

Ana Gennero de Rearte
(Compilador)

EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESAS

Factores determinantes y
diferencias espaciales



Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales



Universidad Nacional de
Mar del Plata

El Proceso de creación de empresas en Argentina : factores determinantes y diferencias espaciales / dirigido por Ana María C. Gennero de Rearte - 1a ed. - : el autor, 2002.

250 p. ; 20x15 cm.

ISBN 987-43-4480-6

1. Economía Argentina-Creación de Empresas. 2. Empresas-Administración. I. Gennero de Rearte, Ana María C., dir. III.

Título

CDD 330.982 : 658.1

Fecha de catalogación: 28/04/2005

© 2004, Ana Gennero de Rearte

Roca 4091. Mar del Plata. Argentina

Queda hecho el depósito que indica la ley 11.723

I.S.B.N. 987-43-4480-6

Impreso en la Argentina

Reservados todos los derechos. El contenido de esta publicación no puede ser reproducido, ni en todo ni en parte, ni transmitido ni recuperado por ningún sistema de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sin el permiso previo del editor.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1. El proceso de creación de empresas: Elementos conceptuales <i>Fernando Graña y Ana Gennero de Rearte</i>	13
CAPÍTULO 2. Metodología para el estudio de la creación de empresas <i>Ana Gennero, Fernando Graña y Patricia Alegre</i>	45
CAPÍTULO 3. Características generales de los proyectos empresariales y de los Emprendedores Nacientes <i>Natacha Liseras y Ana Gennero de Rearte</i>	69
CAPÍTULO 4. Diferencias espaciales en la gestación de ideas empresariales en la Argentina <i>Ana Gennero de Rearte, Fabiola Baltar y Natacha Liseras</i>	89
CAPÍTULO 5. Elementos relacionados al éxito en la implementación de nuevas ideas empresariales <i>Fernando Manuel Graña</i>	139
CAPÍTULO 6. Evolución del proceso de gestación empresarial <i>Ana Gennero de Rearte y Natacha Liseras</i>	173
CAPÍTULO 7. Supervivencia y desempeño de nuevas firmas <i>Ana Gennero de Rearte y Natacha Liseras</i>	197
CAPÍTULO 8. El proceso de creación de empresas: Evaluación final. <i>Fernando Graña, Natacha Liseras y Ana Gennero de Rearte</i>	223
ANEXO. Técnicas estadísticas	243

INTRODUCCIÓN

Emprendedores son aquellos agentes esenciales de cambio que aceleran la generación, aplicación y divulgación de las ideas innovativas y al lograrlo [...] no sólo aseguran el uso eficiente de los recursos sino que expanden los límites de la actividad económica.

(OECD, 2000)

Los cambios ocurridos en la economía argentina en la última década concluyeron con una estructura productiva altamente concentrada y una elevada mortalidad de empresas, especialmente aquellas de menor tamaño, siendo el desempleo el resultado más visible del modelo económico aplicado en dicho período.

Si bien en la mayoría de las economías las firmas de mayor tamaño hacen una clara contribución al crecimiento económico y prosperidad, comprobaciones empíricas muestran que las pequeñas y medianas empresas, al igual que el proceso de creación de nuevas firmas, aportan una proporción significativa de dicho crecimiento. Ellas permiten dinamizar las estructuras productivas sobre la base del desarrollo y fortalecimiento de las capacidades propias de cada espacio geográfico, contribuyendo a disminuir la concentración económica y a generar una mejor distribución de la riqueza.

Aún cuando es reconocida la importancia de la creación de nuevas firmas por todos aquellos que están de distintas maneras relacionados a la temática, poco se sabe acerca de las características intrínsecas del proceso por el cual nace una empresa y logra permanecer satisfactoriamente en el mercado.

Los países más desarrollados han prestado en las últimas décadas una gran atención al desarrollo de distintos programas, tanto de investigación, educativos, financieros o de servicios reales, para contribuir a la generación de un mayor número de proyectos empresariales innovadores en la población y

Introducción

permitir así el nacimiento de nuevas empresas y su permanencia en el mercado.

Las urgencias de los países en desarrollo, nunca les han permitido prestar la debida atención a esta temática. A pesar del lanzamiento de un número importante de programas de apoyo a la generación de proyectos empresariales independientes, ellos no han contado con los recursos adecuados ni con los estudios necesarios para conocer los factores críticos sobre los cuales es conveniente focalizar las acciones de política. Tampoco han tenido la coherencia requerida para alcanzar a una masa crítica de casos que pudieran tener un impacto considerable en la economía de cada territorio.

Esto sucede en parte por la existencia de una visión incompleta del fenómeno, ligada a los enfoques más tradicionales en la temática de la creación de empresas. Ellos vinculan la entrada de nuevas firmas en determinados mercados competitivos, a la existencia de niveles de beneficios mayores a los normales –generándose “oportunidades empresariales”–, y tendiendo dicho ingreso a la restauración del equilibrio en el mediano o largo plazo. Se desconoce, de esta manera, la necesidad de una oferta de emprendedores con capacidades para detectar dichas oportunidades y para gestionar adecuadamente los nuevos proyectos empresariales, así como la posibilidad de acceder a los recursos requeridos por los nuevos emprendimientos.

La actividad *empreneurial* es impulsada por la generación de oportunidades combinadas con disponibilidad de recursos, conocimientos, habilidades y motivación para explotarlas, cuyo resultado es la creación de nuevas firmas. En muchos casos ellas tienden a desplazar a las ya existentes en un proceso de “destrucción creadora”.

A su vez, estas transacciones dinámicas ocurren dentro de un contexto territorial –nacional y local– con características particulares, condicionando tanto el proceso de creación como los posibles resultados. La estabilidad económica e institucional, la disponibilidad de financiamiento, las políticas gubernamentales y los programas orientados a apoyar la creación de empresas, así como las características del mercado local y la educación y entrenamiento para el emprendedorismo, forman parte de dicho contexto.

Por otra parte, se ha tendido a estudiar la creación de empresas a partir de la observación de los emprendimientos que pudieron iniciar sus actividades y permanecer en el mercado. De esta manera, quedan fuera del análisis aquellos proyectos que no lograron implementarse, desconociéndose los factores involucrados en los fracasos ocurridos en dicho período. Se entiende, por tanto, a la creación como un hecho puntual y no como un proceso que se inicia con la gestación de una idea empresarial y avanza en distintas etapas hasta ingresar al mercado y consolidarse en el mismo. Estas etapas no siempre siguen un comportamiento lineal ni se transitan sin dificultades. No todas las ideas empresariales, aún ante situaciones contextuales similares, siguen el mismo patrón y finalizan exitosamente. No todas las empresas que lograron nacer tienen iguales posibilidades de supervivencia ni lo hacen con igual ritmo de crecimiento.

Si se reconoce que el nacimiento de nuevas firmas independientes es un fenómeno altamente localizado y por tanto las características propias de cada territorio tienen una estrecha relación con la actividad emprendedora, no sólo en la cantidad de vocaciones empresariales sino también en el tipo de emprendimientos y en su capacidad de contribuir al desarrollo local, es fundamental el estudio del contexto en el que ellos se desenvuelven. Reconocer a la creación de empresas como un “proceso contextual” permite el estudio de los elementos asociados a los diferentes comportamientos en cada etapa del proceso de creación de empresas y en cada espacio geográfico. El territorio deja de ser el lugar físico de asentamiento de los emprendimientos, para convertirse en un factor de desarrollo de los mismos. Si se avanza en la comprensión de los elementos que inciden en el proceso de creación de una nueva empresa se puede disminuir el número de fracasos, haciendo más eficientes los esfuerzos emprendedores.

Para poder estudiar la creación de empresas como un proceso contextual, se utiliza una nueva metodología desarrollada por el *Babson College*, EE.UU., y el *Entrepreneurial Research Consortium*, el cual reunió a un número elevado de instituciones académicas americanas y europeas en la década de los 90. Luego, el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor*, que lideraron el *Babson College* y

la *London Business School*, aplica esta metodología a escala internacional. Ella permite detectar a los emprendedores que tienen una idea concreta de negocio y están realizando acciones para implementarla—denominados Emprendedores Nacientes—, y seguirlos a lo largo del proceso de creación, estudiando los hechos en el momento en el que van ocurriendo. Sin embargo, las estimaciones se realizan para el total de la población de un país, sin permitir el análisis entre regiones o ciudades.

La investigación presentada en este libro, permite no sólo conformar un panel de emprendedores que será analizado durante un período de más de tres años mediante seguimientos anuales, sino también estudiar el impacto de cada territorio en el desarrollo de vocaciones emprendedoras y en la concreción de ideas empresariales. Por tal motivo, se trabaja sobre una muestra poblacional en cinco ciudades argentinas—Córdoba, Mar del Plata, Bahía Blanca, Tandil y Rafaela—, en la cual se detectan a los Emprendedores Nacientes.

El libro está dividido en ocho capítulos. Los dos primeros presentan las bases conceptuales y metodológicas del estudio. En el capítulo 1 se presenta un marco conceptual abarcativo sobre el proceso de creación de empresas y puede ser considerado como introducción teórica, común al resto de los capítulos. En el segundo se describe la metodología utilizada para estudiar empíricamente las distintas etapas del “proceso de creación”, que se inicia cuando se concibe una nueva idea de negocio y que avanza hasta que la nueva empresa se halla consolidada en el mercado. Se presentan además las características de las ciudades donde se realiza el estudio, los criterios de su selección y la metodología del diseño muestral utilizada para la conformación del panel de emprendedores a analizar durante un período de 3 años.

En el tercer capítulo se presentan las características de dicho panel de emprendedores nacientes y de los 264 proyectos empresariales detectados. El cuarto capítulo presenta un análisis pormenorizado de los factores que afectan las tasas de natalidad diferencial entre las ciudades bajo estudio, desde una perspectiva que combina la teoría de la organización industrial con elementos del “enfoque de la oferta de emprendedores”.

Los capítulos quinto y sexto analizan la “etapa de gestación” de un proyecto empresarial, desde la concepción de la idea hasta el inicio del nuevo negocio, investigando los factores que están asociados al éxito o al fracaso en su implementación y utilizando diversas técnicas estadísticas que permiten indagar con detalle en el tema. Mientras el primero de ellos focaliza en las características del emprendedor y su entorno, como un factor generador de recursos que viabilizan el proyecto, el capítulo 6 lo hace desde las acciones del emprendedor para poner en marcha el negocio.

El séptimo capítulo analiza los factores relacionados a la supervivencia y desempeño de las nuevas empresas en sus primeros años de vida. Indaga sobre la relación de los factores que impulsaron al emprendedor a involucrarse en el nuevo proyecto con el desempeño posterior de la empresa, además de evaluar las actividades de gestión y los elementos que aparecen como restrictivos o facilitadores del proceso de creación –sean éstos internos o externos a la nueva empresa–.

Por último, en el capítulo octavo, se presenta y analiza la situación de los Emprendedores Nacientes luego de más de tres años de su detección en 1998. Los resultados de este estudio permiten comprender cómo se desarrolla el proceso emprendedor, quiénes están involucrados, qué tipo de emprendimientos generan y qué factores impulsan a la acción y permiten implementar un nuevo proyecto empresarial, así como aquellos elementos ligados a la posibilidad de permanecer y crecer en los primeros años posteriores al inicio de sus actividades.

CAPÍTULO 1

El proceso de creación de empresas Elementos conceptuales

Fernando Graña y Ana Gennero de Rearte

INTRODUCCIÓN

El análisis de los primeros años de vida de los nuevos emprendimientos ha sido el tema tradicional de estudio de buena parte de las investigaciones sobre creación de empresas. El período analizado por esos trabajos comienza con el nacimiento de la empresa y es habitualmente dividido en etapas de acuerdo a las situaciones que va atravesando el emprendimiento a lo largo de su vida. Existe una importante bibliografía en la temática de demografía empresarial que analiza la natalidad y mortalidad de empresas así como los factores relacionados a la supervivencia y al desempeño de las nuevas firmas.

Estudios más recientes focalizan en los factores que intervienen en la etapa previa a la apertura de la empresa, analizando aquellas situaciones que motivan al emprendedor para la gestación de una idea empresarial y los elementos que permiten avanzar en el proceso de implementación. Se reconoce de esta manera, que la creación de una empresa se inicia mucho antes que ella comience a operar en el mercado. Toman relevancia por lo tanto, la figura del emprendedor y los enfoques teóricos que analizan los estímulos individuales que llevan a la acción y a la detección de oportunidades, así como los factores ligados al desarrollo de capacidades creativas, de planificación y gestión de proyectos empresariales.

Sin embargo, los enfoques tradicionales consideran la existencia de una oferta ilimitada de emprendedores a los que el mercado envía señales a través de la “generación de oportunidades” empresariales. Las decisiones de entrada variarán según el sector de actividad, de acuerdo a su estructura y a las condiciones del mercado, a las economías de escala o a los regímenes tecnológicos existentes, dando escasa importancia a la capacidad de los individuos en la “percepción de las oportunidades” o a la existencia de entornos impulsores y facilitadores de la gestación e implementación de nuevos emprendimientos. Quedan fuera del análisis en este enfoque, la disponibilidad de recursos, los programas de apoyo a nuevos proyectos emprendedores, la educación y el entrenamiento de los creadores de la nueva empresa, la transferencia de tecnología, la disponibilidad de servicios profesionales y de apoyo, todos ellos aspectos relacionados al espacio geográfico donde el individuo va a llevar adelante su proyecto empresarial.

El propósito de este capítulo es desarrollar los principales lineamientos conceptuales en la temática, con particular énfasis en aquellos que serán utilizados en la investigación que se presenta en este libro.

I. OFERTA Y DEMANDA DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS: ASPECTOS GENERALES

Los primeros antecedentes en el estudio del nacimiento de empresas se encuentran en los trabajos de la escuela neoclásica, alcanzando su mayor desarrollo en el ámbito de la organización industrial. Ella analiza las posibilidades de acceso al mercado de nuevas empresas en función de factores vinculados a la generación de oportunidades empresariales.

Las decisiones de entrada a una industria están explicadas por las señales del mercado que demandan proyectos empresariales (enfoque de la demanda). Estas señales surgen por la existencia de niveles de beneficios esperados superiores a los normales en ciertas ramas de actividad con mercados competitivos (O’Farrel, 1986; Storey, 1994; Audretsch, 1995). Los beneficios esperados están principalmente determinados por las barreras a la entrada, tales

como: economías de escala, ventajas absolutas en costos, requerimientos iniciales de capital, diferenciación de producto, intensidad publicitaria, intensidad tecnológica, concentración económica, integración vertical y subcontratación en un sector (Bain, 1956; Orr, 1974; Yip, 1982; Geroski, 1991; Aranguren 1998).

Más allá que el efecto o la importancia de las barreras de entrada puedan variar según los distintos sectores de actividad económica, los aspectos estructurales de cada sector no son los únicos factores que determinan los beneficios esperados y, en consecuencia, la entrada de empresas. Según Geroski (*op. cit.*) los determinantes de los beneficios esperados pueden agruparse en: 1) barreras de entrada, que imponen costos a los entrantes (BE); 2) condiciones del mercado¹, que modifican los costos que imponen las barreras de entrada (CM); y 3) factores que afectan las interacciones entre los grupos de competidores existentes y potenciales, como pueden ser las estrategias adoptadas por las empresas existentes ante la posible entrada de competidores (IG).

$$E = f(\text{BE}, \text{CM}, \text{IG})$$

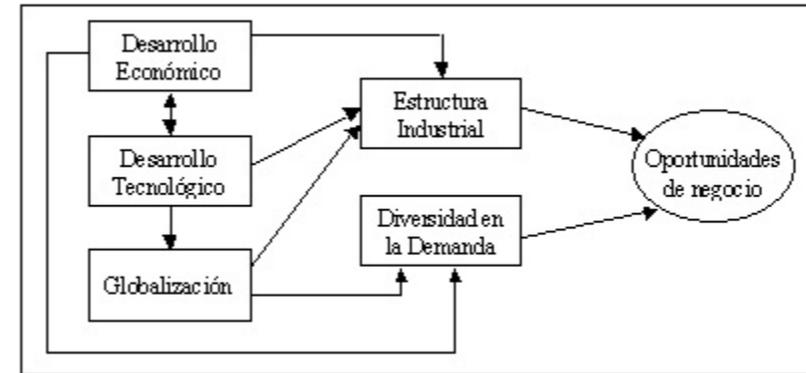
Verheul *et al.* (2001) incorpora nuevos elementos en el análisis. Las oportunidades para la creación de empresas pueden ser vistas desde dos perspectivas: la del consumo (mercado) y la de la firma (estructura sectorial). Dentro de la primera perspectiva, lo importantes es la magnitud y la diversidad en la demanda de los consumidores como generadora de oportunidades. La segunda perspectiva se focaliza en la estructura industrial, en las características y comportamientos de los mercados sectoriales, en el nivel de uso de la subcontratación, en el grado de vinculación de empresas en tramas. En este

¹ Aranguren (1998) define las condiciones de mercado como “aquel conjunto de características sectoriales o de la economía que modifica los costos que suponen las barreras de entrada” y menciona como condiciones de mercado a la turbulencia, el crecimiento y la rentabilidad del sector.

contexto, las oportunidades están fuertemente influidas por los desarrollos tecnológicos y las regulaciones del gobierno, debido a que ambas están vinculadas con las posibilidades de hacer y de relacionarse de los distintos agentes. Las nuevas tecnologías, duras y blandas, permiten la adopción de distintas estrategias de producción, organización y vinculación entre agentes que, en el contexto de la normativa vigente en una localidad, generan nuevas oportunidades de mercado. Por lo tanto, la demanda de emprendedores en una localidad es determinada por una combinación de factores (grado de desarrollo económico, su inserción global y las características de su desarrollo tecnológico), actuando bajo un determinado contexto regulatorio.

FIGURA 1-1

Determinantes de la demanda de nuevas empresas



Fuente: Verheul *et al.* (2001).

Similares factores son tenidos en consideración en el desempeño posterior a la entrada de las nuevas empresas, es decir, en su probabilidad de supervivencia y en su ritmo de crecimiento. Algunos autores se preguntan si el desempeño se ve moldeado por las características del ambiente tecnológico y competitivo del sector en el que la nueva empresa se desenvuelve, más allá de la solidez de los proyectos individuales y los condicionantes macroeconómicos o aleatorios (Burachik, 2002; Roberts & Tybout, 1996). Ellos ligan la

probabilidad de permanencia en la actividad con la capacidad de compensar las desventajas relativas al tamaño mínimo eficiente del sector o a la elevada innovación tecnológica del mismo, el cual disminuye la posibilidad de introducir un producto viable (Audretsch, 1995).

Esta escuela, corriente principal de pensamiento en economía, considera que existe una oferta ilimitada de emprendedores, por lo cual no incluye en el análisis ni al emprendedor, ni al entorno de apoyo, ni al proceso en el cual éste se involucra para crear su empresa.

Otros autores no coinciden con la idea según la cual la oferta de emprendedores es altamente elástica, y sostienen que la oferta de personas con las características requeridas para la creación de nuevas empresas es limitada en el corto y mediano plazo (Hamilton & Harper, 1994). Esto implica que la oferta de individuos con vocación empresarial no es significativamente afectada por la estructura de incentivos económicos. Este enfoque rechaza el punto de vista neoclásico según el cual la oferta de emprendedores puede ser inducida sistemáticamente y sin fricciones por las condiciones del mercado. De esta manera, los elementos desde el lado de la oferta son considerados como determinantes del nivel de actividad emprendedora. La falta de vigor en la respuesta emprendedora puede ser atribuida a factores de la oferta (no existen suficientes emprendedores potenciales en la sociedad) más que a factores desde la demanda (tales como falta de oportunidades o premios al esfuerzo emprendedor).

El “enfoque de la oferta” de capacidades emprendedoras considera que no existe una oferta ilimitada de emprendedores, por lo cual es relevante analizar los factores que motivan y capacitan a los individuos para detectar oportunidades e iniciar acciones que les permitan llevar adelante proyectos empresariales independientes. Los primeros estudios vinculados con la creación de nuevas empresas desde el lado de la oferta se centraron en la persona que toma la iniciativa, buscando ciertos rasgos o características del emprendedor, quien constituye la unidad de análisis (Cole, 1959; McClelland, 1961).

No obstante, desarrollos más recientes avanzan en el estudio de la creación de nuevas organizaciones, cambiando el foco de atención desde el emprendedor hacia el “proceso” que éste sigue para la creación de una nueva firma. En este nuevo enfoque, la creación de una empresa es vista como un proceso contextual producto de múltiples factores que actúan en forma sistémica (Gartner, 1988).

II. ETAPAS EN EL PROCESO DE ESTABLECIMIENTO DE UNA NUEVA EMPRESA

La mayor parte de los trabajos que analizan la creación de empresas se centran en el período de incubación, es decir, estudian a aquellas empresas que han logrado nacer, observando desde las nuevas empresas las características de sus emprendedores y los factores que influyen en la existencia y posterior desempeño de la nueva firma. Sin embargo, el proceso de creación se inicia mucho antes que una empresa se ponga en funcionamiento, éste comienza con la concepción de la idea.

Reynolds (1997) plantea un proceso de creación abarcativo que empieza cuando una o más personas tienen una idea empresarial y finaliza cuando la firma ya está establecida y ha superado los primeros años de actividad, logrando consolidarse en el mercado. Este proceso, en forma análoga a lo que ocurre con la creación biológica, atraviesa por cuatro etapas: concepción, gestación, infancia y adolescencia. El pasaje de una etapa a otra se da a través de períodos de transición, dado que los límites entre las distintas etapas no siempre están claramente establecidos².

² En la identificación de etapas Watkins (1976) ha puesto énfasis en remarcar que el proceso no es de progreso lógico y lineal sino que frecuentemente resulta de prueba y error, existiendo una interacción entre etapas que son encontradas en varios puntos del tiempo, causando avances y retrocesos en el proceso de creación.

FIGURA 1-2
Proceso de creación de empresas

Población adulta (Concepción)	Emprendedores nacientes (Gestación)	Incubación (Infancia)	Nuevas firmas establecidas (Adolescencia)
	-- I →	-- II →	-- III →

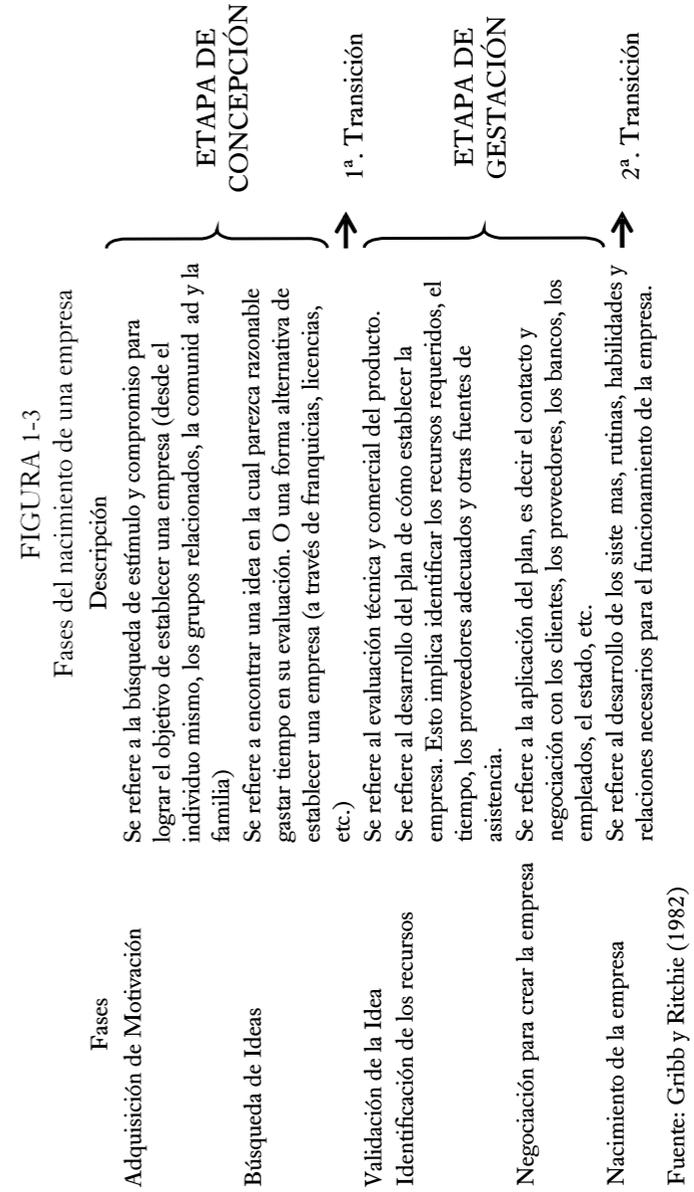
Fuente: Reynolds, 1997.

Uno de los esquemas más detallados acerca del proceso de gestación empresarial es el propuesto por Gibb y Ritchie (1982), y se corresponde con las dos primeras etapas de transición presentadas por Reynolds. El modelo plantea un proceso de seis fases a través de las cuales va avanzando el individuo que intenta implementar su idea empresarial.

La “concepción” se inicia cuando una persona adulta (o grupo de ellas) se involucra activamente en la búsqueda de una idea de negocio, teniendo deseo e interés en llevar adelante acciones para concretar su proyecto empresarial, pero sin que aún las haya iniciado.

La etapa de “gestación” comienza cuando la persona o grupo de personas involucradas en la nueva idea realizan acciones concretas para llevarla adelante. A quienes han realizado la transición desde la concepción de una idea hasta la etapa de la gestación de la misma (primera transición), se los denomina Emprendedores Nacientes. En la etapa de gestación el emprendedor validará su idea, haciendo uso de sus capacidades y habilidades para desarrollar la estructura de la firma y conseguir los recursos necesarios para concretar su idea de negocio.

La segunda transición ocurre cuando el emprendedor naciente (solo o en equipo) está finalizando la etapa de gestación. El resultado puede ser el lanzamiento exitoso de la nueva firma, o el fracaso en la implementación de la idea empresarial.



