una expresión creativa, y el producto que fabrica y vende es sólo un medio para un fin.

Para las organizaciones, promover el concepto de empresario producirá un incremento en la creatividad y en la toma de iniciativa y genera dinamismo y una alta motivación.

Para la comunidad, ese espíritu empresarial implica un impulso a los procesos de invención e innovación, que le dan fortaleza adicional para enfrentar los eventos que el futuro depare.⁹

En resumen, el espíritu empresarial provee a la comunidad de una posibilidad real de desarrollo, pues le da a la cultura en la cual se mueve esa comunidad: energía, dinamismo, orientación al trabajo, variedad, elasticidad, acción, innovación, creatividad. Adicionalmente, provee a la comunidad de una posibilidad real de control sobre su propio desarrollo.

El espíritu en la iniciativa empresarial desarrolla un papel importante para las economías actuales, y que si bien puede ser innato, el hecho de que surja depende de múltiples factores. Un emprendedor tiene la capacidad de ver las oportunidades y analizar los recursos para llevar a cabo el proyecto; el éxito radica en encontrar una vinculación adecuada entre diversos factores.

La educación (la familia, la escuela, el grupo de amigos, etc.) es otro factor que influye en la formación de una mente emprendedora. Así como las circunstancias y el medio ambiente en el que nos desarrollamos hace aflorar nuestro espíritu emprendedor. Otro factor que favorecerá el surgimiento del espíritu emprendedor, es el marco institucional que regula las actividades económicas y sociales.

Respecto a las Características del emprendedor, Rafael Alcaraz en su obra "El emprendedor de éxito" resume una serie de características que distinguen a los emprendedores del resto de las personas, las cuales han sido mencionadas por diferentes autores, considerando dentro de ellos: Compromiso total, determinación y

⁹ http://www.portalplanetasedna.com.ar/tigres_asiaticos.htm

perseverancia, Capacidad para alcanzar metas, Orientación a las metas y oportunidades, Iniciativa y responsabilidad, Persistencia en la solución de problemas, Realismo, Autoconfianza, Altos niveles de energía, Busca retroalimentación., Control interno alto, Toma de riesgos calculados, Baja necesidad de estatus y poder, Integridad y confiabilidad, Tolerancia al cambio. A las cuales añade la creatividad e innovación, confianza en sí mismo y sus capacidades.

Respecto al **Capital emprendedor**, el diseño conceptual de Audretsch añade al modelo del *filtro del conocimiento* un factor productivo específico denominado *capital emprendedor*. Una vez identificada la naturaleza de la barrera que genera una brecha entre la inversión en conocimientos y su explotación comercial, y señalada la figura del emprendedor como el vehículo dedicado a transformar en innovaciones conocimientos no utilizados, cuanto mayor sea la proporción de emprendedores en una sociedad, mayor será la tasa de innovación y crecimiento. Audretsch y Keilbach (2004), parten de una función de producción tradicional a la que incorporan una variable representativa del *capital emprendedor*, donde se supone que la producción depende de la cantidad de capital, la cantidad de trabajo, del esfuerzo en I+D y de la tasa de emprendedores.

Pero no resulta obvio que la formulación de una función de producción de estas características sea necesariamente la mejor forma de avanzar en el modelo del *filtro del conocimiento*. Los emprendedores que actúan como vehículo de la innovación son por definición agentes familiarizados con el conocimiento susceptible de explotación comercial y constituyen un subconjunto minoritario de todos los que crean empresas.¹⁰

1.2.2.2 Tipos de emprendimientos empresariales

Diana M. González Salazar en su obra "Plan de negocios para emprendedores al éxito" señala que los emprendedores pueden ser clasificados tomando en cuenta dos aspectos:

- a. **Por la razón que emprenden**, por aprovechar una oportunidad: porque encontraron una necesidad insatisfecha o un Nicho de Mercado desatendido, o

¹⁰ Maria Callejón: La economía emprendedora de David Audretsch



porque tienen una buena idea y trabajan en ella. Les gusta lo que hacen; incluso puede decirse que tienen vocación. Nicho de mercado, es un mercado pequeño (a diferencia de los segmentos de mercado que son grupos de mayor tamaño y de fácil identificación), con necesidades y/o deseos específicos, voluntad para satisfacerlos y capacidad económica para realizar la compra o adquisición.

Surge por necesidad o porque se encuentran en una situación desfavorable; específicamente, porque no tienen empleo, ya sea por falta de preparación o porque acaba de ser despedido y, requiere procurarse alguna forma de ingreso económico.

- b. **Según el tipo de empresa**, emprendedor social que busca, mediante su creatividad, entusiasmo y trabajo en su proyecto emprendedor, producir un cambio social, en beneficio de un sector de la población, por lo general sin recibir ganancias económicas para él (sin fines de lucro). Emprendedor que busca destacar en alguna área y ser modelo para otros.

Respecto a *emprendedor de negocios*. Si emprende dentro de una empresa se le llama emprendedor interno, y si lo hace en su propio negocio con fines lucrativos es un emprendedor externo, que puede iniciar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricando productos, ofreciendo servicios, o tan sólo comercializando algo ya existente.

Cuadro N° 01: Ventajas y desventajas del emprendedor

Ventajas del emprendedor	Desventajas del emprendedor
Es su propio jefe	Mayor responsabilidad y, por consecuencia mayor estrés.
No hay supervisión de un jefe directo	Requiere hacer una gran inversión de tiempo y, por ende dedicara menos tiempo a su familia o a su vida social.
Puede controlar su horario de trabajo	No cuenta con los beneficios de un empleado (prestaciones, estabilidad, otros
Obtiene ingreso y prestigio para si mismo	
Se autoemplea y genera empleo para otros	

Lleva a cabo una idea, un sueño	entre otros)
Puede continuar con una tradición familiar	Si se toman decisiones equivocadas, se puede poner en peligro la estabilidad de la empresa.
Satisface su necesidad de logro	

Fuente: Rafael Alcaraz "El emprendedor de éxito"

Analizando las razones de las ventajas y desventajas, podemos concluir que no es sencillo convertirse en empresario o emprendedor, ya que no siempre se alcanza la meta del éxito al primer intento y se requiere ser perseverante para alcanzar el éxito en los negocios.

Por otra parte, respecto a **los tipos de microempresa** del sector formal e informal, estas operativizan en torno a cuatro factores: Acceso a capital, Uso de redes sociales, formalización del negocio y nivel de educación y profesionalización del empresario. Mostrando las siguientes características:

Las "microempresas familiares informales", que abarcan aproximadamente a la mitad de las empresas, funcionan en un solo local con una inversión en maquinaria y perciben ingresos mensuales. Se trata de microempresas que orientan su producción hacia mercados de bajos ingresos y que funcionan con sólo dos o tres trabajadores, por lo general familiares del dueño del negocio.¹¹

Las "microempresas familiares con acceso a crédito formal" funcionan con cinco trabajadores, uno o dos de ellos familiares del dueño. Tienen un mayor acceso al crédito formal tanto al inicio del negocio como, al final de este lo cual es probable que tenga relación con los mayores ingresos y utilidades percibidas. La mayoría de ellas funcionan como microempresas formales y son conducidas por personas con un nivel educativo relativamente más alto que el de las primeras.¹²

¹¹ SAAVEDRA Jaime y NAKASONE Eduardo; Una Nota sobre la Informalidad y el Autoempleo en Lima Metropolitana 1985 -2000

¹² *Ibíd.*

Las "*microempresas con alta inversión conducidas por un profesional*" comprende a la tercera parte de las empresas, operan con una inversión de casi 2,000 dólares por puesto de trabajo, usando maquinaria algo más moderna y empleando mano de obra asalariada no familiar. La diferencia principal respecto a los dos tipos anteriores es la alta capacidad del empresario, quien cuenta con educación de nivel superior o ha seguido alguna carrera que lo capacita en la gestión y la administración del negocio.¹³

Las "*microempresas familiares con participación de hijo profesional*" son conducidas por personas de mayor edad y tienen un perfil económico semejante al del primer tipo de empresas. Sin embargo, hay tres diferencias importantes: menor inversión de capital, acceso a mercados de sectores sociales de mayores ingresos y un nivel de planificación algo mayor en la gestión de la empresa.¹⁴

1.2.2.3 Características de la actividad emprendedora

Tomando en consideración que a nivel de América latina, el Perú es uno de los países con alto nivel de creatividad de sus empresarios. Cabe mencionar la justificación de los emprendimientos en nuestro país, en los siguientes:

a. Motivación para Empezar

Se considera que el inicio de un nuevo negocio obedece a dos tipos de motivaciones: *oportunidad* y *necesidad*. Las personas que emprenden por **oportunidad** tienen interés en independizarse y obtener mayores ingresos, mientras que las personas motivadas por la **necesidad** no tienen otra alternativa para ganarse la vida y se encaminan hacia la generación de negocios para subsistir.

De acuerdo al Centro de Desarrollo Empresarial-ESAN-2009. Los países que poseen los mayores ingresos presentan un alto grado de motivación por oportunidad, comportamiento que podría deberse a la estabilidad económica y el entorno favorable para los negocios que caracteriza a estas economías. Destaca el hecho de que dos de los países latinoamericanos, Chile (62%) y Uruguay (54%),

¹³ *Ibíd.*

¹⁴ *Ibíd.*

presenten altos índices de motivación por oportunidad, mayores de 50%. Mientras Perú (45%), presenta el nivel de motivación por oportunidad, inferiores al 50%.

b. Actividad Emprendedora y Creación de empleo

La creación de empresas impacta positivamente en la generación de empleo y la disminución de la pobreza, lo que eleva el nivel de vida de la población, de ahí el interés por conocer de forma integral cómo transcurre el proceso emprendedor e identificar acciones capaces de incentivarlo.

Del estudio realizado por el Centro de Desarrollo Empresarial ESAN-2009, se muestra la generación de empleo de las empresas en etapa inicial y las empresas establecidas, así como las expectativas de contratación de nuevos trabajadores dentro de los siguientes cinco años.

En cuanto a las empresas en etapa inicial, podemos observar que el 68,1% de los emprendedores crean sus negocios para generar su propio empleo, mientras que el 25,6% da origen a empresas con más de un trabajador. Respecto al crecimiento del empleo, las expectativas son poco alentadoras, pues casi el 60% de los emprendedores espera que en los próximos cinco años sus propias empresas generen solamente entre 1 y 5 puestos de trabajo.

En el caso de las empresas establecidas los resultados son similares. El 58,3% de los emprendedores está en situación de autoempleo, mientras la expectativa de generación de empleo para el 57,9% de los emprendedores es de 1 a 5 puestos de trabajo. En nuestro país la actividad emprendedora es alta, pero no necesariamente en alto grado de generación de empleo.

“La importancia de la MYPE desde el punto de vista del desarrollo económico se debe a que: Constituyen un sector prioritario para implementar políticas de desarrollo que generen empleo y riqueza sostenible alejadas del enfoque asistencialista, Es flexible y adaptable ante cambios requeridos por los mercados y por la estructura económica - cada vez más dinámica, Constituye la base de “clusters” empresariales sectoriales y regionales descentralizados con potencial competitivo y Posee la capacidad de articularse con empresas de diferentes

tamaños para lograr la eficiencia empresarial a nivel sistémico¹⁵."

1.2.2.4 Los emprendimientos por género

En el transcurso de los últimos años se han producido importantes cambios para lograr promover las relaciones equitativas entre las mujeres y varones y asegurar la igualdad de los derechos y oportunidades para una vida digna y de ciudadanía plena, sin embargo dicha igualdad sigue siendo mermada por que hombres y mujeres no gozan en la practica de los mismos beneficios, existiendo menor participación de las mujeres en el mercado laboral formal y precariedad en el empleo informal.

Actualmente, las mujeres constituyen un activo importante para la economía y desarrollo local, sus importantes logros en la vida socio – económico – productiva, genera una excelente oportunidad de financiamiento de la inversión y desarrollo, sin embargo en época de crisis, la pobreza tiene rostro de mujer (feminización de la pobreza), por lo que no es posible dejar fuera al 51% de la población femenina en las tomas de decisiones locales y en el acceso de los recursos económicos.

Inspirada en los trabajos del premio Nóbel de Economía Amartya Sen, en donde plantea la necesidad de poner al ser humano como centro de todas las preocupaciones, como fin mismo del desarrollo y no como medio para el logro de otros fines; desde esta óptica, el mejor proceso de desarrollo será aquel que permita elevar más la calidad de vida de las personas, a través del desarrollo de sus propias capacidades elegidas libremente y valoradas por ellas mismas, en otras palabras es necesario promover el emprendimiento económico de las mujeres a través del desarrollo de sus propias capacidades técnicas y empresariales, conformando diversos conglomerados productivos comerciales y de servicios a través de la asociatividad empresarial y sobre todo mediante la articulación comercial de acuerdo a las necesidades del mercado que requiere los diferentes países que el Perú ha firmado los tratados de libre comercio. Las estrategias que debería de considerar las instancias de los gobiernos locales son las siguientes:

¹⁵ **Juan Sheput Moore:** Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo; Exposición ante la Comisión de Producción y PYMES del Congreso de la República 22 de Marzo de 2005

Diseñar y ejecutar programas continuos de fortalecimiento de desarrollo de capacidades laboral y formación productiva – empresarial sin discriminación de género, propiciando el acceso de las mujeres a los recursos financieros, insumos y tecnología apropiada que optimicen su trabajo e incrementen su productividad.

Facilitar las posibilidades de intercambio comercial, promoviendo redes empresariales mediante la asociatividad, asimismo, fortaleciendo la mejora continua de los procesos de producción, cabe considerar que la mayoría de mujeres que han incitado una idea de negocio, han sido capacitadas, requiere la habilidad de producir en escala con la calidad y ventaja competitiva que el mercado exige.¹⁶

De acuerdo al estudio del Centro de Desarrollo Empresarial ESAM 2009, el Panorama global del emprendimiento femenino en el Perú presenta el nivel más alto de emprendimiento femenino, con una tasa de 26,1%, seguido muy de cerca por Tailandia, con 26%. Mientras que las tasas más bajas las presentan Letonia y Rusia, con 1,4% y 1,6% respectivamente. O sea en nuestro país, las mujeres emprendedoras han alcanzado el mismo nivel de participación en la actividad emprendedora que los hombres; es decir, por cada varón que realiza una actividad empresarial existe una mujer en la misma situación.

Dentro de las características de los emprendimientos femeninos, muestra que las mujeres emprendedoras se dedican, en mayor medida a empresas orientadas al consumidor 76,8%, mientras que la participación de los hombres en este sector es de solo 49,7%. Por el contrario, la participación de las mujeres en los sectores de extracción, transformación y servicios para empresas es menor que la de los varones, y la diferencia es más notoria en el sector de transformación, donde la mujer solamente alcanza el 10,2% frente al 33,5% de los varones.

Finalmente, los expertos consideran que el emprendimiento femenino es una opción aceptada socialmente para la mujer y que ella posee el mismo nivel de conocimientos y habilidades que el varón. Sin embargo, también opinan que hace falta mejorar los

¹⁶ Econ. Martín Moreno Z. : *Emprende Perú. La Crisis y la Mujer en el Empleo Local a través de la inversión pública. Equidad de Género.* 22 Marzo 2009

servicios sociales para que las emprendedoras puedan continuar trabajando después de formar una familia.

1.2.2.5 Los emprendimientos por sectores económicos

La International Standard Industrial Classification (ISIC), distingue más de 500 tipos diferentes actividades agrupados en cuatro principales sectores, lo cual facilita el análisis de los resultados y las comparaciones tanto entre países como entre empresas (en etapa inicial o establecida). Los sectores considerados por la ISIC son:

Sector extractivo, agrupa las actividades de extracción de productos en su ambiente natural, como agricultura, ganadería, pesca y minería.

Sector transformación, Incluye las actividades de transformación física, como transporte de bienes y personas, construcción, manufactura y distribución mayorista.

Sector de servicios para empresas, sector cuyos clientes principales son otros negocios, como servicios financieros, seguros, inmobiliarias, otros servicios para empresas.

Sector orientado al consumidor, sector cuyos clientes principales son personas. Por ejemplo: venta minorista, restaurantes y bares, hospedaje, salud, educación, servicios sociales y recreación.

En 2007, el sector predominante de las empresas en etapa inicial en el Perú es el orientado al consumidor, con 63,7%, donde destacan el rubro de hoteles, restaurantes y comercio minorista (con 58,9%). El sector de transformación (21,6%) y el extractivo (9,5%) ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente.

1.2.2.6 Los emprendimientos en el sector Informal

Las Microempresas del sector informal, consideradas de pequeña escala, demandan el uso de tecnologías simples, a causa de su espacio laboral y de la poca división del trabajo y de la propiedad de los medios de producción necesitan de un escaso requerimiento de capital, estas operan al margen del marco institucional, sin permiso y sin protección legal de los trabajadores, con fácil acceso a mercados competitivos.

Según las estadísticas de la Dirección Nacional de Mypes del Ministerio de Trabajo, a diciembre de 2005, de 2'518,617 micro y pequeñas empresas, 1'870,470 son informales, no tributan ni pagan beneficios sociales a sus trabajadores. Es decir, el 74% de Mypes operan al margen de la legalidad fiscal y laboral, advirtió la Cámara de Comercio de Lima.

Como se sabe, las Mypes representan el 98% de las unidades productivas, que a su vez emplean al 60% de la Población Económicamente Activa del país.

Según la Cámara de Comercio de Lima (CCL), a pesar de la trascendencia de las Mypes en la economía nacional, este importante sector productivo afronta una realidad muy compleja, padece una serie de limitaciones legales, administrativas, financieras, técnicas y de mercado. Estas trabas burocráticas en las tres últimas décadas han imposibilitado su formalización, la competitividad y una mayor rentabilidad de las Mypes en el mercado interno y externo.

Es importante mencionar que: "...El sector informal en el mercado de Abancay en los últimos años se ha visto reducido debido a una política aplicada por los gobiernos locales (desde el año 2002), que permite que la autorización de funcionamiento (licencias) de los diferentes establecimientos y negocios sea mas económica (reducción de costos), es así que existe un cuadro de precios para otorgar las licencias donde los solicitantes realizan un pago único, anteriormente se realizaban pagos mensuales; esto ha motivado a que muchas empresas jurídicas y naturales decidan formalizar sus negocios".¹⁷

Entonces podemos resumir que la informalidad es un fenómeno complejo que conduce a un equilibrio social no óptimo en el que los actores sociales participantes, como trabajadores, empresas y microempresarios quedan desprotegidos en términos de salud y empleo, incrementándose a causa de tres factores: impuestos laborales y mala legislación en seguridad social, políticas macroeconómicas que afectan a los sectores más propensos a optar por la informalidad, y reformas comerciales sin análisis de impacto en los sectores de menor productividad.

¹⁷ Oficina de Rentas – Municipalidad Provincial de Abancay



También es necesario indicar, que los emprendimientos, con mayor énfasis en los informales, presentan limitaciones de orden económico, legal, financiero y tecnológico, que muchas veces no permite desarrollarse dentro de un marco competitivo.

Cuadro N° 02: Restricciones internas en las MYPES



Fuente: Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo

1.2.2.7 Los emprendimientos y competitividad

La palabra competitividad proviene del latín *competere*; es la medida en que una empresa, bajo condiciones de libre mercado, es capaz de producir bienes y servicios que superen la prueba de aceptación de los mercados internacionales¹⁸

Entonces, desde el punto de vista empresarial se puede entender, la competitividad es el liderazgo competente en el mercado, grado de aceptación en la necesidad y el gusto, con menores costos y mayor calidad. La competitividad genera el liderazgo en espacios más diversos y exigentes, la revolución industrial propagó el desarrollo de productos estándar hacia mercados ampliados; ahora la Sociedad del Conocimiento genera el

¹⁸ Caroto: Emprendimientos conglomerados



desarrollo de productos hacia la especialización en determinados segmentos lo que conlleva a nuevos paradigmas competitivos.¹⁹

Se puede entender que la competitividad ocurre en tres niveles: Entre empresas por una porción del mercado de una industria, Entre industrias por una porción de un mercado regional o global y Entre países por atraer industrias y empresas competitivas.

La investigación empírica de Michael E. Porter a finales de los años 80 sobre la ventaja competitiva de diferentes naciones evidenció que las empresas líderes en cualquier campo tienden a agruparse en áreas geográficas relativamente pequeñas. Esas agrupaciones se han denominado conglomerados o clusters competitivos. De esta forma, dentro de un país o una región se van creando grupos completos de industrias relacionadas o clusters, altamente eficientes, que permiten crear una ventaja competitiva sostenible. Para que un cluster de turismo en un país llegue a ser competitivo a escala mundial se requiere de acciones conjuntas de empresas privadas individualmente, de ellas actuando en cámaras conjuntas, de sectores relacionados y de los gobiernos locales y centrales.

Otro concepto de Michael E. Porter, para entender los procesos de desarrollo de Latinoamérica, es su planteamiento de que el desarrollo pasa por cuatro etapas:

- 1° Etapa de factores
- 2° Etapa de inversión
- 3° Etapa de innovación
- 4° Etapa de la riqueza

Se puede plantear diez imperativos para la competitividad en los países latinoamericanos.

- 1° Visión micro
- 2° Desarrollo de centros de innovación y de aprendizaje rápido
- 3° Demanda nacional
- 4° Relaciones entre compradores y proveedores
- 5° Educación en estrategia de negocios

¹⁹ Michell porter: Las Ventajas competitivas

- 6° Recursos humanos especializados
- 7° Formación de nuevas empresas
- 8° Consejo de competitividad
- 9° Información económica
- 10° Vender la imagen del país

La competitividad en el Perú se puede clasificar en los siguientes: *A nivel de empresas*, depende del despliegue que hagan sus gerentes de los recursos. Relativamente escasos; *A nivel de sectores*, es posible en industrias seleccionadas en que se ha avanzado en factores especializados y *Nivel nacional*, se topa con un "techo" relativamente bajo hasta que se amplíe la capacidad en los factores más rezagada²⁰.

Para describir el desarrollo de las naciones debemos tener en cuenta lo siguiente:

- a. La prosperidad nacional es creada y no heredada.
- b. La prosperidad de una nación depende de la capacidad de sus empresas para innovar y mejorar.
- c. Las bases de la competitividad están cada vez más en la creación y asimilación del conocimiento.
- d. Las compañías alcanzan ventaja competitiva mediante actos de innovación, bien sea en nuevas tecnologías y en nuevas formas de cumplir su actividad.
- e. Competitividad es la productividad de una nación, una región o una empresa en el uso de sus recursos de producción.
- f. El nivel de vida de una nación depende de la capacidad que sus empresas tengan para lograr y mantener altos niveles de productividad y de incrementar esa productividad en el tiempo.
- g. La competitividad incluye: mercados segmentados, productos diferenciados, tecnologías diferenciadas y economía de escala.
- h. Compiten las empresas y los sectores empresariales no las naciones.²¹

²⁰ Fernando Villarán (modelos de competitividad 2006)

²¹ http://www.portalplanetasedna.com.ar/tigres_asiatcos.htm

Por otra parte "El mejoramiento continuo" expresa el principio central que subyace en la mayoría de los programas de mejora de la calidad y es un elemento central de la competitividad empresarial. El concepto constituye hoy día una pieza importante del sistema revisado de gestión de la calidad ISO 9000:2000.²²

1.2.3 Cultura Empresarial

Reconocer la cultura desde lo humano es aceptar que el trabajo es una construcción social, desde este punto de vista tiene sentido abordar los nuevos emprendimientos, como los lugares donde se estructuran las relaciones sociales, y donde se produce el conocimiento. Sin embargo, reconocer lo social es a la vez reconocer lo individual.

Al respecto Durkheim reconoce que en la sociedad moderna este asunto es contradictorio, pues, "el ser humano de un lado ha de liberar necesariamente la autonomía individual ya que el proceso de diferenciación e innovaciones es permanente y de otro deviene cada vez más necesaria y delicada la red de conexiones entre el individuo, el grupo profesional y el órgano central: se exige al tiempo mayor desarrollo de las diferencias y mayor interdependencia de lo diferente"

En el mismo sentido, uno de los aspectos más preocupantes de nuestra cultura es la pérdida del sentido humano y social de las acciones que se reflejan en los actos de trabajo. Las organizaciones perfeccionadas por la búsqueda de la competitividad y la productividad, han desconocido la libertad y autonomía del trabajo, lo que trae como consecuencia la falta de responsabilidad, compromiso y cierta predisposición para la innovación. Gualejac relaciona este acto inhumano con el extrañamiento cuando afirma "los hombres no pueden trabajar sin dar sentido a su acción" (2005: p.242).

Es así como el emprendedor debe tener claro en la puesta en marcha de su iniciativa, recuperar el significado del trabajo, y desde esta perspectiva contribuir a desarrollar la inventiva, la iniciativa, la imaginación, y el compromiso con lo que se hace, porque

²² Las series de normas ISO 9000 del sistema de gestión de la calidad fueron publicadas por la Organización Internacional para la Normalización (ISO) en 1987. Constituyen uno de los procesos de normalización adoptados con mayor rapidez en todos los tiempos y son requisitos cada vez más habituales para el acceso al mercado. Fueron revisados en 1994 y se publicarán nuevas revisiones en el 2000.

como dice Aktouf (1998:560) "...se sabe que el acto humano por excelencia es el acto de trabajo".

Es trascendental recuperar el sentido del trabajo, el cual no necesariamente constituye un fin para mantener la vida, para rectificarlo, es preciso comprender la diferencia entre utilidad que deviene de su acción y el pleno significado en la esfera social.

Así, el emprendimiento debe considerarse motor de iniciativas, en especial aquellas de tipo asociativo, que tienen un objeto social, toda vez que las organizaciones se conciben como urdimbres donde se entretejen relaciones y redes de colaboración y se posibilita la realización de proyecto de vida.

Finalmente el emprendedor requiere desde un enfoque más universal comprender las diferentes culturas, tener una visión cosmopolita del mundo, estar abierto a establecer comunicación con otras personas, con otras concepciones filosóficas, estéticas y económicas, interpretar otras realizadas y lograr trascender, es decir, debe estar atento a las posibilidades para cambiar su entorno y mejorar sus condiciones culturales y materiales.²³

1.2.3.1 Sistema de desarrollo de una cultura empresarial

Todos los enunciados y cifras presentados hasta ahora pretenden demostrar lo que de pronto es evidente: la importancia del proceso de generación y crecimiento de nuevas empresas tiene en el desarrollo económico social. Dos cosas son fundamentales para que aparezcan nuevas empresas:

Primera: La aparición de nuevos empresarios.

Segunda: El desarrollo de unas circunstancias favorables al proceso que todos los grupos tienen responsabilidades y trabajos importantes que cumplir cuando se trata de hacer este cambio cultural

El orden de los elementos de desarrollo es, diferente al orden tradicional de la economía, En esta nueva visión los factores de desarrollo es básico entender el papel principal de ese

²³ Clara Inés Orrego, La dimensión Humana del emprendimiento: Revista Ciencias estratégicas. Vol 16 – N° 20 p. 225-235 (2008)

ser humano que ahí hemos llamado empresario, con sus conocimientos, habilidades y competencias específicas para poder actuar en el mercado, basado en las circunstancias que el ambiente le plantea.

El grupo que desarrollo la investigación Global Entrepreneurship Moitor explica específicamente los elementos fundamentales para el desarrollo, este modelo incluye todas las acciones realizadas por las empresas existentes en una economía, como por las nuevas empresas que logran surgir, gracias al papel de los nuevos empresarios, estos son:

- a. Contexto político, social y cultural.
- b. Estructura Nacional
- c. Estructura Empresarial
- d. Oportunidades empresariales
- e. Capacidad Empresarial
- f. Dinámica de los Negocios
- g. Desarrollo Económico

Finalmente respecto a las **necesidades culturales del desarrollo**, refiere a competencias que deben producir un proceso educativo en nuestras comunidades:

- a. Capacidad y disposición de las personas de la región para dar respuestas apropiadas a los eventos que plantee el mercado de oportunidades y necesidades.
- b. Una tendencia innovadora que les permita a la imaginación y a la creatividad operar y que no obligue a actuar encasillados fenómenos históricos.
- c. Convicción social de capacidad y motivación para lograr el éxito.
- d. Una percepción de independencia y de auto desarrollo que les permita a las personas salir de sus posiciones de dependencia.
- e. Existencia y exaltación de los valores empresariales a través de empresarios exitosos que creen en modelos que deben ser imitados por el resto de la población.
- f. Entre otras.

