

NEUMANN BUSINESS SCHOOL
ESCUELA DE POSTGRADO

**MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**“FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN
DE LAS EMPRESAS FAMILIARES EN TACNA”**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:

**MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

MAESTRANTES:

**LUIS ENRIQUE ESPINOZA VILLALOBOS
RONAL PEDRO GOMEZ ASQUI
JULIO VALLE VELIZ**

DOCENTE GUÍA:

BEN YÚSEF PAUL YÁBAR VEGA

**TACNA – PERÚ
2015**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, pues fue su tiempo el que invertimos para seguir estos estudios de postgrado y que ahora plasmamos como corolario con este trabajo.

AGRADECIMIENTOS

A la Escuela de Postgrado Neumann Business School y a nuestros profesores, por el conocimiento y la paciencia con la que nos transmitieron sus conocimientos en el desarrollo de nuestra formación profesional.

ÍNDICE

ÍNDICE	V
RESUMEN	VIII
INTRODUCCIÓN	IX
CAPITULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	1
1.1 Título del tema	1
1.2 Planteamiento del problema	1
1.3 Formulación del problema	3
1.3.1. Problema General	3
1.3.2. Problemas Específicos	3
1.4 Objetivos	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivo Específicos	4
1.5 Justificación	5
1.6 Definiciones operacionales	5
1.6.1. Etapas de desarrollo internacional	5
1.6.2. Recursos y capacidades empresariales	5
1.7 Metodología	6
1.7.1. Nivel de Investigación	6
1.7.2. Diseño de investigación	6
1.7.3. Técnica e instrumento	6
1.7.4. Muestra	6
1.8 Alcances y limitaciones	7
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	8
2.1 Empresas familiares	8
2.1.1. Conceptualización	8
2.1.2. Importancia de la empresa familiar	10
2.1.3. Fortalezas y debilidades de la empresa familiar	11
2.2 Internacionalización	13
2.3 Factores que determinan la internacionalización	14
2.3.1. Perspectiva Económica	17
2.3.2. Perspectiva de Proceso	18
2.3.3. Perspectiva de redes	20
CAPITULO III MARCO REFERENCIAL	21

3.1. Las empresas familiares en el Perú	21
3.2. La internacionalización de las empresas familiares peruanas	22
3.3. Las empresas familiares de Tacna y su internacionalización	24
3.4. Sectores Económicos importantes en Tacna	27
CAPITULO IV DESARROLLO DEL TEMA	29
4.1. Características del diseño de investigación	29
4.2. Metodología de la Investigación	29
4.3. Población y muestra	30
4.4. Recopilación de datos	30
4.4.1. Características generales	30
4.4.2. Características de la empresa familiar	31
4.4.3. Niveles de internacionalización	31
4.5. Análisis de Datos	32
4.5.1. Perfil descriptivo	32
4.5.2. Sucesión y nivel de internacionalización	35
4.5.3. Tamaño de la empresa y nivel de internacionalización	37
4.5.4. Edad de la empresa y nivel de internacionalización	39
4.5.5. Dimensión del negocio y nivel de internacionalización	40
4.6. Interpretación de Resultados	42
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
BIBLIOGRAFÍA	46
ANEXOS	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Indicadores de actividad económica	2
Tabla 2 Factores que determinan la internacionalización de las empresas.	16
Tabla 3 Exportación Definitiva por Sector Económico.....	23
Tabla 4 Importaciones según CUODE ⁽¹⁾	23
Tabla 5 Tabla de contingencias del Nivel de Internacionalización vs. la sucesión	36
Tabla 6 Prueba de Chi Cuadrado del Nivel de Internacionalización vs. las características de la dirección	37
Tabla 7 Tabla de Contingencias del Nivel de Internacionalización vs. nivel de ventas	38
Tabla 8 Prueba de Chi Cuadrado del Nivel de Internacionalización vs. nivel de ventas	38
Tabla 9 Tabla de contingencias del Nivel de Internacionalización vs. años en el mercado	39
Tabla 10 Prueba de Chi Cuadrado del Nivel de Internacionalización vs. nivel de ventas	40
Tabla 11 Tabla de contingencias del Nivel de Internacionalización vs. el tipo de sector.....	41
Tabla 12 Prueba de Chi Cuadrado del Nivel de Internacionalización vs. el tipo de sector.....	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sector de las empresas.....	32
Figura 2 Número de trabajadores de las empresas.....	33
Figura 3 Número de sucursales de las empresas.....	33
Figura 4 Años de las empresas en el mercado.....	34
Figura 5 Nivel de internacionalización	35

RESUMEN

El presente estudio analizó los factores de las empresas familiares de la ciudad de Tacna que influyen en su nivel de internacionalización. El trabajo consistió en analizar los resultados de encuestas aplicadas a representantes de empresas familiares de diversos sectores, con personería jurídica y cinco años mínimos de existencia, que cuenten por lo menos con un miembro de la familia trabajando en la empresa y/o como accionista, con diez trabajadores como mínimo y domicilio fiscal en la ciudad de Tacna.

Después de procesar la información mediante tablas de contingencia y la respectiva prueba Chi-cuadrado se pudo evidenciar que el proceso de sucesión, el tamaño y la edad de las empresas familiares de Tacna no son factores que influyen en el nivel de internacionalización, mientras que la dimensión del negocio caracterizada por el tipo de sector en el que se desarrolla la empresa familiar tiene influencia significativa sobre el nivel de internacionalización.

INTRODUCCIÓN

El incremento del comercio internacional ha significado que se desarrollen una serie de estudios relacionados a la internacionalización de las empresas, mas considerando que es un elemento muy importante en el fenómeno de la Globalización que venimos enfrentando.

En tal sentido las empresas deben ampliar sus mercados más allá de las fronteras nacionales y las empresas familiares que son parte importante de los grupos empresariales también deben afrontar un mayor grado de competencia incluso en sus mercados locales (Rodriguez Daponte & Gonzalez Vasquez, 2006)

Una dirección consciente de la necesidades de las empresas es un factor determinante en el nivel de internacionalización de una organización (Rienda Garcia, 2005) y la coincidencia entre los objetivos familiares y los objetivos familiares permitirá toma de decisiones ágiles y flexibles que respondan a los cambios del entorno (Calderon, Goldstein, & Vejarano, 2007)

En el Perú existen pocos trabajos relacionados a las empresas familiares (Calderon et al, 2007) y a nivel de Tacna no existe evidencias de trabajos previos que se hayan realizado al respecto. Aspectos adicionales como el poder, la sucesión, la internacionalización o la inversión y su relación con las empresas familiares son un campo nuevo que requieren ser estudiados en la región.

CAPITULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1 Título del tema

Factores que influyen en la internacionalización de las empresas familiares en Tacna.

1.2 Planteamiento del problema

La ciudad de Tacna ha presentado un crecimiento económico importante durante los últimos años, su ubicación geográfica, sus recursos agrícolas y recursos mineros, han favorecido el desarrollo de diversos sectores económicos, constituyendo al comercio como una de las actividades más características de esta región conformada en su gran mayoría por empresas familiares ubicadas en esta localidad.

En la tabla 1 se muestran los indicadores desarrollados por el Departamento de Estudios Económicos del Banco Central de Reserva del Perú, publicados en el informe titulado "Tacna: Síntesis de Actividad Económica Setiembre 2014 (BCRP, 2014),

Tabla 1 Indicadores de actividad económica
(Variación % respecto a similar mes del año anterior)

	Abr.14	May.14	Jun.14	Jul.14	Ago.14	Set.14
Arribos a establecimiento de hospedaje	↑ 4,9	↑ 11,7	↑ 0,3	↑ 16,6	↑ 16,0	↑ 22,3
Empleo formal urbano 2/	↑ 1,8	↑ 2,7	↓ -2,5	↑ 8,1	↑ 3,1	↑ 4,1
Crédito total 3/	↑ 11,4	↑ 10,2	↑ 10,1	↑ 8,1	↑ 7,5	↑ 8,7
Crédito de Consumo 3/	↑ 18,5	↑ 19,2	↑ 19,8	↑ 18,7	↑ 16,5	↑ 14,8
Crédito hipotecario 3/	↑ 12,4	↑ 9,5	↑ 7,3	↑ 6,7	↑ 5,2	↑ 6,4
Inversión pública 1/	↓ -36,3	↑ 17,1	↑ 7,3	↓ -4,7	↓ -15,0	↑ 4,4

1/ En términos reales

2/ En empresas de 10 a más trabajadores situados en la ciudad de Tacna

3/ En términos nominales

Fuente: BCRP – Sucursal Arequipa

Estas condiciones generan un clima de negocio que favorece el desarrollo de nuevos proyectos, los cuales al experimentar la saturación en el mercado local y/o al identificar oportunidades en el mercado exterior optan por internacionalizar su propuesta de negocio.