Cuando el proceso de gestación finaliza y la empresa comienza a funcionar se inicia la etapa de “infancia”. Ella está caracterizada por un alto grado de incertidumbre, ya sea respecto a la realización de la demanda prevista durante la etapa de gestación o al funcionamiento de sus capacidades gerenciales y organizativas dentro de la nueva empresa. El rol del aprendizaje es fundamental en el proceso de selección que tiene lugar en el mercado en estos primeros años. La mayor parte de las empresas nuevas necesitan un período de aprendizaje y afianzamiento en la actividad estimado en cinco años (Reynolds, 1997). Sin embargo, la mortalidad entre los entrantes es muy elevada en este período, estimándose que más del 70% de los entrantes en un año dado, abandonan el mercado antes de cumplir diez años en la actividad (Geroski, 1992).

Cuando las firmas se consolidan, pasan de la infancia a la adolescencia. Su tamaño pequeño en los primeros años de vida, muestra que ellas operan a una escala sub-óptima de producción. Una vez estabilizadas, y si la *performance* de sus primeros años lo amerita, intentarán expandirse para acercarse al tamaño mínimo eficiente, buscar alternativas innovativas u otras formas de crecimiento (Audresch, 1995).

Las características particulares de cada etapa ponen de relieve la necesidad de focalizar el análisis en los distintos factores que intervienen en cada una de ellas.

III. LA “OFERTA” DE EMPRENDEDORES

Los estudios sobre creación de empresas que se centran en el análisis de individuos emprendedores tratan de responder a la pregunta: ¿por qué bajo condiciones similares algunas personas inician una empresa mientras que otras no? Esto ha llevado a estudiar las características diferenciales entre los emprendedores y otras personas que no lo son. Ellas influyen en la motivación y acciones del emprendedor tanto al inicio como a lo largo de todo el proceso de creación de la nueva empresa. Es decir, las características del emprendedor

no afectan solamente la generación de la nueva idea de negocio en forma puntual, sino que se manifiestan a lo largo de todo el proceso.

En este sentido, existen dos líneas principales de investigación. La primera de ellas (enfoque psicológico) considera que los emprendedores son individuos con características innatas o adquiridas en los primeros años de vida diferentes a las del resto de las personas y trabaja sobre el supuesto que el emprendedor “nace y no se hace”. La segunda (enfoque sociológico), considera que las características son adquiridas a lo largo de la vida del emprendedor, a través de su proceso de socialización, poniendo énfasis en que las ideas y ambiciones del emprendedor se desarrollan en la edad adulta.

A. Enfoque psicológico

Uno de los primeros estudios psicológicos sobre creación de organizaciones es el de McClelland (1961). Este autor sostiene que la “oferta” de emprendedores está explicada principalmente por la existencia de motivación, siendo el disparador principal de la misma la necesidad de logro (*need of achievement*) que tiene el emprendedor. Individuos con una alta necesidad de logro son descritos como aquellos que prefieren ser responsables de la resolución de problemas, llevar adelante objetivos de envergadura a través de su propio esfuerzo y tienen un fuerte deseo de ser reconocidos por la actividad que llevan a cabo. Así, la oferta de emprendedores depende de la necesidad psicológica de logro del individuo en lugar del deseo de dinero aun cuando la retribución monetaria puede constituir un símbolo de logro del emprendedor.

McClelland identifica aspectos específicos de la crianza, como cruciales para el desarrollo de una alta necesidad de logro. Considera que la influencia de la familia, conjuntamente con otros aspectos sociales y culturales de su entorno, influyen desde la infancia en la generación de la necesidad de logro y, por lo tanto, sobre la subsecuente aparición de actitudes emprendedoras.

Muchos otros factores, más allá de la necesidad de logro, han sido identificados en diversos estudios empíricos para explicar la conducta de ciertas personas hacia la creación de nuevas empresas. Estos elementos tienen que ver

no sólo con la motivación sino también con algunas características particulares que poseen quienes se involucran en actividades empresariales. En estos estudios se han utilizado una variedad de definiciones, metodologías y diseños muestrales para el análisis. Los resultados de un estudio realizado por Bingham & Melkers (1989) muestran que los rasgos psicológicos del emprendedor no son exclusivos de éstos ya que también se detectaron en grupos de control.

No obstante, ha emergido cierto consenso sobre algunos factores que caracterizan a los emprendedores, aún cuando la presencia de dichas características en un individuo no garantizan su orientación empresarial (Hornaday & Aboud, 1971; Green *et al.*, 1996; Deakins, 1996). Se ha encontrado que las personas que inician nuevas empresas poseen:

- alta necesidad de independencia y de controlar situaciones;
- tolerancia a la ambigüedad;
- confianza en sus capacidades;
- pensamiento intuitivo;
- propensión a la toma de riesgo;
- orientación a la acción y toma de iniciativa;
- perseverancia;
- personalidad creativa e imaginativa;
- capacidad de liderazgo y de coordinación de grupos
- dedicación al trabajo.

B. Enfoque sociológico

El enfoque sociológico relaciona la actividad de creación de una empresa con un conjunto de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos, donde las características son adquiridas a través de la vida del individuo en su proceso de socialización. La posesión en una sociedad de un mayor número de individuos con estas características, ya sean estas innatas o adquiridas, significa la existencia de una mayor “oferta” de potenciales emprendedores.

Por tanto, al analizar las características de los emprendedores es necesario incorporar no sólo los elementos psicológicos, sino también los factores sociológicos y culturales, dado que las ideas y ambiciones personales evolucionan en situaciones sociales y el individuo se desarrolla a través de su interacción social con otras personas o grupos (Gibb & Ritchie, 1982).

FIGURA 1-4
Comparación de enfoques que analizan el surgimiento de motivación emprendedora

	El enfoque del “azar” en la emergencia (innato)	El enfoque de la “ingeniería” social en la emergencia (adquirida)
Formación de motivación básica.	Asume que es innata y determinada en la niñez.	Asume que es el resultado de un rango general de influencias a través de la vida (clase social, familia, educación, carrera, etc.).
Influencias durante la vida adulta sobre el deseo de transformarse en empresario.	El deseo viene desde adentro. Es consecuencia de la personalidad.	Es el resultado de la interacción con otros.
Adquisición de nuevas ideas de negocios.	Explicada por la suerte, fortuna y destino, así como las características personales dadas.	Explicadas como un proceso continuo con cierta regularidad y predictibilidad, de acuerdo a los conocimientos del individuo y el rango de situaciones sociales en el que se desenvuelve.
Filosofía de intervención asociada.	Dado que la creación de empresas implica una “selección natural”, la intervención se vuelve esencialmente marginal. La actividad es por lo tanto, direccionada hacia la remoción de obstáculos del ambiente.	Cree que la intervención social y el ambiente pueden activar al individuo hacia los fines deseados.

Fuente: Gibb y Ritchie (1982).

Así, desde una perspectiva que incluye elementos sociológicos y culturales, es posible pensar en una instancia de análisis más amplia, considerando que la creación de nuevas empresas puede ser mejor entendida en términos de vivencias personales (origen familiar, educación, experiencia ocupacional previa, estilo de vida, estructura de clase, etc.) y del entorno en el que el nuevo emprendimiento se desarrollará (ambiente facilitador, cultura empresarial). Las influencias sociales, culturales e institucionales pueden estimular o desestimular las conductas emprendedoras (O'Farrel, 1986; GEM, 2000).

Hagen (1962), al igual que McClelland, ve al emprendedor con una "personalidad creativa" movida por una alta necesidad de logro. Sin embargo, su análisis incorpora con más fuerza el aspecto social y sus efectos sobre la personalidad emprendedora. En el sistema teórico que desarrolló, la oferta de capacidades emprendedoras depende de dos grupos de variables: la pérdida de un status respetado (o grupo de pertenencia) y la posición de falta de reconocimiento social.

La pérdida de un status respetado, según Hagen, ocurre cuando miembros previamente aceptados por un grupo social perciben que su sistema de valores no es ahora reconocido por otros grupos de los cuales buscan respeto. Tal pérdida de reconocimiento social es la perturbación inicial que provoca un conjunto de cambios en la crianza y formación de la personalidad de los niños a través de varias décadas, lo cual gradualmente da lugar al desarrollo de capacidades emprendedoras. Este concepto tiene también otra lectura, ya no desde una percepción "negativa" como la pérdida de status, sino desde un punto de vista "positivo" como es la posibilidad de ascenso social. En este sentido, la necesidad de logro y de mejora en la posición social, actúan como disparadores de la actividad emprendedora.

La posición de falta de reconocimiento social se presenta cuando las personas, pertenecientes a grupos marginados por la sociedad, se sienten discriminadas y ante esto, intentan lograr reconocimiento social a través del éxito en una actividad empresarial. La percepción de una posición relativa de marginación social es fundamental en la motivación hacia la actividad

empresarial independiente y constituye la vía a través de la cual fluye la creatividad y la energía emprendedora. Este planteo (pérdida de un status y posición relativa de falta de reconocimiento social) implicaría que los emprendedores son empujados (*pushed*) en lugar de atraídos (*pulled*) a la creación de una empresa.

Por otro lado, el enfoque del proceso social y del curso de vida, toman en cuenta la posible naturaleza formativa de las etapas tempranas de la vida como creadoras de las ambiciones básicas, poniendo igual énfasis en las ideas y ambiciones que surgen en la edad adulta. Esto no significa que los emprendedores pueden ser "hechos" simplemente orientando el entorno adecuadamente, sino que la idea de la nueva empresa está vinculada a la experiencia previa del individuo y que tanto ésta como la ambición emprendedora surgen en la edad adulta (Gibb & Ritchie, 1982).

Así, el emprendedor potencial debe creer en la viabilidad de su proyecto, imaginarlo en forma realista y sentir que puede ejecutarlo. Para ello es importante la existencia de modelos creíbles. Si bien el ejemplo más prominente es el de los padres, la credibilidad no se acota a los ejemplos provistos por los vínculos cercanos sino que existen fuertes influencias del medio cultural en el cual el emprendedor se desenvuelve. Hay culturas que alientan la actividad empresarial, en las cuales el intento de crear un negocio es bien visto e incluso los fracasos son valorados como experiencias positivas. Côté (1991) considera que estos modelos muestran el camino a seguir, tanto al emprendedor como a aquellos que lo acompañan. Este autor agrega que a partir de estos modelos se genera en el emprendedor la idea: "sí otros lo han hecho, entonces yo también puedo".

Las investigaciones realizadas que apoyan este enfoque del "curso de vida" no son fácilmente armonizables, pero tienden a avalar la influencia de factores individuales, familiares y del entorno cercano en la formación de las características del emprendedor a través de los siguientes aspectos:

- 1) la influencia de la familia de origen como proveedora de modelos de rol y cultura para el niño;

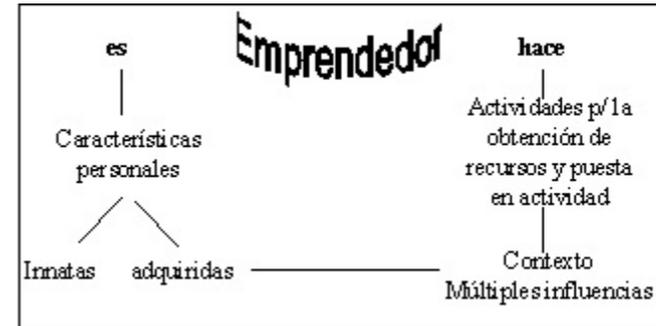
- 2) el estímulo que las familias en ciertas culturas dan a la creación de empresas, en las etapas tempranas de la vida de sus miembros;
- 3) la importancia de la creación de un nuevo negocio como una forma de movilidad social;
- 4) la influencia de los padres y amigos en términos de provisión de ideas, ejemplos y motivación;
- 5) la importancia de la elección ocupacional y el desarrollo laboral en el desarrollo de capacidades y el acceso a las ideas;
- 6) la existencia de oportunidades y amenazas en la carrera laboral;
- 7) la influencia de *hobbies* y patrones de recreación sobre el espíritu emprendedor.

Estas investigaciones enfatizan que no existe un simple motivo social o psicológico que pueda explicar en sí mismo el nacimiento de una empresa, siendo éstos diferentes para cada caso.

IV. DE LA MOTIVACIÓN A LA ACCIÓN

En el apartado anterior se han presentado los distintos aspectos vinculados a las características de las personas involucradas en la creación de nuevas empresas, identificando los elementos que pueden influir en su capacidad para percibir una oportunidad y desarrollar su deseo para llevarla adelante. Según Gartner (1988), esta forma de analizar la creación de nuevas empresas es, por sí sola, incompleta para entender en su totalidad este fenómeno y es necesario prestar más atención a las acciones que desarrolla el emprendedor y por las cuales la nueva organización comienza a existir. Este enfoque que tiene en cuenta las acciones del emprendedor, ve a la creación de una empresa como un evento contextual, producto de múltiples influencias.

FIGURA 1-5
Características y acciones del emprendedor



Fuente: Elaboración propia.

Esta forma de ver lo que el emprendedor “hace” en lugar de lo que el emprendedor “es” está relacionada con las conductas del individuo. El “hacer” del emprendedor conlleva diferentes acciones que comienzan cuando éste decide iniciar una actividad independiente y pueden ser entendidas observando las actividades en las cuales el individuo se involucra para llevar adelante su idea empresarial.

Así, la formación de una empresa es la culminación de un conjunto de acciones que varían dependiendo del sector industrial, del lugar y del período en que éste se desarrolle. Es además un evento contextual, en el que las acciones del emprendedor son el resultado de la influencia de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos.

A. Desplazamiento

Distintos factores pueden provocar el desplazamiento de un individuo hacia el inicio de una actividad independiente. Se entiende por desplazamiento (variable situacional) al pasaje de un individuo desde una situación de estabilidad hacia la “acción” (“hacer”). Tales factores son generalmente de naturaleza negativa: despido, rechazo de ideas presentadas en el puesto de

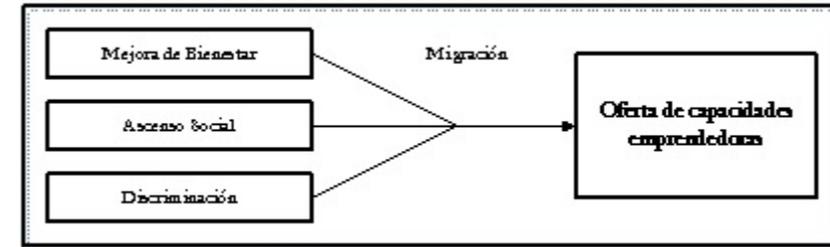
trabajo, frustración técnica, migración forzada, crisis personales, etc. (Shapiro, 1978).

Detrás de cada acto empresarial que se inicia hay un hecho que precipita a la acción, que modifica la trayectoria de vida de una persona. Por lo tanto, para que una oportunidad empresarial se materialice no sólo es importante que una persona la perciba, sino también que exista algún elemento que lo empuje a llevarla adelante. Es importante aclarar que no existe una relación causal simple entre el desplazamiento y el evento empresarial, dado que la creación de firmas es sólo una de las respuestas posibles cuando el individuo es empujado a la toma de iniciativa (acción).

En un sentido más amplio, Noorderhaven *et al.* (1999) sostienen que la insatisfacción es también un importante factor de desplazamiento hacia una actividad independiente. Estos autores encontraron que el número de individuos con insatisfacción sobre su forma de vida o con la sociedad en la que viven, está relacionado positivamente con el número de personas con una ocupación independiente.

A su vez, varios estudios avalan la importancia de la migración como fuente de motivación emprendedora y analizan aquellos elementos que llevaron al emprendedor a tomar la decisión de migrar. Ellos están relacionados con la búsqueda de una mejora en el bienestar, un reconocimiento social y en algunos casos por la necesidad de evitar cierta discriminación. Según Waldinger (1986) la principal condición de estos individuos es la experiencia de emigrar en sí misma. El migrante tiende a tener una mayor inclinación al riesgo que aquel que permanece en su lugar de origen. A su vez, según este autor, el migrante aventaja al nativo en motivación y habilidad para adaptarse a los cambios en el entorno. Por lo general, las actividades realizadas por estos individuos están vinculadas a las capacidades adquiridas antes de la migración.

FIGURA 1-6.
Migración y oferta de emprendedores



Fuente: Elaboración propia.

Otro enfoque que analiza la oferta de emprendedores y los factores que influyen en el desplazamiento hacia la creación de una nueva empresa es el desarrollado por los economistas que estudian el mercado laboral. El modelo de los “economistas del mercado laboral” examina la creación de nuevas firmas como la decisión ejercida por un individuo en el contexto de este mercado. En particular, las condiciones de empleo (inestabilidad, precariedad, insatisfacción, etc.) pueden empujar (*push*) a los individuos a iniciar su propio negocio. El desarrollo de una actividad independiente (*self-employment*)³ es probablemente la fuente más importante de creación de nuevas empresas (Storey, 1994).

³ El término *self-employment* (auto empleo) es utilizado por los economistas que estudian el mercado laboral para referirse al trabajo en forma independiente (no asalariado) y es, en cierto sentido, asimilable al término “*entry*” (entrada/creación) de los economistas industriales. La diferencia entre el enfoque de los economistas industriales con relación a la creación de empresas está dada por las distintas preguntas que estos dos grupos tratan de responder. Los economistas industriales se preguntan, ¿Dentro de qué sector y bajo qué circunstancias, toma lugar la entrada? No están por lo tanto, preocupados en cuántos ni quiénes son estos entrantes, ni cuáles son sus capacidades, sino más bien por su distribución sectorial y el impacto que ellos tienen sobre el comportamiento del mercado (Storey, 1994).

Esta línea de pensamiento encuentra sus antecedentes en el trabajo de Knigh (1921). Este autor, argumenta que un individuo ejerce su elección ocupacional en función de estar en una de las tres situaciones siguientes: desempleado, empleado asalariado o auto empleado (*self-employed*). Además, los cambios en los precios relativos de estos tres posibles estados inducirá a alguno de los individuos a pasarse de una situación a otra. Así, un individuo que pierde su trabajo considerará los niveles de ingreso asociados con la búsqueda de un nuevo empleo asalariado, la generación de su propio puesto de trabajo o la permanencia como desempleado. De esta manera, los potenciales fundadores de una firma se enfrentan a la elección de percibir sus ingresos a partir del sueldo en una empresa en funcionamiento o de los beneficios provenientes de la creación de una nueva empresa. En este sentido, Audretsch & Vivarelli (1993) encontraron que la creación de empresas tiende a ser mayor en las provincias de Italia donde los beneficios son altos pero los salarios bajos.

Si bien Knigh no toma en cuenta explícitamente el hecho de que algunos grupos de individuos son más propensos que otros a elegir uno de los tres estados (desempleado, empleado asalariado o auto empleado), los economistas del mercado laboral avanzan en el análisis de las cuestiones vinculadas a la elección ocupacional. Ellos consideran que la elección de auto empleo tiene diferencias con la elección de otras ocupaciones (Storey, 1994).

Se identifican tres factores como los más relevantes para explicar la decisión de auto empleo: personalidad, origen étnico y capital humano, revisando este último particular importancia. En él están involucrados el nivel de educación y la experiencia laboral. De esta manera, plantea que, *ceteris paribus*, mayores niveles de educación están positivamente relacionados con movimientos de individuos hacia el auto empleo (creación de nuevas empresas), por lo que la probabilidad de “entrada” a una actividad independiente (ser empresario) se incrementa con el nivel de educación, tanto para desempleados como para empleados (Storey, 1994). En este sentido, también se considera que la capacidad de aprender es un importante elemento en el proceso de selección y permanencia de firmas en el mercado: los emprendedo-

res tratan de acelerar el proceso de aprendizaje invirtiendo en actividades que permitan crear conocimiento.

En este sentido, Gibbs (1987) considera a la educación y los antecedentes laborales del individuo como dos elementos de relevancia para explicar la disposición a crear una nueva empresa. El emprendedor usualmente circunscribe sus nuevas incursiones empresariales a aquellas líneas de negocio con las cuales previamente estuvo relacionado ya sea como empleado o empleador. Es muy probable que estos individuos conozcan la problemática del mercado (oportunidad), los proveedores y la tecnología que se utiliza en el sector en el cual ellos fueron empleados.

Los individuos que trabajan en pequeñas organizaciones están en contacto directo con estos conocimientos y adquieren una visión global de las distintas actividades de la empresa (Johnson & Cathcart, 1979). A su vez, el aprendizaje en el puesto de trabajo puede actuar como incubadora de futuros emprendedores, siendo allí donde se forma el concepto de riesgo y el individuo acumula información a partir de la cual toma cuerpo su idea (Côté, 1991). Incluso, condiciones de falta de valoración de propuestas emprendedoras dentro de la organización en la cual el individuo se desempeña, impulsan su implementación en un emprendimiento independiente (Audretsch, 1995 y 2001). Así, estas empresas actúan como incubadoras de nuevos empresarios.

Según Ronstadt (1984), la experiencia debe ser analizada desde varias perspectivas: educacional, técnica, industrial o empresarial. Este autor remarca que al estudiar al emprendedor deben tenerse en cuenta sus antecedentes específicos relacionados con el negocio que lleva adelante. En este sentido, se encontró que aquellos emprendedores que han iniciado con anterioridad una empresa son más exitosos y eficientes en la creación de su segunda y tercera organización (Vesper, 1980; Kantis, H. *et al.*, 2002).

Storey (1994) plantea que debe hacerse una distinción en el efecto que esta experiencia tiene sobre la actividad empresarial. Dicha distinción tiene que ver con las diferencias encontradas en el accionar de los individuos según hayan trabajado en el sector industrial o en el de servicios. Para el primer sector, la mayor posibilidad de creación está relacionada con la experiencia

laboral en empresas industriales de pequeño tamaño, mientras que la mayor posibilidad de entrada en el sector servicios está relacionada a la experiencia en grandes empresas. Al respecto este autor comenta que las diferencias reflejan la posibilidad de entrar en el sector servicio a nichos de mercado, y, en el caso del sector industrial, la posibilidad de aprovechar economías de variedad en lugar de economías de escala.

Finalmente, Storey rescata como relevante a la experiencia gerencial, sosteniendo que ésta provee un incentivo motivacional positivo para que los individuos se involucren en actividades empresariales independientes.

B. Vínculo emprendedor - entorno: el acceso a los recursos

Para concretar la creación de la nueva empresa es necesario disponer de recursos. Se requiere adquirir activos para fabricar el producto o prestar el servicio y se necesita capital de trabajo para cubrir el período de tiempo entre que se compran los insumos y se recibe el pago de los clientes. Una vez iniciadas las actividades, el crecimiento del negocio demanda nuevas inversiones y mayor capital de trabajo, requiriendo fuentes externas de financiamiento, más allá de la reinversión de utilidades o el patrimonio personal de los socios.

El acceso al financiamiento es un factor clave para que se produzca el hecho empresarial, ya que “el sueño de transformar una idea en una empresa, sin acceso al financiamiento externo, no pasará de ser un sueño” (Winborg, 1991). Las principales fuentes de financiamiento de los nuevos emprendimientos en las etapas de nacimiento y despegue son el capital propio, las hipotecas sobre sus bienes, los préstamos de los familiares y/o amigos, el crédito de proveedores y el sobregiro bancario, mientras que los problemas más recurrentes son el acceso al capital externo y las crisis de liquidez (Myers, 1984; Scherr *et al.*, 1991; Holmes & Kent, 1991; Lanström & Winborg, 1996).

Respecto al problema de acceso al capital externo, la hipótesis del Orden de Preferencias (*Pecking Order approach*), planteada por Myers (1984) para empresas de gran envergadura, puede aplicarse también a los nuevos

emprendimientos. Ésta se basa en la idea de que los emprendedores buscaran en primer lugar un financiamiento que minimice la injerencia de terceros y la pérdida de parte de la propiedad de la empresa para, luego de agotada esta instancia, pasar a opciones que impliquen una mayor interferencia en la toma de decisiones. Esta preferencia encuentra también explicación en el limitado rango de opciones de financiamiento disponible para las empresas en formación, hasta tanto éstas demuestren que su concepto de negocio funciona y que existe un crecimiento en ventas durante un período considerable de tiempo (Mason, 1998).

El análisis del conjunto de recursos necesarios para llevar adelante el nuevo emprendimiento incluye también los recursos intangibles del emprendedor. Ellos son usualmente considerados como fundamentales en el éxito del nuevo proyecto por su impacto en el rendimiento, ya que hacen una contribución sustancial a la construcción de ventajas competitivas. Sweeney (1987) sostiene que la calidad de la información y del conocimiento acerca de oportunidades de mercado, técnicas de producción, equipamiento, materiales y otros elementos por parte del emprendedor desempeñan un rol crucial en el evento emprendedor. Verheul *et al.* (2001) agregan que pueden desarrollarse habilidades y conocimientos empresariales, tales como conocimientos gerenciales, en comercialización o manejo de recursos humanos, a través de la experiencia como empleados o de la experiencia previa en la creación de otro emprendimiento.

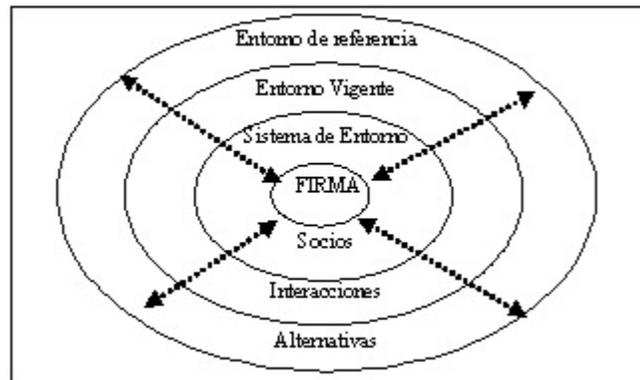
Por su parte, Rea *et al.* (1999) mencionan que se pueden determinar tres categorías principales de intangibles: competencias profesionales, creatividad y habilidad para relacionarse. Este conjunto de elementos son importantes solamente en la medida que ayuden al emprendedor a percibir y analizar los distintos elementos del negocio.