1.2.3.2 La cultura de la innovación

Es necesario establecer la importancia de la cultura de innovación para impulsar el desarrollo desde adentro. Uno de los factores propios de la sociedad del conocimiento es la omnipresencia de la cultura de la innovación como forma de establecer el crecimiento sostenido a largo plazo. No obstante, para que la innovación se convierta en práctica efectiva de cualquier país, es de vital importancia promover una cultura tecnológica y de actitudes innovadoras apropiada a las necesidades y características de su contexto socioeconómico.

Algunas claves de la cultura de innovación para Latinoamérica se consiguen en la literatura sobre emprendimiento, entre ellas vale señalar: 1) Mayor creatividad: habilidad para desarrollar el proceso inventivo –ésta se puede desarrollar y promocionar conscientemente–, 2) Educación ubicua y permanente: en todo lugar y en todo momento y 3) Mosaico cultural: diversificación de la sociedad con una mayor riqueza de las interacciones mediante redes (Cotec, 2005).

En los últimos años, múltiples han sido los estudios realizados para entender cuales son las razones que explican las diferencias en las culturas de innovación entre países avanzados.

Algunas razones aducidas son de carácter personal o individual como: mantener un espíritu de pionero, movilidad personal, social, geográfica y profesional, más capital de riesgo, y disposición de espíritu que asocia: creatividad, voluntad de emprender, gusto por el riesgo y disponer de los conocimientos adecuados.

Otras razones son de carácter institucional o colectivo como: más capital de riesgo, capacidad de anticipar las necesidades, rigor en la organización y la facultad de controlar los plazos y los costes (Cotec, 2005).

Si comparamos las claves culturales para la innovación de Latinoamérica con las identificadas en la cultura de innovación de países avanzados, es posible aducir que las primeras pretenden estimular la dinámica de innovación a través del desarrollo del capital humano y social, mientras que, el segundo grupo, tiende a favorecer la práctica innovadora mediante principios capitalistas. Tales claves sean de la naturaleza que

fueren, se han convertido en los puntos de referencia estratégica comunes para ambas sociedades, esto, les ha permitido relacionar la cultura con la visión nacional de desarrollo y alinear su estructura social a la visión innovadora.

Establecer la importancia de la cultura de innovación como fuente de poder para alcanzar el desarrollo desde adentro, implica analizarla desde una postura práctica: ¿Qué es necesario para que la cultura de innovación sea exitosa dentro de un contexto social determinado?

Primero, considerar los aspectos estratégicos del emprendedor innovador; relacionados con el ser competitivo (Drucker, 1994) y segundo, conformar y desarrollar redes, como forma de organización emprendedora (Vásquez, 1999).

La cultura de innovación constituye definitivamente la esencia tecnológica de la sociedad del conocimiento, esta cultura se construye en colectivo social. Una sociedad con cultura de innovación sin principios para innovar, es como un poeta sin inspiración.

Comprender la cultura de innovación como esencia tecnológica dentro la sociedad, es analizar su naturaleza como un conjunto de valores y principios que orientan la generación y aplicación del conocimiento social, convirtiéndolo en la mejor forma de desarrollar y aprovechar las potencialidades de las regiones mediante la ejecución organizada y estratégica de acciones creadoras.

Una sociedad con cultura de innovación clara y compartida es fuente esencial de poder, ésta cultura se transforma en la energía fundamental para iniciar y sustentar la acción innovadora convirtiendo la intención en realidad, o, dicho de otra forma, es la capacidad para convertir la intención de innovar en realidad y sustentarla. Y por supuesto, el resultado del poder debe ser un alto desempeño y mayores beneficios.²⁴

1.2.3.3 La actitud Empresarial

Los gobiernos de todos los países (no sólo los nacionales, sino también los regionales) realizan esfuerzos para apoyar la creación de estas empresas, fundamentalmente, en la

²⁴ Petit Torres, Elsa Emilia: La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico



financiación inicial (ya sea indirectamente o mediante la promoción de capital riesgo), pero también mediante la creación de organizaciones dentro de los centros públicos que favorezcan su aparición. Parte de la función de los parques científicos y tecnológicos es precisamente el apoyo a la creación de estas nuevas empresas, intentando reducir las barreras para su creación.²⁵

Es así como toma valor el concepto de aprendizaje organizacional para referirse a las organizaciones con capacidad de adaptarse, mejorar y anticiparse a sus propios requerimientos, en lo que Peter Senge ha dado en llamar organizaciones inteligentes. El concepto de aprendizaje organizacional incluye la movilización de las capacidades y conocimientos de las personas que componen la organización, considerándolas como sujetos hacedores del cambio, capaces de construir el camino que conduzca a su propio desarrollo.²⁶

Al hacer referencia a las actitudes de iniciativa empresarial, en nuestro medio lo que falta en el mercado son personas con talento para pensar en buenas ideas y sobre todo ponerlas en marcha. Tomando en cuenta, que las ventajas competitivas ya no se construyen solo con dinero, con patentes o invirtiendo en tecnologías, sino con el compromiso de personas debidamente alineadas alrededor de una idea poderosa bien realizada. En esta perspectiva, los emprendimientos está sujeto a los cambios y con posibilidades de desarrollo, la competitividad inserta dentro de los espacios económicos, resultando así en una ventaja la promoción de emprendedores con iniciativa y aptitudes.

1.2.4 Tecnología

Respecto a los nuevos alcances que hace la Tecnología de la información y la comunicación (TIC's), lo cierto es que existe una tendencia creciente que parte de la consideración de que además de fomentar estrategias nacionales para favorecer determinados sectores de oportunidad, existe un potencial importante en la integración del tejido empresarial y en la generación de oportunidades entre los pequeños y

²⁵ Antonio Hidalgo Nuchera: Las nuevas empresas de base tecnológica en los procesos de innovación

²⁶ Ps. Ma. Cecilia Clara da Fonseca: Gestión del capital humano y trabajo decente, 15-05-2008

micronegocios (liderados por jóvenes, en su gran mayoría) y las medianas y grandes empresas, y el conjunto de demandas de bienes y servicios que la sociedad genera.

El razonamiento parte del hecho de que en la mayor parte de países de renta media y baja, el sector privado es importante para los pobres y para las capas desfavorecidas de la sociedad. A menudo, este sector está conformado precisamente por personas de esta extracción, por micro y pequeños negocios fruto de la necesidad y que atienden necesidades y demandas del común de la población. Muchos de estos emprendimientos están compuesto por jóvenes de ambos sexos, que han abordado sus negocios como herramienta para salir de la pobreza, al tiempo que se han concentrado en la prestación de bienes y servicios en el entorno de su procedencia. El potencial de este ámbito es de una gran magnitud. Las estimaciones de los activos informales en los países en desarrollo ascienden a 9.4 mil millones de dólares, y estudios recientes llevados a cabo en Egipto indican que este país presenta una economía sumergida de gran tamaño que emplea a más de 8 millones de personas, siendo el valor de sus activos superior a los 250,000 millones de dólares¹⁸.

Los servicios privados pueden ayudar a cubrir las necesidades de los estratos desfavorecidos si se presta la debida atención, se aplica la reglamentación adecuada, y se consiguen poner en práctica estrategias de mercadeo y distribución eficientes. De hecho, un sector privado innovador puede hallar formas de suministrar bienes y servicios económicos a clientes de todos los niveles de renta, mitigando así la pobreza mediante su contribución al crecimiento económico y suministrando servicios y productos de consumo, que aumenten las oportunidades de elección y reduzcan los precios.

En este punto es donde cobra mayor importancia la descripción tentativa de los sectores idóneos para el emprendimiento juvenil. El comercio, el turismo, los servicios o las tecnologías de la información pueden servir de ejes para favorecer una mayor integración del tejido empresarial y para propiciar alianzas entre las medianas y grandes empresas y las micro y pequeñas, incorporando a la propia administración con el objeto de proporcionar servicios de calidad y de generar nuevas oportunidades de crecimiento para la sociedad.

Las posibilidades en este punto son de diferente índole. Las alianzas entre empresas pueden incluir relaciones verticales en la cadena de suministro y agrupamientos horizontales, y permiten:

- a. La transferencia de capacitación, tecnología y calidad;
- b. Atraer empresas al sector formal;
- c. Garantizar que las inversiones extranjeras tengan efectos indirectos positivos;
- d. Abrir los mercados y el suministro a las empresas más pequeñas a través de redes de socios mayores;
- e. Mejorar los salarios, las condiciones laborales y la productividad de las empresas locales, y
- f. Aumentar la oferta y reducir los precios para los consumidores más modestos introduciendo en el mercado una gama más amplia de productos.²⁷

1.2.4.1 Innovación tecnológica

Peter Drucker (1994:64) concibe la innovación como un proceso muy importante y complejo mediante el cual se crean nuevos conocimientos. Esta innovación puede ser de origen social, porque las organizaciones se ilustran y aprenden; En efecto, Peter Drucker (1994:207) señala que: La innovación, es decir, la aplicación del conocimiento para producir nuevo conocimiento no es, como tanta gente cree, cuestión de "inspiración", ni que la realicen individuos aislados en el garaje de su casa (...) La innovación requiere un esfuerzo sistemático y un alto grado de organización.

El economista Joseph Schumpeter pone énfasis en el emprendedor y la innovación como catalizadores del crecimiento económico de los países a través de su teoría de la "Destrucción creativa", proceso por el cual desaparece los productos obsoletos y son reemplazados por otros nuevos de mejores diseños y técnicas innovadoras, con lo cual se hace más competitivos el mercado. De este modo, la innovación es un aspecto clave por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento del mercado.

El grado de innovación de las empresas nuevas y establecidas se mide a través de tres

²⁷ Luis González Notas sobre Proyectos de Emprendimiento Juvenil en América Latina y Caribe. Coordinador Técnico del Proyecto PREJAL. Julio 2007



elementos:

a. Innovación en el producto

Según el Centro de Desarrollo Empresarial ESAN-2009, respecto a *los emprendimientos en la etapa inicial*, indica que en Latinoamérica y el Caribe aproximadamente el 49% ofrece un producto nuevo para todos sus clientes o para algunos de ellos. En el grupo constituido por Europa y Asia hay una marcada diferencia: solo el 28,4% de los emprendedores considera que el producto es nuevo para todos o alguno de sus clientes. En el Perú el 27,8% de emprendedores establecidos considera que su producto es nuevo en el mercado, y el 45% manifiesta que es nuevo solo para algunos clientes.

Mientras en los emprendimientos establecidos, en el Perú el 26,3% de los emprendedores establecidos considera que cuenta con algunos competidores y solo el 2,5% de ellos menciona no tener competencia en el mercado.

b. Innovación en tecnología utilizada

Otro factor que permite medir el grado de innovación en el estudio es la tecnología o procesos utilizados en el proceso de los emprendimientos empresariales, situación que se refleja en las nuevas tecnologías y la modernización de los procesos se encuentran asociados a la utilización eficiente de los recursos, la mejora de la calidad o la mayor productividad.

Sin embargo, debe considerarse que la tecnología es generalmente creada en los países de mayor desarrollo económico y alto grado de industrialización, y posteriormente es transferida a los países en vías de desarrollo. En consecuencia, una determinada tecnología puede no ser tan novedosa en los países de renta alta (e incluso ser ya estándar), pero es totalmente nueva en los países de renta media y baja.

Por otro lado la innovación, se considera como un proceso sistémico y deliberado de transformación empresarial a través del cual se conciben nuevas ideas que, una vez desarrolladas, permiten la introducción en el mercado de nuevos productos o procesos,

la adopción por parte de la empresa de nuevas estructuras organizativas, el empleo de nuevas técnicas comerciales y de gestión.

Finalmente, es necesario resaltar que la innovación se manifiesta con relación a un contexto determinado. En consecuencia, lo que puede ser innovador en un país no necesariamente lo será en otro; sin embargo, la globalización reduce estas diferencias

1.2.5 Financiamiento

La provisión de financiamiento eficiente ha sido reconocida como un factor clave para asegurar, que aquellas empresas con potencial de crecimiento puedan expandirse y ser más competitivas. Las dificultades de acceso al crédito se refieren al hecho de que no se puedan obtener fondos a través del sistema financiero. Como se ha visto anteriormente, las MYPES, necesitan de capital en efectivo para hacer frente a los distintos gastos de inversión y de operaciones.

Este crecimiento sostenido acompañado con una alta rentabilidad y eficiencia, ha hecho de las Cajas Municipales las Instituciones Financieras más rentables del Perú, basado fundamentalmente en el crédito a las MYPES y a los créditos de consumo. A pesar de este éxito su contribución al desarrollo económico y social se va limitando cada vez más, puesto que el 60% de los créditos están en el Comercio, el 30% destinado al crédito de consumo y solamente el 10% está destinado a la industria, artesanía, agricultura y otras actividades²⁸.

El gran aporte de Cajas Municipales al Perú es haber identificado emprendedores y generado muchos prósperos empresarios provincianos que pueden constituirse en el motor del desarrollo si es que pueden acceder al crédito en condiciones favorables para que pueda compensarse el costo de la formalidad con el beneficio del crecimiento.

El sistema financiero regional es pequeño, como pequeño es el mercado en general, está pensando en atender a los sectores urbanos. El sistema de microfinanzas, que se encuentra bastante extendido, dado el tamaño de la plaza, como en todo el país, actúa sobre una misma masa poblacional, los microempresarios con negocios consolidados,

²⁸ Alejandro Velasco: Los Retos del Sistema Financiero en el desarrollo de las MYPES en el Perú

principalmente comerciantes. Ahora bien, pasa que los marginados, son los campesinos, es evidente que no son sujetos de crédito, no tanto porque no puedan presentar las garantías requeridas, se debe tener en cuenta que en el actual sistema de microcréditos las garantías son realmente accesorias (el diario gestión informa, en su edición del 15/09/2008, que los bancos han otorgado el 45% de sus créditos sin garantía) lo que importa es la capacidad de pago y el dinamismo del sector en el que opera el microempresario, de ahí la concentración de las microfinanzas en el comercio.

El sistema financiero bancario y no bancario autorizado a captar ahorros del público, bancos, cajas municipales y cajas rurales, como conjunto tuvo entre diciembre de 2006 y diciembre de 2007, un crecimiento del 14%²⁹ en la captación de depósitos de ahorro, siendo las empresas bancarias las instituciones financieras que mas depósitos captaron y las que tuvieron mayor tasa de crecimiento anual.

En cuanto a las colocaciones por cada empresa del sistema financiero, la Caja Municipal Cusco represento, al 31 de diciembre de 2007, el 38.8% de las colocaciones totales, seguida de la caja Municipal Arequipa con el 21.3%; ambas entidades colocaron el 60.1% del total de créditos del sistema. El banco de Crédito solo represento el 12.3%³⁰, algo menos que un tercio de lo colocado por la Caja Municipal Cusco. Es evidente que, con la ampliación de los mercados financieros, Apurímac cuenta con un sistema que puede financiar a sus empresas formales y a sus comerciantes informales. Si a las empresas del sistema financiero les sumamos las operaciones de las Cooperativas del Ahorro y crédito no autorizadas a captar depósitos de ahorro del público, pero sí de sus socios, encontramos que el sistema cooperativo de Apurímac, conformado por las Cooperativas San Pedro y los Andes (no es posible obtener información desagregada de las operaciones en Apurímac de la CAC Santo domingo de Guzmán), mantenían, al 31 de diciembre de 2007, ahorros equivalentes al 61% de los depósitos captados por las empresas del sistema financiero³¹.

Las necesidades más comunes para acudir a un financiamiento son las siguientes:

²⁹ Banco Central de Reservas – Elaboración propia

³⁰ Banco Central de Reservas - Elaboración Propia

³¹ Marcial Abad Pacheco "Informe Diagnostico MYPES Apurímac" paga. 26

"Necesidad de capital de trabajo, que es el dinero empleado para el pago de mano de obra y de materia prima.

Necesidad de comprar un activo fijo; vale decir, cuando necesitemos dinero para la compra de muebles, máquinas, equipos, edificios o terrenos, entre otros.

Existen otras, como financiamiento de ventas y financiamiento de garantías a terceros, en las cuales la entidad financiera hace, entre otros, el papel de cobrador de sus deudas y de garante del pago de sus deudas con terceros."³²

1.2.6 Sostenibilidad empresarial

En la era de la globalización y la búsqueda del bienestar integral es esencial aplicar estrategias de desarrollo que ponderen la calidad del espacio natural y las condiciones de vida de las personas con los impactos de la actividad industrial y las políticas públicas. En algunos países, el Estado, las empresas y la sociedad han construido esfuerzos cooperativos que privilegian los criterios de sostenibilidad en sus decisiones y proyectos; mientras que en otros, como el Perú, las fuentes de desarrollo sostenible se han visto comprometidas, ya que los consensos aún no forman parte de una agenda social, pública y empresarial común.

Partiendo de este diagnóstico, es esencial construir una agenda común para lograr que el desarrollo sostenible de nuestro país sea impulsado desde los ámbitos sociales, privados y públicos. Este desafío supone la formación de gestores que dispongan de un conjunto de capacidades, destrezas conceptuales y herramientas para integrar criterios de sostenibilidad en las decisiones de tipo empresarial, social, político y ambiental.

La adopción de una visión sostenible del desarrollo permitirá evaluar el uso del espacio natural, lograr un mayor bienestar socioeconómico en la población e impulsar una ventaja competitiva duradera de las empresas, generando con ello puestos de trabajo de mayor calidad. En este marco, el Estado, la sociedad y el sector empresarial deben asumir el compromiso de promover la visión sostenible del desarrollo.³³

³² Gonzalo Tamayo Flores, Grupo Macroconsult de Proinversión

³³ Escuela de Negocios ESAN. PAE Gestión del Desarrollo Sostenible Descentralizado

Cada año crece el número de organizaciones de la sociedad civil que, en alianza con iniciativas privadas o con el sector público, o aun por su propia cuenta y riesgo, implementan soluciones innovadoras para atenuar las grandes demandas sociales existentes en la región. La importancia de estas organizaciones en la sociedad contemporánea, sumada a su representatividad en la economía global, las enfrenta al camino de la sostenibilidad como única vía de garantizar la independencia de sus propósitos y la permanencia en el tiempo de sus actividades y logros.

Estimuladas por las alianzas con la iniciativa privada, estas organizaciones demuestran una gran disposición para trabajar con prácticas y herramientas de planificación en gestión empresarial y convertirse en emprendimientos sociales sostenibles.

Considerando los objetivos de cada organización y de la sociedad en su conjunto, surge la necesidad de adecuar conceptos, lenguajes, prácticas y herramientas de gestión estratégica a este universo de organizaciones cuyo éxito es fundamental para el futuro de la sociedad y cuya existencia depende, igualmente, de una adecuada planificación que les permita hacerse sostenibles.

Cada una, con su experiencia, suma esfuerzos para identificar la realidad del área social y sus necesidades, y garantizar el fortalecimiento de la sociedad civil, una de las expresiones más legítimas de ciudadanía y participación social de la actualidad.³⁴

El desarrollo sostenible y la sustentabilidad se han entendido, no como un producto hacia el cual haya que aspirar o como un camino por el cual todos deban transitar, sino como procesos de cambio que pueden ser conducidos por ciertos principios, pero que tienen que ser construidos localmente con base en procesos de reflexión crítica y de acuerdo con los diferentes contextos (Huckle y Sterling, 1996; UNESCO, 2002).

Los interesados, que apuestan a las empresas con motivos disímiles, inclinan cada vez más sus preferencias por aquellas que operan impulsadas por valores alineados con los principios del desarrollo sostenible.

³⁴ David Fischman. Los emprendimientos sociales sostenibles. "Cómo cambiar el mundo". Universidad peruana de Ciencias Aplicadas.

Para estar en correspondencia con los principios de desarrollo sostenible la empresa debe propiciar una cultura organizacional convergente con la estrategia empresarial dirigida a:

- a. Propiciar el compromiso con la calidad
- b. Crear valor económico, social y ambiental, a corto y largo plazo
- c. Potenciar el aprovechamiento de los recursos destinados a la fabricación de sus productos y a la prestación de sus servicios
- d. Promover el bienestar y la evolución de las generaciones presentes y futuras, en sus entornos operativos, en su contexto social inmediato y general.
- e. Perdurar con vitalidad renovada, que va más allá de simplemente sobrevivir, sino rediseñarse según la evolución de las necesidades socio-económicas del país y el escenario mundial.

Es una realidad que la empresa no puede descuidar además la salud, seguridad, el desarrollo personal y profesional de las personas que laboran en la misma, entre otros aspectos significativos.

La cultura organizacional tiene una importancia indiscutible en la conformación de la estrategia empresarial, si esta se encuentra en un ambiente muy dinámico, se necesita una cultura que apoye la flexibilidad y la coordinación de esfuerzos. Por tanto si hay convergencia entre estrategia y cultura puede decirse que la empresa se encuentra en mejores condiciones de lograr su sostenibilidad. Siendo necesario el estudio y profundización de elementos esenciales de su cultura, que le permita trabajar hacia un futuro basado en valores que sean soporte en su desarrollo sostenible.³⁵

Lo anterior hace destacar cuatros aspectos importantes a tener en cuenta en la cultura organizacional que nos permite ver su vínculo e importancia con el desarrollo sostenible de la empresa:

- a. Marcan el comportamiento habitual o deseado de los miembros de la organización.
- b. Contribuye a conformar el sistema de estímulos y sanciones.

³⁵ Dra. Teresa Cruz Cordero. Sostenibilidad empresarial: Convergencia cultura organizacional y estrategia. 2008

- c. Es factor de control organizacional de acuerdo con el consenso existente alrededor de los valores.
- d. Es soporte de la estrategia empresarial.

Como puede apreciarse tener en cuenta la cultura organizacional en el desarrollo sostenible, es de real significación, de ahí la importancia de revelar alguna de sus manifestaciones esenciales como: paradigmas, creencias, valores, entre otros.

Fundamentado en los resultados de la investigación global liderada por el "*Institute for Development Policy and Management*" de la Universidad de Manchester, presenta una caja de herramientas, que profundiza en cinco instrumentos:

- a. Las cadenas de valor de la empresa TIC: Donde se incluye las cadenas de valor internas y externas.
- b. La sostenibilidad empresarial: Donde se analiza la sostenibilidad financiera, humana, tecnológica y de mercado.
- c. El análisis FODA: Donde se analizan las fortalezas, debilidad, oportunidades y amenazas del emprendimiento TIC de mujeres
- d. El análisis empresarial: Donde se valora los aspectos de oferta, demanda, ambientales y de las capacidades gerenciales y empresariales de las participantes.
- e. El análisis de contexto: Donde se analizan los actores, la viabilidad y la condición de género.

Para cada uno de estas herramientas se presenta una guía básica de aplicación, un ejemplo de uso y algunas recomendaciones que tomar en cuenta.

El análisis de sostenibilidad es la clave para el éxito de los negocios. Se trata de la habilidad de recuperar los costos y poder actualizar y mantener las destrezas y el equipo año con año, con lo que se le da a la empresa buena posición para localizar clientes nuevos y sostener el negocio en el futuro.

Los datos del análisis de la empresa pueden utilizarse para determinar los grados de sostenibilidad asociados con los factores clave que son: finanzas, recursos humanos, tecnología, y sostenibilidad de mercado. Estos cuatro factores clave deben ser entendidos de la siguiente manera:

La sostenibilidad financiera requiere el acceso a suficientes fondos para inversiones de capital (tales como préstamos para mejorar los equipos); fondos recurrentes (para pago de salarios, facturas, gastos fijos, etc) y también créditos de corto plazo para administrar el flujo de caja (como sobregiros bancarios). De la misma forma, requiere que la empresa obtenga suficientes ingresos para cubrir costos y *obtener ganancias* en esos ingresos que puedan reinvertirse en la actividad empresarial.

La sostenibilidad del Recurso Humano tiene en cuenta que la continua eficiencia y efectividad en el préstamo de servicios y productos TIC dependerá de la calidad del capital humano vinculado a la empresa. Será importante mantener las destrezas de la fuerza de trabajo y mejorar las capacidades gerenciales, así como crear y mantener un ambiente de trabajo motivador, gratificante y satisfactorio.

La sostenibilidad Tecnológica, principalmente en sectores como las empresas basadas en TIC, requiere la actualización constante de la tecnología para poder dar respuesta a las cambiantes responsabilidades para con los clientes. Para ello se requiere de una inversión continua en capacitación del personal y conocimiento de nuevas tecnologías y usos innovadores.

La sostenibilidad de mercado se refiere a un concepto que busca evitar la aparición de dependencia de un solo cliente (por más grande que este sea o que brinde trabajo asegurado). La sostenibilidad de mercado requiere de estrategias alternativas – y más sostenibles – que consistan en construir una base diversa de clientes a través de la diversificación de la oferta de productos y servicios ofrecidos, así como atraer un mayor número de clientes mediante acciones focalizadas.

Es necesario tomar en cuenta el **Análisis de Sostenibilidad empresarial** que consta de:

Sostenibilidad Financiera: Acceso a suficientes fondos para inversiones de capital. Créditos de corto plazo para administrar el flujo de caja. Suficientes ingresos para cubrir costos y obtener ganancias.

Sostenibilidad Humana: Capital humano bajo el nivel de eficiencia y efectividad. Fondos recurrentes. Mantener las destrezas de la fuerza de trabajo. Mejorar las

capacidades gerenciales. Crear y mantener un medio ambiente de trabajo motivador, gratificante y satisfactorio.

Sostenibilidad Tecnológica: Actualización constante de las tecnologías. Inversión continua en capacitación del personal. Conocimiento de nuevas tecnologías y métodos.

Sostenibilidad de Mercado: Construir una base diversa de clientes. Estrategias para buscar nueva clientela. Diversificación de la oferta de productos y servicios.³⁶

Actualmente se considera esencial que los diferentes públicos interesados en las empresas participen en la definición y valoración de los indicadores de desempeño empresarial incluidos en las Memorias de Sostenibilidad.

Respecto a sostenibilidad en los emprendimientos, el desempeño ético (norma AA1000) y la Responsabilidad Social (norma SA 8000) van camino de transformarse en unos requerimientos básicos para operar en los mercados, tal como en su momento lo han sido la Seguridad Industrial y las certificaciones de normas de Gestión de Calidad y de Gestión ambiental.

Conscientes de esta tendencia global, las empresas buscan posicionarse ante sus diferentes públicos interesados, comunicando valores de gestión alineados con la definición de Empresa Sostenible:

Somos el mejor lugar para trabajar, en esta empresa se apreciarán tus ideas

Aquí trabajarás en equipo y crecerás profesionalmente

Nuestros productos y servicios crean un mundo mejor

Para todos nosotros, el cliente es lo primero

Nuestros proveedores son nuestros aliados estratégicos

Somos éticos y tenemos responsabilidad social

Preservamos el medio ambiente y tenemos conciencia ecológica

Estas declaraciones estratégicas, son promesas que los diferentes públicos interesados en la empresa esperan ver satisfechas en sus interacciones con su organización, sus productos y sus servicios.³⁷

³⁶ Sula Batsú. Sostenibilidad Empresarial. Cajita de Instrumentos. Emprendimiento de mujeres basadas en TICs. Cooperativa de Profesionales. <http://www.sulabatzsu.orginfo@sulabatsu.org>

Los públicos interesados en la empresa tienden a valorarla más por lo que experimentan en los "momentos de la verdad", que hace la empresa por el bien común. Por su parte las empresas tienden a enfocarse más en las cuestiones relativas a la comunicación y la influencia sobre la opinión pública, debido a que estas acciones pueden ser realizadas con bastante rapidez y sin necesidad de involucrar a muchos integrantes de sus organizaciones.