De acuerdo con Cortes (2001), las empresas buscan la internacionalización por factores como el de vencer el grado de madurez de un mercado local, satisfacer una determinada demanda internacional, aprovechar una ubicación estratégica, desarrollar economías de escala, seguir a un referente de mercado, etc.

El desarrollo de estos factores puede llevar a tomar decisiones apresuradas, implementando proyectos que no cuentan con el sustento necesario y colocando a las empresas en situaciones de incertidumbre, ante las cuales cualquier fluctuación errática del mercado podría afectar su permanencia en el mismo.

Si no se analizan los factores que motivan la internacionalización de las empresas familiares de la ciudad de Tacna, no se podrá aplicar herramientas que permitan fortalecer dichos factores, acelerando el escenario descrito anteriormente.

El presente estudio pretendo dar a conocer los factores que han favorecido la internacionalización de las empresas familiares ubicadas en la ciudad de Tacna, identificando si estos obedecen a condiciones particulares o son factores característicos de esta región, los cuales deberán ser fortalecidos con el objetivo de potenciar la oferta de productos y servicios hacia el mercado exterior.

1.3 Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Cuáles son los factores que determinan la internacionalización de las empresas familiares de la ciudad de Tacna?

1.3.2. Problemas Específicos

¿Cuáles son los niveles de internacionalización que existen en las empresas familiares de la ciudad de Tacna?

¿La sucesión influye en el nivel de internacionalización de las empresas familiares de Tacna?

¿El tamaño de la empresa influye en el nivel de internacionalización de las empresas familiares de Tacna?

¿La edad de la empresa influye en el nivel de internacionalización de las empresas familiares de Tacna?

¿La dimensión del negocio influye en el nivel de internacionalización de las empresas familiares de Tacna?

1.4 Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar los factores que determinan la internacionalización de las empresas familiares de la ciudad de Tacna.

1.4.2. Objetivo Específicos

- Determinar los niveles de internacionalización de las empresas familiares de la ciudad de Tacna.
- Determinar la relación entre el proceso de sucesión y el nivel de internacionalización de las empresas familiares de Tacna
- Determinar la relación entre el tamaño de la empresa y el nivel de internacionalización de las empresas familiares de Tacna
- Determinar la relación entre la edad de la empresa y el nivel de internacionalización de las empresas familiares de Tacna
- Determinar la relación entre la dimensión del negocio y el nivel de internacionalización de las empresas familiares de Tacna

1.5 Justificación

El desarrollo de la investigación se justifica en la necesidad de conocer los factores que favorecen la internacionalización de las empresas familiares e la ciudad de Tacna, con la finalidad de contar con información que permita tomar decisiones que potencien el crecimiento de esta variable.

Se podrá conocer si estos factores obedecen a ventajas construidas por cada empresa, en cuyo caso deberán ser replicadas por aquellas empresas que decidan incursionar en el mercado internacional, asimismo se podrá determinar si estos factores obedecen a oportunidades del entorno, en cuyo caso deberán ser aprovechadas por las empresas que decidan incursionar en el mercado internacional.

1.6 Definiciones operacionales

1.6.1. Etapas de desarrollo internacional

- Exportación esporádica.
- Exportación mediante agente.
- Ventas a través de filiales comerciales.
- Filiales de producción.

1.6.2. Recursos y capacidades empresariales

- Sucesión

- Tamaño de la Empresa
- Edad de la Empresa
- Dimensión del Negocio

1.7 Metodología

1.7.1. Nivel de Investigación

El nivel de investigación se ha definido como correlacional, ya que se busca determinar la relación entre factores internos y externos de las empresas familiares y su internacionalización.

1.7.2. Diseño de investigación

Se ha determinado como no experimental y transversal, debido a que no se manipularan las variables del estudio y se aplicara el instrumento de investigación sola vez durante toda la investigación.

1.7.3. Técnica e instrumento

Se ha seleccionado a la encuesta como técnica para la investigación y al cuestionario como instrumento para la recopilación de la información.

1.7.4. Muestra

Sera no probabilística considerando solo a los empresarios que deseen participar en esta investigación.

1.8 Alcances y limitaciones

La presente investigación se limita al estudio de los factores que han favorecido la internacionalización de empresas, con personería jurídica y cinco (5) años mínimos de existencia, que tienen por lo menos un miembro de la familia trabajando en la empresa y/o como accionista/participacionista, con 10 trabajadores como mínimo y domicilio fiscal en la ciudad de Tacna, limitando la investigación a esta región geográfica y a esta característica empresarial, los sujetos de investigación deberán cumplir con estas condiciones.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Empresas familiares

2.1.1. Conceptualización

Establecer el concepto de empresa familiar significa siempre una dificultad, teniendo en cuenta las diferentes posiciones de los autores y los diversos enfoques que le han otorgado. Pérez, Basco, García-Tenorio, Jiménez y Sánchez (2007) citando a diversos autores, consolidan la definición en cuatro dimensiones: propiedad-control, la dirección-gestión, la transferencia generacional y otras múltiples dimensiones como son el poder, la experiencia o la cultura.

Pérez y colaboradores (2007) citan a Chua, Chrisman y Sharman quienes apuntan que la dimensión propiedad-control es una de las dimensiones de mayor coincidencia. Dicha dimensión hace referencia a las personas que tienen la propiedad de la empresa. Es por ello que la mayoría de definiciones requieren que haya una propiedad o control familiar.

Con respecto a la dimensión dirección-gestión Pérez y colaboradores (2007) consideran al poder que tiene la familia en la organización teniendo en cuenta de que algunos miembros de la familia trabajen en puestos relacionados con la dirección o con los órganos de gobierno.

Cuadro N° 1: Concepto de empresa Familiar

Dimensiones	Atención en	Operatividad
Propiedad-control	Aquellas personas que ostentan la propiedad de la empresa	% de participación en el capital, acciones pertenecientes a la familia, tipo de propiedad
Dirección-gestión	El poder de la familia en la empresa por el hecho de que algunos miembros de la familia trabajen en puestos determinados	Participación en equipos de dirección Participación en los órganos de gobierno
Transferencia generacional	La transferencia de la propiedad y la dirección de la empresa a la siguiente generación	Sucesión, generación. Supervivencia, continuidad
Múltiples dimensiones y EF como continuo	La implicación familiar a partir de las relaciones intra-organizativas basadas en los lazos familiares y en las interacciones	Poder(propiedad, órganos de gobierno, órganos de dirección), experiencia (nivel generacional), cultura(superposición entre cultura de familia y de empresa, compromiso de familia en empresa)
El carácter familiar del negocio implica un comportamiento en las personas que dirigen y/o poseen y/o gobiernan la compañía con la pretensión de moldear y perseguir la visión del grupo dominante familiar que se configura como un grupo de poder capaz de controlar los recursos de la empresa, unido a la intención de mantener la empresa en el tiempo		

Fuente: Pérez et al. (2007) *Fundamentos en la dirección de la empresa familiar: emprendedor, empresa y familia*, Editorial Paraninfo.

Por otro lado la transferencia generacional referida al proceso mediante el cual se determina quien asumirá la dirección o gestión, relacionado con el poder que tiene familia sobre la empresa de acuerdo a la posición a nivel directivo que ocupan dentro de la organización.

2.1.2. Importancia de la empresa familiar

La importancia de la empresa familiar se puede justificar desde múltiples perspectivas.

La empresa familiar es un ente social que interviene con un papel activo y sustancialmente importante en las economías modernas a través de la generación de riqueza y la creación de puestos de trabajo, aportando seguridad, oportunidad y progreso a los participantes activos y pasivos del proyecto familiar, a la comunidad y a la estructura económica nacional.

Cuadro N° 2: Datos sobre la importancia de la empresa familiar

En España	En Europa	En el Mundo
Más de 2,5 millones Realizan 59% exportaciones Facturación equivalente al 70% PIB 37% empresas españolas con facturación superior a 1.000 millones de euros(70% cotizan en Bolsa) 30% de la capitalización bursátil, aunque el 50% de las empresas españolas que cotizan en Bolsa son familiares 21,7% se encuentran en primera generación, 16% en segunda generación, 8% en tercera generación, 1% en cuarta o superior generación Vida media de 25-30 años Dan empleo a más 9 millones de trabajadores y representan 75% empleo privado	En torno a 17 millones 65% PIB y del empleo europeo Emplean a 45 millones de personas 75% de las empresas de la UE son EF, 25 de las 100 mayores empresas europeas son EF Existen 200 EF dentro de las 1.000 primeras(cifra de ventas superior al billón de euros y más de 5 millones de empleo) Rentabilidad por encima de la media del total de las empresas europeas 1/3 EF europeas tendrán que afrontar el traspaso generacional en 10 años Por países, las EF representan en el total de empresas: 76% Reino Unido, 70% Portugal, 75% España, 67% Suiza, 90% Suecia, 83% Austria, 69% Bélgica, 93% Alemania, 63% Finlandia, 61% Francia, 95% Italia y países del Este	2/3 del total mundial 37% de las integrantes de la lista Fortune 500 80-90% del tejido empresarial norteamericano (50% PIB, 60% empleo), 90% Chile, 80% México

Fuente: Pérez, M. (2007) *Fundamentos en la dirección de la empresa familiar: emprendedor, empresa y familia*, Editorial Paraninfo.