Estos autores analizan también el entorno en el cual el emprendedor lleva adelante el evento empresarial, resaltando la importancia de la definición que cada empresa haga de su propio ambiente específico. De esta manera, el entorno no está sólo presente como generador de motivación para la actividad

empresarial, sino también como apoyo para poder implementar la idea de negocio.

El modelo se focaliza en tres áreas del proceso de toma de decisiones, el cual configura una estratificación ideal del medio ambiente, caracterizado por tres capas: 1) El medio ambiente de referencia, incluye todas las opciones de relacionamiento consideradas; 2) El medio ambiente vigente, incluye todas las opciones evaluadas; y 3) El sistema de medio ambiente, incluye todas las opciones seleccionadas. Para estos autores, la clave del éxito no depende de la existencia de un ambiente favorable sino de la habilidad del emprendedor para diseñar el “correcto ambiente” con el que la firma va a interactuar (medio ambiente específico).

FIGURA 1-7
Entorno empresarial

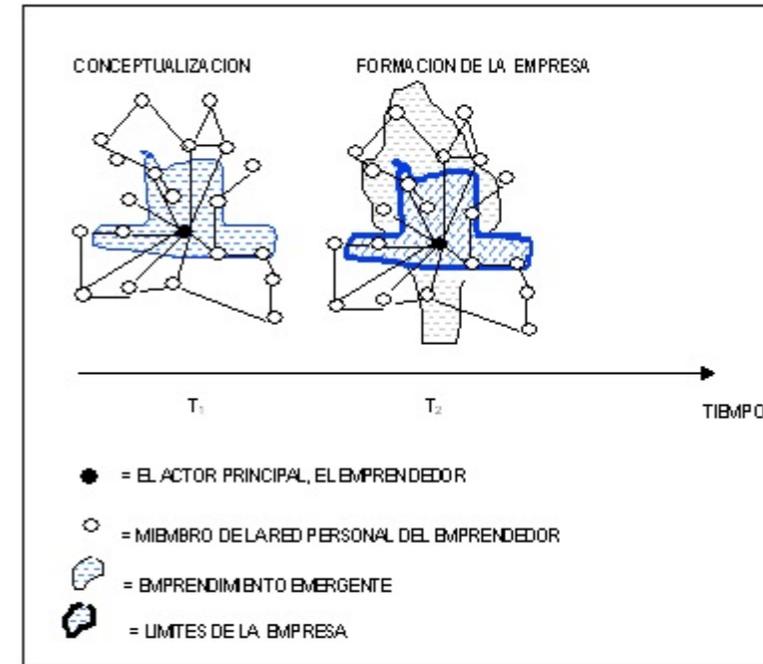


Fuente: Rea *et al.*, 1999.

En la selección del ambiente específico inciden las características y capacidades del emprendedor así como la red de contactos personales que éste posee, la que a su vez le permite relacionarse en forma más eficientemente con el entorno. En esta línea están los trabajos del sociólogo Bent Johannisson *et al.* (1989, 1996), quienes desarrollan la teoría de las “Relaciones Personales del

Emprendedor” como elemento diferenciador de estos individuos y fortaleza para los nuevos emprendimientos. Las redes del emprendedor son el principal vehículo para la iniciación, desarrollo y éxito de la empresa.

FIGURA 1-8
Redes personales y creación de empresas



Fuente: Johannisson (1992).

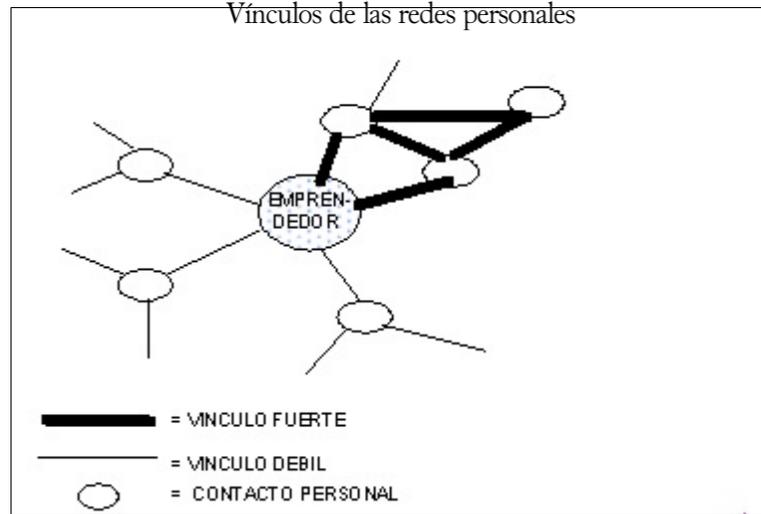
Según Johannisson (1992), el emprendedor tiene vínculos directos e indirectos con los distintos miembros de la red. Al pensar en aquellos individuos con los cuales tiene relaciones, conceptualiza su red de contactos. El emprendedor considera que las personas más alejadas son parte del futuro de su red, lo cual implica que actúa como activador de parte de su red general.

A través de la gestación de su empresa va activando y desactivando distintos vínculos, a la vez que va teniendo lugar la incorporación de nuevos agentes.

Estas incorporaciones pueden surgir a partir de la vinculación con agentes tanto internos como externos a la red. Las relaciones entre individuos en la red personal del emprendedor tienen lazos de distinta solidez y permanencia por lo cual se pueden distinguir dos tipos de vínculos: fuertes y débiles. La fortaleza o debilidad del vínculo depende fundamentalmente de la frecuencia de la comunicación y de la calidad y características del intercambio con cada contacto personal. Butler & Hansen (1991) consideran que el desarrollo de redes sociales, incluyendo a amigos, familiares, empresarios conocidos, etc., es también importante en la identificación de la oportunidad de negocio.

FIGURA 1-9

Vínculos de las redes personales



Fuente: Elaboración propia.

Cuando la idea de negocio se va desarrollando, la red social da lugar a una red focalizada en el negocio (abogados, contadores, bancos, etc.), la cual asume gran relevancia en el proceso de creación de la nueva empresa y en los primeros momentos de su funcionamiento. La mayoría de los que estuvieron empleados en un determinado sector y se proponen crear una nueva empresa, lo harán en ese sector, debido principalmente a sus “contactos”, sumamente importantes para la creación de la empresa (Storey & Jones 1987).

La etapa final en la evolución de la red es el desarrollo de una red estratégica, la cual relaciona al emprendedor con sus competidores y busca aumentar la competitividad de la nueva empresa.

La investigación presentada en este libro profundiza en el análisis de la oferta de capacidades emprendedoras y en los elementos que estimulan o facilitan el desarrollo del proceso de creación de una nueva organización empresarial, tomando en consideración a su vez, elementos ligados al mercado de cada territorio como generadores de oportunidades diferenciales de negocio.

Todos los elementos conceptuales presentados en éste capítulo no deben ser entendidos como una mera suma de factores sino que requieren ser analizados como un todo, en el cual interactúan una gran variedad de situaciones (Rea *et al.*, 1999). Ellos permiten explicar cada etapa del proceso de creación desde una visión sistémica de factores relacionados al proceso de creación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranguren Querejeta, M. (1998), *Creación de empresas: Factores determinantes*. España: Universidad de Deusto.
- Audretsch, D. & Vivarelli, M. (1993), *New-Firm start-ups in Italy*. Discussion Paper Series N° 864, Centre for Economic Policy Research, London.
- Audretsch, D. (1995), *Innovation and industry evolution*. MIT Press. Cambridge, Massachusetts; London, England.
- Audretsch, D. (2001), "Research issues relating to structure, competition and performance of small technology-based firms, *Small Business Economics*, 16: 37-51.
- Bain, J. (1956), *Barriers to new competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bingham, R. & Melkers, J. (1989), "Entrepreneurs in America: Are they really a different breed?". *Environment and Planning, C: Government and Policy*, 7: 411-422.
- Butler, J. & Hansen, G. (1991), "Network evolution, entrepreneurial success and regional development". *Entrepreneurship and Regional Development*, 3: 1-16.
- Burachick, G. (2002), "Supervivencia de nuevas empresas industriales: una reseña de la literatura". *Desarrollo Económico*, 165: 85-115.
- Cole, A. (1959), *Business enterprise in a social setting*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Côté, M. (1991), *By way of advice growth strategies for the market driven world*. Ch. 3-6, Oakville: Mosaic Press.
- Deakins, D. (1996), *Entrepreneurship and small firms*. London: McGraw Hill.
- Gartner, W. (1988), "Who is an entrepreneur?: Is the wrong question". *American Journal of Small Business*, 12: 11-32.
- Gibb, A. & Ritchie, J. (1982), "Understanding the process of starting small businesses". *European Small Business Journal*, 1 (1): 26-46.

Elementos conceptuales

- Gibbs, A. (1987) "Stimulating culture: Its meaning and implications for education and training". *Journal of European Training*.
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor (2000), *Reporte Ejecutivo*. Kauffman Center-Babson College.
- Geroski, P. (1991), *Market dynamic and entry*. Oxford: Basil Blackwell.
- Geroski, P. (1992), "Entry, exit and structural adjustment in European industries", en Cool, K., Neven, D., y Walter, I. (eds): *European Industrial Restructuring in the 1990s*. Macmillan.
- Green, R.; David, J. & Dent, M. (1996), "The Russian entrepreneur: A study of psychological characteristics". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 2 (1):
- Hagen, E. (1962), *On the theory of social change: How economic growth begins*. Dorsey Press.
- Hamilton, R. & Harper, D. (1994), "The entrepreneur in theory and practice". *Journal of Economic Studies*, 21 (6): 3-18.
- Holmes, S. & Kent, P. (1991), "An empirical analysis of the structure of small and large Australian manufacturing firms". *The Journal of Small Business Finance*, 1: 141-54.
- Hornaday, J. & Aboud, J. (1971), "Characteristics of successful entrepreneurs". *Personnel Psychology*, 24 (2).
- Johannisson, B. (1992), "Entrepreneurship - The management of ambiguity". In: Polesie & Johansson (eds), *Responsibility and accounting. The organizational regulation of boundary conditions*, pp. 155-179. Studentlitteratur.
- Johannisson, B. & Dandridge, T. (1996), *Personal networks and emerging interconnecting patterns among small firms as indicators of firm evolution*. Sweden: Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship, Halmstad University.
- Johannisson, B. & Nilsson, A. (1989), "Community entrepreneurs: Networking for local development". *Entrepreneurship and Regional Development*, 1: 3-19.

- Johnson, P. & Cathcart, D. (1979), "The founders of new manufacturing firms: A note on the size of their "incubator" plants". *The Journal of Industrial Economics*, 28 (2): 219-224.
- Kantis, H.; Ishida, M. y Komori, M. (2002), *Empresarialidad en economías emergentes. Creación de empresas en América Latina y el Este de Asia*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Knight, F. (1921), *Risk, uncertainty and profit*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Landström, H. & Winborg, J. (1996), *Financial bootstrapping in small businesses: A resource-based view on small business finance*. Sweden: Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship, Halmstad University.
- McClelland, D. (1961), *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Mason, C. (1998), "El financiamiento y las pequeñas y medianas empresas". En: *Desarrollo y gestión de pymes*, Cap. 8. Universidad Nacional de Gral. Sarmiento.
- Myers, S. (1984), "The capital structure puzzle". *Journal of Finance*, 34: 575-592.
- Noorderhaven, N.; Wennekers, A.; Hofstede, G.; Thurik, A. & Wildeman, R. (1999), *Self-employment out of dissatisfaction*. Tinbergen Institute, Discussion Paper No. 089/3. Publicado en: www.tinbergen.nl.
- O'Farrel, P. (1986), "Entrepreneurship and regional development: Some conceptual issues". *Regional Studies*, 20: 565-574.
- Orr, D. (1974), "The determinants of entry: A study of the Canadian manufacturing industries". *Review of Economics and Statistics*, 1: 58-66.
- Rea, A.; Maggiore, G. & Allegro, I. (1999), *The process of enterprise creation: A look into the "black box" of entrepreneurship evaluation - Evidence from the european "best practice"*. Frontiers of Entrepreneurship Research, Center for Entrepreneurship, Babson College.
- Reynolds, P. (1997), "Who starts new firms? - Preliminary explorations of firms in gestation". *Small Business Economics*, 9: 449-462.

- Roberts, M. & Tybout, J. (eds.) (1996), *Industrial Evolution in Developing Countries. Micro Patterns of Turnover, Productivity and Market Structure*. Banco Mundial, Oxford University Press, Washington.
- Ronstadt, R. (1984), *Entrepreneurship: text, cases and notes*. Dover, Mass: Lord Publishing.
- Scherr, F.; Sugrue, T. & Ward, J. (1991), "Financing the small firm start-up: Determinants of debt use". *Journal of Small Business Finance*, 1 (2): 179-83.
- Shapiro, A. (1978), "Entrepreneurship and economic development". In: Naumes, W. (ed) *The entrepreneurial manager in the small business: Text readings and cases*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Shapiro, A. (1984), "The entrepreneurial event". In: Kent, C. (ed) *The environment for entrepreneurship*. Lexington, Mass: Lexington Books.
- Storey, D. (1994), *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge.
- Storey, D. & Jones, A. (1987), "New firm formation: A labour market approach to industrial entry". *Scottish Journal of Political Economy*, 34 (1): 37-51.
- Sweeney, G. (1987), *Innovation, entrepreneurs and regional development*. London: Frances Printer.
- Verhuel, I.; Wennekers, S.; Audretsch, D. & Thurik, R. (2001), *An eclectic theory of entrepreneurship*. Tinbergen Institute, Discussion Paper No. 030/3. Publicado en: www.tinbergen.nl
- Vesper, K. (1980), *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Waldinger, R. (1986), "A theory of immigrant enterprise". Re- edited by Casson, M., 1990, in: *Entrepreneurship*. The International Library of Critical Writings in Economics, Vol. 3.
- Watkins, D. (1976), *Regional Variations in the Industrial Ecology for new Small Firms Growth Oriented Bussinnes in the UK*. Manchester Bussinness School, Manchester.

- Winborg, J. (1997), *Finance in Small Businesses – A Widened Approach to Small Business Managers' Handling of Finance*. Företagsekonomiska institutonen, Lunds Universitet. SIRE, Högskolan i Halmstad.
- Yip, G. (1982), *Barriers to entry*. Canada: Lexington Books.

CAPÍTULO 2

Metodología para el estudio de la creación de empresas

Ana Gennero, Fernando Graña y Patricia Alegre

INTRODUCCIÓN

Las metodologías tradicionales para el análisis de la creación de empresas, utilizadas generalmente en los estudios de dinámica industrial, se basan en la comparación intercensal o impositiva de registros de empresas, y tienen como finalidad identificar los patrones de natalidad, mortalidad y supervivencia de los nuevos emprendimientos (Dunne *et al.*, 1988; Mac Donald, 1987; Graña, 2000). A partir de allí es posible ahondar en los factores que inciden en el inicio del nuevo negocio mediante entrevistas con los empresarios. Sin embargo, este análisis retrospectivo suele generar dificultades de distinta índole, tales como distorsiones en la información, provocadas por la falta de memoria o la *post-hoc* racionalización de los hechos ocurridos tiempo atrás en el proceso de gestación.

Una de las falencias de estas metodologías es que no permiten captar a las empresas que nacieron y murieron en el período intercensal bajo estudio, ni analizar los casos de ideas y esfuerzos realizados en proyectos que no llegaron a concretarse. Asimismo, se corre el riesgo de excluir del análisis a las nuevas empresas no registradas, que en esta etapa se presume son un número elevado.

Detrás de su aplicación subyace la idea de que las empresas se crean en el momento en que comienzan a operar en el mercado, sin considerar que el proceso de creación es mucho más amplio y complejo. De allí la falta de

interés por el estudio de los períodos previos al inicio de actividades, es decir, de las etapas de concepción y gestación de los proyectos empresariales.

En la presente investigación se utiliza una metodología nueva. Ella hace posible estudiar la creación de empresas como un proceso, que se inicia cuando se concibe una idea de negocios y que avanza hasta que la empresa creada se halla consolidada en el mercado. A su vez, facilita el estudio de dicho proceso en el momento en el que se está desarrollando, y, por lo tanto, resuelve los inconvenientes derivados del uso de la memoria y de la racionalización *ex-post* de los hechos ocurridos en el pasado.

En este capítulo se presentan, en primer lugar, los pasos del diseño metodológico que responden a las etapas delineadas conceptualmente para el estudio del proceso de creación. En segundo lugar, se dan a conocer las ciudades en las que se realizó el trabajo y los criterios de su selección. Los dos últimos apartados se destinan a la metodología del diseño muestral, la elaboración de los estimadores poblacionales para el grupo objetivo y la construcción del grupo control empleado en el estudio de las características de los emprendedores nacientes.

I. ETAPAS DEL DISEÑO METODOLÓGICO

Los lineamientos básicos de la metodología aplicada fueron desarrollados en el *Babson College*, EE.UU. (Reynolds & Miller, 1992; Reynolds *et al.*, 1993; Reynolds, 1997). Los miembros del ERC (*Entrepreneurial Research Consortium*) aplicaron esta metodología en forma experimental, posteriormente, fue utilizada en una comparación internacional en el proyecto conjunto del *Babson College* y *London Business School*, GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*).

La misma responde a las bases teóricas presentadas en el capítulo anterior y hace posible seguir el proceso de creación de firmas a lo largo de sus distintas etapas evolutivas. Se parte de la detección en la población de aquellos adultos que están realizando acciones concretas para la implementación de un proyecto empresarial, a fin de constituir un panel de emprendedores en

gestación cuyo comportamiento y evolución serán seguidos durante un lapso de tres años.

A. Primera etapa

En esta fase se detectan dentro de la población de una ciudad, región o país, a las personas adultas que, teniendo motivación y una idea para iniciar un negocio, están avanzando en las etapas necesarias para su implementación, sin haber logrado aún dar nacimiento a una empresa. A tales individuos se los denomina Emprendedores Nacientes (EN).

Para llevar adelante la primera etapa metodológica, se realizó un muestreo poblacional en cinco ciudades argentinas. A partir de la aplicación de un cuestionario estructurado y de la realización de entrevistas personalizadas, se obtuvo información de los individuos adultos –mayores de 18 años–, representativos de la población de cada aglomerado, en un momento en el tiempo.

El objetivo es doble: en primer lugar, detectar a los EN y estimar la tasa de gestación empresarial de cada una de las ciudades bajo estudio. En segundo lugar, conocer las características socio-económicas de los emprendedores y de los hogares en los que habitan, para establecer qué aspectos los diferencian del resto de la población. Para ello se solicita información de dos tipos, la cual se describe en los apartados siguientes.

A.1. Detección de Emprendedores Nacientes

A cada uno de los miembros mayores de 18 años que habitan al interior de las viviendas seleccionadas en la muestra se les pregunta si ellos, solos o con otros, están intentando actualmente iniciar una nueva empresa:

- 1) Si la respuesta es afirmativa, se les consulta si han realizado dentro de los últimos doce meses actividades concretas para avanzar en la implementación de la idea.

- 2) Si responden afirmativamente a la pregunta anterior se les solicita un detalle de las actividades iniciadas o completadas hasta la fecha, en el proceso de gestación de la firma.

- 3) Si el individuo ha completado por lo menos dos actividades propias del proceso de gestación, que representen acciones concretas para lograr la implementación de la idea, se lo considera un EMPRENDEDOR NACIENTE y pasa a conformar el panel de la presente investigación¹.

El diseño muestral realizado para obtener información sobre los emprendedores nacientes permite estimar la TASA DE GESTACIÓN EMPRESARIAL en la población de cada una de las ciudades bajo estudio, con un error máximo de 10%.

A.2. Datos socio-económicos y de la vivienda

Una vez detectados los EN representativos de la población de cada ciudad bajo estudio, se recolecta información acerca de las características socio-ocupacionales de todos los individuos mayores de 18 años que habitan en los hogares seleccionados. Aquellos individuos que no reúnen las condiciones para ser considerados EN, son incluidos en un grupo control que representa a la población de cada ciudad que no tiene actualmente ideas empresariales en gestación.

A todos los integrantes de los hogares muestreados se les solicita la información respecto de:

- 1) Condición de actividad: ocupado, desocupado o inactivo.
- 2) Categoría ocupacional: asalariado, cuentapropista o empleador.
- 3) Estabilidad ocupacional: trabajo permanente o transitorio.
- 4) Nivel de educación formal.

¹ La empresa se considera iniciada o en operación cuando ha realizado ventas en forma regular o ha obtenido un *cash-flow* positivo por más de 3 meses. Esto es, los emprendedores que reúnan alguna de estas condiciones no son considerados EN sino empresas en funcionamiento.

Asimismo, se recaba la siguiente información respecto de la vivienda y de sus componentes:

- 1) Vivienda: tipo y propiedad.
- 2) Hogar: número de miembros y relación de parentesco.
- 3) Variables demográficas de los miembros: edad, género y estado civil.
- 4) Niveles de ingreso.

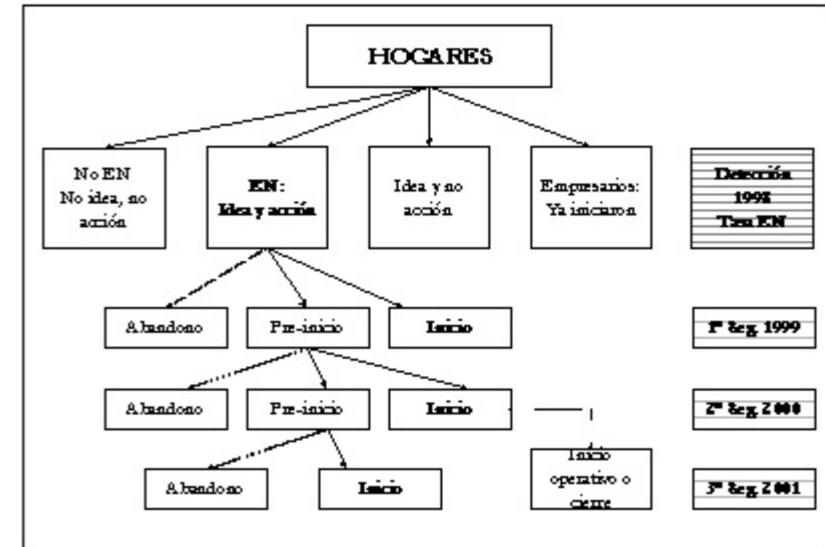
B. Segunda etapa

La segunda etapa metodológica consiste en seguimientos de los EN que conforman el panel, efectuados al primer, segundo y tercer año, los cuales brindan información sobre las distintas etapas del proceso de creación. Durante cada seguimiento se pueden identificar tres subgrupos:

- 1) Aquéllos que abandonaron la idea o no realizaron en ese período ninguna acción concreta para implementarla (abandonos).
- 2) Aquéllos que avanzaron con el emprendimiento pero todavía no han iniciado sus actividades (pre-inicios).
- 3) Aquéllos que iniciaron la empresa (inicios).

Las distintas fases de la metodología empleada se sintetizan en la Figura 2-1. A ella se hará referencia en los capítulos subsiguientes.

FIGURA 2-1
Metodología para la detección y seguimiento de EN



Fuente: Elaboración propia.

En el primer seguimiento (año 1999) se define al subgrupo (1) como grupo control y se lo compara con el (3), a fin de establecer los factores involucrados en el éxito o fracaso durante el pasaje de la etapa de gestación a la de infancia. En esta fase se estudian tanto las características diferenciales del emprendedor, sean éstas innatas o adquiridas en el medio socio-cultural de referencia, como las acciones realizadas para implementar el nuevo negocio, los tiempos insumidos y las inversiones realizadas, entre otros aspectos. Este análisis se presenta en los Capítulos 5 y 6.

A los 24 meses (noviembre 2000) se realiza un segundo seguimiento en el cual se estudia la evolución de aquellos emprendimientos que aún continúan en gestación. En esta instancia se focaliza el relevamiento sobre las empresas que se iniciaron en el año anterior, siendo el objetivo conocer la permanencia de las firmas en el mercado y su desempeño durante el primer año de vida. Los resultados se incluyen en el Capítulo 7.

Para analizar la permanencia, se clasifica a las empresas iniciadas en 1999 según continúen en actividad o hayan cesado durante el primer año de vida. Estas últimas son consideradas como grupo control para identificar los factores diferenciales relacionados a la supervivencia empresarial.

Para conocer el desempeño de aquellas empresas que permanecieron en actividad, se les solicita una evaluación de su *performance* en el primer período de funcionamiento, siendo las alternativas Bueno/Muy bueno y Regular/Malo. Sobre la base de las respuestas obtenidas se establecen dos grupos de empresas para analizar los factores asociados a dichos resultados.

Finalmente, entre los años 2001 y 2002, luego de tres años de la detección se realiza un último seguimiento que permite conocer la evolución general del panel de EN durante las distintas etapas del proceso de creación de una nueva firma. En esta última instancia se centra la atención sobre quienes no han podido implementar su proyecto y sobre quienes han podido sobrevivir a este período inicial tan traumático para la mayoría de las nuevas firmas, particularmente si el contexto macroeconómico es sumamente adverso. Los resultados se presentan en el Capítulo 8.

II. ALCANCE GEOGRÁFICO DEL ESTUDIO

La elección de las ciudades a estudiar –Córdoba, Mar del Plata, Bahía Blanca, Tandil y Rafaela– se efectúa atendiendo a la combinación de distintos factores. Los aspectos contemplados en la selección son la diversidad de tamaño, de estructuras productivas y el grado de dinamismo institucional, así como la cultura *entrepreneurial* de cada ciudad.