1.3 Marco conceptual

Capital humano: Conjunto de conocimientos, entrenamiento y habilidades poseídas por las personas que las capacitan para realizar labores productivas con distintos grados de complejidad y especialización.

Crédito: Obtención de recursos en el presente sin efectuar un pago inmediato, bajo la promesa de restituirlos en el futuro en condiciones previamente establecidas.

Capital de trabajo: es la cantidad de recursos de corto plazo que requiere una empresa para la realización de las actividades. Es equivalente a la diferencia del activo y pasivo corriente.

Desempleo: Imposibilidad, que tiene las personas que desean trabajar de poder obtener un empleo. En un sentido más general, subutilización de cualquier recurso productivo.

Deuda: En un sentido amplio, es la obligación que tiene una persona natural o jurídica, respecto a otra, de dar, hacer o no hacer alguna cosa.

Competitividad: la posición que tiene un competidor con relación a otros competidores.

Eficacia: La medida de la producción en relación a los recursos humanos y otro tipo de recursos. Capacidad de producir el efecto esperado.

Eficiencia: Relación entre el producto actual y el producto potencial.

Empleo: La suma de población ocupada y desocupada por sectores de producción industrial, agricultura y servicios.

³⁷ Héctor Infer. Sostenibilidad empresarial en el siglo XXI

Estrategia, es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento.

Financiamiento: provisión del dinero cuando y donde se necesita.

Inversión: Es el flujo de producto de un período dado que se usa para mantener o incrementar el stock de capital de la economía.

Iniciativa: Hace referencia a la actitud permanente de adelantarse a los demás en su accionar. Es la predisposición a actuar de forma proactiva y no sólo pensar en lo que hay que hacer en el futuro. Implica marcar el rumbo por medio de acciones concretas, no sólo de palabras.

Oportunidad: situación que se presenta cuando las circunstancias ofrecen a la organización o a un individuo la posibilidad de superar las metas y los objetivos definidos.

Tasa de desempleo: Se define como la razón entre la población desocupada y la población

Marketing Emprendedor: las empresas en sus inicios son desarrolladas por personas que con astucia visualizan una oportunidad y llevan a cabo sus ideas con perseverancia.

CAPITULO II

MATERIAL Y METODO

2.1 Tipo y Nivel de Investigación

Respecto a los tipos de investigación. Se refiere a la forma de clasificar en: investigación científica básica, investigación aplicada e investigación operativa. Particularmente en cuanto a la aplicada muchas veces denominada como activa o dinámica, Santiago Valderrama Mendoza indica la investigación depende de sus descubrimientos y aportes teóricos. *"la investigación aplicada movida por el espíritu de la investigación fundamental, ha enfocado la atención sobre la solución de problemas más que sobre la formulación de teorías (...) Se refiere a resultados inmediatos y se halla interesada en el perfeccionamiento de los individuos implicados en el proceso de investigación"*³⁸

Entonces la Investigación Aplicada, enfocado en la solución de problemas, más que en la formulación de teorías, busca conocer para hacer, para actuar, para construir y para modificar; le preocupa la aplicación sobre una realidad inmediata

En cuanto al nivel de investigación *"los estudios descriptivos, consideran a un fenómeno y sus componentes miden conceptos definen variable..."*³⁹.

Santiago Valderrama Mendoza, hace mención que "la investigación descriptiva, en comparación con la naturaleza poco estructurada de los estudios exploratorios, requiere conocimiento del área que se investiga (...) pueden ofrecer la posibilidad de predicciones aunque sea rudimentaria"

Por las características del trabajo de investigación se aplica el nivel de investigación descriptivo, buscando conocer el comportamiento de la variable en el problema planteado.

³⁸ Jhon W. Best. Metodología de la Investigación

³⁹ Roberto H Sampieri – Metodología de la Investigación Pág. 99

2.2. Método y Diseño de Investigación

Referente a los métodos de investigación como el proceso de pensamiento o razonamiento, Torrado (2003), indica "La deducción es un método de razonamiento que lleva a conclusiones partiendo de lo general, aceptado como válido, hacia aplicaciones particulares. Este método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios de aplicación universal y, mediante la deducción el razonamiento y las suposiciones, entre otros, se comprueba su validez para aplicarlos en forma particular". Entonces en el presente estudio se aplicará el *método deductivo* como la descomposición de sus elementos para sus análisis del caso.

En cuanto concierne a diseño de investigación "es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir se trata de una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos como tal y como se dan en su contexto natural, para después describirlos y analizarlos. La investigación no experimental es investigación sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan por que ya han sucedido"⁴⁰.

Dentro de los tipos de diseño no experimental, rescatamos el *diseño transeccional o transversal*, "que recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado y en forma simultánea"⁴¹

Para la realización del presente trabajo de investigación se aplicara el diseño "no experimental, transeccional, descriptivo". Porque tienen como finalidad identificar y delimitar las variables, estas variables están sometidas al control del investigador.

⁴⁰ Roberto H Sampieri – Metodología de la Investigación Pág. 184.

⁴¹ R. Hernández S. "metodología de la investigación" Pag. 158

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Características y Delimitación

El presente trabajo de investigación se realizara en el distrito de Abancay de la provincia de Abancay y Región de Apurímac, donde se manifiesta los emprendimientos empresariales.

2.3.2 Ubicación Espacio – Temporal

La ubicación espacial son la Micro y pequeña empresas en proceso de emprendimientos, así como las ya establecidas y la temporalidad de estudio es el presente año 2010.

2.3.3 Técnicas de Muestreo:

El presente trabajo de investigación se realizara en el Distrito de Abancay de la provincia de Abancay y región de Apurímac. Tomando en consideración que *"Muestras Probabilísticas: todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad para ser escogidos"*⁴² y *"Muestras no Probabilísticas: seleccionan a los individuos siguiendo determinados criterios, procurando que la muestra resultante sea lo más representativa posible"*⁴³.

2.3.4 Tamaño y Cálculo del Tamaño

Para el cálculo de la muestra para poblaciones no finitas, para el efecto se recurre a la información de SUNAT-2009, respecto a las empresas activas en el Distrito de Abancay con una población de 670 MYPEs. El mismo que proporciona una muestra de 180 unidades empresariales en el Distrito de Abancay.

$$M = \frac{Z^2 * pq * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * pq}$$

⁴² Santiago Valderrama Mendoza "Pasos para Elaborar Proyectos" Pág. 170

⁴³ Santiago Valderrama Mendoza "Pasos para Elaborar Proyectos" Pág. 170

$$\frac{(1.96)^2 * 0.20 * 0.80 * 670}{(0.05)^2 * (670 - 1) + (1.96)^2 * 0.20 * 0.80} = 180$$

Donde:

M = Tamaño mínimo de la muestra

N = población total

Z = grado de confianza

e = error máximo esperado

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas, consideradas como el conjunto de mecanismos, medios y sistemas a dirigir y recolectar, datos. Optimizando los esfuerzos, La adecuada administración de recursos.

a. De recolección de Datos

Para la recolección de información del presente trabajo de investigación se aplicará las técnicas e instrumentos siguientes:

Encuesta: Cuestionario

Entrevista: Libreta de apuntes (estructuradas).

Fichaje: Fichas bibliográficas de resumen y comentarios y fichas de campo

Observación: Directa (salida de campo) e indirecta (documentos, fotos, videos, etc.).

b. Procesamiento de Datos

Mediante la concepción de la consistencia, la utilización de este método nos va permitir, depurar los datos innecesarios falsos proporcionados por algunos encuestados.

Tabulación de datos, uso de paquetes y/o programas estadísticos (SPSS) para procesamiento de datos

Clasificación de la información, se efectuar con la finalidad de agrupar datos mediante distribución de frecuencias de las variables.

Análisis e Interpretación de Datos

Distribución de frecuencias (relativa, absoluta y frecuencia acumulada).

Cuadros estadísticos de referencia.

Las medidas de variabilidad (rango, la desviación estándar y la varianza).

La interpretación mediante la relación del marco teórico y resultados de información de campo

c. Para la presentación de datos:

Cuadros estadísticos bidimensionales, presentado datos ordenados y fáciles en su lectura y análisis.

Gráficos lineales o polígonos de frecuencia, para relacionar las puntuaciones con sus respectivas frecuencias.

2.5 Formulación de Hipótesis

2.5.1 Hipótesis General

Los factores intervinientes en los emprendimientos empresariales incurren en un progresivo nivel de sostenibilidad en el Distrito Abancay, año 2010.

2.5.2 Hipótesis Específicas

La idea de motivación de los emprendimientos se caracteriza en la necesidad, relacionando a una inestable sostenibilidad empresarial

El naciente nivel de cultura organizacional de los emprendimientos sugiere a elevar la sostenibilidad del recurso humano.

El uso de tecnología tradicional, se manifiesta en la poca sostenibilidad empresarial

La creciente capacidad de inversión de los emprendimientos implica en una afianza sostenibilidad financiera.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Del Plan Departamental de Desarrollo Concertado del Departamento de Apurímac Elaborado por el Dr. César Lama More – Consultor de la DIES-PRES, se puede rescatar la información referida sobre la situación actual de la región Apurímac:

3.1 Perfil en la Región de Apurímac.

3.1.1 Extensión

El departamento de Apurímac, tiene una superficie territorial de 20,895.79 Km², equivalente al 1.6 % del territorio nacional. Comprende siete provincias: Abancay, Andahuaylas, Aymaraes, Cotabambas, Chincheros, Grau y Antabamba, 80 distritos y 377 comunidades campesinas debidamente reconocidas. Sus límites son: al Norte con el departamento de Cusco; al Sur con Arequipa; al Este con Cusco y al Oeste con Ayacucho.

3.1.2 Aspectos Socio Económicos

a. Población:

La población total de la Región Apurímac al año 2007 es de 404,190 habitantes, Abancay como ciudad capital tenía de acuerdo al censo de 1993, 46, 997 habitantes; el censo 2007 se determinó que sus habitantes eran 51, 462, esto es en términos absolutos 4,465 habitantes más, lo que determina una tasa de incremento intercensal de 9.5% y una tasa de crecimiento promedio.

La densidad poblacional, habitantes/Km² es de 21.0, si se toma como base la densidad poblacional del Censo de 19940 (13.4Hab/KM²), la velocidad de incremento de la densidad poblacional de Apurímac ha sido de 1.7 veces, la más baja entre todas las regiones.

b. Aspectos Sociales: Desarrollo de capacidades sociales.

En el 2007, de la población censada de 15 y más años de edad, el 30% de la población femenina y el 10% de la población masculina no tenía ningún nivel de educación; la tasa

de analfabetismo femenino y masculino, en el 2007, era de 32.2% y 10.7%, respectivamente. En ambos casos, las mas altas tasas entre todas las regiones.

En el quinquenio 2002-2007, Apurímac recibió 14,432 inmigrantes, abandonando la región 35,935 emigrantes; cifras que representan el 0.9% y el 23% del total nacional, respectivamente. El saldo neto migratorio fue de menos 1.4%, con lo cual Apurímac se ubica en el decimo lugar, entre las quince regiones que pierden población por movimientos migratorios.

En Apurímac, un 39.6% tiene un rendimiento deficiente en lectura, el 35% de cada 1000 nacido muere, el 43.6% de los niños menores de 5 años sufre de desnutrición crónica.

c. Desarrollo Humano y Pobreza.-

El departamento de Apurímac más de 350,000 personas, equivalente al 83% de la población presenta necesidades insatisfechas, en la zona urbana llega al 64.7% y en la zona rural llega al 93%.

En algunos distritos como Cotabambas, Grau y Chincheros, la población con NBI supera el 97.3%. A pesar de que la región Apurímac ha experimentado, a lo largo de la década pasada, la mejora de sus indicadores sociales, aún mantiene una amplia brecha con respecto a otras regiones del país, configurando una población muy joven, rural, y de poco acceso a servicios básicos, a educación y a salud de calidad.

La solución de los grandes problemas de pobreza y extrema pobreza de Apurímac requiere de una visualización de desarrollo a mediano y largo plazo en la que esté presente los grandes proyectos de envergadura con claras repercusiones en el logro de mejorar sostenidamente la calidad de vida de los apurimeños y en la preservación del medio ambiente.

Como todos los apurimeños sabemos muy bien, hay actividades económicas EJES en las que Apurímac tiene sus ventajas comparativas y a las que es necesario dotarlas de ventajas competitivas para promover el desarrollo regional sostenido. Hay cuatro actividades de grandes potencialidades en Apurímac: agropecuaria, minería, turismo y pesquería. En cada una de ellas es necesario grandes proyectos de desarrollo, para promover del desarrollo sostenible de la región más pobre del Perú.



La concepción de grandes proyectos a mediano y largo plazo con real impacto al desarrollo sostenido de la Región, a la par con la construcción de la cultura regional de la preservación del medio ambiente que garantice la prevención, el control y la mitigación de la contaminación ambiental es posible convertir a Apurímac -siempre que haya también una cultura empresarial promotora- como primer productor de la papa, de la quinua, quiwicha, maca (y otros productos no tradicionales). También es posible que Apurímac se pueda convertir en el departamento con mayor producción de auquénidos y de animales menores como cuyes, porcinos, ganado caprino, etcétera.

Todo esto, por supuesto, inmerso en la concepción de megaproyectos hídricos, de manejo de aguas, no sólo para proveer agua a las actividades agropecuarias sino para generar energías que garanticen el desarrollo industrial y de exportación en el sector agropecuario. En esta misma perspectiva es posible también convertir a Apurímac como la primera potencia minera del país. No olvidemos que la región es calificada hace mucho tiempo como la reserva minera del Perú ¿Debe Apurímac seguir en su pobreza teniendo en sus subsuelos enormes riquezas mineras? La explotación minera en Apurímac es posible, siempre que haya grandes inversiones y una nueva cultura moderna de explotación minera propia del siglo XXI y del tercer milenio y un gobierno regional firme que posibilite que la población no se oponga por oponerse y que las empresas mineras no sólo cuenten con tecnologías modernas que garanticen una actividad minera limpia en términos de gestión ambiental sino estén supeditadas a los intereses de desarrollo y soberanía regional.⁴⁴

3.1.3 Actividades Económico-Productivos y Recursos Naturales.

En los últimos cinco años, el Producto bruto Interno (PBI) de la región Apurímac, a precios constantes de 1994, como porcentaje del pbi nacional, no ha sido mayor a 0.5%. en el año 2006, el PBI regional fue de 707 millones de nuevo soles, representando el 0.44% del PBI nacional. Si tenemos en cuenta que el PBI nacional en este periodo ha venido creciendo, en promedio, po encima del 6% anual, ello significa que, en relación a la economía nacional,

⁴⁴ Apurímac: pobrezas y riquezas. Grandes expectativas en el desarrollo de Apurímac. Febrero de 2011

en términos relativos, la región se encuentra estancada, crece en términos absolutos pero no al mismo ritmo en que crece la economía del país.

La carretera Interoceánica, gran anhelo regional, constituye la generación de oportunidades para el desarrollo productivo y comercial de Apurímac. En este contexto, el PERX debe concebirse como el principal instrumento de gestión para aprovechar la oportunidad de mayores facilidades logísticas de acceso al mercado internacional, así como para dinamizar la integración territorial y económica a nivel regional y macro regional, propiciando el establecimiento de alianzas estratégicas con las regiones vecinas. La Interoceánica no sólo generará nuevos mercados para la oferta actual de Apurímac, sino también la demanda de productos que aun no oferta la región, pero que tiene potencial para desarrollarlos, tal como servicios de reparación y mantenimiento de unidades de transporte terrestre de Brasil.

3.1.4 Corredores Económicos

Apurímac tiene una variada potencialidad económica, caracterizada por los 9 pisos agro ecológicos que configuran su topografía y que definen una amplia gama de cultivos y crianzas. Asimismo, tiene condiciones para la actividad piscícola, apícola y frutícola. Por otro lado, el cañón del Apurímac, siendo el más profundo del mundo, se perfila como un importante atractivo para el turismo de aventura y ecológico.

A pesar de estas potencialidades, la productividad agropecuaria es baja. La infraestructura económica sigue siendo muy insuficiente e inadecuada para la tecnología tradicional aún vigente; a lo que se suma la explotación de los recursos sin criterios de sostenibilidad y la falta de capacidad para la gestión del agua de riego.

La actividad agropecuaria constituye la principal fuente de ingresos de la población, y que hoy requiere ser cada vez más competitiva para poder ocupar un lugar en los mercados regionales y nacionales. Un indicador preocupante es la irregularidad de la superficie sembrada, con tendencia descendente, mientras que la PEA alcanza al 45.1%.

El concepto de corredores económicos es integral, entendiéndose como el espacio en el que interactúan: (i) la infraestructura y equipos de comunicación vial (ii) redes de energía y telecomunicaciones; (iii) actores económicos de las cadenas productivas y de los servicios a la producción y el comercio; y (iv) las políticas, normas y prácticas para la producción,

comercio y financiamiento. Hacer un adecuado diagnóstico de corredores económicos implica el conocimiento del conjunto de éstos factores, sin embargo el factor predominante es el trazo vial que condiciona el resto de factores.

Por tal razón, para hacer una reseña de los principales corredores económicos de Apurímac para efectos de desarrollo exportador de la Región, se hace referencia a continuación a los caminos que conforman la red vial nacional (1° orden) y los más importantes de la red regional (2° orden), en tanto son éstos los que permiten la articulación con los mercados internacionales.

Ejes y corredores económicos

- Corredor económico Abancay – Andahuaylas - Chincheros

Conecta a los mercados de Ayacucho y Cuzco

Tipo de corredor: Primer orden

Tipo de superficie: Vías afirmadas en gran parte y vías asfaltadas

Ciudades Intermedias: Curahuasi, Abancay, Andahuaylas, Uripa y Chincheros

Principales productos relacionados a exportación: menestras, cereales, frutales, caña de azúcar, tubérculos, miel de abeja, láctea, vacuna, ovina, porcina, caprina, aves y cuyes. En este corredor se ubica gran parte de las actividades agroindustriales, artesanales y de carpintería metálica.

- Corredor económico Abancay – Grau - Cotabambas

Conecta a los mercados de Cuzco, Arequipa y Puno.

Tipo de corredor: Primer orden

Tipo de superficie: Asfaltada en un tramo menor y afirmado en su mayoría

Ciudades Intermedias: Abancay, Chuquibambilla, Haquira y Tambobamba

Principales productos relacionados a exportación: crianza y comercialización de Vacunos, ovinos, camélidos y derivados; producción de cereales Minería metálica oro y artesanal (Virundo, Ccochasayhuas y otros); y artesanía textil. Un escenario futuro que podría consolidarse depende de factores exógenos (Inversión de la Gran

Minería). La explotación del Yacimiento de cobre las Bambas podría ser un factor que logre modificar la gravitacionalidad del corredor económico actual.

- **Corredor Económico Abancay – Aymaraes**

Conecta al mercado de Cuzco, Ica y Lima

Tipo de corredor: Prime Orden

Tipo de superficie: Asfaltada

Ciudades Intermedias: Abancay, Chalhuanca

Principales productos relacionados a exportación: camélidos sudamericanos y sus derivados, caprino, ovino, papa nativa, olluco.

- **Corredor Económico Abancay – Antabamba**

Conecta al mercado de Arequipa

Tipo de corredor: Segundo Orden

Tipo de superficie: Asfaltada en su mayoría y afirmada en menor proporción

Ciudades Intermedias: Antabamba

Principales productos relacionados a exportación: Camélidos sudamericanos y sus derivados, caprino, ovino, papa nativa, olluco.

- **Corredor Económico Abancay – Palpacachi - Cotabambas**

Conecta al mercado de Cuzco

Tipo de corredor: Segundo Orden

Tipo de superficie: Asfaltada en su mayoría y afirmada en menor proporción

Ciudades Intermedias: Lambrama, Palpacachi, Coyllurqui y Cotabambas

Principales productos relacionados a exportación: Producción de menestras, frutales, crianza de vacunos y caprinos.

- **Corredor Económico Andahuaylas – Pampachiri**

Conecta al mercado de Arequipa

Tipo de corredor: Segundo Orden

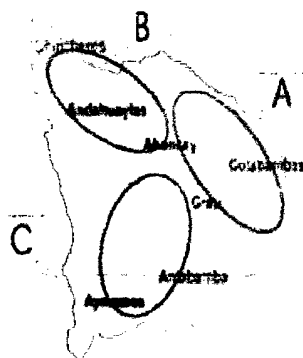
Tipo de superficie: Afirmada

Ciudades Intermedias: Pampachiri, Umamarca, Guayana, Soras y Larcay

Principales productos relacionados a exportación: Productos pecuarias de la crianza de camélidos sudamericanos (Alpacas y llamas).⁴⁵

Gráfico N° 01:

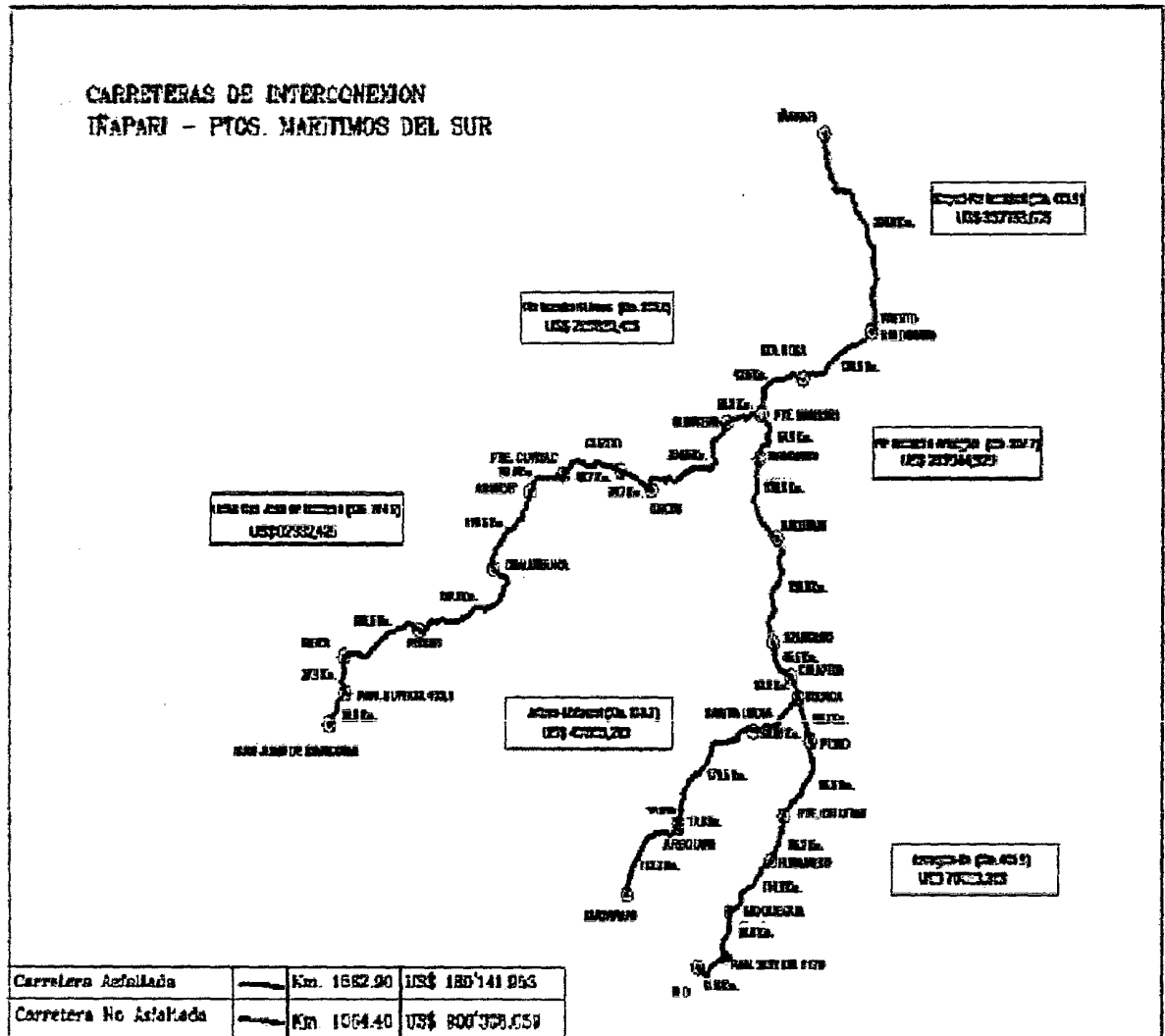
Corredores Económicos en la región Apurímac



⁴⁵ Plan Estratégico Regional Exportador, PERX - Apurímac

Grafico N° 02

Carretera interoceánica Sur



Fuente: Plan Estratégico Regional Exportador, PERX - Apurímac

3.1.5 Articulación Espacial

La Red vial del Departamento de Apurímac, actualizada a Mayo del 2005 es de 6,482.84Km, de los cuales 571.90Km pertenecen a la Red vial Nacional, 544.45Km a la Red vial Departamental y 5,308.99Km a la red vial Vecinal.



En cuanto al tipo de superficie, la red vial es asfaltada en una longitud de 337.90 Km que representa el 5.26% de toda la red vial del departamento, 1813.10 Km de carretera es afirmada y representa el 28.23 %, 468.60Km de carretera sin afirmar que representa el 7.29% y 3804.94Km de carretera a nivel de trocha carrozable que representa el 59.22 % del total de vías.

En la última década se avanzó en la mejora de la red vial, particularmente en lo que se refiere a la Red vial Nacional con el asfaltado de la rutas 03S y 026, así mismo se dio impulso a algunas rutas vecinales con el mejoramiento de la superficie de rodadura, mientras que la Red vial Departamental fue postergada a simples mantenimientos rutinarios. En la actualidad es necesario administrar con eficiencia esta infraestructura y regular el acondicionamiento territorial en armonía con el medio y la modernidad.⁴⁶

El desarrollo humano, social y económico, y buen gobierno e institucionalidad, son los lineamientos de política del Gobierno Regional en el contexto de integración regional y macroregional, basado en la integración de mercados con ventajas comparativas y competitivas mediante la especialización de la producción regional con el aprovechamiento de los recursos naturales, la mano de obra calificada y no calificada, el capital social, cultural, tecnológico y financiero.

3.1.6 Turismo

Apurímac, cuenta con una variedad de atractivos turísticos que permite al visitante disfrutar de bellos paisajes y otros de carácter natural, en el aspecto cultural se puede observar vestigios arqueológicos que constituyen la admiración de propios y extraños teniendo atractivos como las costumbres de cada pueblo, danzas, vestimentas típicas, manifestaciones artísticas de carácter ritual, como el ticapallana, torovelay, tinkaska, corrida de toros, carnavales y diversas fiestas patronales.

Entre los principales atractivos turísticos y culturales tenemos: El puente colonial de Pachachaca, el Santuario Nacional del Ampay, el cañón del Apurímac, los baños termales de Cconoc, la iglesia colonial de Pampamarca, las andenerías de Caraybamba, el templo colonial de Huaquirca, el templo colonial de Mamara, Puente San Nicolás de Vilcabamba,

⁴⁶ Gobierno Regional Apurímac- "Plan Estratégico Institucional 2007-2011" Pag. 45

el templo colonial de Haquira, la cárcel de piedra Haquira, complejo arqueológico de Sondor, laguna de Pacucha, Santuario de Cocharcas.