2.1.3. Fortalezas y debilidades de la empresa familiar

Las ventajas se obtienen por aprovechar y conjugar adecuadamente el efecto familiar y las características empresariales. El origen de los inconvenientes viene dado por los problemas que se originan al combinar la familia y la empresa.

La sucesión es uno de los problemas a los que se enfrentan las empresas familiares y se relaciona con otras decisiones y retos: capital para crecer sin diluir la participación, equilibrar la liquidez de la familia y de la empresa y evitar la confusión entre los lazos de afecto.

Afrontar los retos es la clave si se quiere que las empresas familiares sean rentables.

En el cuadro 3 se sintetizan las principales ventajas e inconvenientes de las empresas familiares, convertidas en fortalezas a explorar y debilidades a contrarrestar, con el objetivo de equilibrar la balanza de intereses, necesidades, expectativas y objetivos en un contexto global.

Cuadro N° 3: Ventajas e inconvenientes de las empresas familiares

Características diferenciadoras	Propiedad de la empresa concentrada en un grupo familiar Participación de la familia en el gobierno y/o gestión Vocación de continuidad
Ventajas	Mayor grado de compromiso y dedicación con el negocio El riesgo empresarial orienta la búsqueda del éxito, suscita un afán continuo de superación y genera capacidad para seguir avanzando y progresando Mejor orientación al mercado Mayor vinculación con los clientes Mayor grado de autofinanciación y reinversión de beneficios para financiar el futuro crecimiento de la empresa Motivación en el trabajo y vinculación con un proyecto, pues todos forman parte del sueño: familia y empleados no familiares
Inconvenientes	En General Parentesco familiar Propietarios/directivos En Materia financiera Dificultad en la incorporación de socios externos Dificultad para la venta de participaciones propias Dificultades para la recompra de participaciones En materia de gestión Confusión propiedad del capital vs capacidad profesional para dirigir Falta de cumplimiento de leyes económicas Limitación a la incorporación de nuevas tecnologías
Valores	Tradición y continuidad Calidad de productos/servicios Flexibilidad Planificación a largo plazo Ambiente empresarial familiar Ser innovadores y emprendedores Responsabilidad social

2.2 Internacionalización

Tal como Trujillo Dávila, Rodríguez Ospina, Guzmán Vásquez, y Becerra Plaza (2006) citan a Root (1994) y Rialp (1999), “La internacionalización de la empresa es un fenómeno económico que, desde diversas

perspectivas, ha despertado el interés de un gran número de investigadores. Por internacionalización se entiende todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional”

Para Malca Guaylupo (2008), en la internacionalización la organización ofrece sus productos o servicios en los mercados internacionales de acuerdo a las capacidades de producción, marketing, investigación y desarrollo, entre otros que le proporcionan determinadas ventajas frente a sus competidores. Dicha organización prefiere aprovechar estas ventajas y gestionar directamente su actividad internacional antes de conceder licencias a otra externa.

Trujillo Dávila y colaboradores (2006) presentan el proceso de la internacionalización desde una perspectiva económica basándose en costos y ventajas económicas, desde una perspectiva de proceso considerando la acumulación incremental de conocimientos y el incremento de recursos comprometidos con el mercado internacional, y desde una perspectiva de redes donde se profundiza en el desarrollo lógico de las redes ínter organizativas y sociales de las empresas.

2.3 Factores que determinan la internacionalización

De acuerdo con Peres Núñez, W. (1993), en la publicación titulada “Internacionalización de empresas industriales latinoamericanas”, considera que las operaciones comerciales desarrolladas por las

empresas Latinoamericanas favorecen la participación de este continente en la economía internacional a través de dos componentes principales, el primero de ellos conformado por el desarrollo de operaciones de comercio internacional y el segundo conformado por la participación de las empresas en el mercado internacional de capitales.

El autor considera que existen factores que impulsan la internacionalización de empresas, factores que generalmente se presentan en países desarrollados como ser:

- Desarrollo de economías de escala.
- Economías por producción de múltiples plantas.
- Control de tecnología propia.

Para los países latinoamericanos, existen factores que favorecen la internacionalización de sus empresas, estos factores son parte de un ciclo, vinculado directamente al desarrollo económico de cada nación y que permite la creación de ventajas competitivas, este ciclo según el autor, consta de cinco etapas:

- a. Flujos mínimos de inversión hacia adentro y hacia afuera.
- b. Flujos importantes de inversión desde el exterior y flujos mínimos de inversión hacia el exterior.
- c. Flujos importantes en ambos sentidos, con mayor presencia de flujos desde el exterior.
- d. Mayor presencia de flujos hacia el exterior.

e. Inversiones en el exterior y presencia de flujos externos en el país de destino.

Así mismo, el autor considera que de igual forma existen tanto factores internos como externos que favorecen la internacionalización de una empresa, la tabla N° 1 muestra los factores propuestos.

Tabla 2 Factores que determinan la internacionalización de las empresas.

Factores Internos	Factores Externos
- Búsqueda de mayor eficiencia y rentabilidad.	- Respuesta al lento crecimiento de los mercados internos
- Deseo de obtener conocimientos sobre mercados, operaciones, técnicas gerenciales y productos.	- Dinámica de la competencia de mercados.
- Reducción del riesgo producido por economías inestables.	- Cambios en la estructura organizacional y técnica de las industrias.
	- Procesos de regionalización a través de acuerdos internacionales.

Fuente: Elaboración propia, tomado de Peres N., W. (1993), Internacionalización de empresas industriales latinoamericanas. Revista de la CEPAL

Rodriguez y Daponte. (2006), en su trabajo titulado “Características internas en el proceso de internacionalización: las peculiaridades de la empresa familiar”, consideran tanto el nivel de ingresos como los años

de experiencia en un mercado son factores que favorecen la internacionalización de las empresas, según estos autores estas resaltan dentro de las investigaciones realizadas, así mismo indican que el origen de los capitales no representa un factor que propicie la internacionalización de las empresas.

De acuerdo con Giráldez Pidal (2002), en su publicación titulada “La internacionalización de las empresas españolas en América Latina”, considera que existen tres perspectivas desde las cuales se debe evaluar los factores que motivan la internacionalización de las empresas, estas pueden ser: perspectiva económica, perspectiva de proceso y perspectiva de redes, estas perspectivas se desarrollan a continuación.

2.3.1. Perspectiva Económica

Planteamiento que nace en la década de los 70's y 80's, el cual se basa en la búsqueda empresarial de mayores beneficios económicos a través de su presencia en el mercado internacional. Esta perspectiva se fundamenta en las siguientes teorías:

- Teoría de la organización industrial. (Kindleberger, 1969) y (Hymer, 1976), la cual considera como factor primordial para la internacionalización de una empresa, la presencia de una ventaja competitiva exclusiva.
- Teoría de la internacionalización. (Anderson y Gatignon, 1986), (Anderson y Coughlan, 1987) y (Whitelock, 2002),

teoría fundamentada en los costos de transacción, la cual supone que una empresa se internacionalizará en la medida que la especificidad de sus activos sea alta.

- Teoría Ecléctica de Dunning. (Dunning, 1988), teoría que se fundamenta en la decisión de buscar nuevos mercados de acuerdo al análisis de los costos y ventajas de realizar operaciones productivas en el extranjero.
- Teoría de las ventajas competitivas de las empresas. (Porter M. 1990), teoría que sostiene que para tomar la decisión de internacionalizar las operaciones de una empresa se deben analizar cuatro factores: La disposición de recursos, la condición de la demanda, la asociación con empresas conexas y la fuerte rivalidad existente entre las empresas nacionales.