La ciudad de Córdoba es la segunda ciudad más grande del país –1.300.000 habitantes–, tiene una importante participación de las actividades industriales en su estructura productiva con especialización en la producción de maquinarias, equipos y automotores. Durante los años previos al estudio se consolida el conglomerado automotor con la radicación de empresas transnacionales como *Fiat*, *Renault*, *General Motors*, *Chrysler*, *Volkswagen* (Transax) y la fábrica de camiones *Fiat Iveco*. Existe, además, un grupo de aproximada-

mente 200 empresas autopartistas que abastecen a las terminales y al mercado de reposición nacional e internacional. Éstas elaboran productos tales como diferenciales, cajas de velocidad y amortiguadores, generando la instalación de industrias conexas de fabricación de maquinarias, herramientas, matrices y dispositivos diversos (Bolsa de Comercio de Córdoba, 1998)².

Aún cuando estudios locales hablan de la escasa formación de redes empresariales y de la falta de incentivos a la capacitación, de entrenamiento de RR.HH. y de una estrategia regional de desarrollo, la ciudad cuenta con un Plan Estratégico (PEC) y una Agencia para el Desarrollo Económico (ADEC) creada en 1997 con la participación de organismos públicos y privados y con objetivos claros de promoción de las actividades económicas.

Las actividades se agrupan en cuatro proyectos fundamentales: (a) apoyo a pequeños y medianos empresarios que incluye financiamiento y capacitación empresarial y laboral; (b) promoción internacional y apoyo al comercio exterior; (c) información para el desarrollo con un observatorio económico-ocupacional y (d) desarrollo territorial con un polígono industrial y un tecnoparque. Al interior de cada programa hay acciones específicas para la promoción del desarrollo local (Argañaraz, Olivero y Garzón, 1999).

Las ciudades de Mar del Plata y Bahía Blanca se seleccionaron por su tamaño mediano –550.000 y 280.000 habitantes respectivamente–, presentando ambas recientes esfuerzos de apoyo a las actividades productivas por parte de las instituciones locales. Mar del Plata tiene una estructura productiva basada en el sector servicios, especialmente ligados al turismo, esperándose, por lo tanto, una alta capacidad de generar nuevos emprendimientos. Ello es así por la evolución favorable de los precios relativos servicios/industria, dado en general más por el poder de mercado (ligado a la baja apertura a la competencia externa, escasa movilidad geográfica) que por el crecimiento de la

² A partir de 1998, el desplome de la producción automotriz perjudicó a la industria autopartista. En la Ciudad de Córdoba, dos terminales automotrices –*General Motors* y *Chrysler*– levantaron sus plantas y *Fiat* suspendió la producción de vehículos, situación que perdura en el 2002, en el que se finaliza el estudio (Motta y Zavaleta, 2004).

productividad, haciendo más atractivos dichos emprendimientos. A su vez, el hecho de tener el sector servicios mayores requerimientos de mano de obra que de capital, disminuye las barreras de entrada y facilita el ingreso al mismo (García Reche, 2003).

A su vez, Bahía Blanca posee una muy elevada participación del sector industrial en su producto bruto (43,7%), con alta especialización en la rama petroquímica y niveles de concentración del producto en las cuatro empresas de mayor tamaño que ascienden al 80%. Estas características de su estructura productiva hacen esperar una baja tasa de creación de nuevas firmas, dados los mayores salarios que suelen pagar las grandes empresas, así como la falta de nexos de subcontratación y la menor posibilidad de desarrollar capacidades empresariales por parte de los empleados en las firmas de esta rama industrial (Mason, 1991; Fothergill & Gudgin, 1982; Glasmeier, 1988).

Por último, se seleccionaron como ciudades de tamaño pequeño a Tandil y Rafaela –menos de 100.000 habitantes–. Ambas tienen una elevada participación del sector agropecuario en su estructura productiva –29,5% y 21,9%, respectivamente–, especialmente relacionada a la producción láctea.

Rafaela tiene una alta participación de las actividades industriales en el producto bruto local –40,1% vs. 31,1% en Tandil–. Se manifiesta allí una fuerte especialización en las ramas alimenticia –láctea y frigorífica– y metalmeccánica orientada a la producción de maquinaria para el agro y para la industria alimenticia, concentrando ambas ramas de actividad el 45% del producto bruto manufacturero y terciario local.

Las empresas alimenticias son de gran tamaño y muy pujantes; la producción de la industria metalmeccánica proviene predominantemente de pequeñas y medianas firmas, muchas de las cuales comenzaron como prestadoras de servicios de reparación y mantenimiento (Plan Estratégico de Rafaela, 1997). Sin embargo, los niveles de subcontratación en la industria local son bajos, estimándose que el 21% de las empresas destinan más del 25% de su producción a terceros (Municipalidad de Rafaela, 1997).

Por su parte, Tandil está especializada en la producción metalmeccánica –matricería, cilindros, radiadores y partes de automotores– la cual ha sufrido

una disminución de producción en las últimas décadas, representando en 1994 el 22% del producto bruto manufacturero y terciario. No obstante, Tandil tiene una universidad especializada en temas agrarios e ingeniería de sistemas, de las cuales se espera puedan surgir emprendimientos relacionados tanto a la tecnología de sistemas como a la biotecnología o a la producción agroalimentaria. A su vez, tiene una incipiente pero creciente actividad ligada al turismo.

La estructura institucional de esta ciudad se encuentra menos desarrollada que la de Rafaela. Esta última ha sido en los últimos 20 años un caso testigo en cuanto a dinamismo institucional y proyectos público-privados de inserción internacional –décadas del 80 y 90– que le permitieron a la ciudad mantener el nivel de actividad económica aún en períodos de crisis. Además, la formulación e implementación del primer Plan Estratégico en el año 1996, el cual genera un proyecto integral de desarrollo local.

En Tandil, recién en la última década se han realizado esfuerzos con miras a constituir un entramado institucional de apoyo al desarrollo del sector tecnológico-productivo. La selección de estas ciudades intenta, de esta forma, contemplar el impacto que tienen entornos institucionales de diferente grado de desarrollo sobre las actividades de creación de nuevos proyectos empresariales.

III. DISEÑO MUESTRAL PARA DETECCIÓN DE EMPRENDEDORES NACIENTES Y ESTIMADORES POBLACIONALES

En este apartado se presentan los pasos seguidos en la selección de los hogares a ser entrevistados para la detección de Emprendedores Nacientes. La metodología utilizada difiere entre las ciudades de Córdoba, Mar del Plata y Bahía Blanca, las cuales pertenecen a la muestra nacional de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) y cuentan con un marco muestral de

actualización permanente, y las ciudades de Rafaela y Tandil no incluidas en la EPH³.

En las ciudades incluidas en la EPH se ha utilizado la muestra existente para un primer relevamiento, realizándose luego una ampliación muestral. Esta necesidad de inclusión de un mayor número de hogares en la muestra se debe a la baja tasa de EN estimada en la prueba piloto que, con el tamaño muestral inicial, impide tener un número significativo de casos a ser analizados, incrementando el coeficiente de variación por encima del 10%.

En las ciudades de Rafaela y Tandil, al no existir al momento del relevamiento de detección un marco muestral ni una muestra utilizada en relevamientos poblacionales de carácter permanente, se diseñó una muestra específica⁴. Ello se explica en la Sección B.

El tamaño muestral por ciudad en el presente estudio oscila entre 2.100 y 2.400 hogares. La metodología de muestreo consiste en una muestra probabilística bietápica, tomada a partir de los hogares de las ciudades seleccionadas en las que el INDEC realiza la EPH y un muestreo simple al azar para las restantes ciudades.

A. Aglomerados con marco muestral de la EPH

En la onda de encuestas de agosto de 1998 realizada por el INDEC en los aglomerados de Bahía Blanca, Córdoba y Mar del Plata, se anexó al formulario de la EPH un conjunto de preguntas, con el objeto de identificar a los EN de esas localidades. Posteriormente, en el mes de noviembre, se realizó un relevamiento adicional para completar la muestra de detección de EN, ampliando la muestra a partir del mismo marco muestral pero contemplando un mayor número de viviendas. A continuación se presenta la

³ La EPH es realizada por el INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

⁴ En este diseño se contó con la colaboración de técnicos del Departamento de Muestreo del INDEC (octubre, 1998).

metodología utilizada por el INDEC para el diseño de la muestra de hogares a ser encuestados dentro de la EPH y la metodología usada para la ampliación de la misma.

A.1. Determinación del marco muestral: EPH

La incorporación de un aglomerado a la EPH parte de los datos provistos por los censos de población, que divide a cada localidad en fracciones y radios censales. El censo es tomado como base para la organización del marco muestral de la encuesta y se considera que un radio tiene un tamaño promedio de 300 viviendas. Cada radio censal proporciona información básica sobre cantidad de viviendas, de hogares y del total de población clasificada por género⁵. Para una mayor precisión se actualizan las cifras censales realizando recorridos en terreno y delimitando así la zona o envolvente del aglomerado.

Un aglomerado se define como un conjunto de radios censales que en ocasiones incluye más de una localidad, no necesariamente contiguas geográficamente, pero relacionadas de manera tal que constituyen una sola unidad socio-económica (e.g., Mar del Plata - Batán). El criterio de selección del marco muestral difiere según el tamaño del aglomerado: si es inferior a 50.000 habitantes se trabaja con un muestreo probabilístico en una sola etapa de selección, mientras que en los aglomerados con una población mayor, el muestreo se realiza en dos etapas.

Previo a la selección de hogares, los marcos muestrales se estratifican con el fin de satisfacer las necesidades de información y reducir la variabilidad de las estimaciones. Las variables utilizadas en la estratificación son: porcentaje de jefes de hogar sin instrucción o con primaria incompleta y porcentaje de jefes de hogar con estudios universitarios o superiores completos –e.g., los valores

⁵ Se define vivienda como cualquier albergue, fijo o móvil, que pueda ser utilizado para alojar personas. Se define hogar como una persona o grupo de personas, emparentadas o no, que habitan bajo un mismo techo y se asocian para proveer a sus necesidades alimenticias u otras esenciales para vivir.

establecidos para el estrato 1 de la ciudad de Mar del Plata son <10% y >15%, respectivamente–.

Debido a que los aglomerados bajo estudio presentan una población mayor a los 50.000 habitantes, se trabajó con un muestreo probabilístico en dos etapas de selección. En la primera etapa, los radios censales se ordenan según una serpentina geográfica, o Unidades de Primera Etapa (UPE), y se selecciona la muestra con una probabilidad proporcional a su tamaño medido en cantidad de viviendas ocupadas.

Una vez seleccionadas las UPE se realiza un listado completo de viviendas en campo y sobre el mismo se selecciona en forma independiente dentro de cada UPE una muestra de *n* viviendas (unidades de muestreo). Esto se efectúa mediante un procedimiento de selección sistemática con arranque aleatorio, de forma tal de obtener una muestra autoponderada, es decir cada vivienda tiene igual probabilidad de selección. De esta manera quedan conformadas muestras de 881 viviendas para Mar del Plata, 1.167 para Córdoba y 799 para Bahía Blanca.

A.2. Selección del segundo anillo muestral: ampliación de la muestra

El objetivo de este diseño muestral es obtener una muestra más amplia que la utilizada por la EPH, debido al escaso número de Emprendedores Nacientes detectados en el relevamiento de octubre de 1997 en Mar del Plata (prueba piloto). La ampliación de la muestra se realiza para las ciudades de Bahía Blanca, Córdoba y Mar del Plata. El nuevo anillo muestral fue seleccionado sobre el marco del INDEC que habitualmente se utiliza en encuestas poblacionales.

CUADRO 2-1
Número de viviendas seleccionadas

Aglomerado	Primera detección Agosto 1998 EPH	Segunda detección Noviembre 1998 Muestra ampliada	Tamaño muestral total
Córdoba	1.167	1.364	2.531
Mar del Plata	881	1.624	2.505
Bahía Blanca	799	1.293*	2.092

* Corresponde a agosto de 1999.

Fuente: Elaboración propia.

A.3. Estimaciones

Dado que la falta de respuesta puede generar distorsiones, se introduce un corrector de “No Respuesta” dentro de las fórmulas utilizadas para las estimaciones. Su construcción depende de las causas que la originaron y su naturaleza permite la definición de dos grupos.

CUADRO 2-2
Causas de no respuesta

GRUPO 1	GRUPO 2
Ausencia momentánea	Casa de fin de semana
Ausencia temporal	Casa deshabitada o demolida
Rechazo total	Casa o departamento en construcción
Rechazo parcial	Vivienda establecimiento
Otras causas	

Fuente: Elaboración propia.

Las causas del Grupo 1 indican una no respuesta real mientras que las del Grupo 2 se deben a desajustes en el marco muestral. Las viviendas que responden sumadas a los hogares que no responden por las causas enumeradas en el Grupo 1, constituyen el conjunto de viviendas efectivas. El factor de corrección, calculado a nivel de UPE y estrato, se define como:

$$C_{ki} = \frac{\text{viviendas efectivas}}{\text{viviendas que responden}}$$

siendo $h =$ estratos, $i =$ UPE. La expansión de la muestra se realiza utilizando un factor diferente para cada estrato socio-económico, el que se calcula como:

$$\text{Factor de expansión} = \frac{\text{viviendas en la población}}{\text{viviendas muestrales}}$$

Las fórmulas para estimar los totales y las varianzas se definen de la siguiente manera:

Valor de la variable	x_{kij}
Viviendas que responden	n'_{ki}
Corrector de no respuesta	C_{ki}
Cantidad de estratos	L
Total de la UPE	m_k
Factor de expansión	F_k
Total estimado	$\sum_{k=1}^L F_k \sum_{i=1}^{m_k} C_{ki} \sum_{j=1}^{n_{ki}} x_{kij}$
Varianza estimada	$\left(\sum_{k=1}^L F_k \right)^2 \frac{m_k}{m_k - 1} \sum_{i=1}^{m_k} (x_{ki} - \bar{x}_k)$
h = estratos = 1, ..., L; i = UPE = 1, ..., m _h ; j = vivienda = 1, ..., n' _{hi}	

B. Aglomerados sin marco muestral

B.1. Diseño de la muestra

Tanto para la ciudad de Rafaela como para Tandil, el objetivo de los diseños muestrales fue efectuar un único relevamiento. Se emplean como

punto de partida padrones de viviendas que contienen o bien la totalidad o bien un porcentaje elevado de los domicilios particulares de ambas ciudades.

Con el propósito de estimar la proporción de EN en la población con un coeficiente de variación de alrededor del 10%, se obtiene una muestra de 2.400 viviendas particulares para la ciudad de Rafaela y de 2.100 para la ciudad de Tandil. Para determinar el tamaño de cada muestra se define:

Proporción de EN (media)	p
Coefficiente de variación	$CV = \frac{DS}{p}$
Desvío estándar	$DS = \frac{\sqrt{p(1-p)}}{n}$
Promedio de personas por vivienda	\bar{x}
Total de viviendas en la muestra	$n_v = \frac{n}{x}$

Los valores resultantes se presentan en el Cuadro 2-3, pudiendo observarse en la última fila el número de viviendas incluidas en la muestra.

CUADRO 2-3

Datos muestrales correspondientes a Rafaela y Tandil

		RAFAELA	TANDIL
p	Proporción de EN	0	0
CV	Coefficiente de variación	0	0
\bar{x}	Promedio de personas por vivienda	3,00	3,42
n	Viviendas seleccionadas	2.398	2.100

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Censo de Población 1991.

En la ciudad de Rafaela, debido a que el marco muestral utilizado presentaba alrededor de un 10% de direcciones incorrectas –por ejemplo, direcciones repetidas, esquinas, direcciones incompletas– y teniendo en cuenta la no respuesta, se elevó el tamaño de la muestra un 15%, alcanzando a 2.400 viviendas. Para garantizar la representatividad de la muestra en el caso de presentarse inconvenientes durante el relevamiento, la misma se conformó por tres submuestras independientes denominadas réplicas.

Si bien cada una de las réplicas es representativa de la totalidad de las viviendas, es necesaria su agregación para lograr la precisión propuesta. Cada una de ellas se selecciona aleatoriamente en forma sistemática y se encuentra constituida por 800 viviendas para el caso de Rafaela y por 700 viviendas para el caso de Tandil. Designando con:

N	Cantidad de viviendas en el marco
n	Tamaño de la muestra en viviendas
n_r	Cantidad de réplicas
K_r	Intervalo de selección de cada réplica

se obtiene un intervalo de selección para cada réplica igual a:

$K_r = \frac{N}{\frac{n}{n_r}}$	
Rafaela:	$19.173 / (2.400 / 3) = 19.173 / 800 = 23,966$
Tandil:	$31.921 / (2.100 / 3) = 31.921 / 700 = 45,601$

B.2. Corrección y expansión de los valores muestrales

Para expandir los valores muestrales se utiliza un factor de expansión simple definido como:

$F = \frac{K_r}{n_r}$	
Rafaela:	$23,966 / 3 = 7,989$
Tandil:	$45,601 / 3 = 15,200$

A dicho factor de expansión se le incorpora una corrección por no respuesta y un ajuste por demografía. Como ya fue mencionado para el caso de las ciudades de Bahía Blanca, Córdoba y Mar del Plata, las causas de no respuesta son divididas en dos grupos, lo que permite definir cuáles de estas viviendas no encuestadas forman parte de las viviendas efectivas junto a las viviendas que respondieron.

		RAFAELA	TANDIL
V_r	Viviendas que respondieron	1.587	1.668
V_e	Viviendas efectivas	328	1.836
C	Factor de corrección por no respuesta	1,207	1,101

Utilizando el mismo procedimiento se calcula, además, un factor de corrección por no respuesta C_c para la muestra de control:

	Grupo Control	RAFAELA	TANDIL
V_{rc}	Viviendas que respondieron	497	263
V_{ec}	Viviendas efectivas	644	302
C_c	Factor de corrección por no respuesta	1,296	1,148

Para mejorar las estimaciones, se realiza un ajuste por demografía utilizando una fuente de información externa –proyección demográfica (P_{ry}) por ciudad–. Sea Z_c el valor estimado del total de la población que resulta de

multiplicar el total de personas en la muestra (x) por el factor de expansión y por la corrección por no respuesta:

$$Z_e = C \cdot F \cdot x$$

el factor de ajuste por demografía (D) resulta: $D = \frac{P_{99}}{Z_e}$

Los factores de ajuste por demografía obtenidos fueron los siguientes:

		RAFAELA	TANDIL
x	Total de personas de 18 años y más en la muestra	3.520	385
Z_e	Total estimado de personas de 18 años y más	33.933	63.661
P_{99}	Proyección de la población de 18 años y más (año 1998)	54.844	66.959
D	Ajuste por demografía	1,616	1,000

B.3. Estimaciones

Para obtener una estimación del total (X_e) para una determinada característica de la población a partir del valor muestral x , se procede de la siguiente manera:

$$X_e = D \cdot C \cdot F \cdot x$$

La ponderación para el total de la muestra (W) y para el grupo control (W_c), respectivamente, se definen como:

$$W = D \cdot C \cdot F$$

$$W_c = D \cdot C_c \cdot F_c$$

Aplicando las fórmulas precedentes, los ponderadores utilizados fueron:

		RAFAELA	TANDIL
W	Ponderador para el total de la muestra	15,581	17,598
W_c	Ponderador para el grupo control	50,040	121,000

IV. EMPRENDEDORES NACIENTES Y GRUPO CONTROL

Se considera como población de control a aquellas personas de 18 años y más que no eran emprendedores nacientes al momento del relevamiento. Con la finalidad de constituir un GC, en la ciudad de Rafaela se selecciona al azar una de las tres réplicas muestrales y en la ciudad de Tandil se selecciona una submuestra de 350 viviendas dentro de la primera réplica. En Mar del Plata, Bahía Blanca y Córdoba, el GC queda constituido por las personas de 18 años y más que respondieron la EPH en la salida de agosto de 1998 y que manifestaron no ser emprendedores nacientes.

Estas muestras son revisadas en un paso posterior, para ajustar las diferencias existentes en la estructura etaria entre los EN y GC. Un 30% del total de casos que forman parte del grupo control tienen edades superiores a los 55 años, mientras que en el grupo de emprendedores este porcentaje es del 9%, no existiendo ningún individuo mayor a 77 años. El ajuste se realiza eliminando del GC todas las personas cuya edad fuese superior a los 77 años y seleccionando al azar una de cada cuatro personas pertenecientes al estrato etario de 55 a 77 años. Finalmente, el estrato de edad superior a 55 años representa el 9,2% dentro del grupo control, consistente con la estructura del grupo de EN.

También se eliminan de la muestra los componentes del mismo hogar en el cual se detecte un emprendedor naciente. El tamaño final de la muestra, ya depurado el GC, se presenta en el siguiente cuadro.

CUADRO 2-4
Tamaño muestral del grupo control por ciudad
luego de la depuración

Ciudad	Tamaño
Córdoba	1.756
Mar del Plata	1.038
Bahía Blanca	957
Rafaela	816
Tandil	493

Fuente: Elaboración propia.

En el punto anterior se presentó la metodología de detección de los EN que conforman el panel, para cada una de las ciudades, y en este punto se explica la determinación del GC. A partir de acá, en el Capítulo 3 se avanza sobre otro de los objetivos del trabajo que es establecer las características de los EN en comparación con el GC tal como se ha determinado anteriormente.

BIBLIOGRAFÍA

- Argañaraz, N.; Olivero, M. y Garzón, J. (1999), *Córdoba productiva: la importancia de las PYMES*. Córdoba: IRREAL-UIC.
- Bolsa de Comercio de Córdoba (1999), *El balance de la economía argentina en 1998*. Córdoba: Eudecor.
- Dunne, T.; Roberts, M. & Samuelson, L. (1988), "Patterns of firms entry and exit in U.S. manufacturing industries". *RAND Journal of Economics*, 19 (4): 495-515.
- Fothergill, S. & Gudgin, G. (1982), *Unequal growth: Urban and regional employment change in the United Kingdom*. London: Heinemann.
- García Reche, A. (2003), *Política económica sectorial y estructural*. Valencia, España: Tirant lo Blanch.
- Glasmeier, A. (1988), "Factors governing the development of high tech industry agglomerations: A tale of three cities". *Regional Studies*, 22 (4): 287-301.
- Graña, F. (2000), *Creación de empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas*. Mar del Plata: Martín.
- INDEC (1995), Encuesta Permanente de Hogares, Manual de Instrucciones, Cuestionario Individual.
- Mason, C. (1991), "Spatial variations in enterprise: The geography of new firm formation". In Borrows, R. (ed.) *Deciphering the enterprise culture: Entrepreneurship, petty capitalism and the restructuring of Britain*". Ch. 5: 74-176. London: Routledge.
- Motta, J. y Zavaleta, L. (2004), "Factores de competitividad en la industria autopartista de Córdoba". *9ª Reunión Anual Red Pymes Mercosur*, UNGS. Publicado en Actas.
- Municipalidad de Rafaela, CFI, IPEC, Ministerio de la Producción de Santa Fe (1997), *Relevamiento del Sector Productivo 1996*.
- Plan Estratégico de Rafaela. www.rafaela.gov.ar/per.
- Reynolds, P. & Miller, B (1992), "New firm gestation: Conception, birth and implications for research". *Journal of Business Venturing*, 7.

- Reynolds, P.; Miller, B. & Maki, W. (1993), "Regional characteristics affecting business volatility in the United States 1980". In Karlsson, C.; Johannisson, B. & Storey, D. (eds.) *Small business dynamics*, pp. 78-116. London: Routledge.
- Reynolds, P. (1997), "Who starts new firms? – Preliminary explorations of firms in gestation". *Small Business Economics*, 9: 449-462.

CAPÍTULO 3

Características generales de los proyectos empresariales y de los emprendedores nacientes

Natacha Liseras y Ana Gennero de Rearte

I. PROYECTOS EMPRESARIALES

Este capítulo tiene como objetivo presentar las principales características de los 264 proyectos empresariales en gestación en las cinco ciudades bajo estudio, al momento de la detección de los emprendedores nacientes (EN). Los mismos exhiben una gran diversidad, tanto en su temática como en su dimensión. Al respecto, debe tenerse en cuenta que los atributos de la idea empresarial no son ajenos al posterior éxito o fracaso, ya sea en su implementación como en su desempeño futuro.

Una primera descripción de los proyectos empresariales, dada por el sector económico seleccionado para ser llevados a cabo, muestra que un 10% pertenece al sector primario, un 19% al sector secundario y el resto al sector terciario, con similares participaciones de actividades comerciales y de servicios al interior de este último.

Si bien el número de casos no permite una mayor desagregación de la rama de actividad, se realiza una apertura a dos dígitos de la Codificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) para facilitar la caracterización de los proyectos. Así, en el sector primario, los 27 emprendimientos se distribuyen

Características generales de los proyectos empresariales y de los EN

en tres grupos: cría y explotación de animales, actividades agrícolas –con 7 proyectos hortícolas– y apicultura.

CUADRO 3-1

Clasificación de los emprendimientos en el sector primario

Sector Primario	Casos	%
Cría y explotación de animales	11	40,7%
Agricultura	9	33,3%
Apicultura	7	25,9%
<i>Total</i>	27	100%

Fuente: Elaboración propia.

El elevado número de emprendimientos en la rama apícola en la ciudad de Tandil (5 casos) presenta una característica común, dada por el hecho de que los emprendedores detectados asistieron a cursos sobre la temática dictados por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

De los 51 proyectos en el sector secundario, el 25% pertenece a la construcción y el otro 75% a la industria manufacturera. Dentro de la industria, tal como se exhibe en el Cuadro 3-2, las ramas en las cuales se detectó un mayor número de proyectos son textil, alimenticia no pesquera y fabricación de artesanías, todas ellas con barreras a la entrada relativamente bajas y que no requieren mano de obra altamente capacitada. Asimismo, la intensa competencia existente en los mercados en los que se desarrollan dichas actividades disminuye el monto de los beneficios esperados, condicionando la supervivencia y posterior desempeño de las firmas.