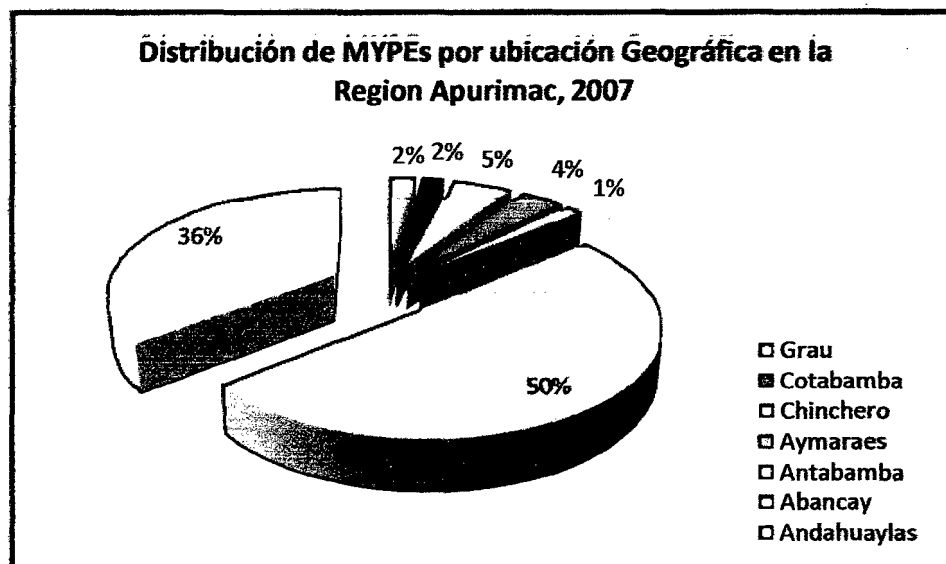
Por otro lado la exportación de artesanías. Es también un importante canal de difusión de productos alimenticios nativos de actual o potencial exportación, como son: quinua, tunta y carne de alpaca. Asimismo, permite una internacionalización de la Región en el sentido que la población local toma conocimiento de manera práctica sobre las características culturales y exigencias de los consumidores de otros países, especialmente de los países desarrollados.

3.2 Situación actual de los Emprendimientos en la región de Apurímac.

A partir de la premisa, dentro del contexto del desarrollo socioeconómico de la sociedad la principal característica es que "El proceso de creación de nuevas entidades productivas (emprendimientos), tiene un efecto muy importante en el desarrollo socioeconómico"

En la región de Apurímac se tiene registradas como emprendimientos un total de 37,719 de Micro y Pequeña empresas (SUNAT: 2007) y específicamente un aproximado de 670 MYPEs en el Distrito de Abancay; en sus diferentes formas de organización, personerías y régimen tributario, considerados dentro empresas formales. De similar forma se puede observar la distribución de las en las diferentes provincias: el 50% de MYPEs se concentran Abancay capital de la región, el 36% en Andahuaylas y el restante 14% distribuidas en las provincias de Grau, Cotabamba, Chinchero, Aymaraes y Antabamba. La mayoría de personería natural inmersos dentro del régimen tributario RUS.

Gráfico N° 03

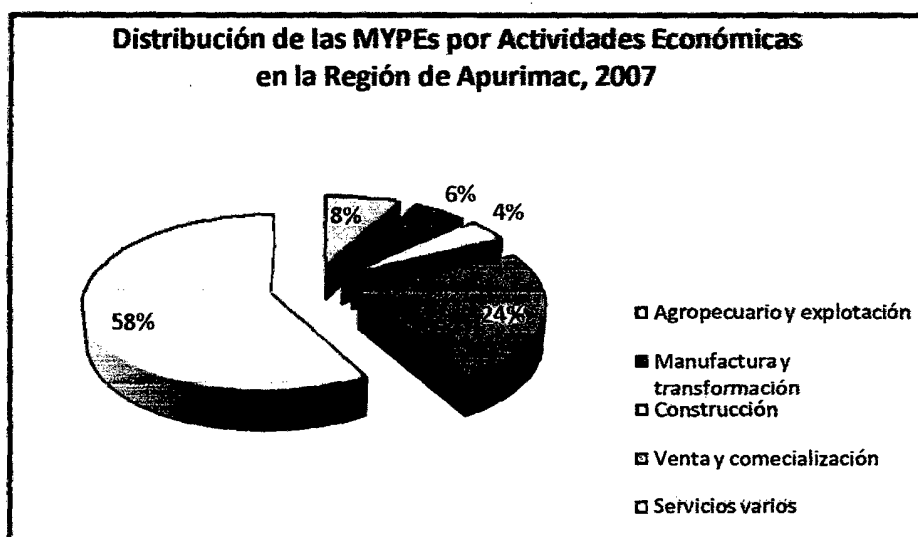


Fuente: Lic. Adm. José Yudberto Vilca C. *Competitividad de las MYPEs en la Región de Apurímac, 2007*

Por otro lado es necesario reconocer que en la región de Apurímac, se cuenta con una diversidad de recursos manifestados en sus diferentes actividades productivas, muchas veces no orientadas a lograr crear valores agregados por diversos factores como: limitada capacidad de inversión y financiamiento, escaso uso de tecnología, situación que se refleja en la limitada posibilidad de competir en el mercado local y regional.

De similar forma, se puede indicar que en lo que respecta a la concentración de MYPEs a nivel de actividades económicas en la región de Apurímac, un 58% de empresas se dedican a las actividades de servicios, un 24% a las actividades de comercio, y un reducido 18% a las actividades agropecuarias, producción y transformación y construcción, con intenso crecimiento en la población urbana.

Gráfico N° 04



Fuente: Lic. Adm. José Yudberto Vilca C. *Competitividad de las MYPEs en la Región de Apurímac, 2007*

El Economista Marcial Abad Pacheco en el Informe Diagnóstico MYPES Apurímac, hace mención "La actividad económica y el empleo se sostienen básicamente en la MYPEs y en el trabajo de los independientes. La Dirección Nacional de la Micro y Pequeña empresa y CODEMYPES, del Ministerio de Trabajo, en su estudio "Actualización de Estadísticas de la Micro y Pequeña empresa" a diciembre del 2006, elaborado en base a las Encuesta Nacional de Hogares del INEI, determinaron que en Apurímac el número de MYPES era de 90 056,00 como se parecía en los siguientes cuadros y gráficos (...) Se debe considerar que, de acuerdo al estudio se incluye en el rubro de la micro o pequeña empresa a los independientes que emplean a los trabajadores familiares no remunerados (TFNR), con lo cual el número de Micro y pequeñas empresas se eleva considerablemente. No obstante de ello, se debe, también, tener en cuenta que se abarca todo el universo de MYPES, formales e informales y se refleja, así, una realidad del mundo MYPE de Apurímac: La actividad económica empresarial no está profesionalizada, es decir, la empresa no se ha independizado del todo de la esfera familiar; familia y actividad económica se mantienen interdependientes"

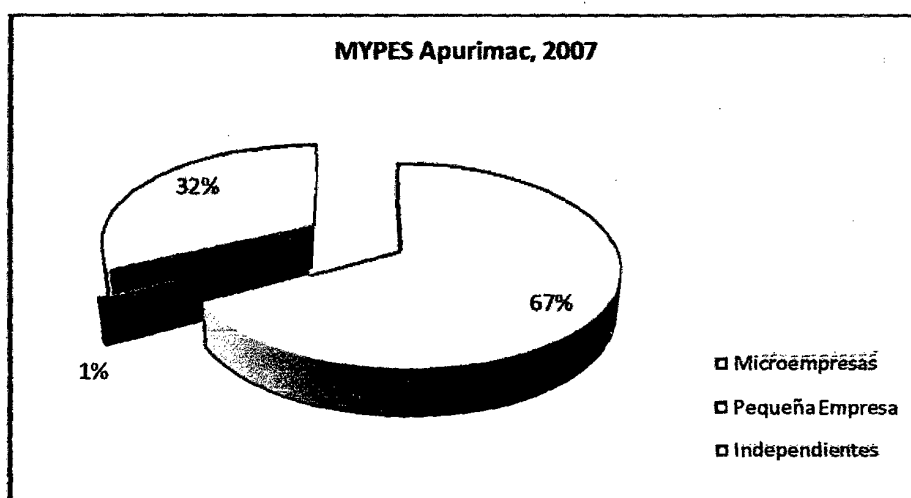
Cuadro N° 01

MYPES y Trabajadores Independientes en Apurímac 2006

MYPES en Apurímac	N°	%
Microempresas	60391	67.06
De 2 - 4 trabajadores	49766	
De 5 - 9 trabajadores	10625	
Pequeña Empresa	536	0.6
De 10 - 20 trabajadores	504	
De 21 - 49 trabajadores	32	
Independientes	29129	32.35
Total MYPES e Independientes	90056	100.00

Fuente: "Actualización de Estadística de la Micro y Pequeña Empresa", diciembre 2007, de la Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa de CODEMYPE

Gráfico N° 05



Fuente: "Actualización de Estadística de la Micro y Pequeña Empresa", diciembre 2007, de la Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa de de CODEMYPE

El mismo autor, respecto a los emprendimientos empresariales, indica "Los emprendimientos colectivos o asociativos agrupan a productores, principalmente rurales, organizados, en la mayoría de los casos, para garantizar la generación de una oferta consistente y sostenida en función de la demanda. Están por lo general, organizados en asociaciones de productores. Su acción no ha pasado, sin embargo, de la organización de la

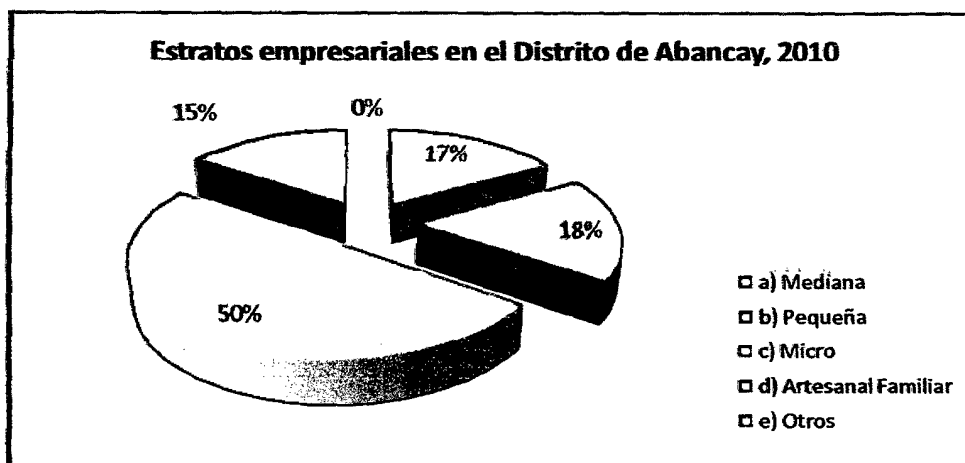
ofertas colectiva para vender sus productos sin valor agregado, de acuerdo a los requerimientos de los demandantes. En la perspectiva del desarrollo de negocios a partir de las actividades que despliega tradicionalmente la población, el sector asociado es el que presenta mayores posibilidades, por las economías de escala, por contribución de las potenciaciones de las contribuciones individuales, porque la asociación hace factible inversiones en procesos de transformación y generación de valor agregado"

3.3 Situación actual de los emprendimientos en el Distrito de Abancay

Mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos (cuestionario y entrevistas) a una muestra de 180 emprendedores de empresas en el distrito de Abancay, con énfasis en las MYPES, se puede apreciar desde varios puntos de vista, los mismos que caracterizan el comportamiento de las MYPES en función de los diferentes factores como: motivación, cultura empresarial, tecnología, financiamiento en los emprendimientos los que directa o indirectamente influyen en el orden de sostenibilidad empresarial. Para un entendimiento detenido, se describirá tomando en consideración las variables e indicadores predeterminados:

Respecto a la existencia de los emprendimientos empresariales, se manifiesta en los siguientes estratos empresariales: un 50% corresponde las Micro empresas un, 18% pequeña empresa, 17% mediana empresa y un 15% empresas familiares. De similar forma en un 83% de empresas cuentan con (menos a 4 trabajadores), un reducido 16% utilizan (5 a 7 trabajadores). Situación que se refleja en que los estratos empresariales como artesanía, empresas familiares, independientes y microempresas fluctúan con este número de trabajadores caracterizándose en la utilización de mano de obra no calificada no asalariada y en su mayoría integrados por familiares. Por otra parte un 96% de estos emprendimientos como iniciativa empresarial sólo cuentan con un negocio central y no así sucursales distribuidas en diferentes áreas geográficas y espaciales.

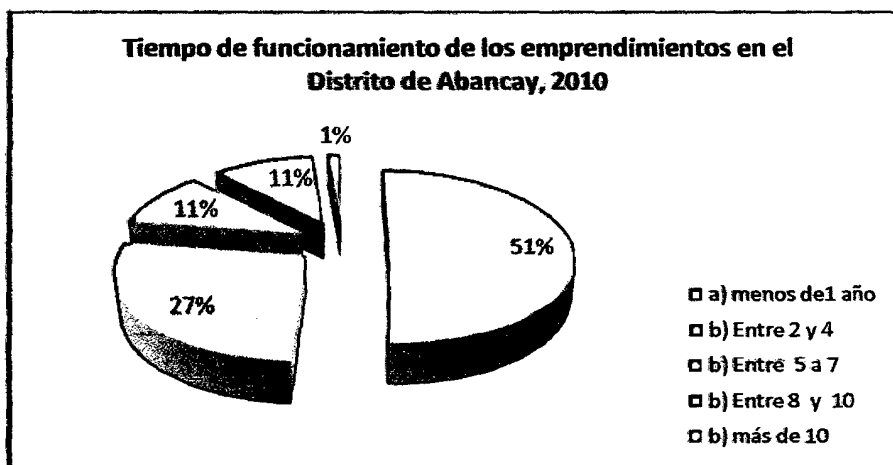
Gráfico N° 06



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

También es necesario poner manifiesto, los emprendimientos empresariales en un 51%, viene funcionando dentro de un año, esta situación se observa el crecimiento de las iniciativas empresariales en los últimos años, justificados en la constitución de pequeñas unidades productivas como una forma de generar el autoempleo, así como la presencia de las entidades micro financieras y el acceso al financiamiento de capitales de trabajo. Mientras un 27% (entre 2 - 4 años) y un 23% (entre 5 -10 años). Estas últimas como empresas orientadas a la sostenibilidad en el tiempo, superando los tres primeros años filtro de mortalidad.

Gráfico N° 07



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

En definitiva, en cuanto al grado de instrucción de los emprendedores (gerentes o propietarios) se puede observar que, en un 44% cuentan con formación educacional secundario, un 39% con nivel superior universitario en una mayoría no concluido, de diferentes formaciones académicas y profesionales, el resto 27% con estudios primarios, superior no universitario, en base a algunas aptitudes de negocio plasman el espíritu empresarial.

3.4 Los emprendimientos empresariales

3.4.1 Motivación del emprendimiento

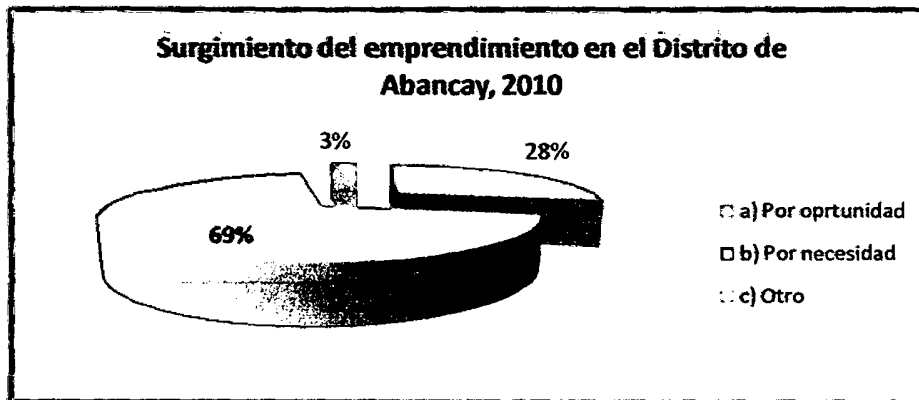
Concerniente a las iniciativas empresariales en el ámbito de los negocios, se tipifica el emprendedor como el empresario; que es el propietario de una empresa productiva, comercial o de servicios con fines de lucro. En el distrito de Abancay un 57% de los emprendimientos empresariales son de iniciativa individual o personal. Mientras un 25% corresponde a las iniciativas o negocios familiares, que en su mayoría surge del jefe de hogar, así como un 15% a los emprendimientos colectivos los que se materializan en las asociaciones de productores primarios, secundarios mediante la transformación de recursos (materia prima), organización de servicios colectivos, considerados como creadores de valor agregados. El resto de los emprendimientos se consideran dentro de las iniciativas independientes caracterizadas en las artesanías.

Todo inicio de un nuevo negocio obedece a dos tipos de motivaciones: *oportunidad* y *necesidad*. Las personas que emprenden por *oportunidad* tienen interés en independizarse y obtener mayores ingresos, mientras que las personas motivadas por la *necesidad* no tienen otra alternativa para ganarse la vida y se encaminan hacia la generación de negocios para subsistir.

El surgimiento de los emprendimientos en el distrito de Abancay nace por necesidad, que refleja en un 69%, situación que se manifiesta en el crecimiento del desempleo abierto, la persona al verse excluido del sector formal, se ve en la obligación de generar su autoempleo

mediante iniciativas de negocios, como una forma de sobrevivencia. Un 28% surge por la oportunidad que existe en el mercado.

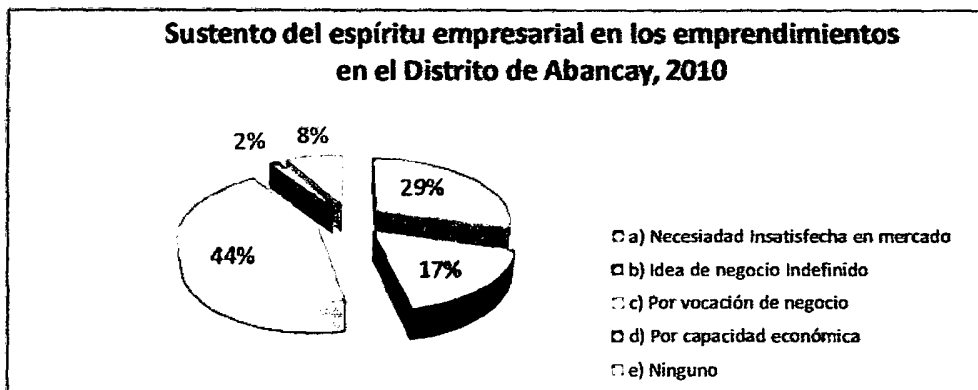
Gráfico N° 08



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

El sustento del espíritu empresarial implica un impulso a los procesos de invención e innovación, que le dan fortaleza adicional para enfrentar los eventos que el futuro depara. Los emprendimientos en Abancay en un 44% se justifican en la vocación de negocio, el 29%, en base a las necesidades insatisfechas en el mercado local, que muchas veces se observa en pequeños negocios complementarios en la producción de un bien o prestación de servicios, un 17%, argumentado en idea de negocios indefinidos, plasmados en la creatividad y habilidad personal.

Gráfico N° 09

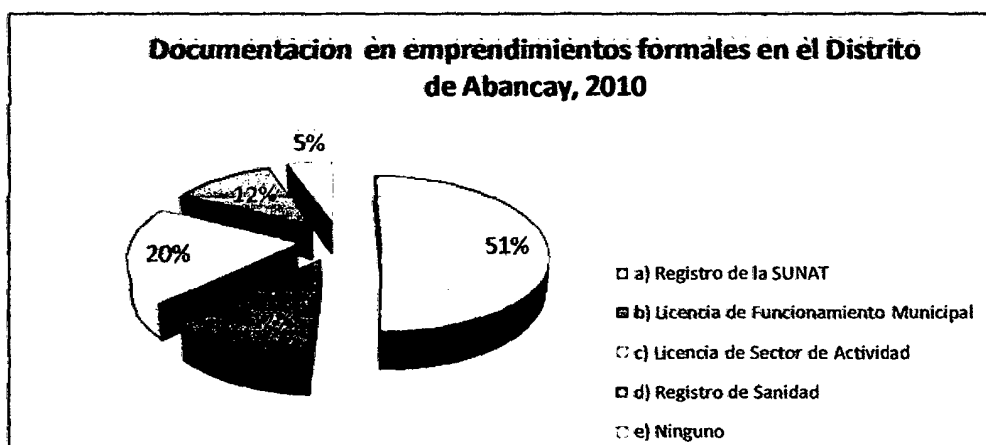


Fuente: Producción propia basado en la encuesta

Respecto a la iniciativa por género, se puede resaltar, que en un 56%, los emprendimientos surgen del espíritu varonil, así como en un 44% la idea de formar un negocio se desprende de las iniciativas femeninas. Es necesario señalar la política del estado, que viene desarrollando continuos programas de fortalecimiento de las capacidades laboral y formación productiva empresarial sin discriminación de género, propiciando el acceso de las mujeres a los recursos financieros, insumos y tecnología apropiada que optimicen su trabajo e incremente el nivel de productividad.

El nivel de formalidad de los emprendimientos indica en un 71%, y la presencia del sector informal en el 29%. Esto se irradia en la política del fomento a la formalidad que viene realizando la Superintendencia Nacional de tributación, como una forma de reducir la evasión tributaria de los empresarios. Este cometido muestra que el 51% de los emprendimientos están debidamente registrados en un régimen en la SUNAT, el 20% cuentan con licencia o autorización del sector de actividad realizada y en forma reducida los emprendimientos cumplen con la licencia de funcionamiento, registro de salud entre otros. Los emprendimientos, con mayor énfasis se originan en los informales, por lo presentan limitaciones de orden económico, legal, financiero y tecnológico, que muchas veces no permite desarrollarse dentro de un marco competitivo.

Gráfico N° 10

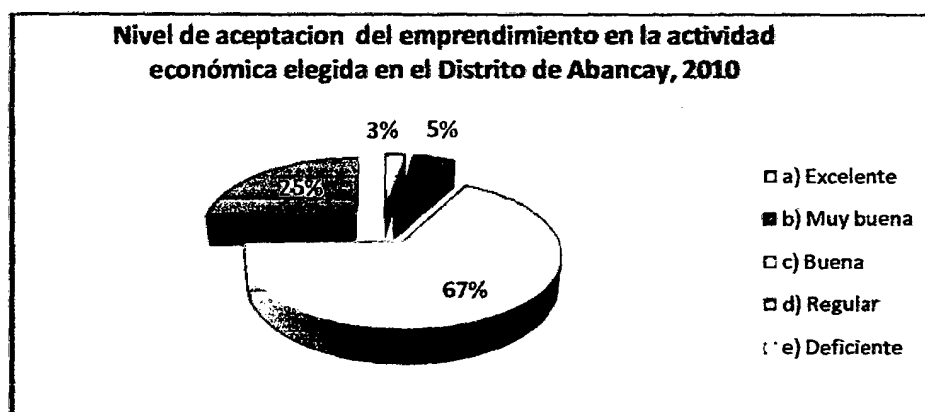


Fuente: Producción propia basado en la encuesta

Por otro lado, referente a las actividades económicas practicadas por los emprendimientos en el Distrito de Abancay, se hace mención que, el 52% se dedican al comercio orientado al consumidor (venta minorista, restaurantes y bares, hospedaje, salud, educación, servicios sociales y recreación), el 36% a actividades de servicio, el 8% a la producción y/o transformación y en forma mínima a otras actividades.

Finalmente, el nivel de aceptación en la actividad económica de los emprendimientos en el mercado local es aceptable 67%, dentro del flujo (26 a 50%) de aceptación. Este tipo de emprendedor de negocio asume el reto de permanecer en el mercado local, para ello hace uso de estrategias de sobrevivencia muchas veces imitaciones de otros mercados aledaños, convirtiéndolo en un emprendedor competitivo. El 25%, dentro del marco regular (11 a 25%) de aceptación, con un alto riesgo de sucumbir y/o cambiar de giro de negocio y un reducido 8% con muy buena y excelente aceptación, considera como empresas resaltantes en nuestro medio.

Gráfico N° 11



Fuente: Producción propia basado en la encuesta.

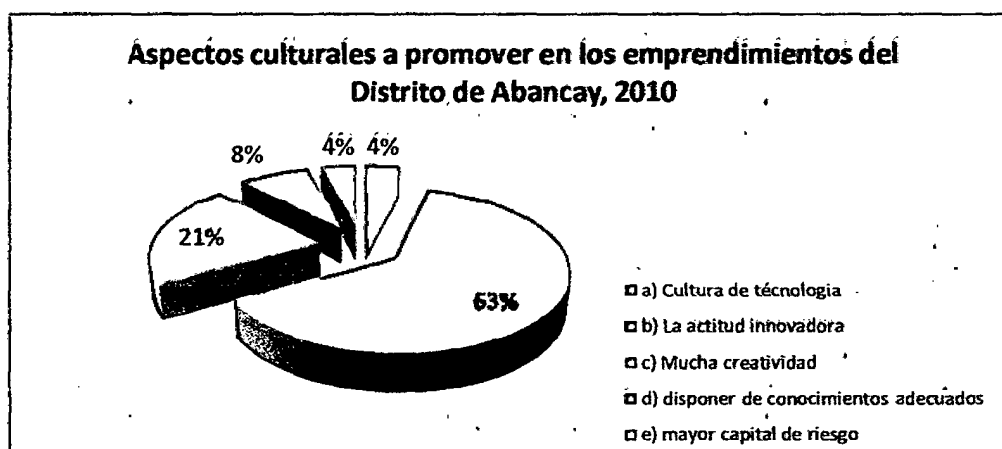
3.4.2 Cultura Empresarial en los emprendimientos

Considerándose dentro de la cultura empresarial el emprendimiento, como el motor de iniciativas, en especial aquellas de tipo asociativo, que tienen un objeto social, toda vez que las organizaciones se conciben como medios de relaciones y niveles de articulación social y económico. Los emprendimientos señalan que en el 50%, existe la capacidad y disposición frente al mercado de oportunidades y necesarias, a pesar de considerar los emprendimientos

como medio de supervivencia económica, en el 27%, demuestra una tendencia innovadora a partir de la imaginación y creatividad para la implementación de negocios y el 11%, manifiesta la percepción de independencia y de autodesarrollo personal y que le permita salir de su posición de dependencia.

Dentro de los aspectos culturales para el fomento de los emprendimientos, se toma en cuenta en un 63%, la actitud innovadora y un 21%, bastante creatividad. Entonces se debe comprender la cultura de innovación como esencia tecnológica dentro la sociedad, el emprendedor debe tener claro en la ejecución de su iniciativa, recuperar el significado del trabajo, y desde esta perspectiva contribuir a desarrollar la inventiva, la iniciativa, la imaginación, y el compromiso con lo que se hace. Más no así la disposición de los conocimientos, cultura de tecnología y mayor capital de riesgo.

Gráfico N° 12

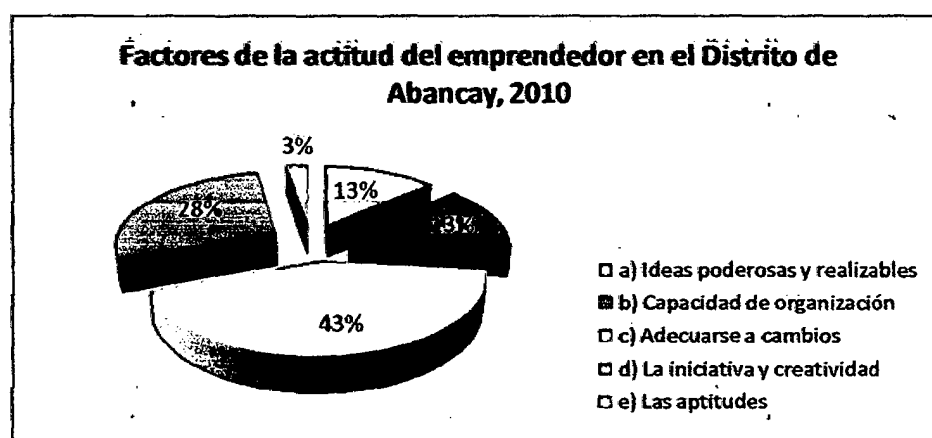


Fuente: Producción propia basado en la encuesta

Dentro de los factores a considerar en la actitud del emprendedor, se toma como prioritario en un 43%, que las iniciativas deben adecuarse a los permanentes cambios existentes en el mercado y los entornos, el 28% en la incesable iniciativa y creatividad a generarse en sus diferentes áreas de desarrollo que permitan competir. Así como la capacidad de organizarse y las particularidades ideas de negocio realizables. Se debe sugerir en el permanente aprendizaje organizacional, que incluye la movilización de las capacidades y conocimientos de las personas que componen la organización, considerándolas como

sujetos creadores del cambio, capaces de construir el camino que conduzca a su propio avance.