2.3.2. Perspectiva de Proceso

Perspectiva que fundamenta la internacionalización de empresas locales a través del desarrollo de una secuencias de procesos que la llevan a estar preparada para su ingreso a nuevos mercados y logrando el nivel más alto de internacionalización. Esta perspectiva se fundamenta en los siguientes modelos:

- El modelo de Uppsala. (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975), modelo que indica que una empresa lograra el mayor grado de internacionalización en la medida que adquiriera mayor experiencia en el mercado, pasando por un ciclo de cuatro etapas: Exportaciones no regulares, Exportaciones a través de representantes independientes, Establecimiento de sucursales comerciales en el exterior y establecimiento de unidades productivas en el exterior.
- El modelo del ciclo de vida del producto de Vernon. (Vernon, 1966), modelo que fundamenta la internacionalización de la empresas en un proceso de cuatro etapas: la primera en la cual la empresa produce y comercializa sus productos en el país de origen, alcanza economías de escala y busca la exportación, la segunda cuando aumenta la actividad exportadora y busca establecerse subsidiarias en el país de destino, la tercera en la cual la producción se ha estandarizado y se busca realizar operaciones en donde los recursos se encuentra a mejor disposición, como por ejemplo mano de obra barata y la cuarta en la cual la demanda en el país de origen disminuye y la empresa abandona completamente las operaciones, orientándose a nuevos mercados.
- El modelo de Jordi Canals. (Canals, 1994), modelo que fundamenta la internacionalización de las empresas de

acuerdo al crecimiento de tres fuertes, la primera la fuerza económica, la segunda la fuerza de mercado y la tercera la fuerza de las estrategias empresariales.

- El modelo de Way Station. (Yip y Monti, 1998), modelo que parte del modelo de Uppsala y que indica que el proceso de internacionalización de una empresa integra siete etapas: la motivación y planeación estratégica, la investigación de mercados, la selección de mercados, la selección del modo de entrada, la planeación de problemas y contingencias, la estrategia de post entrada y vinculación de recursos, y la ventaja competitiva adquirida y resultado corporativo total.

2.3.3. Perspectiva de redes

Perspectiva que fundamenta el ingreso de las empresas locales en los mercados internacionales a través de la interacción con miembros que las redes que ha establecido. Esta perspectiva se fundamenta en los siguientes modelos:

- El modelo de Johanson y Mattson (Johanson y Mattson, 1988), modelo que se basa en el desarrollo de las redes de negocio como factor impulsor de la internacionalización empresarial.

CAPITULO III MARCO REFERENCIAL

3.1. Las empresas familiares en el Perú

De acuerdo a lo indicado por Hinostroza (2011), para la Universidad de Harvard las empresas familiares en el Perú y el mundo representan el 60% de los negocios del planeta. Así mismo menciona a Exaudi y Perú Top Publicaciones indicando que el 64.6% de las empresas del sector privado se consideran empresas familiares. Para el año 2013 un estudio de la consultora PricewaterhouseCoopers (PwC) citado por el diario La República (2013) considera que el 90% de las empresas que existen en el Perú son familiares. Situación que muestra un crecimiento de las empresas familiares, situación ocasionada por la actitud emprendedora de los peruanos.

Una encuesta posterior, aplicada a más de 2300 empresas familiares de 40 países, incluyendo a Perú presenta "Tendencias, retos y percepciones de las empresas familiares en el Perú" realizada por PwC (2014) muestra que el 68% de las empresas encuestadas manifestó haber mejorado en sus ventas con respecto al año anterior, a diferencia del 65% global. De manera coincidente con las empresas familiares a nivel mundial, indican que los asuntos claves que enfrentan dichas organizaciones son el reclutamiento de personal (41%) como factor interno y las condiciones del mercado (68%) como factor externo. Aspectos que demuestran que existe una perspectiva de crecimiento y

desarrollo de las empresas familiares en nuestro país y que requieren una atención particular.

3.2. La internacionalización de las empresas familiares peruanas

En el estudio de PwC (2014) el tema de internacionalización se aborda de manera muy breve. La información que se obtiene al respecto es que, los encuestados esperan incrementar su nivel de internacionalización para los próximos cinco años. Los resultados mostraron que solo un 16% de los encuestados se han internacionalizado y en los próximos cinco años el 26% esperan lograrlo. A nivel global el 25% de las empresas se han internacionalizado y el 32% esperan lograrlo en los próximos cinco años. Información que muestra las expectativas que tienen estas empresas para ingresar a nuevos mercados y la diferencia con respecto a los niveles de internacionalización mundial.

Para el año 2014 las condiciones del mercado no han sido favorables para con respecto al año anterior para el comercio exterior en nuestro país, tal como lo evidencian las Estadísticas de Comercio Exterior de SUNAT (2015) donde se puede observar un descenso en las Exportaciones según sector Económico, tal como se muestra en la Tabla 3, situación que responde a una serie de factores externos a las empresas familiares, principalmente de reducción de la demanda de nuestros principales productos exportables.

Tabla 3 Exportación Definitiva por Sector Económico

Valor FOB en millones de US \$

Sector Económico	2013	2014	Variación Porcentual
Minero	23,492.37	19,471.31	-17.12%
Pesquero	1,711.67	1,730.53	1.10%
Petróleo y Gas Natural	5,270.96	4,562.27	-13.45%
Agrícola	789.30	847.32	7.35%
No Tradicional	11,076.52	11,682.57	5.47%
Otros	228.11	165.27	-27.55%

Fuente: SUNAT Estadísticas de Comercio Exterior

Comportamiento similar describe las importaciones que pueden observarse en la Tabla 4 donde vemos que en el caso de los bienes de capital ha significado un descenso hasta en un 5.73%.

Tabla 4 Importaciones según CUODE⁽¹⁾

Valor CIF en millones de US \$

CUODE	2013	2014	Variación Porcentual
Bienes de Consumo	8,951.55	9,035.49	0.94%
Mat. Primas y Pdtos Interm.	19,855.19	19,440.91	-2.09%
Bienes Capital y Mat. Constr.	14,496.54	13,665.28	-5.73%
Diversos	18.43	35.52	92.67%

Fuente: SUNAT Estadísticas de Comercio Exterior

(1) Clasificación Internacional por Uso o Destino Económico

Sin embargo, la Tabla 3, también nos permite evidenciar un incremento de las exportaciones de los productos no tradicionales que muchas

veces son principalmente proveídos por las pequeñas empresas, muchas de las cuales tienen esta característica de ser familiares.

Esta información nos hace considerar la importancia de analizar el nivel de internacionalización que tienen las empresas en nuestro país, y teniendo en cuenta si la característica de familiar es un factor determinante.

3.3. Las empresas familiares de Tacna y su internacionalización

Existe muy poca información sobre las empresas familiares en Tacna, a pesar que esta región viene desarrollando un considerable crecimiento principalmente en el sector comercial, principalmente acuñando por pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas de conformación familiar.

Según el Ministerio de Trabajo, a través del programa “Mi empresa”, nos indican que en Tacna existen más de 25 mil micro y pequeñas empresas formalmente constituidas.

Desde hace muchos años, Tacna es el lugar favorito de los chilenos en lo que se refiere a la confección y adquisición de prendas de vestir. Tanto así que se venden más camisetas de equipos chilenos que de peruanos. Por lo menos cada día llegan 6 mil chilenos a Tacna para realizar compras, además de disfrutar de la gastronomía peruana y tratar sus problemas de salud en las diferentes clínicas y consultorios de la ciudad.

La concentración de más micro y pequeños empresarios se ubica en el cercado de la ciudad, en un lugar denominado “Tacna Centro”, que viene a ser una galería similar a Gamarra en Lima pero a menor escala. La galería cuenta con 340 asociados y más del 70% de los clientes son chilenos. En esta galería se encuentran los microempresarios textiles y de industria gráfica, los cuales además de satisfacer la demanda local, deben pensar en la demanda extranjera que llega a la ciudad.

Según un estudio realizado por Luis Hinojosa acerca de los fundamentos de éxito en las empresas familiares en el Perú, en el cual se encuestó a exitosas empresas familiares peruanas. Concluye en lo siguiente:

- La innovación de nuevos productos y servicios, pasión por la excelencia, orientación a los resultados, los valores, trabajo en equipo, grado de compromiso, tecnología de información y comunicaciones, recursos humanos, profesionalización, habilidad, creatividad, identificación, capacidad gerencial. Son factores clave en el éxito de las empresas familiares.
- La mitad de los encuestados indican que los factores clave son el entendimiento del mercado, liderazgo, capacidad gerencial. El 20% asegura que son el entendimiento del mercado, liderazgo, capacidad gerencial y creatividad.