CUADRO 3-2

Clasificación de los emprendimientos en el sector secundario

Sector Secundario	Casos	%
Construcción	13	25,5%
Industria manufacturera	38	74,5%
Textil	8	15,7%
Alimenticia no pesquera	7	13,7%
Artesanías	6	11,8%
Madera	4	7,8%
Metalmecánica	4	7,8%
Materiales de construcción	3	5,9%
Otras ramas	6	11,8%
<i>Total</i>	<i>51</i>	<i>100%</i>

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de los emprendimientos comerciales (92), sólo un 7% corresponde a proyectos de venta al por mayor –con dos tercios de los mismos vinculados a la actividad primaria– y un 9% se relaciona con el mantenimiento de automotores. Entre los comercios minoristas, se registran principalmente kioscos o polirrubros, venta minorista de alimentos y venta minorista de calzado e indumentaria. Todas estas actividades son de fácil ingreso, con inversiones requeridas de bajo monto y una alta tasa de rotación.

Finalmente, los 94 emprendimientos del sector terciario, pueden dividirse en cinco grandes grupos de actividades: servicios a empresas, servicios de salud –la mayoría de éstos a cargo de profesionales–, servicios de transporte y comunicaciones –remises, locutorios, radios–, gastronomía y servicios personales. Es en este sector donde las ideas empresariales muestran una mayor diversidad.

CUADRO 3-3

Clasificación de los emprendimientos en el sector comercial

Sector Terciario: Comercio	Casos	%
Automotores	8	8,7%
Venta mayorista	6	6,5%
Venta minorista	78	84,8%
Kioscos y polirrubros	17	18,5%
Alimentos	16	17,4%
Vestimenta	14	15,2%
Artículos para la construcción	4	4,3%
Otros	27	29,3%
<i>Total</i>	<i>92</i>	<i>100%</i>

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 3-4

Clasificación de los emprendimientos en el sector de servicios

Sector Terciario: Servicios	Casos	%
Servicios a empresas	16	17,0%
Transporte y comunicaciones	15	16,0%
Gastronomía	15	16,0%
Servicios de salud	11	11,7%
Servicios personales	10	10,6%
Enseñanza	6	6,4%
Turismo *	6	6,4%
Esparcimiento	5	5,3%
Inmobiliarias	4	4,3%
Informática	4	4,3%
Varios	2	2,1%
<i>Total</i>	<i>94</i>	<i>100%</i>

* Incluye servicios de hotelería, agencias de viaje y guía turístico.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la dimensión de los emprendimientos, ésta es muy difícil de definir al no conocer el monto de la inversión inicial. No obstante, una variable *proxy* utilizada para medir el monto de la inversión es el rango de ventas esperadas para el primer año de actividad, información disponible sólo para aquellos EN que no habían abandonado su proyecto al momento del primer seguimiento (un año después de la detección).

Al respecto –sobre un total de 118 respuestas–, se observa que las ventas anuales esperadas en el primer año (1999) son inferiores a \$24.000 para el 74% de los proyectos, lo cual ilustra su reducido tamaño (Cuadro 3-5). En el otro extremo, un 12% de los proyectos esperan ventas mayores a \$120.000 por año. La totalidad de los emprendimientos que a un año de la detección se iniciaron o aún intentaban iniciarse, pueden clasificarse de acuerdo a la definición de la Ley 25.300/01 como microempresas, puesto que poseen montos de facturación por debajo del límite para ser consideradas pequeñas empresas¹. Adicionalmente, todos los proyectos se limitan al mercado interno, hallándose altamente expuestos a los vaivenes de la economía nacional.

En síntesis, su reducido tamaño, su orientación al mercado interno y las bajas barreras a la entrada de los mercados elegidos para su implementación, ubican a los emprendimientos en una situación muy vulnerable ante la coyuntura por la que atraviesa la economía argentina, lo que requiere de una gestión muy acertada para poder iniciarse y sobrevivir a los primeros y más críticos años de vida.

Dada la falta de información disponible acerca de la magnitud de los proyectos empresariales que no lograron iniciarse, no se puede saber si aquellos proyectos más ambiciosos fueron los que luego se abandonaron, o si la distribución presentada en el Cuadro 3-5 es válida para los 264 emprendimientos detectados inicialmente. No obstante –y puesto que este grupo de emprendimientos será analizado posteriormente a continuación se presenta una clasificación por actividad.

¹ Sector agropecuario \$150.000; industria y minería \$500.000, comercio \$1.000.000 y servicios \$250.000 anuales de facturación.

CUADRO 3-5
Ventas anuales esperadas por sector de actividad

	Primario	Secundario	Comercio	Servicios	Total
< \$12.000	66,7% (8)	37,0% (10)	50,0% (16)	40,4% (19)	44,9% (53)
\$12.000 a \$24.000	16,7% (2)	29,6% (8)	21,9% (7)	36,2% (17)	28,8% (34)
\$24.001 a \$60.000	8,3% (1)	14,8% (4)	9,4% (3)	10,6% (5)	11,0% (13)
\$60.001 a \$120.000	8,3% (1)	0% (0)	6,3% (2)	2,1% (1)	3,4% (4)
> \$120.000	0% (0)	18,5% (5)	12,5% (4)	10,6% (5)	11,9% (14)
<i>Emprendimientos</i>	(12)	(27)	(32)	(47)	(118)

Fuente: Elaboración propia.

Dentro del sector primario, el emprendimiento de mayor envergadura está dedicado a la cría de porcinos. En la rama secundaria, los proyectos con ventas esperadas superiores a los \$120.000 anuales corresponden a las siguientes actividades: casas industrializadas, fabricación de pegamento para cerámicos, fabricación de álbumes de fotografía, elaboración de cerveza a la vista y fabricación de productos de confitería.

Entre los emprendimientos comerciales, todos los que tienen ventas proyectadas mayores a \$120.000 anuales son de venta minorista –ropa, comestibles, muebles para farmacia–. Si bien sólo se cuenta con información sobre la mitad de los proyectos vinculados con el mantenimiento de automotores, dada la reiteración de los mismos, puede suponerse que ninguno alcanza tal tamaño.

Finalmente, en el área de servicios, dos de los emprendimientos más importantes se vinculan con la informática. Los otros tres corresponden a hotelería, gastronomía y organización de eventos, ferias y espectáculos.

Dado que la distribución de emprendimientos por sector económico varía en las distintas ciudades, tal como lo muestra el Cuadro 3-6, cabe preguntarse acerca de las similitudes entre los proyectos en cada sector y la participación de dichos sectores en la respectiva estructura productiva local. En otras palabras, se intenta conocer en qué medida los emprendimientos tienden a reproducir la estructura productiva existente en cada una de las ciudades bajo estudio.

CUADRO 3-6

Estructura económica y distribución de emprendimientos
por ciudad y sector productivo

	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil
<i>PBG S.Primario</i>	2,3%	7,2%	2,8%	29,5%	21,9%
Emprendimientos Sector Primario	11,1% (6)	6,8% (4)	8,2% (4)	0% (0)	16,5% (13)
<i>PBG S.Secundario</i>	43,7%	41,4%	27,0%	40,1%	31,1%
Emprendimientos Sector Secundario	24,1% (13)	15,3% (9)	26,5% (13)	4,3% (1)	19,0% (15)
- Construcción	9,3% (5)	3,4% (2)	6,1% (3)	4,3% (1)	2,5% (2)
- Industria	14,8% (8)	11,9% (7)	20,4% (10)	0% (0)	16,5% (13)
<i>PBG Comercio</i>	31,6%	27,0%	36,8%	19,4%	29,0%
Emprendimientos Comercio	24,1% (13)	45,8% (27)	30,6% (15)	65,2% (15)	27,8% (22)
<i>PBG Servicios</i>	22,4%	24,4%	33,4%	11,0%	18,0%
Emprendimientos Servicios	40,7% (22)	32,2% (19)	34,7% (17)	30,4% (7)	36,7% (29)
<i>Emprendimientos</i>	54	59	49	23	79

() Número de emprendimientos por sector.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del CNE-94.

La distribución de los emprendimientos por sector de actividad no guarda, en general, una estrecha relación con las estructuras productivas locales. Ello resulta más evidente en las ciudades de Bahía Blanca y Rafaela.

Se observa que los emprendimientos en el sector primario tienen un mayor peso en las ciudades de Tandil y Bahía Blanca. Si bien en Tandil dicha participación es similar a la que posee la actividad primaria en la estructura económica (22%), para la ciudad de Bahía Blanca aquélla se encuentra muy por encima. Ello puede deberse a las fuertes barreras a la entrada que tiene la industria en esa localidad, las cuales desincentivan la gestación de nuevos negocios en tales actividades, forzando a que las oportunidades de mercado se

busquen en otros sectores. En este sentido, si bien una de las ciudades con mayor porcentaje de emprendimientos en la rama secundaria es Bahía Blanca, su incidencia equivale, aproximadamente, a la mitad de la participación de dicho sector en la estructura productiva local.

A excepción de Mar del Plata—donde la participación de los emprendimientos del sector secundario iguala a la del sector en la estructura productiva—, en las restantes ciudades se repite la situación anterior, siendo este fenómeno muy notorio en Rafaela, donde el sector secundario representa un 40% de su Producto Bruto Geográfico (PBG) y sólo un 4% de las ideas empresariales se ubican en el mismo.

Para los casos de Bahía Blanca y Rafaela puede inferirse que la baja generación de proyectos industriales y la falta de emprendimientos en ambas ciudades en la principal rama de especialización (Cuadro 3-7), evidencia los altos niveles de concentración en actividades lideradas por grandes firmas, las cuales no son buenas incubadoras de proyectos empresariales independientes².

Los proyectos industriales tienen, en general, períodos de maduración más prolongados y a su vez se desarrollan en sectores con mayores barreras a la entrada, lo cual implica también mayores barreras de salida. Ello genera un efecto negativo sobre el número de proyectos en términos relativos a otros sectores económicos (Burachik, 2000).

Por último, más del 65% de los proyectos corresponden al sector terciario. Éstos se caracterizan por bajas barreras de entrada, debido al menor tamaño de la escala mínima eficiente sectorial, así como menores requerimientos de capital y costos hundidos, lo cual torna más fácil la entrada al mercado. Sin embargo, es precisamente dicha configuración la que hace más sencilla la salida del mismo, exhibiendo el sector terciario una alta rotación. Los proyectos orientados a la prestación de servicios son particularmente importantes en la

² Rama de especialización refiere a la rama que concentra el mayor porcentaje del Valor Agregado Bruto (VAB) de cada ciudad. En cuanto al nivel de concentración, éste se mide por el porcentaje del VAB de la rama que es generado por las cuatro empresas más grandes.

ciudad de Córdoba, mientras que lo opuesto sucede en Bahía Blanca y Tandil –tienen similar peso en Mar del Plata y en Rafaela–. Si bien esta distribución sólo se adecua a la estructura productiva de Mar del Plata, es necesario notar las restricciones mencionadas previamente acerca de los proyectos en el sector industrial.

CUADRO 3-7

Número de proyectos en la principal rama de especialización industrial

	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil
Rama 1	Petroquímica 28,1% 0 proyectos	Maquinaria, equipo y au- tomotor 26,1% 0 proyectos	Elaboración de Alimentos 15,6% 5 proyectos	Elaboración de Alimen- tos 32,5% 0 proyectos	Maquinaria, equipo y au- tomotor 22,1% 2 proyectos
Grado de con- centración*	80%	77%	19%	60%	80%
VBP medio plantas que pro- ducen el 50%	\$250 mill.	\$600 mill.	\$12 mill.	\$65 mill.	\$8 mill.

* Porcentaje del VAB que concentran las cuatro principales empresas de la rama.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del CNE-94.

Cuando se analizan las ideas empresariales surgidas en cada una de las ramas de especialización productiva, se observa que Mar del Plata es la ciudad en la cual más ideas empresariales se gestaron en su principal rama de especialización (Cuadro 3-7). Ello podría explicarse por la naturaleza de las mismas, dado que la industria alimenticia de Mar del Plata posee un bajo grado de concentración productiva si se lo compara con Rafaela, siendo, por consiguiente, el ingreso menos restringido.

En este sentido, es precisamente en las ciudades con mayor concentración de sus actividades productivas donde se generan un menor número de

emprendimientos. Más adelante, este aspecto será retomado al analizar las diferencias espaciales en las tasas de gestación empresarial (Capítulo 4).

II. EMPRENDEDORES NACIENTES

Esta sección presenta las características socio-económicas de los emprendedores nacientes (EN), surgidas a partir de la información obtenida de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) para cada uno de los aglomerados bajo estudio. En primer lugar, se analiza la distribución de cada una de dichas características para los EN discriminados por ciudad, para luego compararla con la existente a nivel poblacional. El objetivo es establecer si los rasgos de los individuos con ideas empresariales son similares a aquéllos que prevalecen en la población de las ciudades bajo estudio o si los emprendedores se constituyen en un grupo con características particulares.

Entre los aspectos más generales a considerar se encuentra el género de los emprendedores. Estudios realizados en EE.UU. indican una sustancial diferencia en la distribución por género, con prácticamente el doble de hombres que de mujeres involucrados en el proceso de gestación de firmas (Reynolds *et al.*, 1997).

En el presente estudio, mientras un 59% de los EN son de género masculino (Cuadro 3-8), en la población total el 47% son hombres. Es decir, existe una distribución de emprendedores nacientes con una leve prevalencia de hombres con relación a la estructura poblacional. Sin embargo, las ciudades de Bahía Blanca y Tandil muestran una clara preponderancia de EN de género masculino.

La literatura señala que la edad característica de los emprendedores se encuentra entre los 25 y 44 años (Reynolds *et al.*, 1997). En efecto, un 58% de los EN pertenecen a dicho estrato etario. Puede observarse además que el rango de edad que prevalece es el de 25 a 34 años en todas las ciudades.

CUADRO 3-8

Distribución por género y ciudad de los EN
–% de hombres entre los EN y en el total de la población–

% varones	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil	Total
EN	72,7%	48,3%	52,7%	58,3%	63,2%	59,3%
Población*	48,9%	46,9%	46,9%	46,0%	48,2%	47,4%

* Los datos correspondientes a la población son estimados sobre la totalidad de individuos de la encuesta de EN.

Fuente: Elaboración propia.

Comparando los rangos de edad extremos, existe una mayor proporción de individuos adultos menores a 25 años que emprendedores mayores de 55 años (Cuadro 3-9), sin que haya ninguno de más de 65 años. El deseo de incursionar en la actividad empresarial parece más frecuente en personas más jóvenes, quienes tienen un horizonte temporal más largo en el cual proyectar la inversión y descontar el recupero de la misma. Sin embargo, y a diferencia de las personas de más de 55 años que ya han acumulado ingresos a lo largo de su vida, los más jóvenes disponen de menores recursos propios para destinar al nuevo emprendimiento, siendo éste un aspecto crítico para la implementación del proyecto en un país donde las fuentes de financiamiento externas son muy limitadas.

CUADRO 3-9

Distribución por edad y ciudad de los EN

	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil
18 a 24 años	14,5%	15,0%	12,7%	18,2%	18,4%
25 a 34 años	32,7%	35,0%	30,9%	40,9%	35,5%
35 a 44 años	21,8%	23,3%	25,5%	13,6%	27,6%
45 a 54 años	18,2%	20,0%	20,0%	22,7%	15,8%
55 a 64 años	12,7%	6,7%	10,9%	4,5%	2,6%

Fuente: Elaboración propia.

Si se compara la distribución etaria de los EN con la poblacional (Cuadro 3-10), puede observarse que no hay prevalencia en esta última del citado estrato de edad (25-34 años), existiendo en la pirámide poblacional una mayor proporción de individuos que superan los 55 años. Por lo tanto, la prevalencia de jóvenes de 25 a 34 años entre emprendedores es un rasgo que los distingue del resto de la población.

CUADRO 3-10

Distribución poblacional y de los EN por edad

	EN	Población*
18 a 24 años	15,7%	18,9%
25 a 34 años	34,3%	18,6%
35 a 44 años	23,9%	17,6%
45 a 54 años	18,7%	16,0%
55 a 64 años	7,5%	12,1%
65 años y más	0,0%	16,8%

* Los datos correspondientes a la población son estimados sobre la totalidad de individuos de la encuesta de EN.

Fuente: Elaboración propia.

Con relación al máximo nivel de educación formal alcanzado por el total de los emprendedores, se observa en el Cuadro 3-12 que el 45% ha incursionado en distintos niveles de educación superior, mientras que en la población un 37% alcanza dicho nivel.

Si se compara a quienes han completado su educación secundaria, se observa que un 67% de los EN versus un 43% de la población se encuentra en dicho estrato, dato que pone de manifiesto el mayor número de años de educación formal de los individuos que participan de actividades empresariales (Cuadro 3-12). A su vez, en la ciudad de Córdoba, donde la población presenta los niveles más elevados de educación superior entre las ciudades estudiadas, también tiene un mayor nivel de gestación empresarial y de emprendedores más educados.

CUADRO 3-11
Distribución por máximo nivel educativo formal alcanzado
y ciudad de los EN

	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil
Primaria completa	11,1%	15,3%	12,7%	9,5%	14,6%
Secundaria incompleta	25,9%	5,1%	21,8%	23,8%	25,3%
Secundaria completa	22,2%	25,4%	20,0%	19,0%	21,3%
Terciaria/Univ. incompl./ completa	40,7%	54,2%	45,4%	47,6%	38,7%

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 3-12
Distribución por máximo nivel educativo formal
alcanzado en la población y entre los EN

	EN	Población*
Primaria completa	13,3%	38,7%
Secundaria incompleta	20,1%	18,2%
Secundaria completa	22,0%	17,9%
Terc./ Univ. incompl./ completa	44,7%	25,2%

* Los datos correspondientes a la población son estimados sobre la totalidad de individuos de la encuesta de EN.

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a la condición de actividad de los EN, un 86% pertenece a la población económicamente activa (PEA). Surge claramente que quienes se involucran en actividades empresariales son mayoritariamente individuos ocupados. Esta elevada participación de ocupados entre los EN se mantiene en todas las ciudades a excepción de Córdoba, donde un 75% de los emprendedores están dentro de la PEA –ocupados más desocupados–,

siendo, por consiguiente, la ciudad con mayor número de inactivos involucrados en la gestación de firmas (Cuadros 3-13 y 3-14).

En cuanto a los desocupados, su participación oscila entre un 3% en Tandil y un 10% en Córdoba. Si bien varios autores han hipotetizado que el desempleo conduce a los individuos a intentar el inicio de un nuevo negocio (Storey, 1994; Reynolds *et al.*, 1994), los resultados hallados en este estudio no confirman dicha hipótesis. La participación de EN desocupados (7%) es notablemente menor a la tasa de desempleo promedio del período bajo estudio (12,8%)³.

CUADRO 3-13
Distribución por condición de actividad y ciudad de los EN

	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil
Ocupado	85,5%	64,4%	80,0%	82,6%	81,6%
Desocupado	9,1%	10,2%	9,1%	4,3%	2,6%
Inactivo	5,5%	25,4%	10,9%	13,0%	15,8%

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, la participación de la PEA dentro del total de la población desciende a un 58%. Pareciera haber un muy bajo involucramiento de individuos, tanto mayores de 55 años como inactivos, en las actividades empresariales.

³ Corresponde al promedio entre las tasas de desempleo de Mayo '98 y Octubre '98 para el total país.

CUADRO 3-14

Distribución por condición de actividad poblacional y de los EN

		EN	Población*
PEA	Ocupado	78,4%	51,6%
	Desocupado	7,1%	6,2%
PEI	Inactivo	14,6%	42,2%

* Los datos correspondientes a la población son estimados sobre la totalidad de individuos de la encuesta de EN.

Fuente: Elaboración propia.

El Cuadro 3-15 muestra la distribución de inactivos por género y edad entre los EN. Un hecho a resaltar es la prevalencia de las mujeres dentro de los inactivos, lo que permite inferir que gran parte de ellas son amas de casa. Ello puede relacionarse con la disminución de los ingresos del grupo familiar o la dificultad de encontrar trabajo en relación de dependencia, dando origen al “trabajador adicional”, característico de la década del noventa. Éste es un segmento de la población a tener en cuenta en políticas de fomento del emprendedorismo, considerando también las restricciones que puede generar la falta de experiencia laboral y emprendedora de las mujeres inactivas para el desarrollo de las actividades empresariales. En cuanto a la edad de aquellos EN no pertenecientes a la PEA (inactivos), solamente en la ciudad de Bahía Blanca un tercio son mayores de 55 años, en tanto que en las restantes ciudades la participación de este grupo etario es muy baja.

CUADRO 3-15

Distribución por género, edad y ciudad de los EN inactivos

	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil
Mujeres	100,0%	60,0%	33,3%	100,0%	91,7%
55 a 64 años	33,3%	13,3%	16,7%	0,0%	0,0%

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la distribución de migrantes dentro de los EN, resulta que sólo un 35% de los emprendedores son nativos de la ciudad donde emprenden y un 30% tiene más de 10 años de residencia en ella, pudiendo ser asimilado al primer grupo por su largo tiempo de residencia en la ciudad (Cuadro 3-16).

Comparando a los EN con la población total, surge que tanto los nativos como los migrantes de más de 10 años tienen prevalencia a nivel poblacional, sucediendo lo contrario para los migrantes de hasta 10 años. Es probable que el desplazamiento de su ciudad natal este relacionado al mayor dinamismo de estos individuos, su mayor propensión al riesgo y a la búsqueda de mejores ingresos, todas éstas características propias de quienes se involucran en actividades empresariales.

CUADRO 3-16

Distribución por tiempo de residencia poblacional y de los EN

	EN	Población*
Nativos	35,4%	45,8%
Hasta 5 años	22,7%	11,3%
De 6 a 10 años	12,3%	6,6%
Más de 10 años	29,6%	36,4%

* Los datos correspondientes a la población son estimados sobre la totalidad de individuos de la encuesta de EN.

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a los emprendedores que se hallaban ocupados al momento de haber iniciado acciones para llevar adelante un nuevo negocio, es importante analizar la distribución entre las distintas categorías ocupacionales (Cuadro 3-17), así como el tamaño de las firmas en las cuales se desempeñan al ser detectados como emprendedores (Cuadro 3-18).

CUADRO 3-17

Distribución por categoría ocupacional y ciudad de los EN inactivos

	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil	Total
Patrón o empleador	2,1%	10,8%	4,7%	5,3%	16,1%	8,7%
Cuentapropista	34,0%	48,6%	41,9%	47,4%	35,5%	39,9%
Empleado	63,8%	40,5%	53,5%	47,4%	48,4%	51,4%

Fuente: Elaboración propia.

Es notoria la preponderancia de EN que realizaban actividades independientes al momento de su detección. Mientras en la población de dichas ciudades un 33% promedio se halla ocupado como patrón o cuentapropista, un 48% de los EN pertenece a dicha categoría ocupacional. Ello podría estar en concordancia con las teorías del *self-employment*, según las cuales una elevada tasa de desempleo disminuye las posibilidades de conseguir empleo asalariado y orienta a los individuos al cuentapropismo (Knight, 1921; Oxenfeldt, 1943; Blau, 1987). Por otra parte, pone de manifiesto que quienes se involucran en nuevos proyectos empresariales, lo hacen a partir de la experiencia en emprendimientos previos. Ello, de alguna manera, podría favorecer un mejor desempeño a partir de las capacidades adquiridas anteriormente.

Trabajos previos también han encontrado que los esfuerzos para crear nuevas firmas se concentran en grupos con preponderancia de cuentapropistas y desocupados (Reynolds, 1997). En el presente estudio los desocupados no prevalecen entre los EN. Existe, sin embargo, un elevado porcentaje de individuos involucrados en actividades independientes, lo que pone de manifiesto la volatilidad de los proyectos empresariales.

En cuanto al tamaño del establecimiento en que los emprendedores desarrollan sus actividades al momento de gestar el nuevo proyecto, se observa que en un 82% de los casos se desempeñan en establecimientos pequeños de hasta 25 empleados. Discriminando por ciudad, el porcentaje más bajo se presenta en Bahía Blanca, donde un 26% de los individuos se desempeñan en

empresas de más de 25 empleados, valores en general muy superiores a la participación de la población en ese tipo de empresas.

CUADRO 3-18

Distribución del empleo de EN y población en empresas hasta 25 ocupados

	Bahía Blanca	Córdoba	Mar del Plata	Rafaela	Tandil	Total
EN	73,8%	86,1%	85,0%	80,0%	83,1%	84,2%
Población*	65,4%	68,7%	67,6%	56,3%	70,4%	67,7%

* Los datos correspondientes a la población son estimados sobre la totalidad de individuos de la encuesta de EN.

Fuente: Elaboración propia.

Ello pone de manifiesto que las empresas PyMES, en las cuales resulta más fácil adquirir una visión general del negocio y del funcionamiento de las distintas áreas, son buenas incubadoras de proyectos empresariales. Por consiguiente, los individuos que se desempeñan en ellas se encuentran mejor preparados para iniciar una actividad empresarial por cuenta propia. Este factor, resaltado por los enfoques del lado de la oferta del *entrepreneurship*, tiene una fuerte asociación con el número de proyectos empresariales gestados localmente, como se verá en el capítulo siguiente. A su vez, las empresas mas pequeñas suelen tener una escala salarial más baja que aquéllas de mayor tamaño y menores beneficios sociales en la contratación, lo cual podría inducir a sus empleados a involucrarse en proyectos propios.

En conclusión, los atributos personales y laborales que predominan en los EN con relación a las características de la población en general, son la pertenencia al estrato etario entre 25 y 44 años, el mayor nivel de educación formal, estar dentro de la población económicamente activa –preponderantemente ocupados–, ser migrantes recientes y desempeñarse al momento del inicio del negocio en actividades independientes o como empleados en establecimientos pequeños (menores de 25 empleados).

BIBLIOGRAFÍA

- Blau, D. (1987), "A time-series analysis of self-employment in the United States". *Journal of Political Economy*, 95 (3): 445-467.
- Burachik, G. (2000), "Cambio tecnológico y dinámica industrial en América Latina". *Revista de la CEPAL*, 71: 85-104.
- Knight, F. (1921), *Risk, uncertainty and profit*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Oxenfeldt, K. (1943), *New firms and free enterprise*. Washington, DC: American Council on Public Affairs.
- Reynolds, P.; Storey, D. & Westhead, P. (1994), "Cross-national comparison of the variation in new firm formation rates". *Regional Studies*, 28 (4): 443-456.
- Reynolds, P. (1997), "Who starts new firms? – Preliminary explorations of firms in gestation". *Small Business Economics*, 9: 449-462.
- Storey, D. (1994), *Understanding the small business sector*. London: Routledge.