Gráfico N° 13



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

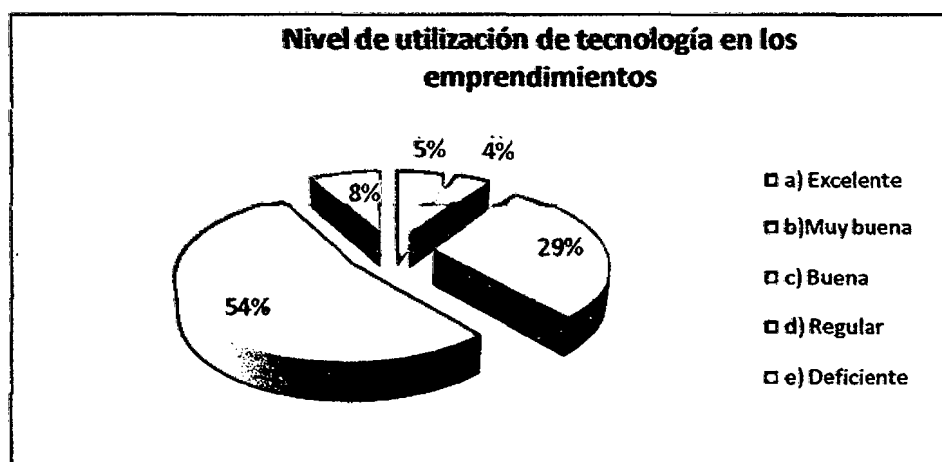
3.4.3 Tecnología en los Emprendimientos

Otro factor que permite medir el grado de innovación en el estudio es la tecnología o procesos utilizados en el proceso de los emprendimientos empresariales, situación que se refleja en las nuevas tecnologías y la modernización de los procesos de producción y comercialización. En las unidades de estudio, el 54%, sostienen un grado de utilización de tecnología regular, que significa de (11 a 25%), tendiente al crecimiento a ser bueno 29%, calificando en (26 a 50%) de capacidad tecnológica. Mientras en un 9%, considera muy buena y excelente (51 a 100%). Esta situación hace entender la poca adaptación a la tecnología en el proceso de producción, información y comunicación. Por otro lado las áreas funcionales a priorizar para adecuar de tecnología en los emprendimientos, indica en el 40% de unidades, lo hacen en todas sus áreas, en forma coyuntural y de acuerdo a las necesidades de innovar, en el 23%, con prioridad en materia técnica (maquinarias, equipos y método de producción) y el 21%, en la comercialización, correspondiente a comunicación e información, observándose en las transacciones mediante ventanas virtuales y el flujo de información.

Entonces cobrando la importancia de la innovación en materia de tecnología, se convierte

en un aspecto clave por el cual los emprendedores pueden contribuir al crecimiento en el mercado.

Gráfico N° 14



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

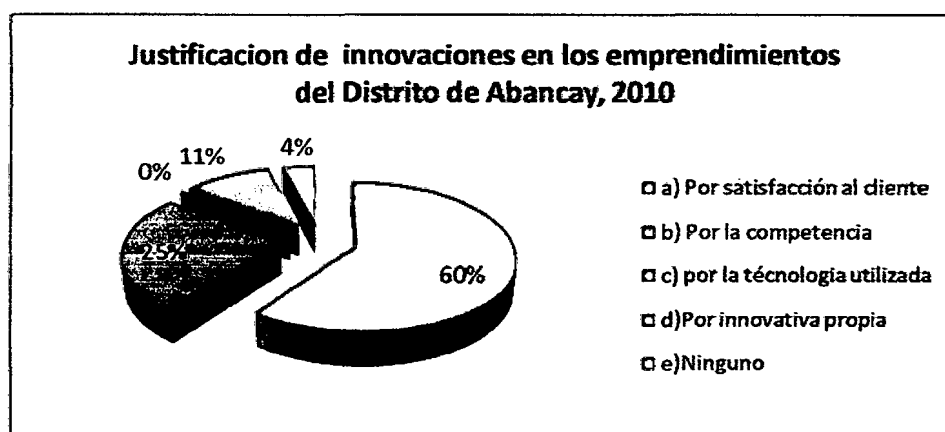
Otro de los aspectos importantes en factor tecnología es la infraestructura para los emprendimientos. De la información obtenida, se puede comentar que el 72% de las iniciativas consideran adecuadas, justificadas en montar negocios adaptando a infraestructura sin las condiciones mínimas, más la importancia se centra en la ubicación geográfica y espacial (lugar estratégico y cercanías de mercado).

De similar forma, los emprendimientos empresariales utilizan algunas técnicas de gestión empresarial, enfatizando en la gestión integral 56%, aplicando algunos instrumentos que permitan sobresalir frente a situaciones adversas, el 27% enfoca en el área de producción y/ transformación y en poca proporción en las demás áreas funcionales. Se aprecia la tendencia a adopción de la técnica de imagen corporativa en las organizaciones, que permite inyectar mejoras en todos sus niveles organizacionales.

En las organizaciones proactivas, se aplican la nueva concepción de la calidad, que sugiere el Benchmarking, mejora continua y justo a tiempo. Esto tiene una orientación a que las empresas creen un nuevo escenario de competitividad. En Distrito de Abancay, los emprendimientos realizan innovaciones con enfoque en los servicios 48%. Mientras el 40%, centra su innovación en el diseño del producto y proceso. Es de entender que en la mayoría

de las actividades económicas emprendidas, prestan interés en la calidad de servicio, la presentación y atributos del producto y simultáneamente en el diseño del proceso de producción incursionando a la minimización de la estructura de costos. Dicha innovación en un 60%, se justifica por la satisfacción del cliente y 25%, por la permanente competencia en el mercado en líneas de actividad económica similar.

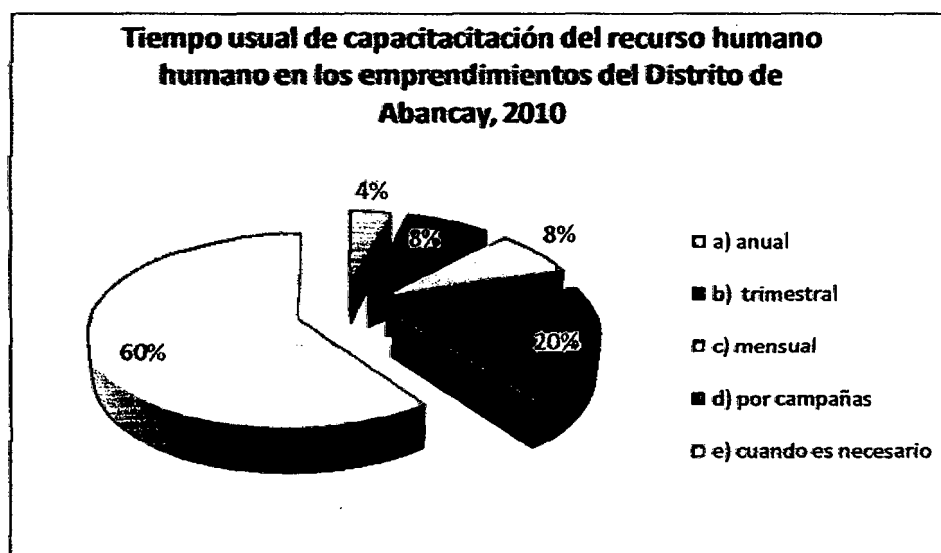
Gráfico N° 15



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

Respecto al nivel de capacitación del personal de los emprendimientos empresariales. Se puede visualizar, que no existe significativa capacitación, por cierto existen algunos programas referentes que nacen de las iniciativas del estado, universidades, ONGs entre otros, donde en un 60% de las unidades de observación, esa mínima capacitación se concreta cuando se toma en necesaria, 20% las capacitaciones son por campañas de promoción de productos o estacionarias. Solo en un reducido 20%, se programan capacitaciones en forma anual, trimestral y mensual, se puede deducir que no existe un programa menos cronograma establecido. Finalmente las capacitaciones se orientan a las diferentes áreas funcionales.

Gráfico N° 16

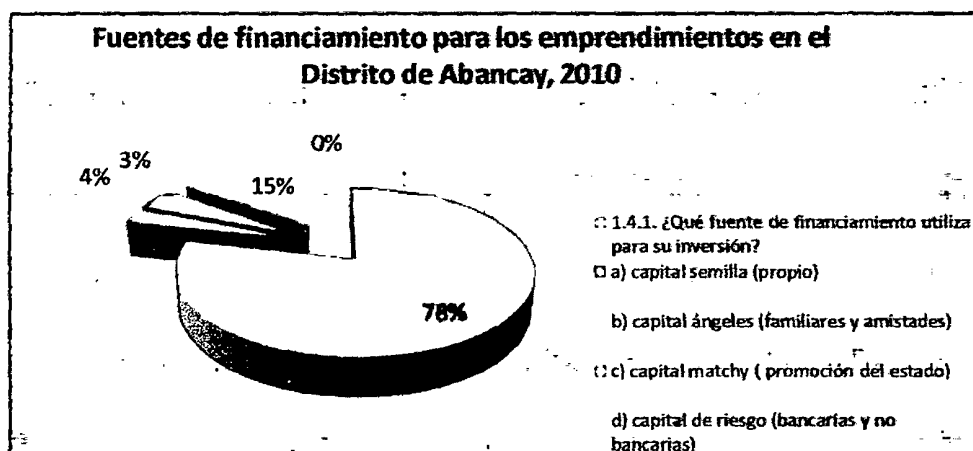


Fuente: Producción propia basado en la encuesta

3.4.4 Financiamiento en los emprendimientos

Es cierto que para toda actividad económica, el suministro de financiamiento eficiente es reconocido como un factor irrenunciable para asegurar, que aquellas empresas con potencial de crecer puedan expandirse y ser más competitivas en el mercado. Partiendo de esa proposición, en el distrito de Abancay, en un 78% de las iniciativas utilizan como fuente de financiamiento el capital semilla proveniente de los pequeños ahorros del emprendedor. Mientras el 15% del emprendimiento, muy particular del capital propio, recurre a los capitales de riesgo representada por las entidades financieras (sistema bancario y no bancario) existente en el mercado local. En un pequeño 7% utilizan capital ángeles y matchy. Esta forma de financiamiento se refleja en las iniciativas como micro empresas, empresas familiares, artesanales, con reducida capacidad de inversión y financiamiento.

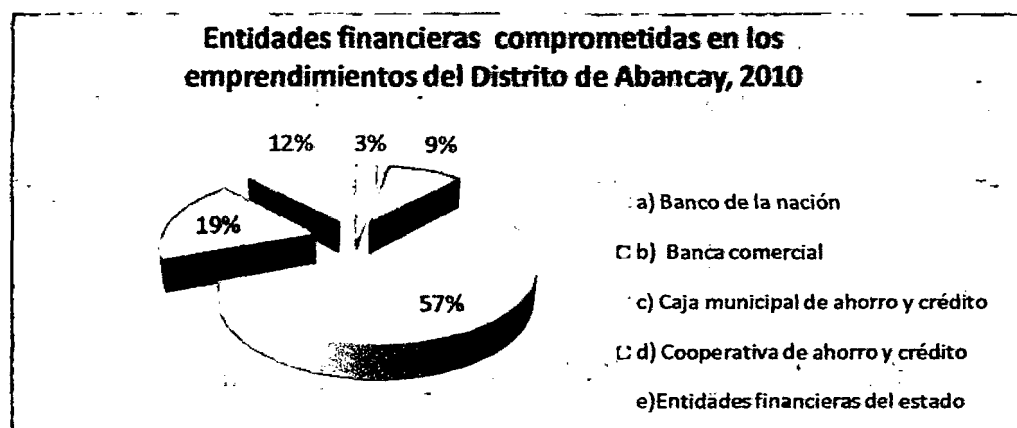
Gráfico N° 17



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

Para concretizar el financiamiento en las iniciativas empresariales, el 57% de los emprendedores recurre a las Cajas de Ahorro y Crédito como una primera alternativa de financiamiento, mientras el 19%, a las Cooperativas de Ahorro y Crédito, seguidamente en un 12% a las entidades promotoras de financiamiento del estado y el resto en mínima proporción recurren a la banca comercial y Banco de la nación. Esta lectura, permite tener una clara visión de que los emprendimientos por la limitada capacidad de respaldo económico, la formalidad, los trámites burocráticos entre otros aspectos, les conduce recurrir a las entidades micro financieras de nuestro medio. También es necesario indicar que estas Micro financieras, vienen colocando en mayor proporción los créditos a las pequeñas iniciativas.

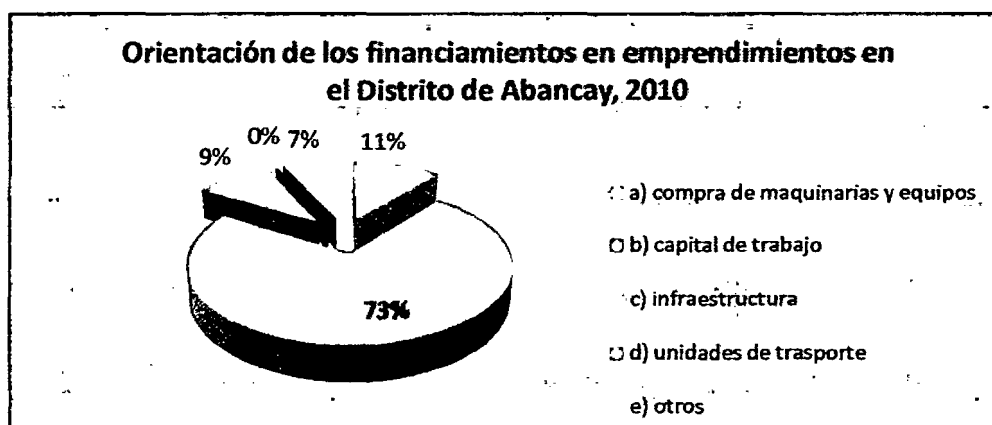
Gráfico N° 18



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

De otro lado, es también considerar en el factor financiamiento, el horizonte de tiempo involucrado al financiamiento de las iniciativas empresariales. El 56% de los emprendimientos en nuestro medio, acepta obligaciones a corto alcance entre (6 meses a 1 año), un 24%, a mediano alcance de (1 a 2 años), mínimamente el 12% acude a financiamientos de largo alcance o en función de la capacidad de solvencia. En cuanto a la orientación de los financiamientos, un 73% de las iniciativas destinan como capital de trabajo, el 11% a la implementación de maquinarias y equipos. Un 16% considera la inversión en infraestructura.

Gráfico N° 19



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

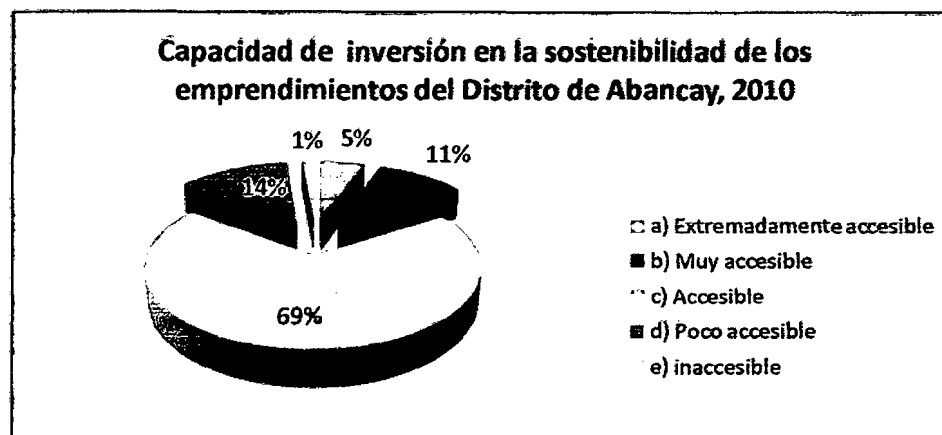
3.4.5 Sostenibilidad Empresarial en los emprendimientos

El análisis del nivel de sostenibilidad es uno de los factores preponderantes el éxito de los negocios. Se trata de la habilidad de recuperar los costos y poder actualizar y mantener las destrezas y tecnología en un horizonte de tiempo, manifestando una posición al emprendimiento, para localizar clientes y cuotas de mercados nuevos y sostener el negocio en el futuro.

3.4.5.1 Sostenibilidad Financiera

Entendido como el acceso a suficientes fondos para inversiones de capital (tales como préstamos para mejorar los equipos); fondos recurrentes (para pago de salarios, facturas, gastos fijos, etc.) y también créditos de corto plazo para administrar el flujo de caja (como sobregiros bancarios). En el Distrito de Abancay, respecto a la posibilidad de obtener mayores fondos para inversión, un 69% de los encuestados considera posible acceder a nuevos compromisos de financiamiento recurriendo a diferentes fuentes, el que permitirá inyectar mayores inversiones en los emprendimientos. Un 14%, considera poco accesible a financiamiento por tener obligaciones crediticias y el alto nivel de competitividad y un 11%, considera muy accesibles, por considerar como política el permanente crecimiento de los emprendimientos.

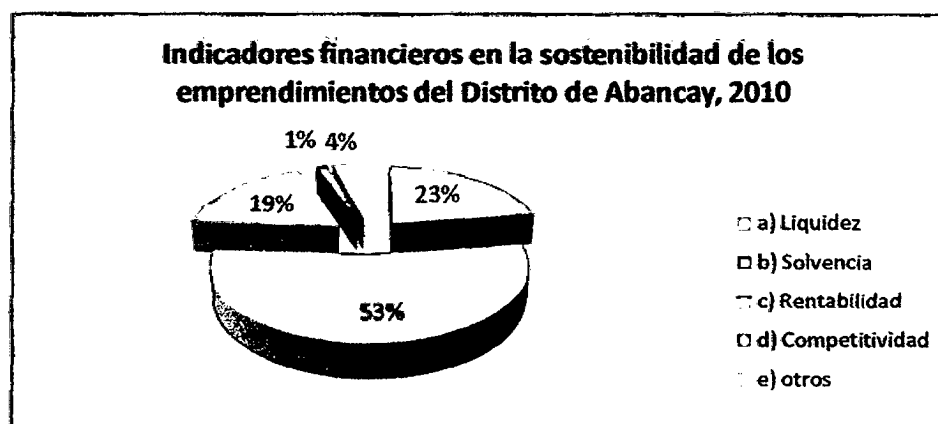
Cuadro N° 20



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

Por otro lado es vital mensurar el nivel de sostenibilidad financiera en los emprendimientos, para el efecto se utilizan algunas relaciones, indicadores o parámetros que definan su situación real. El 53%, manifiesta en la relación de Solvencia como la capacidad de hacer frente a obligaciones a corto y mediano plazo, un 23% justifica en la liquidez, como la capacidad de asumir obligaciones a corto plazo, mientras el 19% evalúa en función del nivel de rentabilidad.

Cuadro N° 21



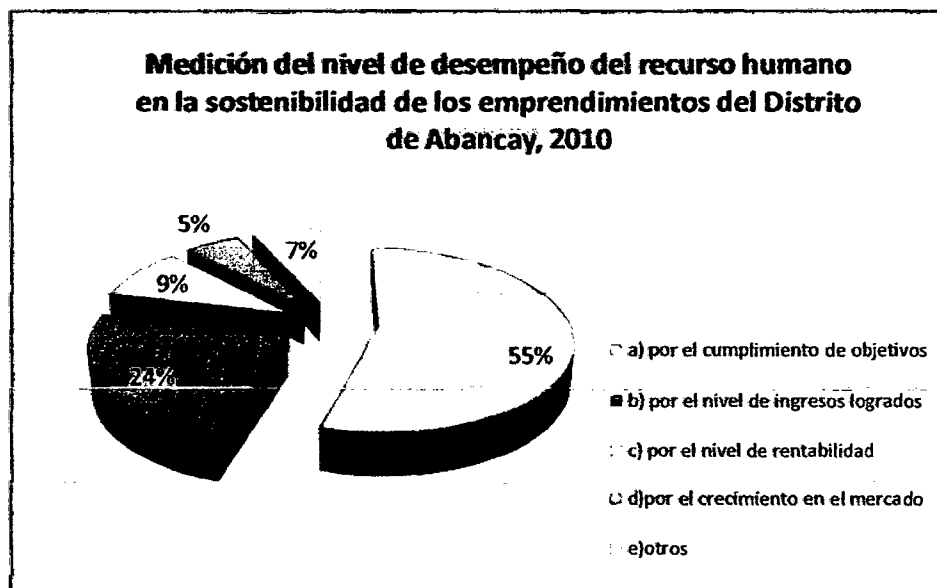
Fuente: Producción propia basado en la encuesta

3.4.5.2 Sostenibilidad del recurso humano

En la iniciativa empresarial, es importante mantener la eficiencia, las destrezas de la fuerza de trabajo y mejorar las capacidades gerenciales, así como crear y mantener un ambiente de trabajo motivador, gratificante y satisfactorio. Respecto al nivel de desempeño. Un 56% manifiesta eficiente el desempeño del recurso humano, sosteniendo en la relación horas-hombre (recursos) y nivel de productividad (producto o servicio a obtener), el 32% mide el desempeño de regular eficiente. De otro lado, un 55%, mide el nivel de desempeño, en función del cumplimiento de metas y objetivos en cada área estratégica funcional, mientras el 24%, lo mensura en base a los ingresos logrados en forma semanal o mensual, donde ($I = P \times Q$). Entonces el comportamiento habitual o deseado, seguridad, el desarrollo personal y profesional de los miembros de la organización se desprende en el nivel de desempeño éxito de los emprendimientos. Finalmente en la sostenibilidad del recurso humano es

menester tomar en cuenta, que el nivel de generación de empleo en cada emprendimiento es de 1 a 2 puestos de trabajo, como indica el 72% de los encuestados.

Gráfico N° 22

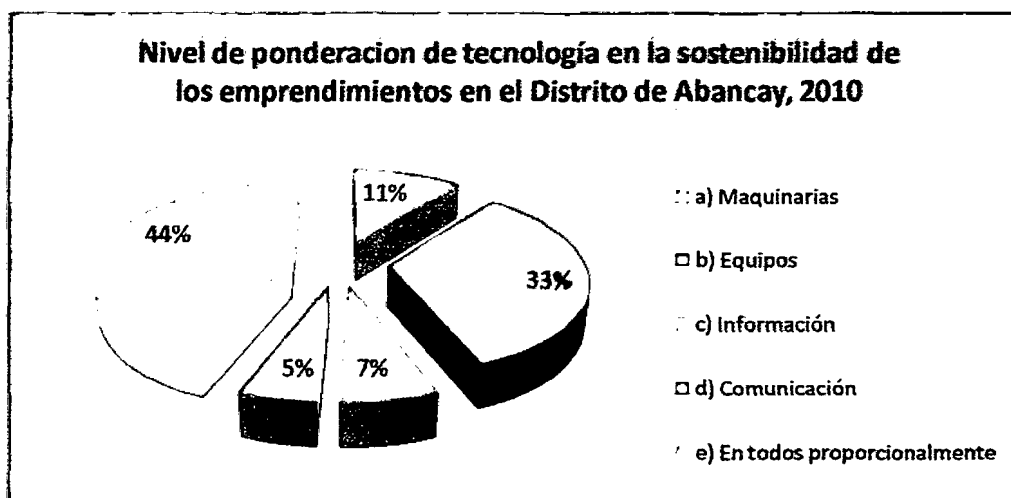


Fuente: Producción propia basado en la encuesta

3.4.5.3 Sostenibilidad tecnológica

Para la sostenibilidad de los emprendimientos, requiere la actualización constante de la tecnología para poder dar respuesta a las cambiantes responsabilidades para con los clientes. Es así, que el 60% de los emprendedores, definen como suficiente la capacidad instalada para ser partícipes en las transacciones comerciales, pregonando la previsión de ampliar la capacidad (planificación agregado) en función de la demanda en el mercado. Por otro lado, la ponderación de la tecnología, indica que un 44% de los emprendedores toma en consideración inyectar tecnología, en todos los comprometidos en forma proporcional a la adaptación a maquinarias y equipos, comunicación e información. El 33%, prioriza en equipos con la finalidad de facilitar producto y/o servicio dentro de los marcos de la calidad.

Gráfico N° 23



Fuente: Producción propia basado en la encuesta

Entonces para este cometido, se requiere de una inversión continua en capacitación del personal y conocimiento de nuevas tecnologías y usos innovadores, ejemplo la adaptación a la tecnología de la información y comunicación (TIC), que en la actualidad no se puede obviar.

Finalmente el desarrollo sostenible y la sustentabilidad se debe entender, no como un producto hacia el cual haya que aspirar o como un camino por el cual todos deban transitar, sino como procesos de cambio que pueden ser conducidos por ciertos principios, pero que tienen que ser construidos localmente con base en procesos de reflexión crítica y de acuerdo con los diferentes contextos.

3.4.6 Contratación de hipótesis

Para la prueba de las hipótesis se considera la siguiente relación que permitirá validar o rechazar:

$$\text{Valor de Índice} = \frac{\text{Valor equivalente (\%)*coeficiente de ponderación}}{\text{Total coeficiente de ponderación}}$$

Hipótesis General

Los factores intervinientes en los emprendimientos empresariales incurren en un progresivo nivel de sostenibilidad en el Distrito Abancay, año 2010.

En los emprendimientos se necesita que el espíritu empresarial sea un proceso dinámico y continuado, en el cual los emprendedores tengan la posibilidad de usar su talento y proporcionarle al sistema social las cualidades tales como la capacidad para la innovación y la respuesta autogenerada a eventos que aseguren una vida feliz y plena y en continua mejora. A partir que los factores de emprendimiento: motivación, cultura empresarial, tecnología y financiamiento con V.I promedio 67% incurren en un creciente nivel de sostenibilidad con V.I 69%, la Hipótesis general se valida

Hipótesis Específicas:

Hipótesis Específica 1:

“La idea de motivación de los emprendimientos se caracteriza en la necesidad, relacionando a una inestable sostenibilidad empresarial”

Tomando en consideración que toda iniciativa de un nuevo negocio obedece a dos tipos de motivaciones: Por oportunidad o Necesidad. En los emprendimientos del Distrito de Abancay en un 69% surge el espíritu empresarial por necesidad, ya que no tienen otra alternativa para ganarse la vida y se encaminan hacia la generación de negocios como una estrategia de sobrevivencia, la iniciativa prevalece en forma individual en un 57%, con énfasis en la actividad económica del comercio, creando una inestabilidad en la sostenibilidad empresarial. Con el V.I. 65 %, la Hipótesis se valida.

Hipótesis Específica 2:

“El naciente nivel de cultura organizacional de los emprendimientos sugiere a elevar la sostenibilidad del recurso humano”.

Partiendo del precepto, el emprendedor debe tener claro en la operativización de su iniciativa, recuperar el significado del trabajo, y desde esta perspectiva contribuir a desarrollar la inventiva, la iniciativa, la imaginación, y el compromiso consigo mismo y la

sociedad. En el 51% de las iniciativas de emprendimiento surge de la capacidad y la disposición de los emprendedores de la región para dar respuestas apropiadas a los eventos que plantea el mercado de oportunidades y necesidades, así como en un 63% se promueve la actitud empresarial y dispuesta a adecuarse a los diferentes cambios. Situación que conduce a elevar el nivel sostenibilidad del recurso humano. Significando el V.I. en 69%. La Hipótesis se valida.

Hipótesis Específica 3:

El uso de tecnología tradicional, se manifiesta en la poca sostenibilidad empresarial.

De la premisa, la innovación, considerada como un proceso sistémico y deliberado de transformación empresarial a través del cual se conciben nuevas ideas que, una vez desarrolladas, permiten la introducción en el mercado de nuevos productos o procesos, la adopción de nuevas estructuras organizativas, el empleo de nuevas técnicas comerciales y de gestión. En un 53% se califica la tecnología dentro del marco de regular (11 a 25%) de ponderación, de similar en el 48%, la innovación se sugiere en el servicio y en base a la satisfacción del cliente no comprometiendo la sostenibilidad empresarial. Con el V.I. 59%, la hipótesis se valida.