- El 20% de los funcionarios de las empresas encuestadas, indican que para incrementar la eficiencia en la productividad son necesarias la habilidad/creatividad capacitación constante, eficiencia/efectividad, identificación con la empresa responsabilidad. El 20% similar indica que solo la habilidad/creatividad es el mecanismo eficiente.
- El 90% afirma que la sostenibilidad a largo plazo la garantiza la innovación de nuevos productos y servicios.
- El 30% afirma que el enfoque de negocio, austeridad, innovación y agilidad, determinan la expansión y crecimiento de las empresas.
- Personal capacitado, atención adecuada a los clientes, calidad de productos/servicios y personal capacitado, atención adecuada a los clientes, calidad de productos/servicios, la reinversión de sus utilidades. Son factores que aplicaron las empresas para adaptarse a la competencia externa.
- El 40% afirma que la libre movilidad de capitales mejora la competitividad en las empresas, mientras que el 20% afirma que es la ubicación geográfica, y otro 20% afirma que es la habilidad del peruano.
- El 20% afirma que las variables de mayor importancia respecto al impacto en la competitividad son la productividad, gerencia/capacidad de gestión, innovación/creatividad, liderazgo, capacitación.

- El 30% afirma que el 2% de sus ventas se destinan para investigación y desarrollo tecnológico, mientras que el otro 30% solo asigna el 1%.
- La edad promedio de los trabajadores oscila entre 31 a 50 años, de 18 a 30 para empleados y de 36 a 50 respecto a gerentes.
- Para los próximos 10 años, los principales retos estratégicos son la innovación, crecimiento, tecnología, conocimiento y globalización.

3.4. Sectores Económicos importantes en Tacna

Para el año 2012, según el INEI, con respecto a la importancia en la participación en el PBI, la economía tacneña generó un valor agregado de producción de 7 mil 59 millones de Nuevos Soles, siendo los sectores más importantes de la economía de Tacna en el 2012 la Minería, Transportes y Comunicaciones y el Comercio.

Según el INEI, el año 2012 la población ocupada de Tacna ascendió a 171 mil personas. El 90% ubicado en zonas urbanas.

La distribución de la población según el sector económico, cambia a importancia de los sectores en la economía de Tacna. Los sectores que incorporaron mayor cantidad de trabajadores en el desarrollo de sus actividades fueron el Comercio, Agropecuario y Restaurantes y hoteles.

En el sector urbano los tres sectores más importantes son el Comercio, Transportes y comunicaciones y, Restaurantes y Hoteles. Mientras que en el sector rural el sector más importante es el Agropecuario.

En las características de la población ocupada, podemos observar que la mayoría son trabajadores independientes y trabajan en unidades productivas unipersonales cuyos negocios son informales.

Los trabajadores dependientes representan el 30% del total, y se ubican en unidades productivas formales, especialmente en empresas pequeñas de personas naturales con RUC.

Con respecto a la importancia según la participación en el trabajo formal; la cantidad de trabajadores registrados en el sistema de Planilla Electrónica, los tres sectores principales son el Comercio, Transportes y Comunicaciones e Industria.

La fuente de información solo incluye a los trabajadores registrados en planilla, puede decirse que el ranking prioriza la generación de empleo formal porque considera únicamente a las unidades de empleo formal y a los trabajadores en planilla.

CAPITULO IV DESARROLLO DEL TEMA

4.1. Características del diseño de investigación

El presente estudio busca evaluar la influencia de los factores empresariales que influyen en los niveles de internacionalización de las empresas familiares. Considerando que no se construye ninguna situación, sino que se observan las características de los sujetos que forman parte de la muestra, se diseña y ejecuta un estudio no experimental cuantitativo.

La estrategia de la investigación se desarrolló mediante encuestas mediante las cuales se plantearon de manera que permita entender y comprender las características empresariales de las empresas que tienen actividad internacional y de las que no realizan actividades internacionales.

4.2. Metodología de la Investigación

De acuerdo a la revisión hecha en el marco teórico sobre las empresas familiares, se analiza la relación entre las variables sucesión (S), tamaño de la empresa (T), edad de la empresa (E) y dimensión del negocio (X) que caracterizan a la empresa familiar, contra el nivel de internacionalización (NI) que ha logrado la organización.

4.3. Población y muestra

La población de esta investigación es el conjunto de empresas reconocidas por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) con personería jurídica y cuyo domicilio fiscal se encuentre en la ciudad de Tacna, con cinco años mínimos de existencia y con diez trabajadores como mínimo.

Para identificar la muestra se evaluó que cumplan con considerar un miembro de la familia trabajando en la empresa y/o como accionista/participacionista. La forma de elegir las empresas representativas para el estudio consistió en...

4.4. Recopilación de datos

El instrumento seleccionado para esta investigación fue el cuestionario. El mismo que se adjunta en el Anexo 1. El instrumento cuenta con preguntas que consideran los siguientes:

4.4.1. Características generales

En esta parte del instrumento se pretende determinar los aspectos que caracterizan a los sujetos de estudio. Dentro de dichas características se consulta sobre el sector en el que la empresa desarrolla sus actividades, el número de trabajadores, el número de sucursales en el país, si trabaja algún miembro de la familia en la organización, sobre la existencia de una oficina de exportaciones, entre otros. Pero el aspecto determinante de la

encuesta es la pregunta sobre el nivel de internacionalización que se ha determinado en los siguientes niveles

4.4.2. Características de la empresa familiar

A fin de poder determinar si las características de las empresas familiares son determinantes en la internacionalización y tal como lo menciona Perez Rodriguez y colaboradores (2007) se hacen preguntas sobre las dimensiones: propiedad-control, dirección-gestión, transferencia generacional y otros aspectos vinculados a los recursos (activos) y a la experiencia de la empresa (años en el mercado).

4.4.3. Niveles de internacionalización

Se han establecido de acuerdo a diversos modelos planteados en el marco teórico los siguientes niveles de internacionalización

- Importaciones
- Exportación esporádica
- Exportaciones continuas
- Representante en el exterior
- Licencias o franquicias en el exterior
- Sucursales en el exterior

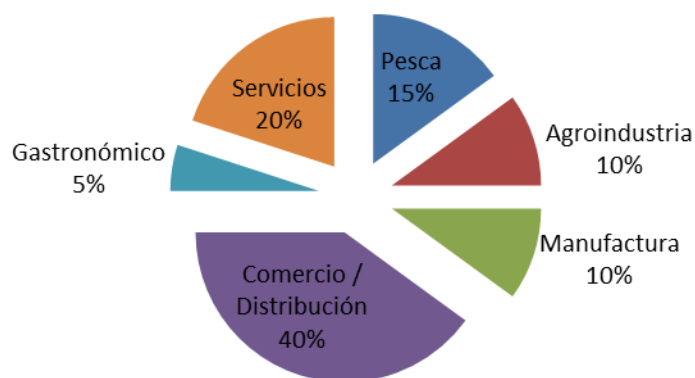
4.5. Análisis de Datos

Se encuestaron a 20 empresas cuyos resultados se consolidan en el Anexo 2

4.5.1. Perfil descriptivo

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas se puede consolidar en la Figura 1 el porcentaje de empresas que pertenecen a cada sector

Figura 1 Sector de las empresas



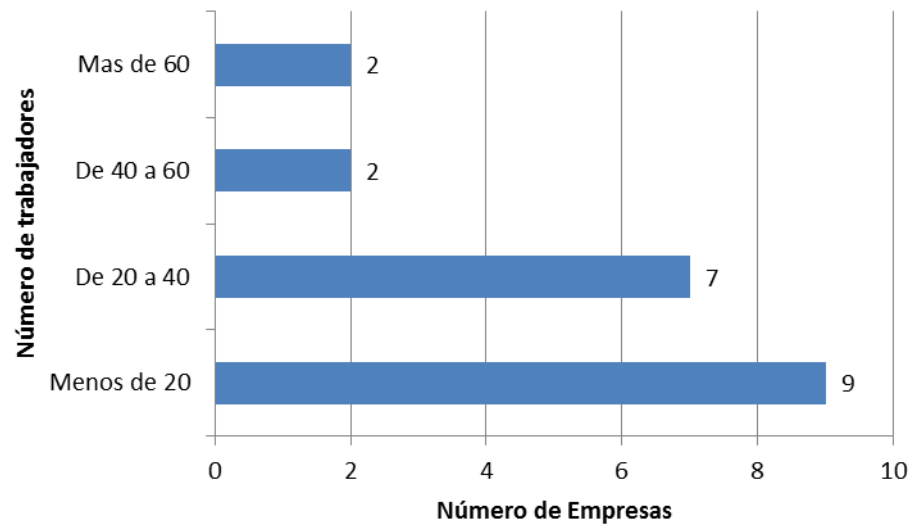
Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar se han agrupado a las empresas en seis sectores que son Comercio y Distribución (40%), Sector servicios, principalmente de salud (20%), Pesca (15%), Agroindustria (10%), Manufactura (10%) y Gastronómico (5%) .