CAPÍTULO 4

Diferencias espaciales en la gestión de ideas empresariales en la Argentina

Ana Gennero de Rearte, Fabiola Baltar y Natacha Liseras

INTRODUCCIÓN

En el estudio de las primeras etapas de la creación de nuevas firmas, se han encontrado no sólo diferencias entre países sino también entre regiones al interior de cada país. La pregunta que surge se relaciona con las razones por las cuales se agregan procesos locales tan diversos y en los cuales los factores relacionados a la creación de nuevas firmas manifiestan profundas diferencias. Las características locales de la acumulación en pequeña escala, las diferencias económicas, políticas y culturales que inciden en las actitudes y modos de vida de cada espacio local explican tanto la cantidad de vocaciones empresariales como también el tipo de nuevos emprendimientos y su capacidad de contribuir al desarrollo económico de cada espacio territorial.

Los resultados del presente estudio muestran tasas de gestación de nuevas firmas independientes con importantes diferencias entre ciudades. Se analizan por tanto, las razones por las cuales algunas localidades generan mayor cantidad de ideas empresariales que otras. Se identifican las diferencias que presentan los factores vinculados a la gestación de nuevas firmas en las ciudades analizadas y se las relaciona con las respectivas tasas de gestación empresarial.

La estructura de este Capítulo es la siguiente: en primer lugar, se analizan los factores relacionados a la creación de empresas y sus particularida-

des en cada espacio local. Luego, se evalúa su relación con las tasas de gestación de ideas empresariales en las distintas localidades. Por último, se efectúa una reflexión acerca del rol de las políticas de fomento a la natalidad empresarial y la necesidad de un diseño específico en cada espacio local.

I. MARCO CONCEPTUAL

Los lineamientos teóricos tradicionales que tratan de explicar por qué se crean empresas se encuentran en la literatura económica relacionada a la organización industrial. Las decisiones de entrada a una industria están explicadas por niveles esperados de beneficios mayores a los normales, teniendo el ingreso de nuevas firmas un efecto restaurador del equilibrio en mercados competitivos (Audretsch, 1995; Storey, 1982).

A su vez, la entrada de nuevas firmas es afectada por la existencia de barreras tales como economías de escala, requerimientos iniciales de capital, ventaja absoluta de costos y/o diferenciación de productos, incorporando en los modelos empíricos de entrada variables que intentan medir dichas características del mercado (Bain, 1956; Sylos Labini, 1962; Orr, 1974). En este sentido, se presume que existen industrias con elevadas barreras a la entrada cuando las firmas existentes tienen posibilidades de realizar acuerdos para minimizar las posibilidades de entrada, o cuando los requerimientos de capital inicial y/o las capacidades tecnológicas acumuladas por las firmas del sector son elevadas (Breschi *et al.*, 2000). Estos modelos tienen como punto focal para explicar la entrada de empresas, las condiciones del mercado que afectan dicha decisión (*pull factors*)¹.

¹ Es conveniente aclarar que el concepto de “entrada” hace referencia al establecimiento de una “nueva” empresa que construye o incorpora nueva capacidad instalada productiva, la cual no era utilizada con anterioridad al establecimiento de esa firma. Se excluye del concepto de entrada: (a) la adquisición de una empresa existente por otra, lo cual constituye un cambio de propiedad; (b) la expansión de la capacidad instalada de una firma establecida; (c) la entrada cruzada (Bain, 1956).

Sin embargo, el nacimiento de firmas independientes difiere en cierta medida de las características de entrada propuestas por la literatura tradicional. En este caso, inciden factores relacionados a las personas que toman la decisión de iniciar una nueva actividad empresarial y al entorno local que impulsa o facilita dichas decisiones, los cuales no son contemplados en el enfoque derivado de la organización industrial. Ello implica cuestionar la idea tradicional de la existencia de una cola continua de entrantes esperando fuera de la industria hasta que observen la persistencia de los precios sobre los costos medios de largo plazo, es decir, que toman sus decisiones sobre beneficios esperados en el futuro. En el enfoque tradicional, las características personales del fundador de la empresa y del ambiente en el cual éste se desenvuelve no parecen actuar como impulsores o facilitadores de nuevas actividades emprendedoras.

En este sentido, focalizar el análisis en los factores del mercado oscurece el proceso de toma de decisiones a nivel individual (Vivarelli & Audretsch, 1998)². A partir de estos cuestionamientos, se incorporan en el análisis de la creación de nuevas firmas independientes los enfoques desde el lado de la oferta que consideran otra serie de factores como los determinantes del fenómeno (*push factors*).

En primer lugar mencionaremos el enfoque del mercado de trabajo como complemento de la visión de la organización industrial, la cual trata de arrojar luz sobre las de decisiones individuales acerca del “empleo por cuenta propia” vs. la “entrada” al mercado (Knight, 1921). De este modo, los individuos

² Baumol (1968), en un clásico artículo en el tema del *entrepreneurship*, considera el hecho que en el análisis neoclásico o la programación lineal de la producción se investiga qué insumos deben ser usados en el proceso productivo, pero se asume que su oferta es determinada fuera del sistema. Aún cuando se tratara la incorporación de otros insumos en el proceso productivo, se definiría más claramente el rol del *entrepreneur* pero no se agregaría al análisis de los determinantes del nivel de oferta de *entrepreneurs*. Sin embargo, desde el punto de vista del diseñador de políticas públicas, el interés está justamente en qué determina la oferta de *entrepreneurs* y los medios que pueden ser usados para expandir dicha oferta.

económicamente activos pueden tomar decisiones de estar en uno de tres estados dentro del mercado de trabajo: desempleados, empleados bajo relación de dependencia o autoempleados, según los cambios en los precios relativos de cada una de las tres situaciones ocupacionales. Por lo tanto, un individuo desempleado, en un contexto de altas tasas de desempleo, optará por el autoempleo o por permanecer en su estado original.

Estos enfoques están orientados hacia la decisión ocupacional, considerando al cuentapropismo como una alternativa de trabajo u opción de carrera. Sin embargo, no consideran las características personales ni del entorno propias de cada espacio territorial como aspectos que pueden, ante situaciones similares, impulsar a los individuos a la toma de distintas decisiones.

Otras investigaciones en el campo del *entrepreneurship* (creación de organizaciones) se han centrado en el individuo o la persona del emprendedor, preguntándose por qué, bajo condiciones similares, algunos inician un negocio mientras otros no. Ello ha llevado a tomar al individuo como unidad de análisis y a las características de éste como factores explicativos de la creación de empresas –e.g., necesidad de logro, capacidad de controlar situaciones, autoconfianza, pensamiento intuitivo, necesidad de independencia y orientación a la acción– (McClelland, 1961; Litzinger, 1965; Mescon & Montanari, 1981)³.

Enfoques complementarios dentro del *entrepreneurship*, avanzan en el análisis y establecen que el individuo se desarrolla a través de su interacción social con otros individuos o grupos. Bendix (1956), considera que las

³ McClelland, un psicólogo social pionero en la temática, presenta un interesante argumento derivado de resultados de pruebas lógicas aplicadas a una gran variedad de culturas. Muestra que los *entrepreneurs* están motivados por su necesidad de logro –*need of achievement*– y no por el deseo de dinero. Personas con elevada necesidad de logro no obtienen mejores resultados cuando se le ofrecen sumas importantes de dinero, mientras que personas con baja necesidad de logro se comportan mejor cuando tienen buenas ofertas monetarias. Sin embargo, aún cuando mejores niveles de ingreso no parecen estimular a los *n-achievers*, un aumento en los beneficios marginales sí los motiva para seguir adelante, ya que son vistos como el resultado de logros personales.

experiencias de las primeras etapas de la vida pueden ser formativas para la creación de ambiciones personales, pero también durante la edad adulta y en su relación con el medio se van a ir generando nuevas ideas y ambiciones. De allí que las ideas entrepreneuriales podrán estar influidas tanto por el grupo social de pertenencia y las características familiares o educacionales, como por las experiencias ocupacionales previas o el entorno en que la firma se mueve (externalidades derivadas de un ambiente facilitador).

Se entiende por entorno empresarial el entramado de empresas, instituciones, valores y actitudes sociales enraizados en una localidad que estimulan la gestación y concreción de procesos emprendedores (Rearte, Lanari y Alegre, 1998). Tanto el entorno institucional como la cultura empresarial de la región son elementos del entorno empresarial que tenderían a impulsar y viabilizar nuevas ideas de negocios surgidas en el seno de una localidad.

Ningún factor aislado social ni psicológico moldea las motivaciones individuales que pueden variar a través de las distintas etapas de la vida. Desde este punto de vista, Gibb & Ritchie (1982), consideran al proceso de creación de empresas como un proceso social llevado a cabo por individuos que se “hicieron” a través de las distintas relaciones e influencias sociales ocurridas a lo largo de su vida.

Estos enfoques del *entrepreneurship* reciben la influencia de las ideas schumpeterianas que, a diferencia del enfoque tradicional, toman en consideración al fundador en la decisión de iniciar una empresa, al individuo que de la nada crea una idea y/o es capaz de introducir nuevos procesos, productos o tecnologías, quien, en definitiva, es agente de cambio⁴.

⁴ *Entrepreneurship* y creación de nuevas empresas no son sinónimos desde que muchos tipos de nuevas empresas tienen pocas o ninguna característica entrepreneurial (Schumpeter, 1961, p. 66). Muchos nuevos fundadores de empresas son imitadores de tecnologías y prácticas existentes más que innovadores, es decir, tienen más en común con el concepto marshalliano de organizador de la producción que con el schumpeteriano creador de nuevos productos o procesos (O’Farrell & Crouchley, 1984).

El Cuadro 4-1 presenta esquemáticamente los factores a considerar en el análisis comparativo en las distintas ciudades.

En este trabajo se considerarán tanto los factores que activan (“tiran”) la demanda de nuevos emprendimientos, es decir, que generan nuevas oportunidades de negocios, como aquellos que impulsan la oferta de ideas empresariales. Se parte de la hipótesis que ambos grupos de factores están relacionados a la gestación de empresas.

Sin embargo, y dado que la formación de nuevas firmas independientes es un proceso altamente localizado, se espera que dichos factores presenten diferencias entre ciudades. Por tanto, se trabaja sobre la hipótesis de que las diferencias existentes en la gestación de empresas entre ciudades se asocian a los factores que, tanto desde la oferta como de la demanda, se vinculan a la creación de empresas.

CUADRO 4-1

Factores relacionados al proceso de creación de empresas en espacios locales

Factores desde el lado de la Demanda (<i>pull factors</i>)	Factores desde el lado de la Oferta (<i>push factors</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Relacionados al mercado</i> Mercados de cada área: Estructura productiva sectorial Especialización productiva del área Barreras a la entrada: Economías de escala Concentración económica Beneficios esperados Tamaño de mercado local <ul style="list-style-type: none"> • <i>Relacionados al desempeño macroeconómico en relación a cada área</i> Evolución del desempleo Desempleo Apreciación de la situación económica Migraciones recientes	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Características individuales</i> Demográficas: Edad Migraciones Adquiridas: Experiencia ocupacional Educación <ul style="list-style-type: none"> • <i>Decisiones de ingreso</i> • <i>Entorno de apoyo</i> Dinamismo institucional Cultura empresarial

Fuente: Elaboración propia.

De hecho, uno de los estudios de mayor cobertura geográfica realizado en la temática por Reynolds *et al.* (1994) en siete países desarrollados, encuentra que si bien las tasas promedio de natalidad entre los mismos son similares, se presentan importantes diferencias inter-regionales al interior de cada país, abonando la tesis de que el proceso de creación está relacionado a las características propias de cada espacio local.⁵

Similares resultados obtuvieron Tödting & Wanzenböck (2003) en un estudio que sostiene que las diferencias espaciales se reflejan no sólo en los niveles de actividad existentes en cada región, sino también en las características estructurales de las empresas establecidas. Tanto la estructura económica como los factores institucionales de cada región son considerados determinantes de las diferencias regionales en la creación de nuevas firmas.

II. MODELO EMPÍRICO

En este apartado se diseña un modelo empírico que define una serie de variables e indicadores. Éstos están relacionados a los elementos de un esquema teórico que considera a los factores, tanto desde el lado de la demanda como de la oferta, ligados al proceso de creación de nuevas firmas.

A. Factores del lado de la demanda

Dentro de los factores que desde la demanda generan oportunidades para el inicio de nuevos emprendimientos se identifican, en primer lugar, aquellos relacionados a las características y estructura del mercado. Las características del mercado de cada área geográfica determinan las oportunidades más tradicionales de nuevas firmas, asumiendo que los nuevos negocios vendrán en las ramas de actividad en las que cada ciudad se especialice o en actividades relacionadas a ellas.

⁵ Aún con serias dificultades en la compatibilización de información entre países.

Se cree que las personas tienden a iniciar una actividad independiente dentro de la rama en la que se hallan empleadas y en las actividades en las cuales tienen experiencia. Ello les permite reconocer con mayor facilidad las oportunidades que se generen o crear nichos dentro la rama. Por ello, resulta relevante analizar las diferencias de las estructuras productivas entre las cinco ciudades. Se presentarán las estructuras productivas de los cinco partidos –a los que pertenecen las ciudades–, sobre la base de la participación de cada sector de actividad en el valor agregado total de cada partido.

Sin embargo, similares estructuras productivas con relación a los grandes sectores de actividad (primario, secundario y terciario) pueden presentar distintas oportunidades (Mason, 1997). Ello se puede deber a la especialización productiva del área, según la cual se analiza la existencia de un número muy reducido de ramas dominantes en la estructura económica local. La especialización productiva se mide a través de la participación de las cuatro primeras ramas en el Producto Bruto de cada ciudad.

Para estimar los efectos de la especialización productiva sobre la creación de nuevas empresas independientes en el área, es necesario tomar en cuenta la estructura de mercado de las ramas dominantes. Si las ramas en las que se especializa la ciudad responden a una organización de producción flexible, esto es, con reducido número de bienes producidos en una red de empresas subcontratistas y proveedoras de servicios locales, en principio se observarían niveles más reducidos de barreras a la entrada. Los resultados de un estudio realizado en el País Vasco indican que en los sectores donde se tiende más a la descentralización, por ejemplo por la vía de la subcontratación de actividades, se crean más empresas (Aranguren, 1998).

También es necesario considerar las barreras dadas por el tamaño mínimo eficiente requerido en las empresas del sector y por la concentración del insumo. Si existe una estructura productiva diversificada, pero la producción de cada rama de actividad está dominada por grandes empresas integradas que imponen barreras a la entrada de nuevas firmas, los costos de entrada serán más elevados.

En este sentido, las barreras a la entrada de cada rama de actividad son el elemento condicionante del ingreso de nuevas firmas al mercado. La existencia de economías de escala, el grado de integración de la producción e intensidad del capital, elevarán el costo de iniciar una nueva firma.

Un indicador utilizado en varios trabajos como *proxy* para medir la escala mínima eficiente de planta en una rama industrial, se construye como el tamaño medio de las plantas que son responsables del 50% del Producto de la rama (Comanor & Wilson, 1967; Caves & Porter, 1977; Audretsch, 1995). Otra medida utilizada es la determinación del tamaño de planta para el cual los costos medios son más bajos. Alternativamente, otros estudios han utilizado como indicador la participación del empleo en plantas de más 100 ocupados. Es decir, una elevada participación de la producción local en empresas de gran tamaño estaría mostrando un tamaño mínimo eficiente elevado y constituiría una barrera a la entrada, dado que la literatura muestra que el ingreso de nuevas firmas independientes es de reducido tamaño (O'Farrell & Crouchley, 1984). En ese caso, una ciudad impone barreras a las empresas de menor tamaño y, por lo tanto, se desalentará el ingreso de nuevas firmas. A su vez, este indicador es utilizado para medir la oferta de fundadores de empresas, ya que la experiencia ocupacional en plantas de mayor tamaño no genera habilidades entrepreneuriales ni el conocimiento del funcionamiento general del negocio.

En el caso de mercados altamente concentrados existe una barrera a la entrada dada por la posibilidad de reacción de las empresas existentes ante el ingreso de una nueva firma. Complementariamente, se puede utilizar un indicador de concentración productiva que mide la participación de las 4 (u 8) primeras empresas dentro del valor bruto de producción de cada rama, alcanzando niveles de concentración alta cuando el indicador es mayor al 75%, media-alta cuando toma valores entre 50 y 75%, media-baja entre el 25 y el 50% y baja si es menor al 25%.

Otra barrera frecuente a la entrada de nuevas firmas independientes es el desembolso de capital inicial que depende de la tecnología de la industria (capital vs. trabajo intensiva) y las dificultades para obtener el monto inicial de

capital requerido. Por ejemplo, Caves & Porter (1977), utilizan como indicador de intensidad del capital a la relación capital-trabajo. Dada la dificultad para medir el capital se incluye una medida *proxy* de los requerimientos de capital inicial dado por la sumatoria del pago por la retribución a la utilización del capital (intereses y amortizaciones) con relación al valor agregado en cada rama de especialización, ponderado por la participación del empleo de cada rama en el empleo total. De esta forma, a la vez que se presentan los requerimientos de capital de cada rama, se contempla el impacto que dicha barrera podría tener sobre la población de cada ciudad según la proporción de personal ocupado en la misma. Así, ciudades que están especializadas en ramas intensivas en capital, y con una baja participación en el empleo total, reducirán su impacto sobre los potenciales emprendedores⁶. Se espera que aquellas ciudades cuyas principales ramas de especialización sean capital-intensivas tengan una menor tasa de nuevos emprendimientos.

Como se mencionó en el punto anterior, los beneficios esperados luego de la entrada a una rama industrial no sólo son tenidos en cuenta en los enfoques del mercado de trabajo, sino que también son mencionados tradicionalmente como uno de los factores que generan atractivos para el ingreso al mercado, orientando las ideas de nuevos negocios hacia ramas con mayores beneficios esperados—la visión de los beneficios esperados por parte del nuevo emprendedor y de la magnitud de las barreras a la entrada pueden variar de una ciudad a otra—. El indicador utilizado para medir los beneficios esperados es la rentabilidad relativa de la rama, calculada como el promedio de los beneficios de la rama con relación al capital invertido de la misma. Dadas las dificultades que presenta la obtención de información respecto a esta última

⁶ Bain (1956) mostró empíricamente que hay cinco industrias con importantes requerimientos de capital que actúan como barreras a la entrada: automotriz, acero, refinación de petróleo, tractores y cigarrillos. Ello es particularmente importante para este estudio, ya que Bain centró sus estudios en “nuevas” empresas. Indudablemente, para firmas ya establecidas o pertenecientes a conglomerados económicos, no serían dichos requerimientos un impedimento para la entrada a la rama.

variable, se construye un indicador con la participación del beneficio en el valor agregado de la rama.

Sin embargo, es importante considerar la relación entre beneficios esperados y barreras a la entrada. En mercados de competencia perfecta, beneficios mayores a los normales atraerán entrantes, lo que hará disminuir los beneficios y se desalentará la entrada. En mercados imperfectos, aún con beneficios altos, las barreras a la entrada impedirán la entrada.

Con relación al tamaño del mercado, es de esperar que ciudades de mayor tamaño presenten mayores tasas de gestación de empresas, dado que la creación de nuevas firmas independientes es un fenómeno de raigambre local, especialmente en cuanto al mercado inicial del nuevo negocio. Esta variable se mide a través de la población de cada localidad, esperándose que las ciudades con menor tamaño de mercado tengan una menor tasa de gestación empresarial.

Por otra parte, no puede ignorarse el impacto de las políticas macroeconómicas sobre el atractivo que puede presentar la actividad empresarial para los potenciales entrantes. Tal como señala Audretsch (1995), ningún sector industrial es inmune a las influencias de las fluctuaciones macroeconómicas, aunque el impacto varía considerablemente de un sector a otro y de una localidad a otra.

Las variables que se consideran como explicativas del impacto diferencial de las políticas macroeconómicas en cada ciudad son el nivel de desempleo local relativo a la media nacional, la evolución del desempleo, la apreciación de la población acerca de las oportunidades de negocios que brinda la economía y, por último, la migración reciente como fenómeno que se acentúa en períodos recesivos.

Los indicadores utilizados son los siguientes: para medir el nivel de desempleo relativo a la media nacional se usa la razón entre la tasa de desempleo local y la tasa nacional. Un valor mayor a la unidad indicaría un desempeño de las actividades de la economía local menos satisfactorio que a nivel nacional y, por lo tanto, se espera un impacto negativo sobre los potenciales emprendedores de la ciudad. Sin embargo, desde la óptica de los modelos de *income choice*, implicaría una menor probabilidad de conseguir

empleo asalariado y un menor precio del trabajo asalariado en relación al precio del trabajo por cuenta propia. Desde este enfoque, se esperaría un impacto negativo sobre las actividades de gestación empresarial. En consecuencia, muchas veces la relación de esta variable a la tasa de gestación empresarial suele ser de difícil interpretación.

La evolución del desempleo se operacionaliza a través de un indicador que mide la variación de la tasa de desempleo en cada ciudad entre mayo de 1996 y mayo de 1998. Una mayor recuperación en los niveles de desempleo, o un menor incremento de los mismos en los últimos dos años, se espera que esté asociado a una mayor tasa de natalidad empresarial entre ciudades.

La apreciación que la población hace de las oportunidades de negocios que brinda la economía, se mide a través de una pregunta de opinión realizada en cada ciudad sobre una muestra poblacional. Se solicita opinión acerca de la existencia de buenas oportunidades de negocios en el mercado en los próximos meses. Se espera que ciudades en las que su población tenga una mejor apreciación del entorno macroeconómico de negocios contribuyan a un mayor número de ideas empresariales.

Finalmente, las migraciones recientes de cada ciudad son consideradas como un atractivo ejercido por la región debido a una situación económica favorable y se miden con un indicador que relaciona la población económicamente activa (PEA) migrante en los últimos dos años con la PEA total.

El Cuadro 4-2 resume las variables, indicadores e hipótesis formuladas sobre los factores que podrían activar la demanda de nuevas empresas en el mercado.

CUADRO 4-2

Factores relacionados a la demanda de nuevos emprendimientos:
Variables, indicadores e hipótesis utilizados para su estimación

FACTORES DEL LADO DE LA DEMANDA		
RELATIVOS A LA ESTRUCTURA DEL MERCADO		
Mercados de cada área		
VARIABLES	INDICADORES	HIPÓTESIS
Estructura productiva sectorial	Participación de las actividades industriales en el Producto Bruto Geográfico (PBG) de cada ciudad.	En ciudades donde la participación de la producción de manufacturas en el PBG es menor, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
Especialización productiva sectorial	Participación de la primera rama, según valor agregado (VA), en el VA de cada ciudad.	En ciudades donde el grado de especialización de las actividades económicas es menor, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
Barreras a la entrada		
Economías de escala	Valor bruto de producción (VBP) promedio de plantas que producen el 50% del VBP de la rama (EE_1).	En ciudades donde las ramas prioritarias tienen tamaños mínimos eficientes elevados, existe una menor tasa de gestación de firmas.
	Número de ocupados promedio en plantas que producen el 50% del VBP de la rama (EE_2).	
Concentración económica	Participación de las cuatro y ocho primeras plantas en el VBP de cada rama.	En ciudades donde las ramas prioritarias están altamente concentradas, existe una menor tasa de gestación de firmas.
Otros		
Tamaño del mercado local	Población de cada ciudad.	En ciudades con mayor población, la tasa de gestación es mayor.

RELACIONADOS AL DESEMPEÑO MACROECONÓMICO		
Impacto local del desempeño macroeconómico		
Desempleo	Relación entre la tasa de desempleo local y la tasa de desempleo para el total del país, en el mismo período.	En ciudades con tasas de desempleo local relativamente menores a la media nacional, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
Evolución del desempleo	Variación porcentual de la tasa de desempleo local.	En ciudades donde la tasa de desempleo local ha tenido una mayor disminución o menor crecimiento, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
Apreciación de la situación económica	Porcentaje de respuestas positivas a la pregunta: “¿Cree que existen en el mercado buenas oportunidades de negocios?”	En ciudades donde hay una mejor evaluación de las condiciones de la economía, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
Migración reciente	Proporción de individuos de la PEA migrante de los últimos dos años sobre la PEA total.	En ciudades donde la migración de los últimos años ha sido mayor, existe una mayor tasa de gestación de firmas.

Fuente: Elaboración propia.

B. Factores del lado de la oferta

Las variables consideradas para explicar el comportamiento de los factores que afectan la oferta de fundadores de empresas son las características de la población de cada ciudad. Así, ciudades en cuya población prevalezcan las características personales –tanto innatas como adquiridas socialmente– necesarias para involucrarse en actividades económicas independientes, tendrán una mayor probabilidad de tener mayores tasas de gestación de ideas empresariales.

Dada la complejidad de la medición de rasgos innatos de la personalidad de los individuos, especialmente para toda la población, se trabaja sólo sobre variables demográficas y sobre las características de la población adquiridas en su experiencia ocupacional o en su educación formal.

La primera variable demográfica considerada es la importancia relativa de edades medias en la población de cada ciudad. Se mide a través de un indicador que relaciona los habitantes entre 25 y 44 años con el total de la población. La elección de este rango de edad responde a los resultados de estudios anteriores que lo señalan como prevaeciente entre los fundadores de empresas.

La segunda variable demográfica tomada en consideración es la migración, la cual refleja el crecimiento en la oferta de fundadores de empresas (Reynolds, 1994). Esta variable puede estar conectada a características individuales orientadas a la toma de riesgos y la capacidad de enfrentar nuevos desafíos; ambos rasgos son innatos y están habitualmente presentes en quienes inician nuevos emprendimientos. La variable se operacionaliza en un indicador que relaciona la cantidad de migrantes económicamente activos de cada ciudad con relación a la PEA.