Hipótesis Específica 4:

La creciente capacidad de inversión de los emprendimientos implica en una afianza sostenibilidad financiera.

Las iniciativas empresariales necesitan de capital en efectivo para hacer frente a los distintos gastos de inversión y de operaciones, a pesar de las dificultades de acceso al crédito se vienen logrando obtener fondos a través del sistema financiero, frente a la capacidad de inversión. El 77% de los emprendimientos utiliza capital semilla como sustento de financiamiento a corto plazo en las micros financieras Caja Municipal de ahorro y crédito que recurren en un 57%, así como el destino de los financiamientos al capital de trabajo, este indicio permite afianzar en la sostenibilidad financiera de los emprendimientos. Con V.I. 76%. La hipótesis se valida.

CONCLUSIONES

- 1° La actividad productiva regional y local, se caracteriza por su escaso nivel de industrialización y generación de valor agregado, sin embargo existen condiciones favorables que con un adecuado fomento, capacitación y trabajo, permitirá lograr adecuados niveles de sostenibilidad en importantes sectores, donde el espíritu de iniciativa empresarial desarrolla un papel importante para las economías actuales, y que si bien puede ser innato, el hecho de que surja depende de una adecuada vinculación de diversos factores: la motivación del emprendimiento, comprender las diferentes culturas, tener una visión cosmopolita del mundo, estar abierto a establecer comunicación con otras personas, con otras concepciones filosóficas, estéticas y económicas, interpretar otras realizadas y lograr trascender, el nivel de acceso a la tecnología en las actividades económicas y la capacidad de inversión y financiamiento frente a las fomentadas por las micro financieras. Esta situación conduce a los actuales y nuevos emprendimientos, en un progresivo nivel de sostenibilidad empresarial.
- 2° En las iniciativas empresariales respecto al nivel de sostenibilidad, se trata de promover el fortalecimiento de la capacidad competitiva de éstas y de incrementar su crecimiento, bajo la política de incrementar la capacidad de absorción del empleo de calidad en el tejido empresarial MYPE. Donde el emprendedor tiene la capacidad de ver las oportunidades y analizar los recursos para llevar a cabo el emprendimiento; el éxito radica en encontrar una vinculación adecuada entre diversos factores intervinientes. En las iniciativas del distrito de Abancay, el 69% surge motivado por necesidad, como una alternativa de sustento de vida, encaminando a la generación de negocios como estrategia de sobrevivencia.
- 3° En la cultura empresarial y nivel de sostenibilidad, es vital la práctica de la innovación, considera como un proceso sistémico y deliberado de transformación empresarial a través del cual se conciben nuevas ideas que, una vez desarrolladas, permiten la introducción en el mercado de nuevos productos o procesos, la adopción por parte de la empresa de nuevas estructuras organizativas, el empleo de nuevas técnicas

comerciales y de gestión. En el Distrito de Abancay, la cultura empresarial en un 50% sustenta en la capacidad y disposición en la generación de negocios con la perspectiva de contribuir a desarrollar la inventiva, la iniciativa, la imaginación, y el compromiso consigo mismo.

- 4° El factor tecnología en la sostenibilidad, previo los cambios en la economía en el mercado global, incurre en la intensificación de la competencia en el mercado local, que conlleva a la urgente necesidad de elevar el nivel de productividad y sostenibilidad a través de constantes innovaciones en el producto, procesos y gestión empresarial. Los intensos cambios en las tendencias del mercado y las exigencias de segmentos de clientes cada vez más específicos, obliga a los emprendimientos a personalizar y diferenciar los productos, así como aplicar la flexibilidad en la organización estructural y funcional. En los emprendimientos del Distrito de Abancay, un 53%, tiene poco acceso a la tecnología vinculada a la actividad económica, reflejándose en la lenta adaptación de tecnologías en materia de transformación, información y comunicación.
- 5° El sistema financiero regional es reducido, así como el mercado, centralizando su atención en los sectores urbanos. El sistema de microfinanzas que se encuentra bastante extendido, actúa sobre un mercado objetivo, los microempresarios con negocios consolidados, principalmente comerciantes. Frente a esta situación, es necesario resaltar la gran participación de Cajas Municipales de ahorro y crédito del Perú en la labor de identificar emprendedores y generado muchos prospectos empresarios de provincias que pueden constituirse en el motor del desarrollo con el acceso de créditos en condiciones favorables para que pueda compensarse el costo de la formalidad con el beneficio del crecimiento de las iniciativas dentro del orden de la sostenibilidad. En el Distrito de Abancay, el financiamiento en un 77%, se centra en capital semilla como respaldo al acceso del financiamiento mediante las fuentes microfinancieras.

RECOMENDACIONES

- 1° Propiciar mediante las instituciones del estado: Gobierno Regional de Apurímac, Municipalidad Provincial de Apurímac, PRODUCE, MI EMPRESA, Cámara de Comercio, ONGs, entre otros, el diseño de nuevos lineamientos de apoyo a los emprendimientos empresariales individuales y colectivos en el Distrito de Abancay, orientados a apoyar en el marco de una mayor productividad, competitividad y sostenibilidad de las MYPES, mediante la articulación comercial con instituciones del estado, así como las entidades privadas, en función con mercados macro regionales, nacionales e internacionales, fomentando la inversión local en maquinaria y tecnología para generar la oferta colectiva de productos y servicios diseñados bajo los parámetros de los procedimientos estandarizados de la calidad, y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.

- 2° Fomentar el espíritu emprendedor y creativo de la población sumergida por oportunidad (independencia y autodesarrollo del emprendedor) y promover la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPES, facilitando la consolidación de la actividad y tejido empresarial, a través de la articulación inter e intrasectorial, regional y de las relaciones entre las pequeñas unidades productivas y de servicios en propósitos asociativas, fomentando al mismo tiempo la integración en cadenas y redes productivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico, una nueva modalidad de fortalecer la sostenibilidad empresarial.

- 3° En las MYPES del distrito de Apurímac, por lo general los emprendimientos, son de carácter independientes considerados en la categoría microempresario y los trabajadores familiares no remunerados. Es entonces en esta nueva visión los factores del entorno y el papel principal del ser humano cumplir la misión de

empresario, con sus conocimientos, habilidades y competencias específicas para poder actuar en el mercado, basado en las circunstancias que el ambiente le plantea. Por lo que es necesario mediante Las instituciones dedicadas al fomento de la competitividad de las MYPES, a través de capacitaciones, fortalecer una cultura de innovación dispuesta a la capacidad y disposición de los emprendedores locales dar respuestas apropiadas a los eventos que plantee el mercado de oportunidades y necesidades, así como crear una tendencia innovadora que les permita a la imaginación y a la creatividad operar actividades económicas.

- 4° Promover y desarrollar Mediante las instituciones encargadas de la promoción y fomento de MYPES, Universidad entre otros, programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de los emprendimientos, en el corto y largo plazo, mediante la inyección de una cultura tecnológica y de actitudes innovadoras apropiada a las necesidades y características de su contexto socioeconómico. Tomando en consideración la permanente Innovación en la tecnología y/o procesos utilizados en los emprendimientos empresariales, situación que permitirá adquirir nuevas tecnologías y la modernización de los procesos que se encuentran asociados a la utilización eficiente de los recursos, la mejora de la calidad, mayor productividad y sostenibilidad tecnológica.
- 5° Fomentar y promover la asistencia financiera en las iniciativas empresariales mediante el estado y el Gobierno Regional de Apurímac, a pesar que en la actualidad no se implementa un entorno favorable para tal cometido. Fortalecer el acceso a suficientes fondos para inversiones de capital. Créditos de corto plazo para administrar el flujo de caja. Suficientes ingresos para cubrir costos y obtener ganancias, utilizando las entidades micro financieras con mayor énfasis en las cajas Municipales de Ahorro y crédito, cooperativas de ahorro y crédito y banca comercial, superando las dificultades de acceso particularmente a los emprendimientos del sector informal. Es importante hacer mención que, el crecimiento sostenido acompañado con una alta rentabilidad y eficiencia, ha hecho de las Cajas Municipales, las Instituciones Financieras más rentables del Perú, basado fundamentalmente en el crédito a las MYPEs y a los créditos de consumo y

consolidando muchas veces en el alto nivel de sostenibilidad y crecimiento de la MYPES.



BIBLIOGRAFÍA:

1. ABAD PACHECO, Marcial "Informe Diagnostico MYPES Apurímac"
2. AKTOUF. O. La administración: Entre tradición y renovación "da Edic. Universidad del Valle. Cali-Colombia 1998.
3. ALLES, Martha "Dirección Estratégica de Recursos Humanos Gestión por Competencias: el Diccionario"
4. AMIR LICHT y JORDAN I. SIEGEL. La dimensión social del emprendimiento Oxford University Press U.S.A. 2006.
5. ARAQUE JARAMILLO, Wilson "Perfil del Emprendedor Ecuatoriano"-2004
6. ARENDT, HANNAH. La condición humana. Introducción de Manuel Cruz. España. Ediciones Paidós 1993.
7. Banco Central de Reserva del Perú, BCRP. (2007). Reporte de inflación: panorama actual y proyecciones macroeconómicas. <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/Reporte-Inflacion-17-Setiembre-2007/Reporte.pdf>
8. Banco Interamericano de Desarrollo, BID. (2002). Acceso de las pequeñas y medianas empresas al financiamiento. Informe de trabajo.
9. BENAVENTE, José Manuel "Proceso Emprendedor en Chile"
10. EMILIO GALIAN, Carlos - "Redes, Innovación y Emprendimiento"
11. Global Entrepreneurship Monitor, Centro Desarrollo Empresarial - "Proceso Emprendedor"-ESAN.
12. GONZALES, L. Emprendedores para la sociedad del conocimiento, 2005. Recuperado el 11 de octubre. De <http://www.medellin.gov.co>
13. IVANCEVICH Jhon M et al; "Gestión Calidad y Competitividad"; Impreso en Cargraphics S.A. - Imprelibros; 1° Edición; 1996; Impreso en Colombia; Biblioteca Central UNAMBA.
14. J. M: ROSENBERG, "Diccionario de Administración Finanzas"
15. KOONTZ HAROLD et al; "Administración, Una perspectiva global"; 12° Edición, Edit Mc GRAW-Hill interamericana; 2003; Impreso en México; Biblioteca Central UNAMBA.
16. KOTLER, Philip et al; "Fundamentos de Marketing"; Sexta edición, 2003; impreso en México; Biblioteca Central UNAMBA.



17. KOTLER, Philip et al; "Marketing-Versión para Latinoamérica"; 11° Edición; 2007; Pearson Educación de México, S.A. de C.V; Impreso en México; Biblioteca Personal del Investigador.
18. KOTLER, Philip; "Dirección de Marketing"; Décima edición; Pearson Educación; Impreso en México, 2001; Biblioteca Central UNAMBA.
19. LAMB HAIR, Mc Daniel; "Marketing"; Internacional Thomsom Editores, S.A. de C.V; 6ta Edición; Impreso en Colombia; 2002; Biblioteca Central UNAMBA.
20. LEY N° 28015, LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (Promulgada el 3 de Julio del 2003)
21. MEDINA VASQUEZ, Javier Enrique; "Competitividad y Desarrollo Social – Retos y Perspectivas"; 1° Edición; Impresión Gargraphics, Impresión Digital; Santiago de Cali – Colombia; Biblioteca Central UNAMBA.
22. MENDEZ, R. Emprendimiento. Una estrategia de desarrollo institucional. Neiva, 2006
23. Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo
24. Oficina de Rentas Municipalidad Provincial de Abancay
25. RIVERA-GARCÍA, Patricia "Marco Teórico - Elemento Fundamental"
26. RODRIGUEZ VALENCIA, Joaquin; "Introduccion a la administracion con enfoque de sistemas"; 4ta Edición; Internacional Thomsom Editores, S.A. de C.V.; Impreso en Mexico; 2003; Biblioteca Central UNAMBA.
27. SANTESMASES MESTRE, Miguel; "Marketing, Conceptos y Estrategias"; 5ta. Edición; Ediciones Pirámide; Impreso en España Madrid – España; 2004; Biblioteca Central UNAMBA.
28. SOTO PINEDA, Eduardo; "Las PYMES ante el desafio del siglo XXI: los nuevos mercados globales"; 1° Edicion; Geo Impresores, S.A. de C.V; Impreso en Mexico; 2004; Biblioteca Central UNAMBA.
29. STATON J. William, ETZEL J. Michael, WALKER J. Bruce; "Fundamentos de Marketing"; 13° edición; Mc Graw – Hill – Interamericana; Octubre del 2003; Biblioteca Central UNAMBA.
30. STONER JAMES, A.F et al; "Administración", 6° Edición, Edit PHH Prentice Hall hispanoamericana; 2000; Impreso en México; Biblioteca Central UNAMBA.
31. TAMAYO Y TAMAYO, Mario "El Proceso de la Investigación Científica"- Cuarta Edición.
32. W. LAMB, Jr. Charles et al; "Marketing"; 6ta. Edición; Internacional Thomson Editores S.A.; 2002; impreso en Colombia; 2002; Biblioteca Central UNAMBA.
33. Plan Departamental de Desarrollo Concertado del Departamento de Apurímac Elaborado por el Dr. César Lama More – Consultor de la DIES-PRES



ANEXO



Anexo

- Matriz de Consistencia
- Modelo de encuesta
- Prueba de hipótesis
- Otros

-

Anexo 1º

- Matriz de Consistencia



"Los Factores de Embrendimientos en la Sostenibilidad Empresarial en el Distrito de Abancav. año 2010"

PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	INDICES	MÉTODOS
<p>PG: ¿Cómo los factores de emprendimientos incurren en el nivel de sostenibilidad empresarial en el Distrito de Abancav, año 2010?</p> <p>PE1: ¿Cuál es la propuesta de motivación de los emprendimientos en relación a la sostenibilidad empresarial?</p> <p>PE2: ¿De que forma el nivel de cultura organizacional de los emprendimientos sugiere en la sostenibilidad del recurso humano?</p> <p>PE3: ¿De que manera el uso de tecnología se manifiesta en la sostenibilidad empresarial?</p> <p>PE4: ¿Cómo la capacidad de inversión implica en el nivel de sostenibilidad financiera?</p>	<p>OG: Describir los emprendimientos y su incidencia en el nivel de sostenibilidad empresarial en el Distrito de Abancav, año 2010.</p> <p>OE1: Identificar la propuesta de motivación de los emprendimientos en relación a la sostenibilidad empresarial</p> <p>OE2: Conocer el nivel de cultura organizacional del emprendedor y la sugerencia en la sostenibilidad del recurso humano</p> <p>OE3: Puntualizar el uso de tecnología y su manifiesto en la sostenibilidad empresarial</p> <p>OE4: Señalar la capacidad de inversión y su implicancia en la sostenibilidad financiera.</p>	<p>Reorientar la promoción de los emprendimientos, sustentados en los criterios técnicos, modelos e instrumentos de gestión empresarial, las mismas que reflejen desarrollo socio económico, productividad y competitividad sostenible; a partir de una constante innovación en los criterios científicos, tecnológicos y la apertura a nuevas formas de comunicación e información virtual.</p> <p>Alcanzar lineamientos como alternativas de solución frente a los emprendimientos y sostenibilidad de MYPEs, mediante acceso a mercados competitivos, acceso a financiamientos, innovación tecnológica y orientación en la estructuración de costeos para una gestión de calidad, permitiendo cada vez a ser más competitivo, dentro de innovados modelos de gestión empresarial y "Organizaciones Inteligentes".</p>	<p>HG: Los factores intervinientes en los emprendimientos empresariales incurren en un progresivo nivel de sostenibilidad en el Distrito Abancav, año 2010.</p> <p>HE1: La idea de motivación de los emprendimientos se caracteriza en la necesidad, relacionado a una inestable sostenibilidad empresarial.</p> <p>HE2: El naciente nivel de cultura organizacional de los emprendimientos sugiere a elevar la sostenibilidad del recurso humano.</p> <p>HE3: El uso de tecnología tradicional, se manifiesta en la poca sostenibilidad empresarial</p> <p>HE4: La creciente capacidad de inversión de los emprendimientos implica en una afianza sostenibilidad financiera.</p>	<p>1. Emprendimientos</p> <p>2. Sostenibilidad empresarial</p>	<p>1.1. Motivación del emprendimiento</p> <p>1.2. Cultura empresarial</p> <p>1.3. Tecnología</p> <p>1.4. Capacidad de inversión y financiamiento</p> <p>2.1. Sostenibilidad empresarial</p>	<p>1.1.1. Tipo de emprendimiento individual o colectiva</p> <p>1.1.2. Tipo de motivación emprendedora</p> <p>1.1.3. Nivel de creación de empleo</p> <p>1.1.4. Definición de género en los emprendimientos</p> <p>1.1.5. Sectores económicos de emprendimiento</p> <p>1.1.6. Sector formal o informal de los emprendimientos</p> <p>1.1.7. Nivel de competitividad en la actividad económica</p> <p>1.2.1. Conocimientos básicos de emprendimiento empresarial</p> <p>1.2.2. Nivel de creatividad</p> <p>1.2.3. Cultura de innovación</p> <p>1.2.4. Actitud empresarial</p> <p>1.3.1. Nivel de tecnología utilizada</p> <p>1.3.2. Infraestructura utilizada</p> <p>1.3.3. Nivel de innovación en gestión empresarial</p> <p>1.3.4. Innovación en diseño de producto</p> <p>1.3.5. Innovación en diseño de proceso</p> <p>1.3.6. Nivel de capacitación del personal</p> <p>1.4.1. Tipo de capital utilizado</p> <p>1.4.2. Capacidad de inversión</p> <p>1.4.3. Capacidad de financiamiento</p> <p>1.4.4. Fuentes de financiamiento</p> <p>1.4.5. Modalidades de financiamiento.</p> <p>2.1.1. Sostenibilidad financiera</p> <p>2.1.2. Sostenibilidad del recurso Humano</p> <p>2.1.3. Sostenibilidad Tecnológica</p>	<p>Universo: Total MYPEs en la región Apurímac</p> <p>Población: 670 MYPEs activas en estudio</p> <p>Muestra: 234 MYPEs en el Distrito de Abancav</p> <p>Tipo de investigación: Investigación científica Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptiva</p> <p>Método de Investigación: deductiva</p> <p>Diseño de investigación: "No Experimental, Transeccional descriptiva</p> <p>Instrumentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Fichas de observación > Cuestionario de entrevista > Cuestionario de encuesta > Fichas <p>Temporalización 12 meses</p> <p>Presupuesto</p>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2º

-Modelo de encuesta



MODELO DE ENCUESTA

Señor empresario/a, la presente encuesta tiene por finalidad recabar información para la realización del proyecto de tesis "Los Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad empresarial en el Distrito de Abancay, año 2010" por lo que se solicita de una respuesta veraz y objetiva, la misma que permitirá aproximarnos a la realidad de la iniciativa empresarial en nuestro medio.

1. Información general

1.1. Nombre y/o razón social de la empresa:

.....
.....

1.2. Ubicación:

Ciudad y/o localidad:.....

1.3. Estrato empresarial

a) () Mediana Empresa

b) () Pequeña empresa

c) () Micro empresa

d) () Artesanía familiar

e) () Otros:.....

1.4. N° de trabajadores:.....

1.5. N° de sucursales:.....

1.6. Años de funcionamiento:.....

2. Datos del propietario:

2.1. Grado de instrucción:

a) () Superior Universitario

Profesión:.....

b) () Superior No Universitario

Título:.....

c) () Secundaria

d) () Primaria

e) () Ninguno

I. Los emprendimientos

1.1. Motivación del emprendimiento

1.1.1. ¿Qué tipo de emprendimiento realizó?

a) () individual

b) () colectivo

c) () ambos

d) () familiar

e) () otros:.....

1.1.2. Su emprendimiento surge por:

a) () Por oportunidad

b) () Por necesidad

Porque:.....

.....

1.1.3. ¿En que sustenta su espíritu de emprendedor?

a) () Necesidad insatisfecha en mercado

b) () Idea de negocio definido

c) () Por vocación empresarial

d) () Por capacidad económica

e) () otros

1.1.4. El emprendimiento surge a iniciativa de:

a) () Varón

b) () Mujer

1.1.5. La constitución de su emprendimiento es:

a) () Formal

b) () Informal

1.1.6. Si es formal, ¿con que documentos cuenta?

() Registro de SUNAT

() Licencia de funcionamiento Municipal

() Licencia del sector de actividad

() Registro de sanidad

() Otros:.....

.....

1.1.7. Su emprendimiento empresarial corresponde al sector económico:

a) () Extractivo

b) () Transformación

c) () Servicios

d) () Comercio (orientado al consumidor)

e) () Otros:.....

.....

1.1.8. El emprendimiento esta clasificado en la línea/s de actividad económica:

a).....

b).....



1.1.9. En el mercado actual. ¿Cuál es el nivel de aceptación en la actividad económica que viene desarrollando?

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena
- d) Regular
- e) Deficiente

1.2. Cultura Empresarial

1.2.1. Dentro de las necesidades culturales de desarrollo. ¿Qué competencias pondera para su emprendimiento?

- a) capacidad y disposición frente al mercado de oportunidades y necesidades
- b) Una tendencia innovadora (imaginación y creatividad)
- c) capacidad y motivación para lograr el éxito en la empresa
- d) Percepción de independencia y de autodesarrollo personal
- e) Por exaltación e imitación a empresas exitosas como referencia

1.2.2. Para la práctica de una cultura de innovación. ¿Qué aspectos de debe promover?

- a) Cultura de tecnología
- b) La actitud innovadora
- c) Mucha creatividad
- d) Disponer de conocimientos adecuados
- e) Mayor capital de riesgo

1.2.3. Dentro de la actitud empresarial del emprendedor, es necesario considerar:

- a) Ideas poderosas y realizables
- b) Capacidad de organización
- c) Adecuarse a cambios
- d) La iniciativa y creatividad
- e) Las aptitudes

1.3. Tecnología

1.3.1. ¿Cómo califica la tecnología utilizada en su emprendimientos empresarial?

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena

d) Regular

e) Deficiente

1.3.2. ¿En que área prioriza el uso de tecnología apropiada?

- a) Producción
- b) Administración
- c) Comercialización
- d) Personal
- e) Otros:.....

1.3.3. ¿Cómo considera la infraestructura utilizada en su emprendimiento?

- a) Súper adecuada
- b) Muy adecuado
- c) Adecuado
- d) poco adecuado
- e) Inadecuado

1.3.4. ¿Utiliza técnicas en su gestión empresarial?

- a) Si
- b) No

1.3.5. ¿Qué técnicas son los más usuales?

- a) Gestión integral
- b) Finanzas
- c) Producción y/o transformación
- d) Potencial humano
- e) Comercialización

1.3.6. ¿Realiza innovaciones en su emprendimiento empresarial?

- a) Si
- b) No

1.3.7. ¿En que prioriza su innovación?

- a) En el producto
- b) En el proceso
- c) Paralelamente en los dos primeros
- d) En el servicio
- e) En todos

1.3.8. ¿Por qué realiza innovaciones?

- a) Por satisfacción al cliente
- b) Por la competencia
- c) Por la tecnología utilizada
- d) Por iniciativa propia
- e) Otros:.....



1.3.9. ¿Capacita al personal de su emprendimientos empresarial?

- a) () Si
b) () No

¿Por qué?.....

1.3.10. ¿En qué tiempo capacita a sus trabajadores?

- a) () anual
b) () trimestral
c) () mensual
d) () por campañas
e) () Otros:.....

1.3.11. ¿En que áreas capacita a los trabajadores? (seleccionar jerárquicamente)

- a) () producción
b) () ventas
c) () plan de negocios
d) () financiamiento
e) () Otros:.....

1.4. Financiamiento

1.4.1. ¿Que fuente de financiamiento utiliza para su inversión?

- a) () capital semilla (propio)
b) () capital ángeles (familiares y amistades)
c) () capital matchy (promoción del estado)
d) () Capital de riesgo (bancarias y no bancarias)
e) () Otros:.....

1.4.2. ¿A qué entidades financieras recurre para su financiamiento?

- a) () Banco de la Nación
b) () Banca Comercial
c) () Caja Municipal de ahorro y crédito
d) () Cooperativa de ahorro y crédito
e) () Entidades financieras del estado

1.4.3. ¿A que rubro orienta el financiamiento obtenido?

- a) () compra de maquinarias y equipos
b) () capital de trabajo
c) () infraestructura
d) () Unidades de transporte
e) () Otros:.....

1.4.4. ¿Qué modalidades de tiempo de financiamiento frecuente utilizar?

- a) () A corto alcance
b) () A mediano alcance
c) () A largo alcance
d) () Indefinido (función de solvencia)
e) () Otros:.....

2.1. Sostenibilidad empresarial

2.1.1. ¿Se tiene posibilidad para obtener mayores fondos para inversión?

- a) () Extremadamente accesible
b) () Muy accesible
c) () Accesible
d) () Poco accesible
e) () Inaccesible

2.1.2. En que indicador se refleja la sostenibilidad financiera?

- a) () Liquidez
b) () Solvencia
c) () Rentabilidad
d) () Competitividad
e) () Otros

2.1.3. ¿Cómo define el nivel de ingresos en relación a costos y gastos?

- a) () Buena rentabilidad
b) () Poca rentabilidad
c) () Equilibrado
d) () Menor por expansión en mercado
e) () Siempre menor

2.1.4. ¿Cómo califica el nivel de desempeño del personal en su área de desarrollo?

- a) () Excelentemente eficiente
b) () Muy eficiente
c) () Eficiente
d) () Regularmente eficiente
e) () Deficiente

2.1.5. ¿Cómo mide el desempeño del personal?

- a) () por el cumplimiento de objetivos
b) () por el nivel de ingresos logrados
c) () por nivel de rentabilidad
d) () por el crecimiento en el mercado
e) () otros:.....



2.1.6. ¿Los ambientes de trabajo son motivadores, gratificantes y satisfactorios?

- a) Si ()
- b) No ()

¿Porqué?.....
.....

2.1.7. En su actual emprendimiento ¿cuál es en N° de empleo directo generado?

- a) () Menos de 2 puestos
- b) () Entre 3 a 5
- c) () Entre 6 a 10
- d) () Entre 11 a 20
- e) () De 21 a más

2.1.8. ¿Cómo considera su capacidad instalada?

- a) () Extremadamente suficiente
- b) () Muy suficiente
- c) () Suficiente
- d) () Casi suficiente
- e) () Insuficiente

2.1.9. ¿En que activos pondera tecnología para su emprendimiento?

- a) () Maquinarias
- b) () Equipos
- c) () Información
- d) () Comunicación
- e) () Otros:.....
.....

Validación del instrumento de levantamiento de información

Vistos el cuestionario, diseñada en relación con las variables, indicadores e índices, así como en cumplimiento de los arts. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica del Reglamento de Grados y Títulos-UNAMBA, se **VALIDA** el presente instrumento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información.

Abancay, 16 de noviembre del 2010.

Fecha de encuesta:.....

Zona de encuesta:.....

Realizado por:.....
.....

Fecha de supervisión:.....

Supervisado por:.....
.....

Fecha de procesamiento:.....