Con respecto al número de empleados la Figura 2 nos muestra los resultados obtenidos en el presente trabajo. Como podemos

observar hay una mayor frecuencia de empresas que tienen menos de 20 trabajadores.

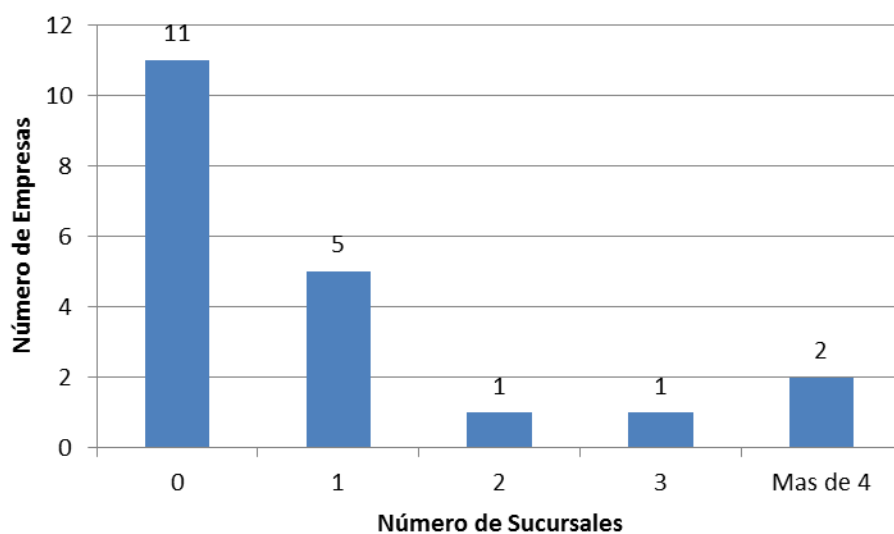
Figura 2 Número de trabajadores de las empresas



Fuente: Elaboración propia

Sobre el número de sucursales con las que cuenta las empresas, se evidencian los resultados en la Figura 3.

Figura 3 Número de sucursales de las empresas

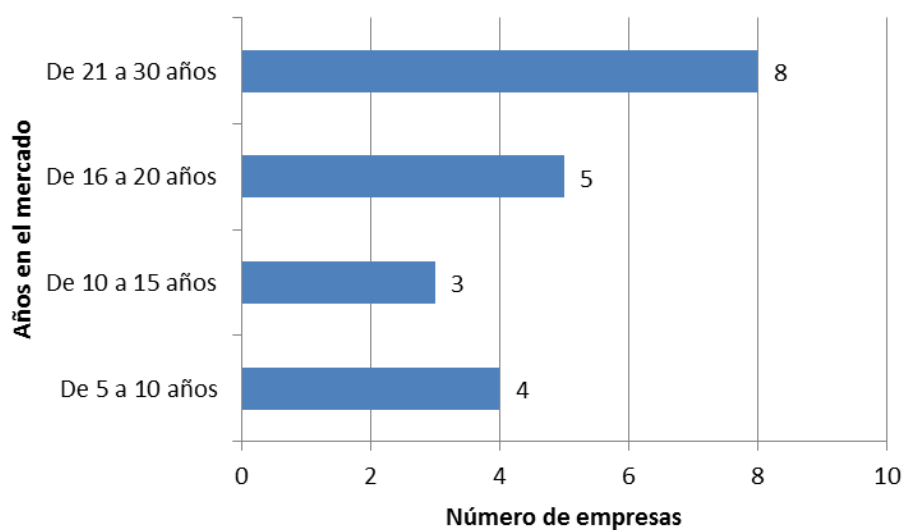


Fuente: Elaboración propia

En la Figura 3 se puede observar que más de la mitad de las empresas que participaron en esta investigación no cuentan con sucursales.

Los años en el mercado que tienen las empresas en el mercado se presentan en la Figura 4 donde se puede observar que la mayoría de empresas tienen más de 20 años en el mercado

Figura 4 Años de las empresas en el mercado



Fuente: Elaboración propia

Finalmente en la Figura 5 podemos observar el nivel de internacionalización que tienen las empresas familiares de la región Tacna. Tal como se puede observar 8 (40%) de las empresas no tienen ningún nivel de internacionalización, 5 (25%) solo ha tenido experiencias de importación, 2 (10%) tienen exportaciones esporádicas y solo 5 tienen exportaciones continuas (25%).



Fuente: Elaboración propia

4.5.2. Sucesión y nivel de internacionalización

En esta parte estudiamos la relación entre la existencia de un plan de sucesión (*S*) dentro de la empresa y el nivel de

internacionalización (NI) mediante una tabla de contingencias.

En tal sentido se plantean las siguientes hipótesis:

H_0 : *S* esta asociado positivamente al NI

H_1 : *S* no esta asociado positivamente al NI

Después de analizar la información se obtiene la tabla de contingencia que se muestra en la Tabla 5 Tabla de contingencias del Nivel de Internacionalización vs. la sucesiónTabla 5

Tabla 5 Tabla de contingencias del Nivel de Internacionalización vs. la sucesión

¿Existe un plan de sucesión en la empresa?	Nunca he importado o exportado	Importaciones	Exportación esporádica	Exportaciones continuas	TOTAL
Si	5	2	2	3	12
No	3	3	0	2	8
TOTAL	8	5	2	5	20

Fuente: Elaboración propia

Luego de utilizar el software respectivo se obtienen los resultados se presentan en la Tabla 6

Tabla 6 Prueba de Chi Cuadrado del Nivel de Internacionalización vs. las características de la dirección

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	2,188 ^a	3	.534
Razón de verosimilitud	2.875	3	.411
Asociación lineal por lineal	0.429	1	.825
N de casos válidos	20		

a. 8 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,80.

Fuente: Elaboración propia

4.5.3. Tamaño de la empresa y nivel de internacionalización

Mediante una tabla de contingencias se busca analizar la relación entre el tamaño de la empresa (T) que esta representado por el nivel de ventas de la empresa y el nivel de internacionalización (NI) de la misma. En tal sentido se plantean las siguientes hipótesis:

H_0 : T esta asociado positivamente al NI

H_1 : T no esta asociado positivamente al NI

Después de analizar la información se obtiene la tabla de contingencia que se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7 Tabla de Contingencias del Nivel de Internacionalización vs. nivel de ventas

Ventas en el último año (en millones de soles)	Nunca he importado o exportado	Importaciones	Exportación esporádica	Exportaciones continuas	TOTAL
Menos de 1,0	2	0	1	1	4
De 1,0 a 2,0	1	0	0	1	2
De 2,0 a 3,0	1	2	0	0	3
De 5,0 a más	1	1	0	1	3
TOTAL	5	3	1	3	12

Fuente: Elaboración propia

Luego de utilizar el software respectivo se obtienen los resultados que se presentan en la Tabla 8

Tabla 8 Prueba de Chi Cuadrado del Nivel de Internacionalización vs. nivel de ventas

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	7,200 ^a	9	.616
Razón de verosimilitud	8.859	9	.450
Asociación lineal por lineal	.000	1	.984
N de casos válidos	12		

a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,17.

Fuente: Elaboración propia

4.5.4. Edad de la empresa y nivel de internacionalización

Mediante una tabla de contingencias se busca analizar la relación que existe entre la experiencia de la organización (E) representada por los años que tiene en el mercado y el nivel de internacionalización (NI) que desarrolla. En tal sentido se plantean las siguientes hipótesis:

H_0 : E esta asociado positivamente al NI

H_1 : E no esta asociado positivamente al NI

Después de analizar la información se obtiene la tabla de contingencia que se muestra en la Tabla 11.

Tabla 9 Tabla de contingencias del Nivel de Internacionalización vs. años en el mercado

Años en el mercado	Nunca he importado o exportado	Importaciones	Exportación esporádica	Exportaciones continuas	TOTAL
De 5 a 10	0	2	1	1	4
De 10 a 15	1	1	0	1	3
De 16 a 20	3	1	0	1	5
De 21 a 30	4	1	1	2	8
TOTAL	8	5	2	5	20

Fuente: Elaboración propia

Luego de utilizar el software respectivo se obtienen los resultados que se presentan en la Tabla 12.

Tabla 10 Prueba de Chi Cuadrado del Nivel de Internacionalización vs. nivel de ventas

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,850 ^a	9	.755
Razón de verosimilitud	7.777	9	.557
Asociación lineal por lineal	.715	1	.398
N de casos válidos	20		

a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,30.