Entre las variables que reflejan las características individuales adquiridas en la interacción social con otros individuos o instituciones, se consideran aquéllas relacionadas a la experiencia en el trabajo y a la educación formal. La experiencia ocupacional de la PEA es un importante factor a tener en cuenta en las probabilidades de una región de generar un mayor número de vocaciones empresariales. En este sentido, se utilizan dos indicadores: (a) el primero de ellos mide la participación de trabajadores por cuenta propia en el total de ocupados y estima la mayor experiencia de la población en actividades independientes; (b) el segundo indicador es la proporción de ocupados en plantas de hasta 25 trabajadores en el total de ocupados y mide la experiencia de la población en empresas de reducido tamaño en las que el empleado adquiere una visión del funcionamiento general del negocio y de las distintas áreas de la empresa.

En la medición de la educación formal de la población se utiliza un indicador que establece la participación de los individuos económicamente activos con secundaria completa y educación superior –terciaria o universitaria– completa o incompleta en el total de la población. Se espera que ciudades

con tasas más elevadas de individuos más educados tengan una mayor tasa de gestación de ideas empresariales.

En cuanto al incremento de la oferta de individuos con ideas de iniciar actividades independientes, provenientes de una decisión sobre ingresos comparados entre actividades en relación de dependencia, nivel de desempleo y actividades por cuenta propia, se utiliza un indicador que mide el salario medio de cada ciudad ponderado por la probabilidad de estar desocupado. Cuanto mayor es el salario medio ponderado de una ciudad, menor es la tasa de gestación empresarial esperada. Ante igualdad de salarios medios, una mayor tasa de desempleo o su evolución desfavorable, orientará las decisiones individuales hacia una actividad por cuenta propia.

Por último, se considera el entorno empresarial local como elemento impulsor de actividades emprendedoras. En este estudio se analizan en primer lugar el entorno institucional y posteriormente, la cultura empresarial de la región.

El entorno institucional se estudia a través de varios indicadores⁷. El primero de ellos mide la dotación institucional de cada ciudad con funciones específicas para apoyar al desarrollo empresarial y tecnológico. Éste relaciona la cantidad de instituciones que generan actividades de apoyo a la gestión empresarial y/o al desarrollo productivo-tecnológico de cada espacio local con el total de instituciones de la ciudad. Al respecto, un estudio efectuado en el País Vasco concluye que si bien el alto nivel tecnológico de un sector desincentiva la creación de unidades económicas, la mayor presencia de entidades externas a la empresa –tales como universidades o centros tecnológicos– que puedan cubrir sus necesidades tecnológicas, tiene un efecto favorable sobre la entrada de empresas en el sector (Aranguren, 1998).

El otro indicador mide el dinamismo institucional sobre la base del número de instituciones de creación reciente o con cambios radicales en sus

⁷ Sólo se los pudo aplicar en las ciudades de Tandil y Rafaela por falta de información en el resto de las ciudades.

funciones habituales durante los últimos años. Éste permite captar la adecuación institucional a los cambios del entorno.

En segundo lugar, la cultura empresarial se refiere a la prevalencia de actitudes, valores y creencias de los individuos de una sociedad y define un contexto social donde las conductas empresariales son estimuladas (Mason, 1997; Johannisson, 1984). En este sentido, gran parte de las características de la población de una ciudad están íntimamente ligadas a su estructura y especialización productiva y ocupacional, a su dinamismo económico y a una serie de valores sociales. Ellos son los que han ido generando a través del tiempo distintos modos de vida y actitudes enraizadas en la población orientadas hacia las actividades emprendedoras (Illeris, 1986; Mason, 1991)⁸. Gran parte de los factores mencionados anteriormente contribuyen a generar una cultura particular en cada ciudad. Los efectos de todos esos factores sobre los comportamientos de los individuos en torno a las actividades empresariales se manifiestan justamente en las opiniones de la población de cada ciudad.

Aún cuando las investigaciones en el tema acuerdan en la complejidad de medición de la cultura empresarial de una región o ciudad, hay una serie de indicadores que intentan una aproximación a la misma. En este trabajo se construyen varios indicadores sobre la base de preguntas de opinión obtenidas de una muestra representativa de la población de cada localidad, acerca de su concepto sobre las actividades empresariales.

El primero de ellos es relativo a la existencia, en el entorno cercano de los individuos de una ciudad, de modelos de rol y de una visión de las actividades empresariales como alternativa válida y real de ocupación. El indicador se construye con las respuestas positivas a la pregunta si tiene amigos o familiares que sean empresarios.

⁸ Tal el caso de los modos de vida habituales de la población de una ciudad, como la realización de actividades por cuenta propia, el predominio de pequeñas empresas en la estructura productiva y ocupacional, los niveles y el tipo de educación, etc.

El segundo indicador es acerca del respeto y reconocimiento de quienes realizan actividades empresariales. Está constituido con las respuestas afirmativas a la pregunta si los empresarios que conoce le merecen respeto y admiración.

El tercero avanza sobre el posible involucramiento de un familiar en actividades empresariales e implica un mayor compromiso acerca de la participación en actividades independientes. Se construye con las respuestas positivas a la pregunta: “si le gustaría que sus hijos o familiares cercanos se involucrasen en una nueva empresa”.

El último es relativo a su propio involucramiento en el pasado en actividades de gestación empresarial. Aborda una situación real para contrastar con las opiniones anteriores, reflejando el *gap* que se puede producir entre reconocimiento y generación de ideas y entre generación de ideas y acción. Se construye sobre el porcentaje de respuestas positivas a la pregunta si alguna vez consideró seriamente en iniciar un negocio. En definitiva, todos estos indicadores tratan de medir la cultura empresarial de una ciudad mediante:

- 1) el reconocimiento de las actividades empresariales;
- 2) la consideración de ideas de nuevos negocios por parte de la población;
- 3) el paso de las ideas a la acción.

CUADRO 4-3

Factores relacionados desde la oferta a la gestación empresarial:
Variables, indicadores e hipótesis utilizados para su estimación

FACTORES DEL LADO DE LA OFERTA		
CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES		
Características demográficas		
Variables	Indicadores	Hipótesis
Edad	Proporción de individuos entre 25 y 44 años en el total de la población.	En ciudades donde una mayor proporción de la población tiene entre 25 y 44 años, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
Migración	Total de individuos ocupados y desocupados migrantes sobre la población económicamente activa (PEA) total.	En ciudades donde una mayor proporción de la población es migrante, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
Características adquiridas de la población		
Experiencia ocupacional	Proporción de los patrones y trabajadores por cuenta propia en el total de ocupados.	En ciudades donde una mayor proporción de la fuerza laboral se halla empleada en cargos relacionados con la toma de decisiones, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
	Proporción de ocupados en plantas de hasta 25 trabajadores en el total de ocupados.	En ciudades donde una mayor proporción de la fuerza laboral se halla ocupada en pequeñas plantas, existe una mayor tasa de gestación de firmas.
Educación	Proporción de individuos de la PEA con educación secundaria completa y terciaria o universitaria completa e incompleta, sobre la PEA total.	En ciudades donde una mayor proporción de la población posee educación media o superior, existe una mayor tasa de gestación de firmas.

ENTORNO DE APOYO		
Entorno Institucional		
Especificidad institucional	Proporción de instituciones que generan actividades de apoyo a la gestión empresarial y/o al desarrollo productivo-tecnológico con relación al total de instituciones de la ciudad.	En ciudades con mayor número relativo de instituciones relacionadas a funciones de apoyo productivo, tecnológico y/o empresarial, mayor será la gestación de empresas.
	Razón entre el número de instituciones en dos ciudades clasificadas según su función.	
Dinamismo institucional	Razón entre el número de instituciones creadas o con cambios radicales a partir de 1991, con relación al total de instituciones.	En ciudades con mayor número de instituciones de apoyo, mayor será la gestación de nuevas firmas.
Cultura empresarial	Porcentaje de respuestas afirmativas a la pregunta de si el individuo tiene amigos o familiares empresarios.	En ciudades con un mayor número de respuestas a cualquiera de los 4 ítems, se espera un mayor reconocimiento de las actividades empresariales y una mayor tasa de gestación.
	Porcentaje de respuestas afirmativas a la pregunta de si al individuo los empresarios que conoce le merecen respeto y admiración.	
	Porcentaje de respuestas afirmativas a la pregunta de si al individuo le gustaría que sus hijos o familiares cercanos se involucrasen en una nueva empresa.	
	Porcentaje de respuestas afirmativas a la pregunta de si el individuo alguna vez consideró seriamente iniciar un negocio.	

Fuente: Elaboración propia.

El Cuadro 4-3 resume las variables, indicadores e hipótesis formuladas sobre los factores que podrían impulsar la oferta de capacidades empresariales en el mercado.

Sobre la base de los indicadores especificados en el apartado anterior, se calcula el valor de las variables consideradas en el modelo empírico para cada

una de las cinco ciudades incluidas en el estudio⁹. A fin de detectar si existen diferencias significativas entre las ciudades, se realizan pruebas chi-cuadrado (Ver Anexo de Técnicas Estadísticas).

A partir de las variables –representativas de los factores asociados a la creación de firmas– que presentan diferencias estadísticamente significativas entre ciudades, se calculan coeficientes de correlación simple. De este modo se determina la magnitud y sentido de la relación entre dichas variables y las tasas de natalidad estimadas para cada una de las ciudades¹⁰.

III. RESULTADOS OBTENIDOS

En el Cuadro 4-4 se presentan las tasas de gestación de nuevas empresas en las cinco ciudades bajo estudio.

CUADRO 4-4
Tasas de gestación empresarial

Ciudades	Población entre 18 y 55 años y 1/5 > 55 años	Emprendedores Nacientes	Tasa de gestación
Córdoba	716616	23518	3,3%
Tandil	53892	1422	2,6%
Bahía Blanca	154147	3138	2,0%
Mar del Plata	310206	5645	1,8%
Rafaela	40482	384	0,9%
PROMEDIO			2.1%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

⁹ En el caso de algunas variables, su estimación se hizo sólo para algunas de las ciudades en estudio debido a deficiencias o no disponibilidad de la información requerida.

¹⁰ Las fuentes de información utilizadas son: Censo Nacional Económico 1994 (CNE-94) con información desagregada a dos dígitos y Encuesta Permanente de Hogares (EPH).

Las tasas de gestación promedio son bajas, si se las compara con las estimadas a nivel país, no sólo en Argentina sino en otros países. Estudios realizados por el *Global Entrepreneurship Monitor* (Arenius & Autio, 2000) en 21 países, con una metodología similar, estiman tasas mayores al 8% para EE.UU., Australia y Brasil; y menores al 2% para Suecia, Francia, Japón, Irlanda, Finlandia, Bélgica y Singapur. Para Argentina se obtiene una tasa del 6%, mostrando el elevado peso de lo que sucede en Capital Federal y el Gran Buenos Aires.

En este sentido, estudios realizados con diferente metodología por Reynolds (1994) en distintas regiones de varios países europeos y EE.UU., muestran que las tasas de creación de nuevas firmas presentan importantes variaciones entre regiones de un mismo país¹¹. Similares resultados se obtuvieron en investigaciones realizadas por otros investigadores en diferentes países (Mason, 1991; O'Farrel & Crouchley, 1984; Davidsson, 1993; Hart & Gudgin, 1992).

Todos ellos se preguntan cuáles son las razones por las que se agregan injustificadamente procesos locales tan diversos y muchas veces contradictorios. Estos estudios concluyen que la característica eminentemente local de la acumulación en pequeña escala y las diferencias económicas, políticas, culturales de cada espacio local, que inciden en las actitudes y modos de vida de la población, explican las diferencias espaciales en las tasas de natalidad empresarial.

La investigación presentada en este Capítulo, en vez de estimar una tasa promedio de gestación empresarial para todo el país, se propone estudiar las diferencias espaciales en dichas tasas. A continuación se presentan los resultados obtenidos acerca de los factores que podrían estar relacionados a las diferencias en tasas de gestación de nuevas firmas.

¹¹ Las diferentes fuentes de información utilizadas en cada país, aún frente a los esfuerzos de armonización de los datos, dejan dudas en la comparación entre países. Sin embargo, las comparaciones entre regiones de un mismo país aparecen más confiables.

A. Factores del lado de la demanda

Siguiendo el modelo empírico presentado en el apartado anterior, se presenta en el Cuadro 4-5 la estructura productiva de cada ciudad. Ésta permite conocer la participación de las grandes divisiones de actividad económica en el producto bruto geográfico (PBG)¹².

CUADRO 4-5
Estructura productiva sectorial
–participación de las actividades sobre el PBG–

	Actividades Primarias	Actividades Secundarias	Comercio	Servicios
Mar del Plata	2,8%	27,0%	36,8%	33,4%
Córdoba	7,2%	41,4%	27,0%	24,4%
Bahía Blanca	2,3%	43,7%	31,6%	22,4%
Rafaela	29,5%	40,1%	19,4%	11,0%
Tandil	21,9%	31,1%	29,0%	18,0%

Fuente: Elaboración propia sobre datos del CNE-94 y CNA-88. Ver detalles en el Anexo al final de este Capítulo.

La ciudad de Mar del Plata tiene una estructura productiva basada en las actividades del sector terciario. Las ciudades de Córdoba, Bahía Blanca y Rafaela tienen una elevada participación relativa del sector manufacturero en el producto total (PBG) y, a su vez, Rafaela junto con Tandil poseen un

¹² La estimación del PBG de cada ciudad fue realizada excluyendo actividades en las que no es posible realizar emprendimientos independientes (administración pública, servicios financieros, electricidad, luz y agua). Ello permite la comparación con la estructura de los emprendimientos detectados en cada localidad, tratando de analizar en qué medida reproducen la estructura productiva existente (ver Capítulo 3).

importante sector primario, dedicado en ambos casos a la producción lechera, siendo ambas centro de importantes cuencas lecheras en su zona¹³.

Los resultados de otros estudios (Reynolds *et al.*, 1994) que miden la natalidad empresarial en manufactura separadamente del resto de los sectores, estiman tasas mayores en estos últimos que en la industria manufacturera. Por lo tanto, se hipotetiza que Córdoba, Bahía Blanca y Rafaela deberían tener las menores tasas de gestación, dada la importancia relativa de sus actividades industriales. Sin embargo, los resultados muestran que no hay asociación entre tasas de gestación e importancia del sector secundario. A su vez, en Mar del Plata, con un fuerte sector terciario, se esperaba una elevada tasa de gestación respecto al resto de las ciudades y, por el contrario, los resultados muestran la tasa más baja después de Rafaela.

En este sentido, es importante analizar con más detenimiento las características de las principales ramas de actividad productiva en cada ciudad, tratando de encontrar aquellos aspectos que promueven o inhiben la generación de nuevos proyectos.

En el Cuadro 4-6 se presentan las ramas de especialización más importantes de cada ciudad, según su contribución al valor agregado. Estos son en todos los casos actividades manufactureras y presentan importantes diferencias entre ellas.

¹³ Más detalles en el Capítulo 3.

CUADRO 4-6

Especialización productiva:

Participación de la principal rama de actividad en el PBG

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
Tasas de Gestación Empresarial	1,8	3,3	2,0	0,9	2,6
Principal Rama de Actividad	Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco (15,6%)	Maquinaria, equipo y vehículos automotor (26,1%)	Fabricación de productos químicos y derivados del petróleo (28,1%)	Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco (32,5%)	Maquinaria, equipo y vehículos automotor (22,1%)

() Participación en el PBG de cada ciudad.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del CNE-94.

En primer lugar se observa que la industria alimenticia tiene un mayor peso en la estructura económica de Rafaela que en la de Mar del Plata. Sin embargo, la primera presenta una menor tasa de gestación, no sólo a nivel ciudad sino en esta industria en particular¹⁴.

En este sentido, las características estructurales de la rama pueden ayudar a explicar dichas diferencias. Rafaela posee una elevada escala mínima eficiente y alta concentración en relación al resto de las ramas alimenticias de Tandil, Mar del Plata y Bahía Blanca (Cuadro 4-7). Además presenta una elevada participación en el empleo. Es decir, que en Rafaela hay en esta rama industrial, pocas empresas de gran tamaño que ocupan a una parte importante de la población. Ello, si bien generaría por un lado un mayor conocimiento en la población acerca de la tecnología de producción de la rama, por otro, el trabajo en relación de dependencia en empresas grandes no induciría el desarrollo de capacidades empresariales. Esta situación es particularmente

¹⁴ Ver Capítulo 3 y Cuadro 4-7, para las tasas por rama de actividad.

clara en esta rama de actividad que, en general, recibe un elevado ingreso de nuevas firmas por sus débiles barreras a la entrada.

CUADRO 4-7

Elaboración de alimentos, bebidas y tabaco

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil	
% EN EL PBG	15,6%	7,1%	7,6%	32,5%	7,0%	
% EN EL EMPLEO TOTAL	12%	5%	9%	23%	6%	
Tamaño Medio de planta según ocupados	125	305	148	650	70	
Tamaño Mínimo Eficiente #	VBP medio de plantas que producen 50% VBP rama \$12 mill.	\$60 mill.	\$25 mill.	\$65 mill	\$8 mill.	
Concentración #	% 4 mayores empresas	19%	48%	37%	60%	67%
	% 8 mayores empresas	30%	64%	45%	89%	81%
% de Emprendedores en la rama dentro del sector industrial	36%	14%	0%	0%	25%	

Ver definición de indicadores en el Cuadro 4-2.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del CNE-94.

En Tandil y Mar del Plata, las firmas de la industria alimenticia poseen bajo tamaño mínimo, lo cual induciría a una mayor gestación de nuevas empresas. Dicha diferencia es particularmente importante entre Rafaela y Tandil, ya que ambas son ciudades de similar tamaño y sus diferencias en tamaño de las firmas estarían ligadas a sus distintos valores en tasas de gestación.

Si se compara la industria metalmecánica de las tres ciudades en las cuales es una rama importante de especialización (Córdoba, Rafaela y Tandil), se observa en el Cuadro 4-8 que los niveles de escala mínima eficiente y el

grado de concentración de Rafaela son considerablemente menores que los de Tandil y Córdoba. A su vez, tiene una elevada participación relativa de empresas subcontratistas, lo que incrementaría las oportunidades de aprendizaje tecnológico derivadas de las relaciones con la empresa principal. Sin embargo, no se presentan en Rafaela nuevos emprendimientos en esta actividad al momento de la detección, haciendo suponer la existencia de otros factores ligados a dicho resultado. Es de destacar la menor participación de la industria metalmeccánica en dicha ciudad y el hecho de que las actividades manufactureras y, especialmente la rama metalmeccánica, demandan un período de gestación prolongado lo que podría haber incidido en la posibilidad de captarlos en un punto en el tiempo.

CUADRO 4-8
Fabricación de maquinaria, equipo y vehículo automotor

	Córdoba	Bahía Blanca*	Rafaela	Tandil	
% EN EL PBG	26,1%	28,1%	12,1%	22,1%	
% EN EL EMPLEO TOTAL	13%	5%	13%	14%	
Tamaño Mínimo Eficiente #	Tamaño medio de planta según ocupados	2.804	284	152	275
	VBP medio de plantas que producen 50% del VBP de la rama	\$600 mill.	\$250 mill.	\$6 mill.	\$22 mill.
Concentración #	% 4 mayores empresas	77%	80%	36%	80%
	% 8 mayores empresas	82%	90%	52%	89%
Tercerización	Producción tercerizada	1,8%	0%	3,5%	0,01%
% de Emprendedores en la rama dentro del sector industrial	0%	0%	0%	16%	

*Refiere a la industria química. # Ver definición de indicadores en el Cuadro 4-2.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del CNE-94.

En la generación de oportunidades de negocios no sólo influyen la estructura productiva de la ciudad y del mercado de cada rama de especialización, sino también el desempeño general de la economía. Sin embargo, el

impacto macroeconómico varía según la especialización y las características particulares de cada ciudad.

Los cuadros siguientes (4-9a y 4-9b) muestran los valores de los indicadores utilizados para medir dicho impacto, la diferencia entre ciudades y la correlación existente con las tasas de gestación empresarial.

CUADRO 4-9a
Desempeño macroeconómico y tasas de gestación empresarial

	Tasa de gestación	Indicadores de desempeño macroeconómico #			
		Tasa de desempleo relativa*	Evolución del desempleo*	Apreciación de la situación económica	Migración < 2 años PEA
Mar del Plata	1,8%	1,17	-25,6%	28,1%	3,3%
Córdoba	3,3%	0,95	-27,3%	31,8%	4,6%
Bahía Blanca	2,0%	1,06	-31,7%	34,4%	5,7%
Rafaela	0,9%	0,61	-40,7%	43,0%	5,6%
Tandil	2,6%	0,48	S/D	43,5%	7,6%
Correlación		0,1	-0,72	-0,29	0,08

Ver definición de indicadores en el Cuadro 4-2.

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos y *sobre datos del INDEC.

CUADRO 4-9b
Apreciación de la situación económica #

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	28,3%	31,7%	34,4%	44,5%	44,1%
Córdoba	No				
Bahía Blanca	No	No			
Rafaela	Si **	Si ***	No		
Tandil	Si **	Si ***	No	No	

% de respuestas afirmativas a la pregunta: "¿Cree que existen en el mercado buenas oportunidades de negocios?"

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

No se ha encontrado relación entre el desempeño macroeconómico y la tasa de gestación empresarial, lo que indica que la marcha general de la economía no tendría marcada incidencia en el nacimiento de ideas empresariales. El valor del indicador que tiene la mayor correlación (negativa) con la tasa de gestación es la evolución del desempleo. Ciudades con mayor disminución en la tasa de desempleo tienen una menor tasa de gestación.

Dicho indicador es comúnmente utilizado para medir la evolución favorable de la economía y, en este caso, pareciera tener el efecto contrario al esperado. Ello llevaría a pensar que las teorías del *income choice* inciden en las decisiones de los individuos de iniciar un negocio. Al disminuir el desempleo aumentan las oportunidades y el precio del trabajo en relación de dependencia –ya que tiene una ponderación positiva proveniente de la menor tasa de desempleo– y, por consiguiente, disminuye la motivación para involucrarse en el inicio de actividades empresariales independientes.

El único indicador que presenta diferencias estadísticamente significativas entre ciudades es la apreciación positiva de la población acerca de las oportunidades de negocio generadas por el mercado. Aún cuando existe una baja correlación con la tasa de gestación, se pueden realizar algunas interpretaciones. Tandil y Rafaela que tienen tasas muy diferentes de gestación, poseen similar valoración favorable acerca de la generación de oportunidades en el mercado, existiendo, por tanto, otros factores relacionados con actitudes diferentes hacia la acción. En el próximo apartado, se analizará la incidencia de la experiencia ocupacional y de la cultura empresarial local sobre la vocación empresarial existente en cada ciudad.

B. Factores del lado de la oferta

Se presentan a continuación los valores de los indicadores utilizados para estimar las características individuales predominantes en la población de cada ciudad (Cuadro 4-10). Las características demográficas –edades medias y población migrante–, que habitualmente son sugeridas como determinantes

de la mayor tasa de natalidad entre regiones, no aparecen correlacionadas en este estudio.

CUADRO 4-10

Características individuales predominantes de la población y coeficiente de correlación estimado #

	Tasa de gestación	Edad e/ 25 y 44	Migrantes PEA	Patrones y cuenta propia	Plantas < 25	Educación superior	Educación media y superior
Mar del Plata	1,8%	33,5%	60,7%	34,8%	67,6%	23,1%	40,3%
Córdoba	3,3%	36,3%	45,0%	32,0%	68,7%	32,6%	55,3%
Bahía Blanca	2,0%	36,2%	55,6%	28,4%	65,4%	24,7%	43,2%
Rafaela	0,9%	36,4%	41,4%	26,3%	56,3%	24,2%	50,4%
Tandil	2,6%	33,9%	44,0%	40,0%	70,4%	28,4%	50,8%
Coef. de Correlación		-0,07	-0,08	0,42	0,84	0,87	0,46

Ver definición de indicadores en el Cuadro 4-3.

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

Mar del Plata tiene una diferencia significativa con respecto a la mayoría de las ciudades en la participación de los migrantes, exhibiendo un mayor porcentaje de dichos individuos en la Población Económicamente Activa (PEA). Sin embargo, ello no parece incidir en una mayor tasa de natalidad empresarial en esta ciudad.

En cuanto a las características adquiridas socialmente, como el nivel de educación formal, surgen importantes diferencias entre ciudades y elevadas correlaciones positivas con la tasa de gestación empresarial.

Con relación a la experiencia ocupacional, hay evidencia de que las ciudades con mayor participación de patrones y trabajadores por cuenta propia en el total de ocupados, tienen mayores tasas de gestación. Aún cuando el grado de correlación es de 42%, este indicador presenta una importante diferencia entre ciudades. Tal el caso de Tandil y Rafaela –que hasta ahora tenían indicadores muy similares en la mayoría de las variables–, donde sólo

el 56% de la población se ocupa en plantas pequeñas (<a 25 ocupados) versus 70% en Tandil. A su vez, hay un 26% de patrones y cuentapropistas versus un 40% en Tandil (Cuadro 4-10). Existe una elevada escala mínima de las actividades productivas de Rafaela, con una fuerte concentración del empleo en plantas de gran tamaño. Es decir, estamos frente a una ciudad con una cultura local de trabajo en relación de dependencia, con bajas tasa de desempleo y con un dinamismo productivo importante que se manifiesta en una elevada tasa de disminución del desempleo (Cuadro 4-9a). Por lo tanto, el precio del empleo en relación de dependencia pasa a ser elevado y se generan relativamente pocas vocaciones empresariales.