Anexo 3°

-Prueba de Hipotesis



Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

$$V.I = \frac{\text{Valor equivalente (\%)} \cdot \text{coeficiente de ponderación}}{\text{Total coeficiente de ponderación}}$$

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL			ENCUESTAS		POND.	PROMED.	COEFIC. DE POND.	VALOR DE INDIC-				
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	N°	% (a)	ESCAL (b)				(a)*(b)	(c)	(d)	(c)*(d)
1.1 Motivación del emprendimiento	1.1.1 Tipo de emprendimiento empresarial	1.1.1.1 Tipo de emprendimiento	a. Individual	43	57,33	5	286,67	79,73	5	398,67			
			b. colectivo	11	14,67	4	58,67						
			c. Ambos	0	0,00	3	0,00						
			d. familiar	19	25,33	2	50,67						
			e. Otros	2	2,67	1	2,67						
	1.1.2 Tipo de motivación emprendedora	1.1.2.1 Surgimiento del emprendimiento	a. Por oportunidad	21	28,00	3	84,00	75,11	8	600,89			
			b. Por necesidad	52	69,33	2	138,67						
			c. Por compromiso	2	2,67	1	2,67						
		1.1.2.2 Sustento de emprendimiento	a. Necesidad en mercado	22	29,33	5	146,67	71,73	3	215,20			
			b. Idea de negocio	13	17,33	4	69,33						
			c. Vocación empresarial	33	44,00	3	132,00						
			d. Capacidad económica	1	1,33	2	2,67						
		e. Otros	6	8,00	1	8,00							
	1.1.3 Definición de genero en emprendimiento	1.1.3.1 Iniciativa de género	a. varón	42	56,00	1	56,00	49,87	4	199,47			
b. mujer			33	44,00	1	44,00							
c. Indiferente			0	0,00	1	0,00							
	1.1.4 Nivel de constitución empresarial	1.1.4.1 Situación de constitución	a. Formal	53	70,67	2	141,33	56,89	3	170,67			
b. informal			22	29,33	1	29,33							
c. Otro			0	0,00	1	0,00							
	1.1.5 Sector económico de emprendimiento	1.1.5.1 Sector económico del emprendimiento	a. Extractivo	1	1,33	4	5,33	52,00	4	208,00			
b. Transformación			6	8,00	5	40,00							
c. Servicios			27	36,00	3	108,00							
d. Comercio			39	52,00	2	104,00							
e. otros			2	2,67	1	2,67							
	1.1.6 Nivel de competitividad	1.1.6.1 Nivel de aceptación de la actividad económ.	a. Excelente	2	2,67	5	13,33	57,07	3	171,20			
b. Muy bueno			4	5,33	4	21,33							
c. Bueno			50	66,67	3	200,00							
d. Regular			19	25,33	2	50,67							
e. Deficiente			0	0,00	1	0,00							
<table border="1" style="float: right;"> <tr> <td>Valor de Índice</td> </tr> <tr> <td>1964,09</td> </tr> <tr> <td>30</td> </tr> <tr> <td>65,47</td> </tr> </table>										Valor de Índice	1964,09	30	65,47
Valor de Índice													
1964,09													
30													
65,47													

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

$$V.I = \frac{\text{Valor equivalente (V.E) * coeficiente ponderación}}{\text{Total coeficientes ponderación}}$$

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		ENCUESTAS		POND. ESCAL (b)	(a)*(b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND. (d)	VALOR DE INDIC. (c)*(d)	Valor de Índice	
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	N°							% (a)
1.2 Cultura Empresarial	1.2.1 Conocimientos y creatividad en emprendimientos	1.2.1.1 Competencias para los emprendimientos	a. Capacidad y disposición	38	50,67	5	253,33	81,87	10	818,67	2075,20 30 69,17
			b. Tendencia innovadora	20	26,67	4	106,67				
			c. Capacidad y motivación de éxito	6	8,00	3	24,00				
			d. Independencia y autodesarrollo	8	10,67	2	21,33				
			e. Imitación a otras empresas	3	4,00	1	4,00				
	1.2.2 Cultura de innovación en emprendimientos	1.2.2.1 Aspectos de promoción de cultura de innovación	a. Cultura de tecnología	3	4,00	2	8,00	78,67	9	708,00	
			b. Actitud innovadora	47	62,67	4	250,67				
			c. Mucha creatividad	16	21,33	5	106,67				
			d. Conocimientos de gestión	6	8,00	3	24,00				
e. Capital de riesgo			3	4,00	1	4,00					
1.2.3 Actitud empresarial	1.2.3.1 Actitud del emprendedor	a. Ideas poderosas y realizables	10	13,33	1	13,33	49,87	11	548,53		
		b. Capacidad de organización	10	13,33	4	53,33					
		c. Adecuarse a cambios	32	42,67	2	85,33					
		d. Iniciativa y creatividad	21	28,00	3	84,00					
		e. Aptitudes	2	2,67	5	13,33					

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

V.I =

~~Valor equivalente (V.I) = coeficiente de ponderación~~
~~total coeficientes de ponderación~~

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL			ENCUESTAS		POND. ESCAL (b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND. (d)	VALOR DE INDIC. (c)*(d)	
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	Nº	% (a)					
1.3 Tecnología	1.3.1 Nivel de tecnología usada	1.3.1.1 Calificación de tecnología utilizada	a. Excelente	4	5,33	5	26,67	49,07	3	147,20
			b. Muy bueno	3	4,00	4	16,00			
			c. Bueno	22	29,33	3	88,00			
			d. Regular	40	53,33	2	106,67			
			e. Deficiente	6	8,00	1	8,00			
	1.3.2 Infraestructura en los emprendimientos	1.3.1.2 Priorización en uso de tecnología	a. producción	17	22,67	5	113,33	54,67	3	164,00
			b. Administración	9	12,00	4	48,00			
			c. Comercialización	16	21,33	3	64,00			
			a. Personal	3	4,00	2	8,00			
	1.3.3 Utilización de técnicas de gestión empresarial en emprendimientos	1.3.2.1 Consideración de infraestructura utilizada	b. Otros	30	40,00	1	40,00	56,53	3	169,60
a. Super adecuada			2	2,67	5	13,33				
b. muy adecuada			1	1,33	4	5,33				
c. adecuada			54	72,00	3	216,00				
d. poco adecuada			18	24,00	2	48,00				
1.3.4 Innovaciones realizadas en los el producto y proceso	1.3.3.1 Uso de técnicas de gestión	e. inadecuada	0	0,00	1	0,00	50	1	50	
		a. si	45	60,00	1	60				
	1.3.3.2 Técnicas de gestión más usuales	1.3.4.1 realiza innovaciones	b. no	30	40,00	1	40	81,60	4	326,40
			a. Gestión integral	42	56,00	5	280,00			
			b. Finanzas	6	8,00	4	32,00			
c. Proucción y/o transformación			20	26,67	3	80,00				
1.3.4.2 Priorización de innovaciones	1.3.4.2 Priorización de innovaciones	d. Potencial humano	5	6,67	2	13,33	58,67	3	176,00	
		e. Comercialización	2	2,67	1	2,67				
		a. si	55	73,33	1	73,33				
		b. no	20	26,67	1	26,67				
		a. En el producto	15	20,00	5	100,00				
b. En el proceso	15	20,00	4	80,00						
c. En los dos primeros	2	2,67	3	8,00						
d. En el servicio	36	48,00	2	96,00						
e. En todos	7	9,33	1	9,33						

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

V.I =

~~Valor equivalente USA - coeficiente de ponderación~~

~~Total coeficientes de ponderación~~

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL			ENCUESTAS		POND.	(a)*(b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND. (d)	VALOR DE INDIC. (c)*(d)	Valor de Índice
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	N°	% (a)	ESCAL (b)					
1.3.4 Innovaciones realizadas en los el producto y proceso	1.3.4.3 Inquietud por las innovaciones	a. Por satisfacción al cliente	49	65,33	5	326,67	90,67	4	362,67		
		b. Por la competencia	19	25,33	4	101,33					
		c. Por la tecnología utilizada	0	0,00	3	0,00					
		d. por iniciativa propia	8	10,67	2	21,33					
		e. Otros	3	4,00	1	4,00					
1.3.5 Innovaciones realizadas en los el producto y proceso	1.3.5.1 Capacita el personal	a. si	32	42,67	1	42,67	50,00	1	50		
		b. no	43	57,33	1	57,33					
	1.3.5.2 Tiempo de capacitación del personal	a. Anual	3	4,00	2	8,00	44,80	3	134,40		
		b. Trimestral	6	8,00	4	32,00					
		c. Mensual	6	8,00	3	24,00					
		d. Por campañas	15	20,00	5	100,00					
		e. Otros (coyuntural)	45	60,00	1	60,00					
	1.3.5.3 Areas de capacitación	a. Producción	19	25,33	4	101,33	33,87	4	135,47		
		b. Ventas	14	18,67	3	56,00					
		c. Plan de negocios	2	2,67	2	5,33					
d. Financiamiento		5	6,67	1	6,67						
e. Otros		35	46,67	0	0,00						
										1765,73	
										30	
										58,86	

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

V.I = $\frac{\text{valor equivalente (VE) - coeficiente de ponderación}}{\text{valor coeficiente de ponderación}}$

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL			ENCUESTAS		POND. ESCAL (b)	(a)*(b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND (d)	VALOR DE INDIC. (c)*(d)	
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	N°	% (a)						
1,4 Financiamiento	1.4.1 Tipo de capital utilizado en los emprendimientos	1.4.1.1 Fuente de financiamiento utilizada en inversión	a. Capital semilla (propio)	58	77,33	4	309,33	80,00	8	640,00	
			b. Capital ángeles	2	2,67	3	8,00				
			c. Capital matchy	3	4,00	2	8,00				
			d. Capital de riesgo	11	14,67	5	73,33				
			e. Otros (Promoción del estado)	1	1,33	1	1,33				
	1.4.2 Fuentes de financiamiento en los emprendimientos	1.4.2.1 Entidades a que recurre para financiamiento	a. Banco de la nación	2	2,67	2	5,33	69,87	8	558,93	
			b. Banca Comercial	7	9,33	5	46,67				
			c. Caja Municipal de Ahorro y crédito	43	57,33	4	229,33				
			d. Cooperativas de ahorro y crédito	14	18,67	3	56,00				
			e. Entidades promotoras del estado	9	12,00	1	12,00				
	1.4.3 Orientación de financiamiento	1.4.3.1 Rubro al que orienta el financiamiento	a. Compra de maquinarias y equipos	8	10,67	3	32,00	88,53	8	708,27	
			b. Capital de trabajo	55	73,33	5	366,67				
			c. Infraestructura	7	9,33	4	37,33				
			d. Unidades de transporte	0	0,00	2	0,00				
			e. Otros (Expansión)	5	6,67	1	6,67				
	1.4.4 Modalidades de tiempo de financiamiento	1.4.1.1 Tiempo usual de fianciamiento utilizada	a. A corto alcance	42	56,00	3	168,00	62,40	6	374,40	
b. A mediano alcance			18	24,00	4	96,00					
c. A largo alcance			4	5,33	5	26,67					
d. Indefinido			5	6,67	2	13,33					
e. Otros (estacionario)			6	8,00	1	8,00					
										Valor de Índice	
										2281,60	
										30	
										76,05	

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

V.I =

Valor equivalente 0,500 = coeficiente de ponderación

Valor equivalente 0,500 = coeficiente de ponderación

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL			ENCUESTAS		POND. ESCAL (b)	(a)*(b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND (d)	VALOR DE INDIC- (c)*(d)
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	N°	% (a)					
2,1 Sostenibilidad Empresarial	2.1.1 Sostenibilidad financiera	2.1.1.1 Capacidad de obtencion de fondos para inversión	a. Extremadamente accesible	4	5,33	5	26,67	61,07	3	183,20
			b. Muy accesible	8	10,67	4	42,67			
			c. Accesible	52	69,33	3	208,00			
			d. Poco accesible	10	13,33	2	26,67			
			e. Inaccesible	1	1,33	1	1,33			
		2.1.1.2 Utilización de indicador financiero	a. Liquidez	17	22,67	5	113,33	77,87	5	389,33
	b. Solvencia	40	53,33	4	213,33					
	c. Rentabilidad	14	18,67	3	56,00					
	d. Competitividad	1	1,33	2	2,67					
	e. Otros (relacion ingreso/costo)	3	4,00	1	4,00					
	2.1.2 Sostenibilidad de Recursos Humanos	2.1.2.1 Nivel de desempeño del recurso humano	a. Excelentemente eficiente	2	2,67	5	13,33	54,13	6	324,80
			b. Muy eficiente	4	5,33	4	21,33			
c. Eficiente			42	56,00	3	168,00				
d. Poco eficiente			24	32,00	2	64,00				
e. Ineficiente			3	4,00	1	4,00				
2.1.2.2 Medición del desempeño de los recursos humanos		a. Por cumplimiento de objetivos	41	54,67	5	273,33	82,93	4	331,73	
		b. Por ingresos percibidos	18	24,00	4	96,00				
		c. Por rentabilidad	7	9,33	3	28,00				
		d. Crecimiento de mercado	4	5,33	2	10,67				
2.1.2.3 Nivel de generación de empleo	a. Menos de 2 puestos	54	72,00	5	360,00	92,80	5	464,00		
	b. Entre 3 a 5	17	22,67	4	90,67					
	c. Entre 6 a 10	3	4,00	3	12,00					
	d. Entre 11 a 20	0	0,00	2	0,00					
	e. De 21 a más.	1	1,33	1	1,33					

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

$$V.I = \frac{\text{Valor equivalente (V.E.) - coeficiente de ponderación}}{\text{Total equivalentes de ponderación}}$$

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		ENCUESTAS		POND. ESCAL (b)	(a)*(b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND. (d)	VALOR DE INDIC. (c)*(d)			
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	N°							% (a)	
2.1.3 Sostenibilidad tecnológica	2.1.3.1 Nivel de capacidad empleada		a. Extremadamente suficiente	3	4,00	5	20,00	56,00	4	224,00	Valor de Índice	
			b. Muy suficiente	5	6,67	4	26,67					
			c. Suficiente	45	60,00	3	180,00					
			d. Poco suficiente	18	24,00	2	48,00					
			e. insuficiente	4	5,33	1	5,33					
	2.1.3.2 Activos donde pondera la teconología		a. Maquinarias	8	10,67	5	53,33	52,27	3	156,80		2073,87
			b. Equipos	25	33,33	4	133,33					
			c. Información	5	6,67	3	20,00					
			d. Comunicación	4	5,33	2	10,67					
			e. Otros (formas de negocio)	33	44,00	1	44,00					
										69,13		
										Valor de Índice promedio		
										269,55		
										4		
										67,39		

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

V.I =

~~Valor equitativo (0,50) * coeficiente de ponderación~~

~~Valor coeficiente de ponderación~~

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL			ENCUESTAS		POND. ESCAL (b)	(a)*(b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND. (d)	VALOR DE INDIC. (c)*(d)	Valor de Índice
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	Nº	% (a)						
1.2 Cultura Empresarial	1.2.1 Conocimientos y creatividad en emprendimientos	1.2.1.1 Competencias para los emprendimientos	a. Capacidad y disposición	38	50,67	5	253,33	81,87	10	818,67	
			b. Tendencia innovadora	20	26,67	4	106,67				
			c. Capacidad y motivación de éxito	6	8,00	3	24,00				
			d. Independencia y autodesarrollo	8	10,67	2	21,33				
			e. Imitación a otras empresas	3	4,00	1	4,00				
	1.2.2 Cultura de innovación en emprendimientos	1.2.2.1 Aspectos de promoción de cultura de innovación	a. Cultura de tecnología	3	4,00	2	8,00	78,67	9	708,00	
			b. Actitud innovadora	47	62,67	4	250,67				
			c. Mucha creatividad	16	21,33	5	106,67				
			d. Conocimientos de gestión	6	8,00	3	24,00				
e. Capital de riesgo			3	4,00	1	4,00					
1.2.3 Actitud empresarial	1.2.3.1 Actitud del emprendedor	a. Ideas poderosas y realizables	10	13,33	1	13,33	49,87	11	548,53		
		b. Capacidad de organización	10	13,33	4	53,33					
		c. Adecuarse a cambios	32	42,67	2	85,33					
		d. Iniciativa y creatividad	21	28,00	3	84,00					
		e. Aptitudes	2	2,67	5	13,33					
										2075,20	
										30	
										69,17	

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

V.I =

~~Valor equivalente (V.I) = $\frac{\text{Valor equivalente (V.I) - Valor equivalente (V.I) dependiente}}{\text{Valor equivalente (V.I) dependiente}}$~~

~~Valor equivalente dependiente~~

PRUEBA DE HIPÓTESIS

DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		ENCUESTAS		POND. ESCAL (b)	(a)*(b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND (d)	VALOR DE INDIC- (c)*(d)	Valor de Índice	
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	N°							% (a)
1,4 Financiamiento	1.4.1 Tipo de capital utilizado en los emprendimientos	1.4.1.1 Fuente de financiamiento utilizada en inversión	a. Capital semilla (propio)	58	77,33	4	309,33	80,00	8	640,00	Valor de Índice
			b. Capital ángeles	2	2,67	3	8,00				
			c. Capital matchy	3	4,00	2	8,00				
			d. Capital de riesgo	11	14,67	5	73,33				
			e. Otros (Promoción del estado)	1	1,33	1	1,33				
	1.4.2 Fuentes de financiamiento en los emprendimientos	1.4.2.1 Entidades a que recurre para financiamiento	a. Banco de la nación	2	2,67	2	5,33	69,87	8	558,93	
			b. Banca Comercial	7	9,33	5	46,67				
			c. Caja Municipal de Ahorro y crédito	43	57,33	4	229,33				
			d. Cooperativas de ahorro y crédito	14	18,67	3	56,00				
			e. Entidades promotoras del estado	9	12,00	1	12,00				
	1.4.3 Orientación de financiamiento	1.4.3.1 Rubro al que orienta el financiamiento	a. Compra de maquinarias y equipos	8	10,67	3	32,00	88,53	8	708,27	
			b. Capital de trabajo	55	73,33	5	366,67				
			c. Infraestructura	7	9,33	4	37,33				
			d. Unidades de transporte	0	0,00	2	0,00				
			e. Otros (Expansión)	5	6,67	1	6,67				
	1.4.4 Modalidades de tiempo de financiamiento	1.4.1.1 Tiempo usual de fianciamiento utilizada	a. A corto alcance	42	56,00	3	168,00	62,40	6	374,40	
b. A mediano alcance			18	24,00	4	96,00					
c. A largo alcance			4	5,33	5	26,67					
d. Indefinido			5	6,67	2	13,33					
e. Otros (estacionario)			6	8,00	1	8,00					
										2281,60	
										30	
										76,05	

Proyecto de Investigación "Factores del Emprendimiento en la Sostenibilidad Empresarial del Distrito de Abancay, año 2010"

Bach. Edith Quispe Palomino

$$V.I = \frac{\text{Valor equivalente (VA) - coeficientes de ponderación}}{\text{Total coeficientes de ponderación}}$$

PRUEBA DE HIPÓTESIS

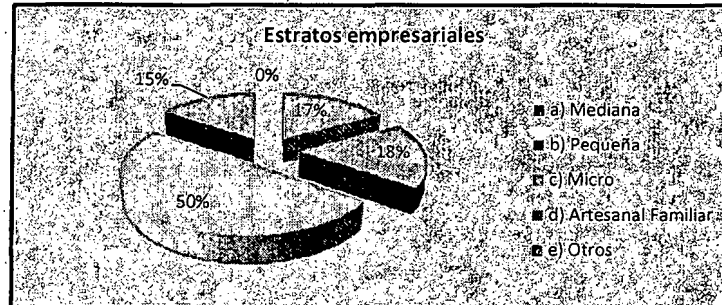
DEFINICIÓN NOMINAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		ENCUESTAS		POND. ESCAL (b)	(a)*(b)	PROMED. (c)	COEFIC. DE POND (d)	VALOR DE INDIC- (c)*(d)			
	DIMENSIONES (FACTOR A MEDIR)	INDICADORES	Items	N°							% (a)	
	2.1.3 Sostenibilidad tecnológica	2.1.3.1 Nivel de capacidad empleada	a. Extremadamente suficiente	3	4,00	5	20,00	56,00	4	224,00	Valor de Índice	
			b. Muy suficiente	5	6,67	4	26,67					
			c. Suficiente	45	60,00	3	180,00					
			d. Poco suficiente	18	24,00	2	48,00					
			e. insuficiente	4	5,33	1	5,33					
		2.1.3.2 Activos donde pondera la teconología	a. Maquinarias	8	10,67	5	53,33	52,27	3	156,80		2073,87
			b. Equipos	25	33,33	4	133,33					
			c. Información	5	6,67	3	20,00					
			d. Comunicación	4	5,33	2	10,67					
			e. Otros (formas de negocio)	33	44,00	1	44,00					
										69,13		
										Valor de Índice promedio		
										269,55		
										4		
										67,39		

PROCESAMIENTO DE ENCUESTAS

1. Datos de la empresa:

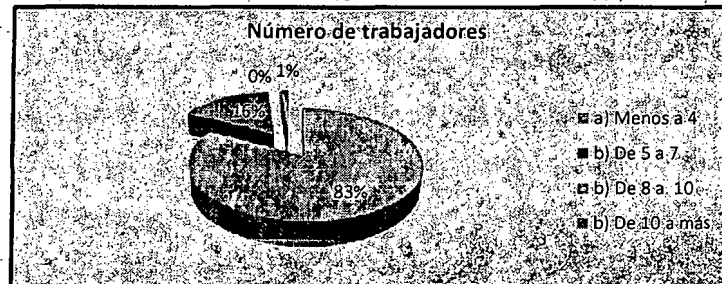
1.3. Estrato empresarial

a) Mediana	b) Pequeña	c) Micro	Artesanal Famil	e) Otros
30	32	89	28	1
16.67	18	49	16	0.01



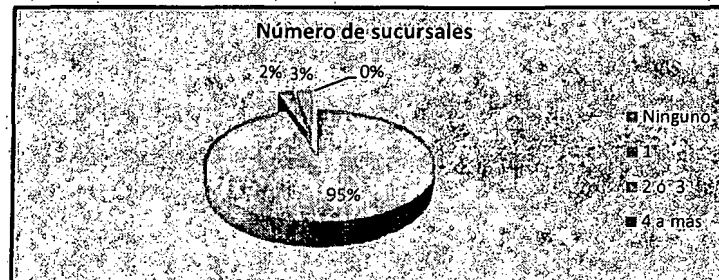
1.4. N° de Trabajadores:

a) Menos a 4	b) De 5 a 7	10	b) De 10 a más
62	12		1
83	16		1.33



1.5. N° de Sucursales:

Ninguno	1	2 ó 3	4 a más
71	2	2	
94.67	3	3	



1.6. Tiempo de Funcionamiento:

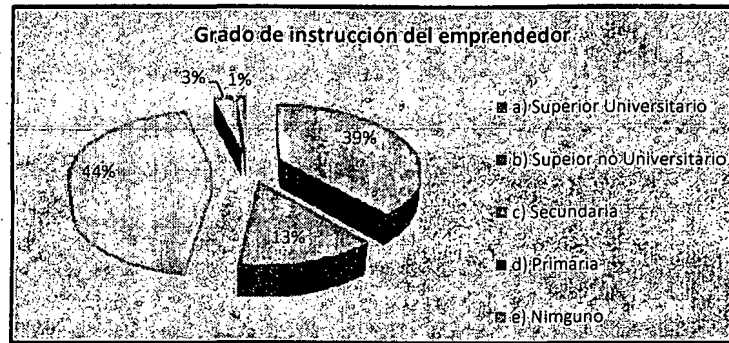
a) menos de 1 año	b) Entre 2 y 4	b) Entre 5 a 7	b) Entre 8 y 10	b) más de 10
38	20	8	8	1
51	27	10.67	10.67	1.33



2. Datos del propietario:

2.1. Grado de instrucción:

	a) Superior Universitario	b) Superior no Universitario	c) Secundaria	d) Primaria	e) Ninguno
	29	10	33	2	1
	39	13	44	3	1



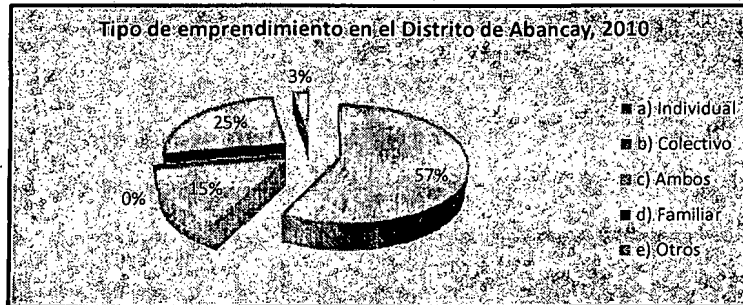
1. Los Emprendimientos

1.1. Motivación del emprendimiento

	a) Individual	b) Colectivo	c) Ambos	d) Familiar	e) Otros
--	---------------	--------------	----------	-------------	----------

1.1.1. ¿Qué tipo de emprendimiento realiz

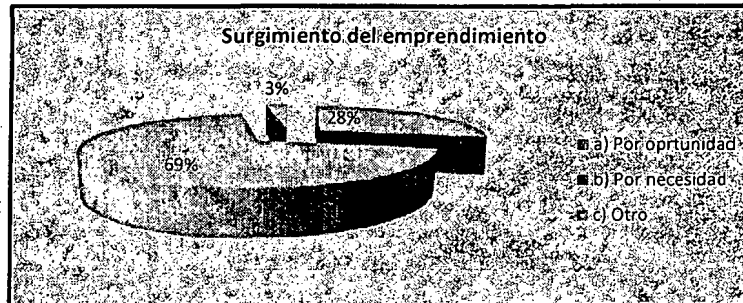
	43	11	0	19	2
	57	15	0	25	3



1.1.2. Su emprendimiento surge por.

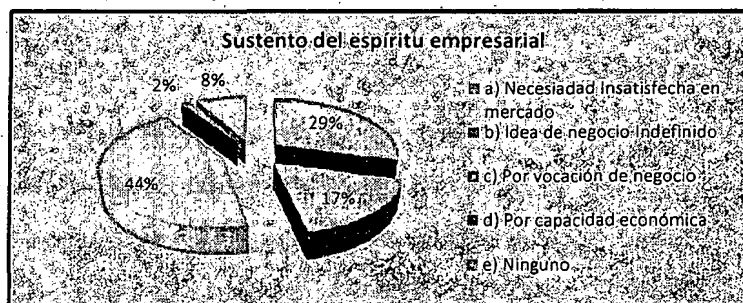
	a) Por oportunidad	b) Por necesidad	c) Otro
--	--------------------	------------------	---------

	21	52	2
	28	69	3



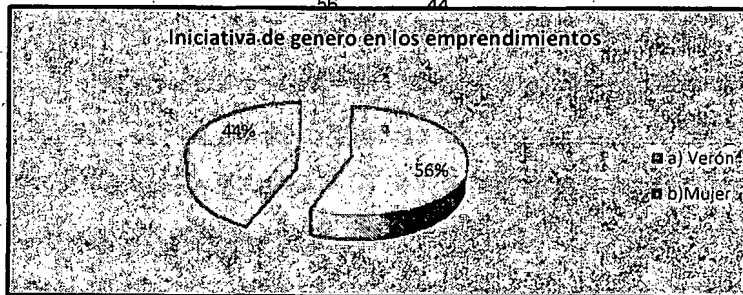
1.1.3. ¿ En que sustenta su espíritu Empren a) Necesidad b) Idea de negocio c) Por vocación d) Por capacidad e) Ninguno

	22	13	33	1	6
	29	17	44	1	8



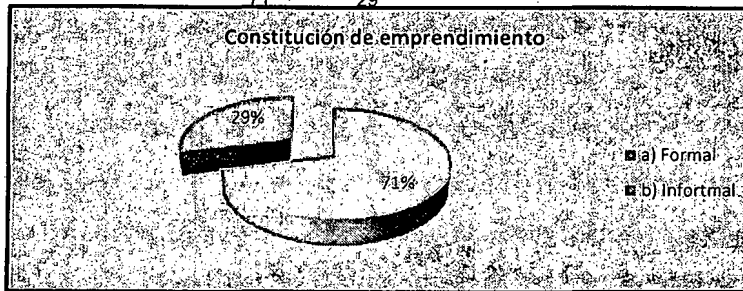
1.1.4. El emprendimiento surge a iniciativa de:

a) Verón	b) Mujer
42	33
56	44



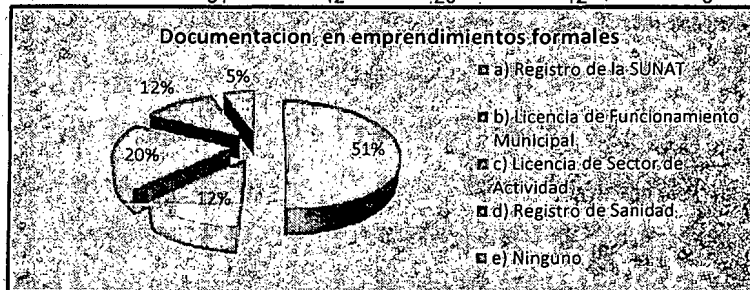
1.1.5. La constitución de su emprendimiento a) Formal b) Informal

a) Formal	b) Informal
53	22
71	29



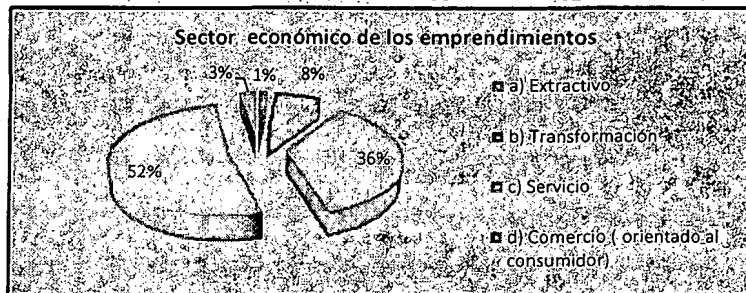
1.1.6. Si es formal, ¿Con que documento cu a) Registro de b) Licencia c) Licencia d) Registro de e) Ninguno

a) Registro de	b) Licencia	c) Licencia	d) Registro de	e) Ninguno
38	9	15	9	4
51	12	20	12	5