Fuente: Elaboración propia

4.5.5. Dimensión del negocio y nivel de internacionalización

Se considera la variable Tipo de Sector (X) para poder establecer si esta tiene influencia en el nivel de internacionalización. Mediante una tabla de contingencias se analiza que se detalla en la siguiente hipótesis:

H_0 : X esta asociado positivamente al NI

H_1 : X no esta asociado positivamente al NI

Después de analizar la información se obtiene la tabla de contingencia que se muestra en la Tabla 11.

Tabla 11 Tabla de contingencias del Nivel de Internacionalización vs. el tipo de sector

Tipo de Sector en el que desarrolla sus actividades	Nunca he importado o exportado	Importaciones	Exportación esporádica	Exportaciones continuas	TOTAL
Sector Primario	0	1	0	2	3
Sector Secundario	0	0	2	3	5
Sector Terciario	8	4	0	0	12
TOTAL	8	5	2	5	20

Fuente: Elaboración propia

Luego de utilizar el software respectivo se obtienen los resultados que se presentan en la Tabla 12.

Tabla 12 Prueba de Chi Cuadrado del Nivel de Internacionalización vs. el tipo de sector

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	20,533 ^a	6	.002
Razón de verosimilitud	25.771	6	.000
Asociación lineal por lineal	11.317	1	.001
N de casos válidos	20		

a. 16 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

Fuente: Elaboración propia

4.6. Interpretación de Resultados

Después de recolectar la información sobre las características de las empresas, procedemos al análisis de los datos.

Como lo evidencian las respectivas tablas de contingencia y la respectiva prueba de chi-cuadrado, las variables estudiadas de sucesión, tamaño de la empresa y edad (Tabla 5, Tabla 6, Tabla 7, Tabla 8, Tabla 9 y Tabla 10) no aportan más capacidad discriminadora a la relación a un mayor nivel de internacionalización.

En el caso de la variable de la dimensión del negocio las pruebas que se presentan (Tabla 11 y Tabla 12) demuestran que a un nivel de significancia de 0,02 existe una relación positiva con el nivel de internacionalización.

El análisis de estos resultados es coherente con la idea de que la dimensión del negocio caracterizado por el tipo de sector en el que se desenvuelve es más propenso a desarrollar actividades internacionales como la importación y exportación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Mediante el presente trabajo se ha logrado conocer el comportamiento seguido por un grupo de empresas familiares de la ciudad de Tacna con respecto al nivel de internacionalización que han logrado, pudiendo determinar que tanto el proceso de sucesión, el tamaño y la edad de la empresa no son factores que influyen, mientras que la dimensión del negocio caracterizada por el tipo de sector en el que desarrollan sus actividades si tiene influencia.
- Después de aplicar una encuesta a veinte (20) empresas familiares, dentro de las que destacan las del sector comercial (40%) se pudo evidenciar que solo cinco (5) empresas realizaban exportaciones continuas (20%), dos (2) empresas realizaban exportaciones esporádicas (10%) y otras cinco (5) realizaban importaciones (20%).
- El estudio permitió evidenciar que no existe una relación entre el desarrollo de un proceso de sucesión dentro de la empresa familiar y el nivel de internacionalización, considerando un nivel de significancia de 5%. Al realizar las pruebas Chi-cuadrado mostrando una significancia asintótica de 0.534.
- Con respecto a la relación entre el tamaño de la empresa familiar y el nivel de internacionalización, después de realizar la respectiva Tabla de Contingencia, que permita comparar los valores obtenidos en la encuesta, se

obtuvo una significancia asintótica 0.616, que permitió comprobar que tampoco existe una relación significativa entre estas dos variables.

- La variable edad de la empresa familiar presento un comportamiento similar al descrito por el tamaño de la empresa. Los niveles de significancia alcanzaron valores de 0.755 indicando que no existía una relación entre la edad y el nivel de internacionalización.
- A diferencia de las variables revisadas anteriormente podemos concluir que la dimensión negocio, representada por el sector en el cual se desenvuelve la empresa familiar, si tiene relación con el nivel de internacionalización. Después de realizar las pruebas respectivas se pudo obtener un nivel de significancia de 0.002 evidenciando que sectores como el terciario tienen un nivel de internacionalización menor.

Recomendaciones

- La región Tacna requiere más estudios que permitan evidenciar la cantidad de empresas familiares que existen, a fin de orientar una serie de acciones tanto de organizaciones públicas como privadas que permitan su desarrollo, como el proceso de internacionalización.
- Considerando la creciente demanda de servicios por parte de turistas nacionales e internaciones, es recomendable que las empresas dedicadas a los servicios orienten sus actividades hacia la exportación
- Debe profundizarse la presente investigación ampliando el trabajo a una muestra mucho mayor y considerar empresas que no tienen la característica de familiar de manera que las pruebas realizadas tengan una mayor validez estadística.
- Es importante continuar estudios a nivel de las empresas de le región Tacna que les permita conocer las características del mercado, los factores que son determinantes para el crecimiento de las mismas dentro los mercados naciones o internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Giráldez Pidal, E. (2002). *La internacionalización de las empresas españolas en América Latina*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Hinojosa Garamendi, L. (2011). Los fundamentos del éxito de las empresas familiares en el Perú. *Gestión en el Tercer Milenio*, 14(28), 37-47.
- La Republica. (04 de Julio de 2013). El 90% de las empresas en el Perú son de tipo familiar. *La Republica*, pág. 14.
- Malca Guaylupo, O. (2008). Las empresas multinacionales (EMN) peruanas: una exploración conceptual. *Journal of Business*, 17.
- Peres Nuñez, W. (1993). Internacionalización de empresas industriales latinoamericanas. *Revista de la CEPAL*, 55-74.
- Perez, M., Basco, R., García-Tenorio, J., Giménez, J., & Sánchez, I. (2007). *Fundamentos en la Dirección de la Empresa Familiar*. Madrid: Thomson editores.
- PricewaterhouseCoopers. (2014). *Tendencias, retos y percepciones de las empresas familiares en el Perú*. Lima: PwC.
- PRODUCE. (2015). *Las Mipyme en cifras 2014*. Ministerio de la Producción, Dirección General de Estudios Económicos, Evaluación y Competitividad Territorial del Viceministerio de MYPE e Industria. Lima: PRODUCE.
- Rienda Garcia, L. (2005). *El proceso de internacionalización de la empresa. Un estudio comparativo entre empresas familiares y no familiares*. tesis de doctorado, Universidad de Alicante, Alicante.
- Rodríguez Daponte, R., & Gonzalez Vasquez, E. (2006). Características internas en el proceso de internacionalización. *Boletín ICE Económico*, 45-60.
- SUNAT. (2015). *Estadísticas de Comercio Exterior*. Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de Boletín 2014: http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/Bol2015.htm
- Trujillo Dávila, M. A., Rodríguez Ospina, D. F., Guzmán Vásquez, A., & Becerra Plaza, G. (2006). *Perspectivas Teóricas sobre internacionalización de empresas*. Universidad del Rosario, Facultad de Administración. Bogotá: Universidad del Rosario.

ANEXOS

Anexo 1

CUESTIONARIO

Agradeceremos nos pueda responder las siguientes preguntas, las que nos permitirá desarrollar un trabajo relacionado a las empresas familiares y su internacionalización.

PARA LAS EMPRESAS EN GENERAL

1. Sector en el que desarrolla sus actividades

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> a. Pesca | <input type="checkbox"/> b. Minería |
| <input type="checkbox"/> c. Agroindustria | <input type="checkbox"/> d. Comercio - Distribución |
| <input type="checkbox"/> e. Manufactura | <input type="checkbox"/> f. Gastronómico |
| <input type="checkbox"/> g. Servicios | |

2. Número de trabajadores en la empresa

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> a. Menos de 20 | <input type="checkbox"/> b. De 20 a 40 |
| <input type="checkbox"/> c. De 40 a 60 | <input type="checkbox"/> d. Más de 60 |

3. Número de sucursales en el país.

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. 0 | <input type="checkbox"/> b. 1 |
| <input type="checkbox"/> c. 2 | <input type="checkbox"/> d. 3 |
| <input type="checkbox"/> e. Más de 4 | |

4. ¿Trabaja en esta organización algún miembro de la familia propietaria de la empresa?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Si | <input type="checkbox"/> b. No |
|--------------------------------|--------------------------------|

5. Dentro de la organización ¿Existe participación de capitales extranjeros?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Si | <input type="checkbox"/> b. No |
|--------------------------------|--------------------------------|

6. ¿Existe en la organización una oficina de exportaciones?.