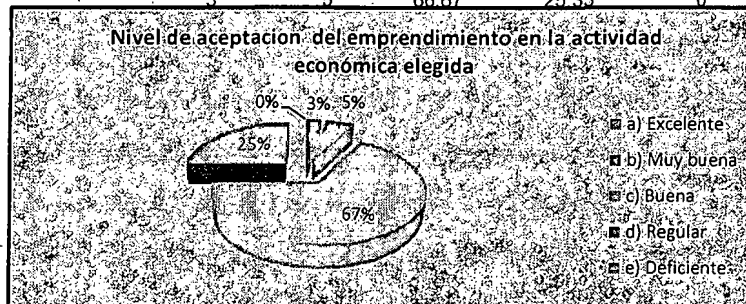
1.1.7. Su emprendimiento empresarial con a) Extractivo b) Transform c) Servicio d) Comercio (o e) Otros

a) Extractivo	b) Transform	c) Servicio	d) Comercio (o	e) Otros
1	6	27	39	2
1	8	36	52	3



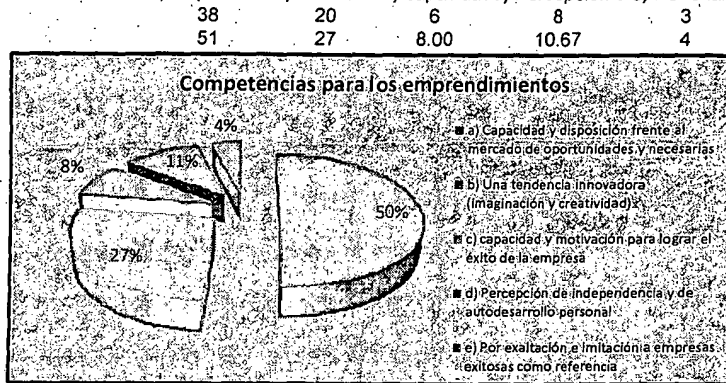
1.1.9. En el mercado actual. ¿Cuál es el niv a) Excelente b) Muy buer c) Buena d) Regular e) Deficiente

a) Excelente	b) Muy buer	c) Buena	d) Regular	e) Deficiente
2	4	50	19	
3	5	66	25	33

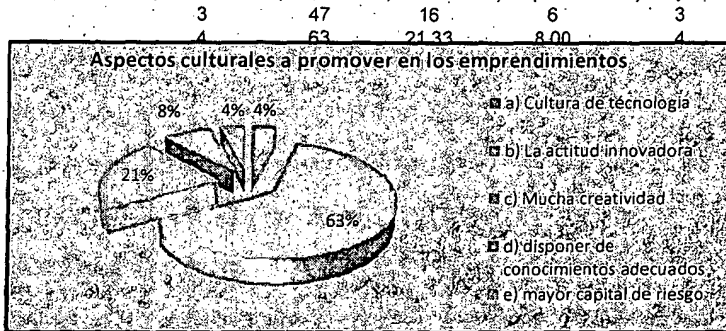


1.2. Cultura Empresarial

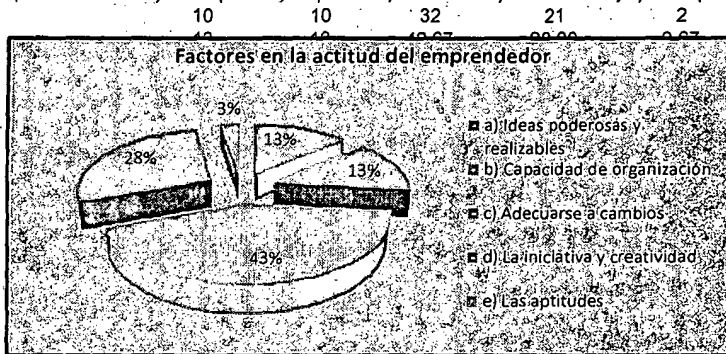
1.2.1. Dentro de las necesidades culturales a) Capacidad b) Una tendencia c) capacidad d) Percepción e) Por exaltación e imitación a empres



1.2.2. Para la práctica de una cultura de inn a) Cultura de l b) La actitud c) Mucha cr d) disponer de c e) mayor capital de riesgo

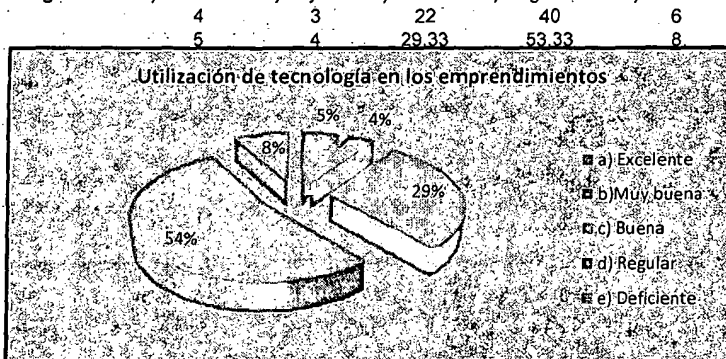


1.2.3. Dentro de la actitud empresarial del er a) Ideas pode b) Capacida c) Adecuars d) La iniciativa y e) Las aptitudes



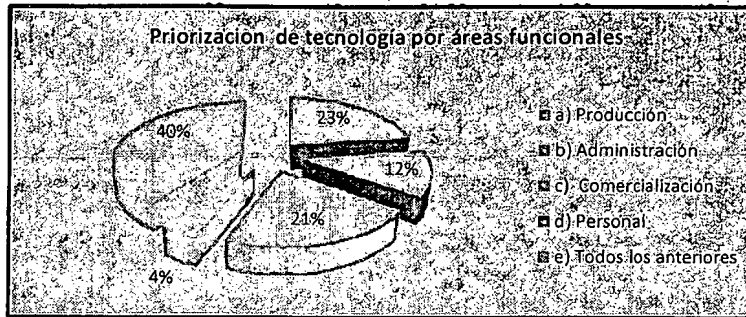
1.3. Tecnología

1.3.1. ¿Cómo califica la tecnología utilizar a) Excelente b) Muy buen c) Buena d) Regular e) Deficiente



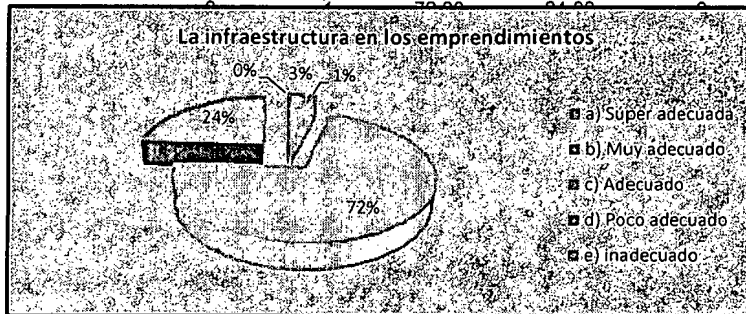
1.3.2. ¿En que área prioriza el uso de la técn a) Producción b) Administr c) Comercia d) Personal e) Todos los anteriores

17 9 16 3 30



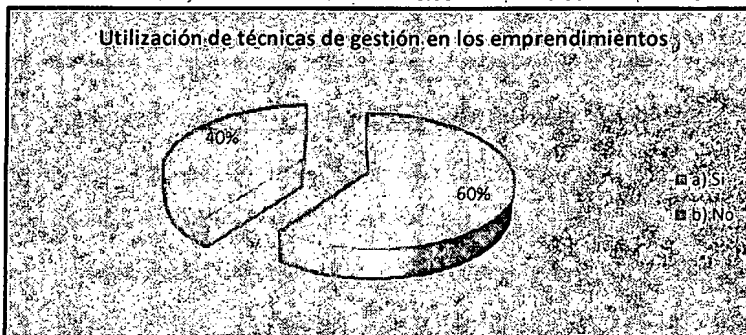
1.3.3. ¿Cómo considera la infraestructura uti a) Súper adec b) Muy adec c) Adecuadc d) Poco adecua e) inadecuado

2 1 54 18



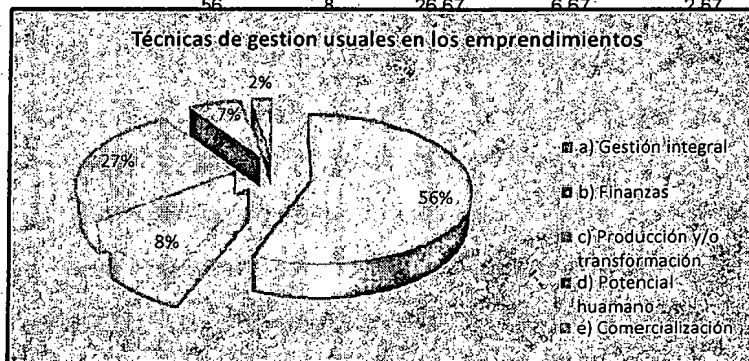
1.3.4. ¿ Utiliza técnicas en su gestión empre a) Si b) No

45 30
60 40 0.00 0.00 0



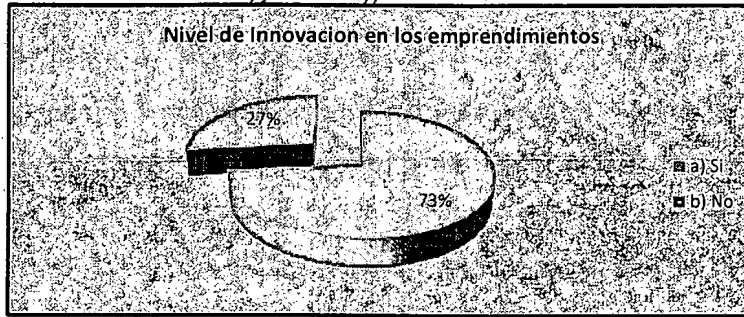
1.3.5. ¿ Qué técnicas son las más usuales? a) Gestión intri b) Finanzas c) Producció d) Potencial huz e) Comercialización

42 6 20 5 2
56 8 26.67 6.67 2.67



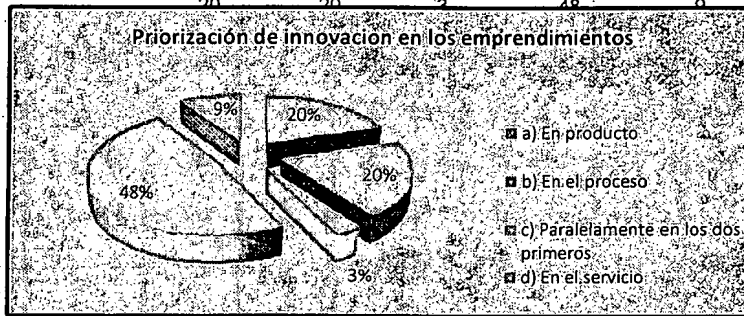
1.3.6. ¿ Realiza innovaciones en su empresa? a) Si b) No

55 20
72 27



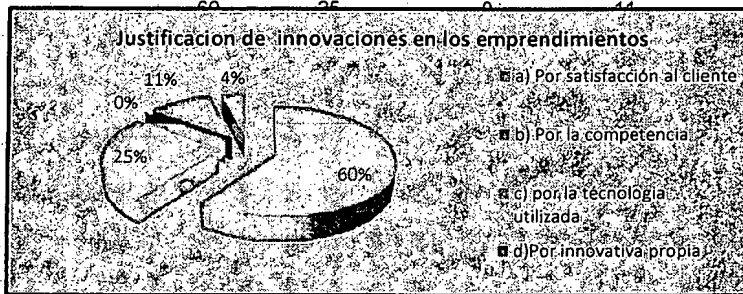
1.3.7. ¿En que prioriza su innovación? a) En producto b) En el proceso c) Paralelamente d) En el servicio e) Ninguno

15 15 2 36 7
20 20 2 48 0



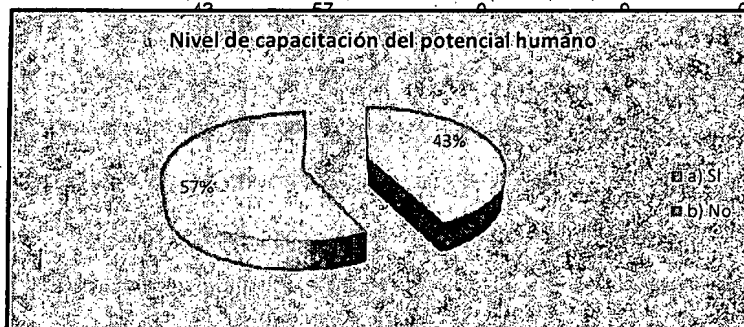
1.3.8. ¿ Por qué realiza innovaciones? a) Por satisfacer b) Por la competencia c) por la tecnología d) Por innovativa e) Ninguno

45 19 0 8 3
60 25 0 44 0

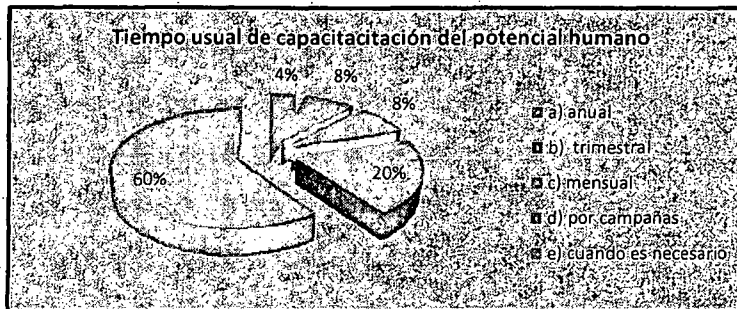


1.3.9. ¿Capacitación del personal de su empresa? a) Si b) No

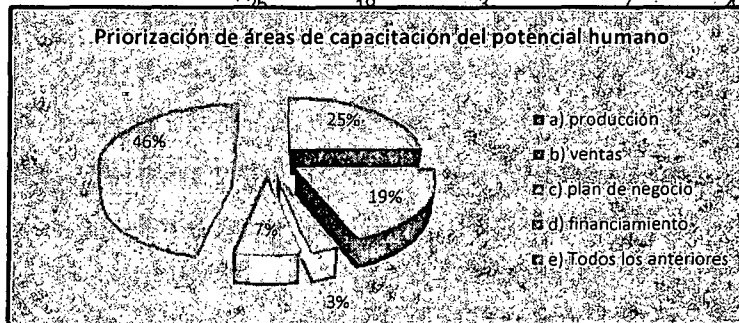
32 43
42 57



1.3.10. ¿En qué tiempo capacita a sus trabaja a) anual b) trimestre c) mensual d) por campaña e) cuando es necesario

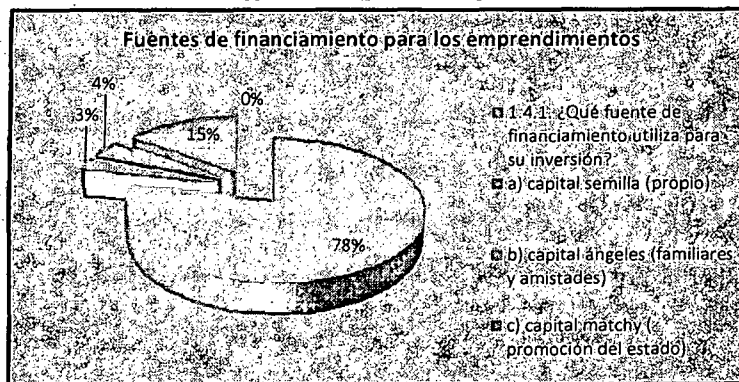


1.3.11. ¿En qué áreas capacita a los trabaja a) producción b) ventas c) plan de nr d) financiamient e) Todos los anteriores

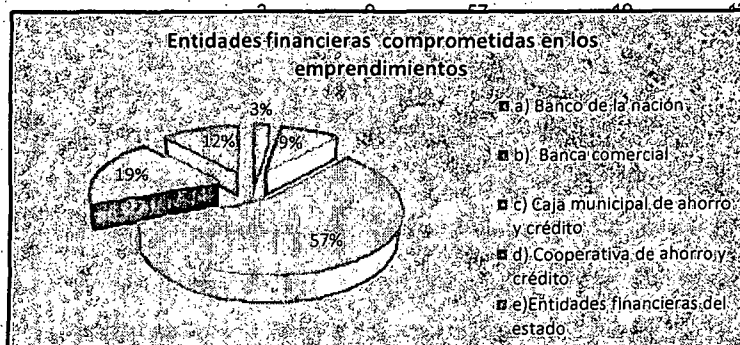


1.4. Financiamiento

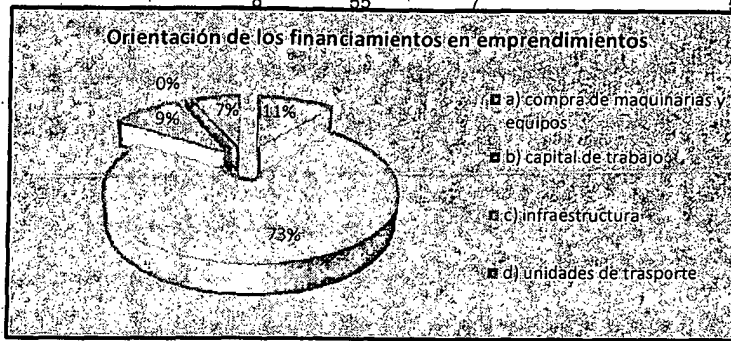
1.4.1. ¿Qué fuente de financiamiento utiliza a) capital sem b) capital ár c) capital m: d) capital de rie: e) otros



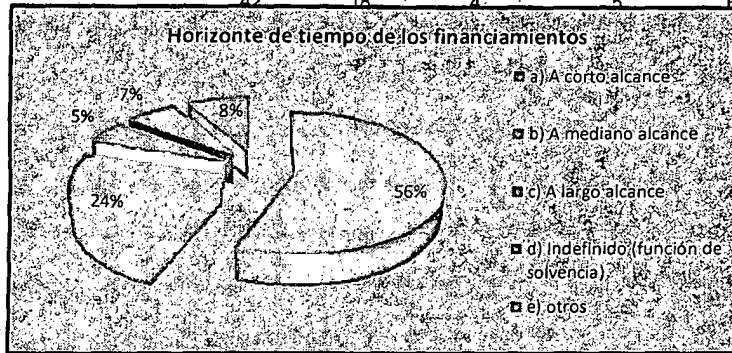
1.4.2. ¿A qué entidades financieras recurre | a) Banco de l b) Banca c) Caja mun d) Cooperativa (e) Entidades financieras del estado



1.4.3. ¿A que rubro orienta el financiamiento a) compra de b) capital de c) infraestructura d) unidades de e) otros

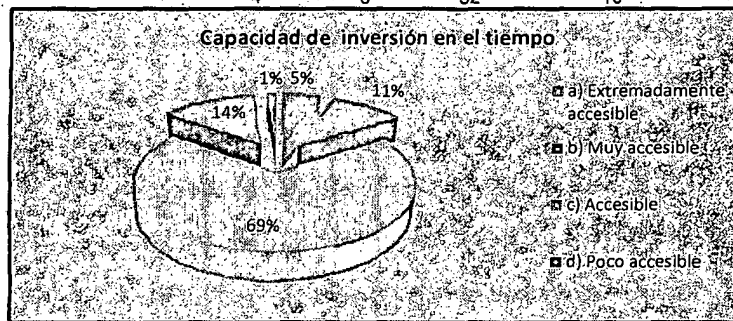


1.4.4. ¿Qué modalidades de tiempo de financiamiento a) A corto alcance b) A mediano c) A largo alcance d) Indefinido (fuera de) e) otros

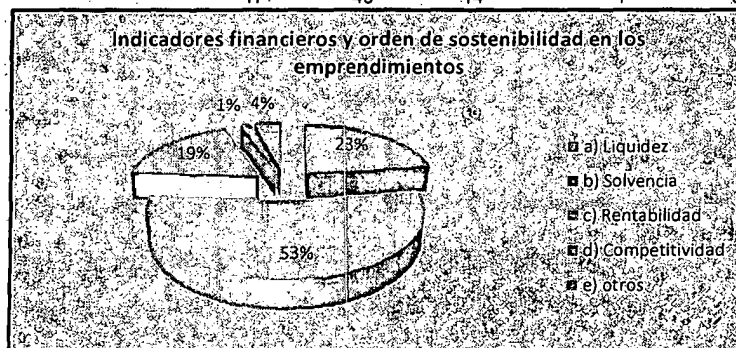


2.1. Sostenibilidad empresarial

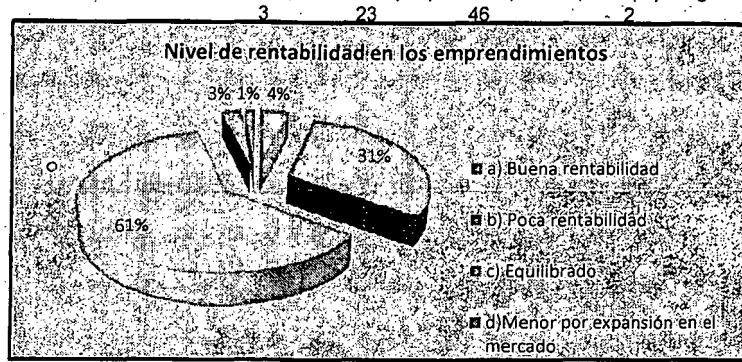
2.1.1. ¿Se tiene posibilidad para obtener r a) Extremadamente b) Muy accesible c) Accesible d) Poco accesible e) inaccesible



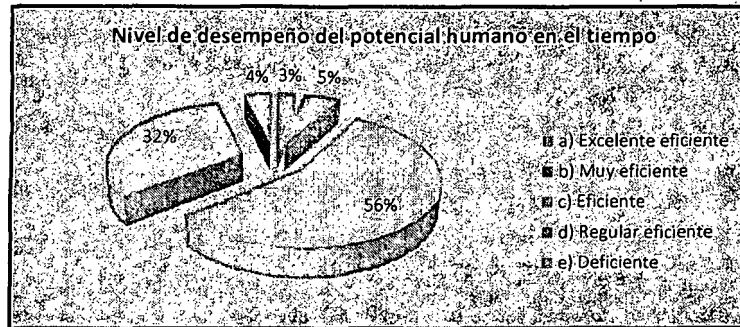
2.1.2. En que indicador se refleja la sostenibilidad a) Liquidez b) Solvencia c) Rentabilidad d) Competitividad e) otros



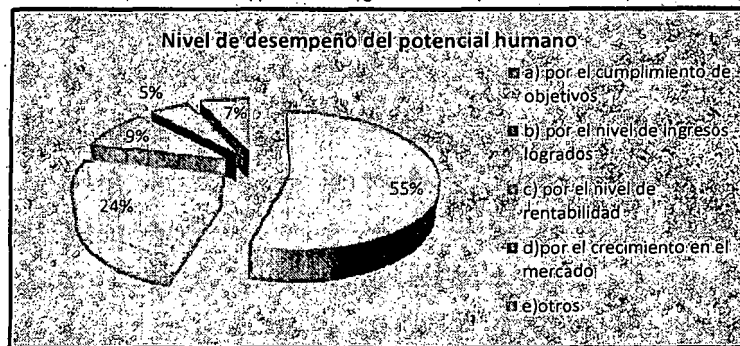
2.1.3. ¿Cómo define el nivel de ingresos en a) Buena rent b) Poca rent c) Equilibrad d) Menor por exp e) Insignificante rentabilidad



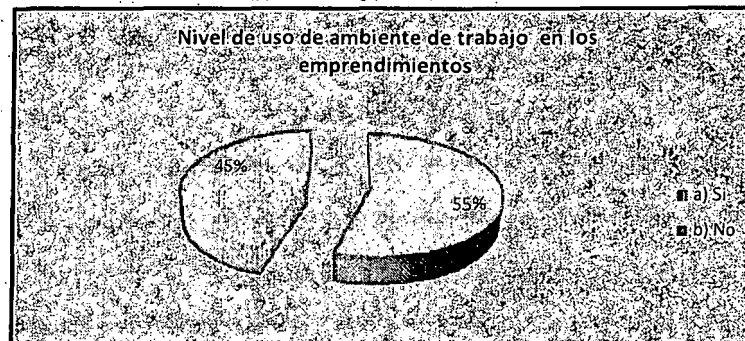
2.1.4. ¿Cómo califica el nivel de desempeño a) Excelente b) Muy eficiente c) Eficiente d) Regular eficiente e) Deficiente



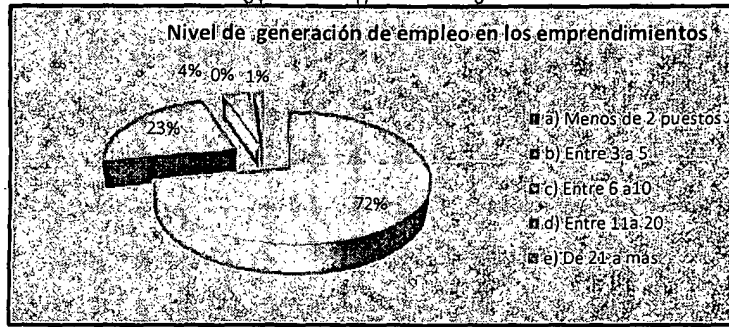
2.1.5. ¿Cómo mide el desempeño del personal a) por el cumplimiento b) por el nivel de ingresos c) por el nivel de rentabilidad d) por el crecimiento en el mercado e) otros



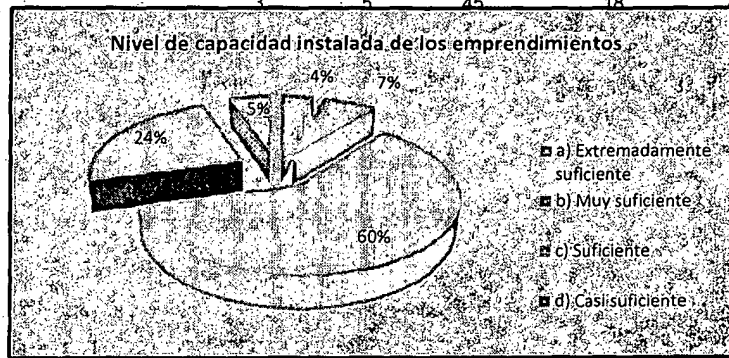
2.1.6. ¿Los ambientes de trabajo son motivadores a) Si b) No



2.1.7. En su actual emprendimiento ¿cuál es a) Menos de 2 b) Entre 3 a 5 c) Entre 6 a 10 d) Entre 11 a 20 e) De 21 a más



2.1.8. Cómo considera su capacidad instalada a) Extremadamente b) Muy sufic c) Suficiente d) Casi suficien e) Insuficiente



2.1.9. ¿En que activos pondera tecnología p a) Maquinaria b) Equipos c) Informació d) Comunicació e) En todos proporcionalmente