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Si | <input type="checkbox"/> b. No |
|--------------------------------|--------------------------------|

7. Seleccione las actividades que su empresa ha desarrollado

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> a. Nunca he importado o exportado | <input type="checkbox"/> b. Importaciones |
| <input type="checkbox"/> c. Exportación esporádica | <input type="checkbox"/> d. Exportaciones continuas |
| <input type="checkbox"/> e. Representante en el exterior. | <input type="checkbox"/> f. Franquicias en el exterior |

8. Años de la empresa en el mercado.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> a. Menos de 3 años | <input type="checkbox"/> b. De 3 a 5 años |
| <input type="checkbox"/> c. De 5 a 10 años | <input type="checkbox"/> d. De 10 a 15 años |
| <input type="checkbox"/> e. De 16 a 20 años | <input type="checkbox"/> f. De 21 a 30 años |

EN CASO DE EMPRESA INTERNACIONAL:

9. En caso existir oficina de exportaciones. ¿El responsable es familiar de los dueños de la empresa?

a. Si

b. No

10. Valor de ventas en el extranjero en el último año de ejercicio.

a. Menos de 1.0 Millón de nuevos soles

b. De 1.0 a 2.0 Millones de Nuevos soles

c. De 2.0 a 3.0 Millones de nuevos soles

d. De 3.0 a 4.0 Millones de Nuevos soles

e. De 4.0 a 5.0 Millones de Nuevos soles

f. De 5.0 a más

11. Porcentaje de ventas en el extranjero en el último año de ejercicio con respecto a las ventas totales.

a. Menos de 20%

b. De 20 a 40%

c. De 40 a 60%

d. De 60 a 80%

e. De 80 a 100%

f. De 100% a más

12. Porcentaje de crecimiento de ventas en el extranjero con respecto al anterior año de ejercicio.

a. Menos de 10%

b. De 10 a 20%

c. De 20 a 30%

d. De 30 a 40%

e. De 40 a 50%

f. De 50% a más

Empresa	Sector	Numero de Trabajadores	Numero de Sucursales en el País	Trabajo Miembro Familia	Existe Of de Exportaciones	Niveles de Internac	Años en el Mercado	Activos	Ventas último año	Miembro viviendo Exterior
Corporacion ADC	Manufactura	5	4 sucursal(es)	Si	Si	Exportaciones continuas	De 21 a 30 años	De 5.0 a +	De 5.0 a +	No
Clinica Dental Lostaunau	Servicios	1	0 sucursal(es)	Si	No	Nunca he importado o exportado	De 21 a 30 años	Menos de 1.0 mill NS	Menos de 1.0 mill NS	Si
Automotores Tacna	Comercio - Distribución	2	0 sucursal(es)	No	No	Nunca he importado o exportado	De 21 a 30 años			No
Librería Dora Santa Maria	Comercio - Distribución	1	0 sucursal(es)	No	No	Nunca he importado o exportado	De 21 a 30 años			No
Gigasur SAC	Gastronómico	1	0 sucursal(es)	Si	No	Nunca he importado o exportado	De 16 a 20 años	Menos de 1.0 mill NS	Menos de 1.0 mill NS	No
Dentus	Comercio - Distribución	1	0 sucursal(es)	No	No	Nunca he importado o exportado	De 16 a 20 años	De 1.0 a 2.0 mill NS	De 1.0 a 2.0 mill NS	No
Gnecco y CIA	Comercio - Distribución	3	0 sucursal(es)	Si	Si	Importaciones	De 21 a 30 años	De 2.0 a 3.0 mill NS	De 5.0 a +	Si
Pesquera Jurado	Pesca	2	1 sucursal(es)	No	No	Importaciones	De 5 a 10 años			
Consorcio El Pacifico SAC	Pesca	2	1 sucursal(es)	Si	Si	Exportaciones continuas	De 10 a 15 años	De 2.0 a 3.0 mill NS	De 2.0 a 3.0 mill NS	No
Ladrillera Martorell	Comercio - Distribución	5	4 sucursal(es)	No	Si	Exportaciones continuas	De 21 a 30 años	De 3.0 a 4.0 mill NS	De 5.0 a +	No
Clinica Promedic	Servicios	3	0 sucursal(es)	No	No	Nunca he importado o exportado	De 10 a 15 años	De 4.0 a 5.0 mill NS	De 5.0 a +	No

Empresa	Sector	Numero de Trabajadores	Numero de Sucursales en el País	Trabajo Miembro Familia	Existe Of de Exportaciones	Niveles de Internac	Años en el Mercado	Activos	Ventas último año	Miembro viviendo Exterior
Comidas Rápidas SA	Servicios	1	1 sucursal(es)	Si	No	Importaciones	De 16 a 20 años			No
Estela y CIA SRL	Agroindustria	2	1 sucursal(es)	No	Si	Exportaciones continuas	De 16 a 20 años			No
Bencar SRL	Comercio - Distribución	1	3 sucursales(es)	Si	No	Nunca he importado o exportado	De 21 a 30 años	De 1.0 a 2.0 mill NS	De 2.0 a 3.0 mill NS	No
Pesquera Morro Sama	Pesca	1	0 sucursal(es)	No	Si	Exportaciones continuas	De 5 a 10 años	De 4.0 a 5.0 mill NS	Menos de 1.0 mill NS	Si
Agroindustrias del Sur S.A.	Agroindustria	1	0 sucursal(es)	Si	No	Exportación esporádica	De 21 a 30 años	De 1.0 a 2.0 mill NS	De 2.0 a 3.0 mill NS	No
Cadena Radial Sur Peruana SA	Servicios	2	1 sucursal(es)	Si	No	Nunca he importado o exportado	De 16 a 20 años	Menos de 1.0 mill NS	De 1.0 a 2.0 mill NS	Si
MotoCosmos Import Export SCRL	Comercio - Distribución	1	0 sucursal(es)	Si	No	Importaciones	De 10 a 15 años	Menos de 1.0 mill NS	Menos de 1.0 mill NS	No
Inversiones Hermanos Achaco.com SAC	Manufactura	2	0 sucursal(es)	Si	No	Exportación esporádica	De 5 a 10 años	De 3.0 a 4.0 mill NS	Menos de 1.0 mill NS	No
Oliver SAC	Comercio - Distribución	2	2 sucursales(es)	Si	No	Importaciones	De 5 a 10 años			No

Empresa	Respons. Ofic. Exportac. es Familiar	Vtas. en Extranj. en ultimo año	% Vtas en Extranj. en ultimo año	% Crec. Vtas en Extranj. en ultimo año	El Mcdo. Nac. se encuentra saturado	Participac. Mcdo Internac. permite increm. Vtas.	Nichos de Mcdo Atractivos	Internac. por Diversif. Riesgo	Incentiv. gubern. que favorec. internac.	Internac. por un Cliente import-	Vision Internac. Operaciones	Internac. Busq. de Tecnlgia	Internac. Busq. de MP	Internac. Busq. de MO
Corporacion ADC	No	De 1.0 a 2.0 mill NS	Menos de 20%	De 10 a 20%	3	4	2	4	3	3	5	4	4	3
Clinica Dental Lostaunau														
Automotores Tacna														
Librería Dora Santa Maria														
Gigasur SAC														
Dentus														
Gnecco y CIA	No				4	4	5	3	3	1	2	3	1	1
Pesquera Jurado														
Consorcio El Pacifico SAC														
Ladrillera Martorell	No	Menos de 1.0 mill NS	Menos de 20%	Menos de 10%	4	2	5	3	1	2	1	3	1	1
Clinica Promedic														

Empresa	Respons. Ofic. Exportac. es Familiar	Vtas. en Extranj. en ultimo año	% Vtas en Extranj. en ultimo año	% Crec. Vtas en Extranj. en ultimo año	El Mcdo. Nac. se encuentra saturado	Participac. Mcdo Internac. permite increm. Vtas.	Nichos de Mcdo Atractivos	Internac. por Diversif. Riesgo	Incentiv. gubern. que favorec. internac.	Internac. por un Cliente import-	Vision Internac. Operaciones	Internac. Busq. de Tecnlgia	Internac. Busq. de MP	Internac. Busq. de MO
Corporacion ADC	No	De 1.0 a 2.0 mill NS	Menos de 20%	De 10 a 20%	3	4	2	4	3	3	5	4	4	3
Comidas Rapidas SA														
Estela y CIA SRL	No		De 80 a 100%	De 20 a 30%	2	5	5	3	4	3	5	2	2	1
Bencar SRL														
Pesquera Morro Sama	No	De 1.0 a 2.0 mill NS	De 40 a 60%	De 50% a más	2	5	5	5	5	5	5	3	1	1
Agroindustrias del Sur S.A.														
Cadena Radial Sur Peruana SA														
MotoCosmos Import Export SCRL														
Inversiones Hermanos Achaco.com SAC	No	Menos de 1.0 mill NS	Menos de 20%	Menos de 10%	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2
Oliver SAC														