Ello se condice con la menor participación de ocupados –respecto al total de ocupados– en establecimientos pequeños (de menos de 25 trabajadores) que tiene la ciudad de Rafaela en relación con Tandil. Ésta presenta el valor más alto en este indicador, lo que refleja una mayor experiencia ocupacional en el funcionamiento general de los negocios propio de las pequeñas plantas y un nivel menor de salarios relativos al empleo asalariado en plantas grandes. Esta situación influiría en la decisión que se toma al comparar el ingreso esperado proveniente de futuros beneficios versus los salarios que pueden obtenerse en el mercado según el modelo de *income choice* (Knight, 1921). De este modo, la mayor participación de plantas pequeñas en una rama industrial refleja una mayor oferta de individuos dispuestos a iniciar actividades empresariales.

En cuanto a las características de la población adquiridas en el relacionamiento social, la educación es una de las variables frecuentemente mencionadas en la literatura como ligadas a la creación de nuevas firmas y a un ambiente más creativo e innovador. En las ciudades analizadas, tanto la participación de personas con educación formal media-alta o alta en el total de la población, está correlacionado con mayores tasas de gestación empresarial. En este sentido, Córdoba tiene niveles educacionales y tasas de gestación significativamente más altos que Mar del Plata y Bahía Blanca.

CUADRO 4-11

Diferencias en características predominantes en la población.

a) Migración

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	60,7%	45,0%	55,6%	41,4%	44,0%
Córdoba	Si **				
Bahía Blanca	No	No			
Rafaela	Si *	No	Si **		
Tandil	Si **	No	No	No	

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

b) Experiencia ocupacional

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	34,8%	32,0%	28,4%	26,3%	40,0%
Córdoba	No				
Bahía Blanca	No	No			
Rafaela	No	No	No		
Tandil	No	No	Si **	Si ***	

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

c) Experiencia ocupacional

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	67,6%	68,7%	65,4%	56,3%	70,4%
Córdoba	No				
Bahía Blanca	No	No			
Rafaela	Si ***	Si ***	No		
Tandil	No	No	No	Si **	

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

d) Educación media y superior

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	40,3%	55,3%	43,2%	50,4%	50,8%
Córdoba	Si **				
Bahía Blanca	No	Si **			
Rafaela	No	No	No		
Tandil	No	No	No	No	

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

Se estudian, por último, las condiciones del entorno empresarial de cada ciudad en su función de soporte e impulso al desarrollo empresarial y a la implementación de nuevas ideas de negocios. En principio, se analizan los valores del indicador que estima el desarrollo del entorno institucional. Debido a restricciones de información, sólo se contemplan los casos de Tandil y Rafaela, que al ser ciudades de similar tamaño y distintas tasas de gestación, permiten analizar el impacto de los diferentes grados de desarrollo de su sistema institucional ligado a las actividades empresariales (D'annunzio y Rábago, 1999; Pairetti y Gor, 1998).

El primer indicador de especificidad institucional muestra el número de organizaciones con funciones de apoyo a la gestión empresarial y al desarrollo productivo y/o tecnológico con relación al total de instituciones de cada ciudad. Se parte de un mayor número de instituciones en Rafaela que en Tandil, en una relación de 17/13.

La relación Tandil/Rafaela es mayor a 1 en las instituciones con funciones prioritariamente gremiales, igual a 1 en las instituciones educativas y menor a 1 en las instituciones de apoyo a la gestión empresarial y tecnológica/productiva (Cuadro 4-12a), siendo la relación instituciones de “apoyo específico al desarrollo empresarial” sobre el total de instituciones, más baja en Tandil que en Rafaela (Cuadro 4-12b).

CUADRO 4-12a

Especificidad institucional #

Funciones	Gremiales	Gestión	Tecnológicas	Educativas
Relación Tandil/Rafaela	2,00	0,17	0,80	1,00

Ver definición de indicadores en el Cuadro 4-3.

Fuente: Elaboración propia. Ver detalles en el Anexo al final de este Capítulo.

CUADRO 4-12b

Especificidad institucional #

Ciudades	Tandil	Rafaela
Razón	0,385	0,647

Ver definición de indicadores en el Cuadro 4-3.

Fuente: Elaboración propia. Ver detalles en el Anexo al final de este Capítulo.

Por otra parte, el indicador de dinamismo institucional es más bajo en Tandil que en Rafaela, mostrando la mayor creación en los últimos años de nuevas instituciones de apoyo al desarrollo empresarial en esta última ciudad.

CUADRO 4-13

Dinamismo Institucional #

Ciudades	Tandil	Rafaela
Razón	0,31	0,47

Ver definición de indicadores en el Cuadro 4-3.

Fuente: Elaboración propia. Ver detalles en el Anexo al final de este Capítulo.

Los valores obtenidos permiten tener una primera evaluación del grado relativo de desarrollo institucional de ambas ciudades. Si bien Rafaela parece mostrar una mayor solidez en sus instituciones directamente relacionadas al desarrollo empresarial y un mayor dinamismo en la permanente renovación de sus funciones de apoyo, el impacto sobre la gestación de ideas empresariales es relativamente reducido.

La falta de programas específicos de apoyo al nacimiento de empresas muestra que no es un punto relevante en la agenda institucional de Rafaela. El buen desempeño de las empresas de la ciudad pareciera orientar las acciones hacia el fortalecimiento de la base empresarial existente. Una interesante discusión presentan Reynolds *et al.* (1994) sobre la disyuntiva de los diseñadores de política respecto a la decisión de apoyar las firmas existentes con potencial de crecimiento o, conjunta o alternativamente, fomentar nuevos emprendimientos. En este último caso nuevamente se debe decidir si se realiza un fomento selectivo o de más amplio alcance. Sin duda, una decisión de distribución de recursos escasos es siempre conflictiva. Sin embargo, los autores concluyen que es necesario analizar la situación de cada territorio. En ciudades con elevado potencial de la base empresarial y dinamismo productivo, el apoyo a las empresas ya existentes y a las nuevas firmas con alto potencial de crecimiento es una estrategia más efectiva en costos y más acorde con los objetivos de desarrollo local. Por el contrario, en regiones sin crecimiento económico y sin una base empresarial sólida, la mejor opción será el fomento general a todos los potenciales emprendedores.

Tandil, que presenta por una parte una base empresarial menos desarrollada y menores tasas de crecimiento, tiene, por otro lado, algunos programas específicos de apoyo a la gestación empresarial. Aún cuando dichos programas requieren un seguimiento y evaluación de su alcance y calidad, parecen tener un efecto importante sobre la gestación de nuevas ideas de negocio. Se abre aquí nuevamente la discusión, sobre la efectividad en costos de los programas generales de fomento emprendedor versus los “selectivos de ganadores”, es decir selectivos de aquellos proyectos con mayor potencialidad de crecimiento. Aquí también, la contribución de los programas generales al desarrollo de áreas periféricas y a la generación de empleo resulta valiosa, no siendo ése el caso para aquellas áreas con mayor dinamismo productivo.

Si se analizan, por otra parte, los impulsores autónomos de la gestación empresarial –no inducidos por programas específicos de fomento–, surgen como relevantes las actitudes y valoraciones de la población de una localidad con relación al involucramiento en actividades independientes. Las especifici-

dades de cada ciudad están ligadas al desarrollo de una cultura empresarial que favorezca o impida la creación de nuevas firmas. En este sentido, buena parte de los factores que se han analizado en este trabajo contribuyen a formar esa característica “emprendedora” de un espacio local.

Se presentan a continuación los indicadores que miden la prevalencia en la población de una cultura empresarial que favorezca la natalidad empresarial. Tal como se puede observar en el Cuadro 4-14, existe una baja correlación entre la cultura empresarial de la ciudad y su tasa de gestación, siendo en algunos casos de signo negativo. Los coeficientes de correlación son casi nulos para las dos primeras preguntas y algo más elevados en las dos últimas, pero con el signo opuesto al esperado.

CUADRO 4-14
Cultura empresarial #

	Tasa de gestación	Pregunta a)	Pregunta b)	Pregunta c)	Pregunta d)
Mar del Plata	1,8%	44,3%	97,5%	77,4%	44,1%
Córdoba	3,3%	33,6%	98,1%	57,6%	30,0%
Bahía Blanca	2,0%	44,4%	97,3%	79,6%	31,0%
Rafaela	0,9%	37,9%	96,6%	82,1%	35,4%
Tandil	2,6%	56,4%	93,2%	88,4%	39,1%
Coef. Correlación		0,03	-0,03	-0,58	-0,33

Ver definición de indicadores en el Cuadro 4-3.

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

a) ¿Tiene amigos o familiares que sean empresarios?

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	44,3%	33,6%	44,4%	37,9%	56,4%
Córdoba	No				
Bahía Blanca	No	No			
Rafaela	No	No	No		
Tandil	Si ***	Si *	Si ***	Si *	

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

b) ¿Los empresarios le merecen su respeto o admiración?

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	97,5%	98,1%	97,3%	96,6%	93,2%
Córdoba	No				
Bahía Blanca	No	No			
Rafaela	No	No	No		
Tandil	No	Si ***	No	No	

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

c) ¿Le gustaría que sus hijos o familiares cercanos se involucraran en una nueva empresa?

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	77,4%	57,6%	79,6%	82,1%	88,4%
Córdoba	Si *				
Bahía Blanca	No	Si *			
Rafaela	No	Si *	No		
Tandil	Si **	Si *	Si ***	No	

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

d) ¿Alguna vez pensó en iniciar un negocio?

	Mar del Plata	Córdoba	Bahía Blanca	Rafaela	Tandil
	44,1%	30,0%	31,0%	35,4%	39,1%
Córdoba	Si **				
Bahía Blanca	Si ***	No			
Rafaela	No	No	No		
Tandil	No	No	No	No	

*Dif. significativa al 1%; **Dif. significativa al 5%; ***Dif. significativa al 10%

Fuente: Elaboración propia sobre valores muestrales expandidos.

Los cuadros anteriores muestran que la percepción acerca de los modelos de rol y de la actividad empresarial como creíble y real (Pregunta a) no está relacionada a una mayor gestación empresarial. Al observar la tabla de diferencias entre ciudades, Tandil presenta la mayor proporción de respuestas

afirmativas siendo significativamente diferente del resto de las ciudades, especialmente de Córdoba y Rafaela. La diferencia entre Rafaela y Tandil podría ser explicada por la considerable diferencia en la relación cuentapropistas/total de ocupados (28/40), disminuyendo el número de allegados que realicen actividades independientes y el efecto demostración que ellos pudieran tener.

Sin embargo, en la diferencia Córdoba/Tandil, no pareciera tener incidencia la relación anterior. A su vez, si se observa la diferencia significativa entre estas ciudades a la pregunta “le gustaría que sus hijos se involucraran en actividades empresarias” (Pregunta c), Córdoba tiene la menor proporción de respuestas afirmativas y la mayor tasa de gestación empresarial. Ello confirmaría los resultados de otros trabajos (Boscherini, López y Yoguel, 1999; Yoguel y Kweitel, 1999) que proponen que el mayor tamaño de la ciudad disminuye la influencia del entorno cercano en las actividades empresariales y, en este caso, en la gestación de nuevas firmas. En esta pregunta, Rafaela y Tandil tienen apreciaciones similares, mostrando que en la primera de ellas, aún con menos incidencia de modelos de rol, las actividades empresariales son evaluadas positivamente. Ello deja espacio a la acción política para el fomento de la generación de ideas de negocios.

C. Síntesis de resultados

A continuación se presentan los principales resultados:

- ✓ Las ciudades que cuentan en su estructura productiva con *mayor producción de bienes* relativa a la producción de servicios, tienen una menor tasa de gestación de empresas.
- ✓ En las ciudades en las que las actividades *industriales tienen mayores barreras* a la entrada, la tasa de gestación empresarial es menor.
- ✓ La diferencia en los indicadores locales de *desempeño macroeconómico no aparecen correlacionados* con las distintas tasas de gestación empresarial:
 - Similares *apreciaciones de las oportunidades de mercado* (Tandil y Rafaela) se traducen en diferentes tasas de gestación.

- La evolución favorable en la tasa de desempleo (aumenta la probabilidad de conseguir empleo en relación de dependencia en vez de mostrar mayor dinamismo productivo), disminuye la ocupación en actividades independientes.
- ✓ En las ciudades en cuya población ocupada prevalecen las siguientes características, las tasas de gestación de empresas son mayores;
 - Hay mayor participación *de trabajadores por cuenta propia* en su población ocupada.
 - Hay mayor participación *de ocupados en plantas pequeñas (<25 ocupados)*
 - Hay individuos con *más años de educación formal* en su población económicamente activa.
- ✓ *El mayor dinamismo institucional y la mayor cantidad de instituciones de apoyo empresarial*, no aparecen asociados a mayores tasas de natalidad.
- ✓ No existe correlación entre *la cultura empresarial* de una ciudad (en su aspecto de reconocimiento a las actividades empresariales) y la gestación empresarial.

En definitiva, la gestación de empresas en la ciudades argentinas analizadas sigue los siguientes patrones:

- ✓ *Es un fenómeno asociado a las características productivas de cada espacio local.*
- ✓ *El desempeño macroeconómico local no aparece asociado a tasas de gestación diferenciales entre ciudades.*
- ✓ *Las características socialmente adquiridas de la población de cada ciudad –mayor experiencia en actividades productivas por cuenta propia, mayor proporción de empleados en empresas pequeñas y de población económicamente activa más educada– están altamente asociadas a tasas diferenciales de gestación.*
- ✓ *El entorno institucional y el reconocimiento de las actividades empresariales no contribuyen a explicar las diferencias espaciales en las tasas de gestación empresarial.*

IV. REFLEXIONES FINALES

A partir de los resultados obtenidos en este trabajo se puede pensar en una serie de factores que, tanto desde el lado de la oferta como de la demanda de nuevos emprendimientos, han contribuido a impulsar distintas tasas de gestación de ideas empresariales.

En algunas ciudades se producen efectos contrapuestos provenientes de los distintos factores y, por lo tanto, resulta difícil evaluar los resultados finales sobre la gestación empresarial. En otras ciudades surge una serie de factores con efectos en el mismo sentido que parecen potenciar su incidencia. Tal sería el caso de la ciudad de Rafaela donde se conjuga un conjunto de elementos asociados a las bajas tasas de gestación empresarial.

En este sentido, se observa que la mayor participación de empleo asalariado en relación al cuentapropismo y la experiencia ocupacional en empresas de mayor tamaño, junto a las barreras a la entrada de las principales ramas de especialización, generarían una suma de factores inhibidores de los procesos de gestación empresarial. Tal es el caso de Rafaela en términos relativos al resto de las ciudades.

En segundo lugar, las evidencias que señalan que las nuevas empresas tienden a reproducir la estructura productiva local de aquellas ramas de especialización con bajas barreras a la entrada, induciría a pensar que las nuevas firmas no van a permitir orientar el desarrollo económico local hacia la producción de bienes y servicios de mayor valor agregado. Por lo tanto, la experiencia ocupacional –importante para reproducir el saber hacer en una nueva empresa–, sólo se aprovecharía en las industrias de menor desarrollo tecnológico, donde el aporte de los nuevos emprendimientos disminuiría su capacidad de contribuir a elevar el nivel productivo local.

Aquí sería necesario analizar el rol de las políticas de apoyo para la generación de emprendimientos que tiendan a orientar la estructura productiva hacia ramas de mayor valor agregado y que pudieran, de esa forma, romper el circuito que automáticamente pareciera perpetuarse. Ello implica una política activa de alto impacto, con desarrollo de mercados inexistentes como el de la

financiación de los nuevos emprendimientos, con la creación o fortalecimiento de agentes de Investigación y Desarrollo externos a las firmas que permitan la obtención de economías externas para las pequeñas y medianas empresas y con el desarrollo de ambientes favorables específicamente orientados a la gestación de nuevas ideas empresariales.

Finalmente, es importante pensar acerca de la importancia de la creación de empresas en economías locales en crecimiento y con una sólida base empresarial. Tal vez, en estos casos las políticas de apoyo a la creación de nuevas empresas independientes sería ineficiente en costos, cuando la selección de aquellas con potencial de crecimiento daría un más eficiente uso de los fondos públicos (Reynolds, 1994; Davidsson *et al.*, 1993). Sin embargo, políticas orientadas a utilizar las capacidades acumuladas, por ejemplo a través del fomento de la descentralización productiva o la incubación de proyectos de base tecnológica, sería una estrategia selectiva de creación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranguren, M. (1998), *Creación de empresas: factores determinantes. La industria de la CAPV*. San Sebastián: Universidad de Deusto.
- Arenius, P. & Autio, E. (2000), *G.E.M. Global Entrepreneurship Monitor, 2000 Executive Report*. Finland: Helsinki University of Technology Research Reports.
- Audretsch, D. (1995), *Innovation and industry evolution*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bain, J. (1956), *Barriers to new competition*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Baumol, W. (1968), "Entrepreneurship in economic theory". *American economic review* (Papers and proceeding), 58: 64-71.
- Bendix, R. (1956), *Work and authority in industry: Ideologies of management in the course of industrialization*. New York: Wiley.
- Berenson, M. y Levine, D. (1996), *Estadística básica en administración*. 6ª ed., México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Bissang, R.; Burachik, G. y Katz, J. (1996), *Impacto de la política macroeconómica sobre la estructura y comportamiento del sector manufacturero argentino. Cambios en la organización argentina*. Buenos Aires: Alianza.
- Boscherini, F.; López, M. y Yoguel, G. (1999), "Sistemas locales de innovación y el desarrollo de la capacidad innovativa de las firmas: un instrumento de captación aplicado al caso de Rafaela". En: Cassiolato, J. y Lastres, H. (eds.) *Globalização & Inovação Localizada, Experiências de sistemas locais no Mercosul*. Brasília: IBICT/MCT.
- Breschi, S.; Malerba, F. & Orsenigo, L. (2000), "Technological regimes and the shumpeterian patterns of innovation". *The Economic Journal*, 110 (463): 388-411.
- Caves, R. & Porter, M. (1977), "From entry barriers to mobility barriers: Conjectural decisions and contrived deterrence to new competition". *Quarterly Journal of Economics*, 91: 241-261.

- Comanor, W. & Wilson, T. (1967), "Advertising market structure and performance" *Review of Economics and Statistics*, 49: 423-440.
- D'Annunzio, C. y Rábago, L. (1999), "Iniciativa de desarrollo económico local. La articulación y las interacciones entre instituciones. El caso de Tandil" (mimeo).
- Davidsson, P.; Lindmark, L. & Olofsson, C. (1993), "Business dynamics and the Swedish economy: A regional perspective". Working paper. Umea Business School, Sweden.
- Gerosky, P. & Schwzlbach, J. (1991), *Entry and Market contestability: an international comparison*. Oxford: Basil Blackwell.
- Gerosky, P. (1997), *Market dynamics and entry*. Oxford: Basil Blackwell.
- Gibb, A. & Ritchie, J. (1982), "Understanding the process of starting small businesses". *European Small Business Journal*, 1 (1): 26-46.
- Gudgin, G. (1978), *Industrial location processes and regional employment growth*. Farnborough, Hants: Saxoon House.
- Hart, M. & Gudgin, G. (1992), "Spatial variation in new firm formation in the Republic of Ireland". Working paper, Northern Ireland Economic Research Centre, Belfast.
- Illeris, S. (1986), "New firm creation in Denmark: the importance of the cultural background". In: D. Keeble y E. Weber (ed), *New Firms and Regional Development in Europe*. Beckenham: Croom Helm.
- Johannisson, B. (1984), "A cultural perspective on small business-local climate". *International Small Business Journal*, 2 (2): 32-43.
- Knight, F. (1921), *Risk, uncertainty and profit*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Litzinger, W. (1965), "The motel entrepreneur and the motel manager". *Academic of Management Journal*, 8 (4): 268-281.
- Margulis, M. (1988), *Cultura y reproducción social*. Mexico: INAH.
- Mason, C. (1991), "Spatial variations in enterprise: the geography of new firm formation". In: R. Burrows (ed) *Deciphering the Entrepreneurial Culture*, pp. 74-106. London: Routledge.

- Mason, C. (1997), Apunte de cátedra de la Maestría en Economía y Desarrollo Industrial con Especialización en Pymes.
- McClelland, D. (1961), *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Mescon, T. & Montanari, J. (1981), "The personalities of independent and franchise entrepreneurs: An empirical analysis of concepts". *Journal of Enterprise Management*, 3 (2): 69-81.
- O'Farrell, P. & Crouchley, R. (1984), "An industrial and spatial analysis of new firm formation in Ireland". *Regional Studies*, 18 (3): 221-236.
- Orr, D. (1974), "The determinants of entry: A study of the canadian manufacturing industries". *Review of Economics and Statistics*, 58: 58-66.
- Pairetti, S. y Gor, E. (1998), "Articulación e interacción entre instituciones de soporte técnico al desarrollo empresarial en Rafaela y su región. Análisis preliminar de los resultados del trabajo de campo" (mimeo).
- Rearte, A.; Lanari, E. y Alegre, P. (1998), "La capacidad innovativa de núcleos impulsores de firmas en entornos territoriales dinámicos: el caso de Mar del Plata, Argentina". En: Cassiolato, J. y Lastres, H. (eds.) *Globalização & Inovação Localizada, Experiências de sistemas locais no Mercosul*. Brasilia: IBICT/MCT.
- Reynolds, P.; Storey, D. & Westhead, P. (1994), "Cross national comparisons of variation in new firm formation rates". *Regional Studies*, 28 (4): 443-456.
- Reynolds, P. & White, S. (1997a), *The Entrepreneurial Process. Economic Growth, Men, Women and Minorities*. Westport, USA: Quorum Books.
- Reynolds, P. (1997b), "Who starts New Firms? Preliminary Explorations of Firms in Gestation". *Small Business Economics*, 9: 449-462.
- Schumpeter, J. [1961], *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Folio, 1996. Publicado originalmente por Harper & Brothers.
- Storey, D. (1982), *Entrepreneurship and the new firm*. London: Croom Helm.
- Storey, D. & Jones, A. (1987), "New firm foundation. A labor market approach to industrial entry". *Scottish Journal of Political Economy*, 34: 37-51.

- Storey, D. (ed.) (1994), *Regional Studies*, 28 (4). Special Issue.
- Sylos Labini, P. (1962), *Oligopoly and technical progress*. Harvard University Press.
- Tödting, F. & Wanzenböck, H. (2003), "Regional differences in structural characteristics of start-ups". *Entrepreneurship & Regional Development*, 15, October-December: 351-370.
- Vivarelli, M. & Audretsch, D. (1998), *The link between the entry decision and post-entry performance: evidence from Italy*. Oxford University Press.
- Yoguel, G. y Kweitel, M. (1999), "El desarrollo de las capacidades innovativas de las firmas medianas argentinas y el rol del ambiente". Ponencia presentada en el Seminario Sistemas locales de Innovación. Río de Janeiro, diciembre 1998.

A N E X O

1) Participación de las actividades en el PBG:

$$EPS_1 = \frac{VAB_{ind}}{VAB} \cdot 100$$

EPS₁ = especialización productiva según la participación de las actividades en el PBG

VAB ind = valor agregado bruto para el sector industrial

VAB = valor agregado bruto de la ciudad

El porcentaje de participación del sector secundario y terciario se obtiene de datos secundarios extraídos del CNE 1994. El mismo corresponde al total de valor agregado generado por la industria, comercio y servicios, clasificado por Partido. Para el cálculo del valor agregado del sector agrícola, la metodología seguida es:

1. Se determina la superficie total sembrada en la provincia y la superficie total destinada a ganadería con datos del CNA 1988 (en EAPS).
2. Se calculan las superficies correspondientes a cada ciudad.
3. Se calcula el porcentaje que la superficie de la ciudad representa en el total de la provincia.
4. El VAB provincial se obtiene de la publicación del Sistema de Cuentas Nacionales Argentinas, año base 1993.
5. El PBG provincial primario se obtiene de multiplicar el PBG provincial total por un coeficiente de participación calculado como el total del rubro A sobre el total provincial depurado.

2) Economías de escala: Tamaño medio de plantas que producen el 50% del VBP:

$$\sum_1^n \text{VBP}_r = 0,5 \text{VBP}_r$$

$$\text{EE}_1 = \sum_1^n \frac{\text{VBP}_r}{N_r}$$

$$\text{EE}_2 = \sum_1^n \frac{\text{NO}_r}{N_r}$$

EE_1 = economía de escala según el valor bruto de producción de la rama.

EE_2 = economía de escala según el número de ocupados de la rama.

VBP_r = valor bruto de producción de la rama.

NO_r = número de ocupados de la rama.

N_r = número de empresas de la rama.

Del ranking de empresas elaborado se suman todas aquéllas que contribuyen al 50% del VBP de cada rama industrial seleccionada. Se calcula el tamaño medio de planta dividiendo el 50% del VBP total por el número de empresas que explican dicho 50%. Para ello se utilizan datos proporcionados por el CNE 1994 que corresponden al VBP total de las cuatro y ocho primeras empresas por rama y el VBP total de la rama. La información se trabajó a dos dígitos, tal como se observa en el indicador EE_1 . Asimismo, se calcula el número promedio de ocupados de plantas que producen el 50% del VBP de la rama (EE_2).

3) Especificidad institucional:

Mediante el siguiente indicador se busca identificar la orientación que tienen las instituciones a la prestación de determinados servicios con relación a lo que se observa en la otra ciudad a fin de hacer un análisis comparativo entre ciudades de las prioridades que definen las instituciones. Considerando sólo las ciudades de Rafaela y Tandil, los indicadores son:

$$\text{EI}_1 = \frac{\text{NG}_R}{\text{NG}_T}$$

EI_1 = especificidad institucional con relación a las instituciones gremiales.

NG_R = número de instituciones gremiales de Rafaela.

NG_T = número de instituciones gremiales de Tandil.

$$\text{EI}_2 = \frac{\text{NP}_R}{\text{NP}_T}$$

EI_2 = especificidad institucional según las instituciones productivo-tecnológicas.

NP_R = número de instituciones productivo-tecnológicas de Rafaela.

NP_T = número de instituciones productivo-tecnológicas de Tandil.

$$\text{EI}_3 = \frac{\text{NE}_R}{\text{NE}_T}$$

EI_3 = especificidad institucional según las instituciones educativas.

NE_R = número de instituciones educativas de Rafaela.

NE_T = número de instituciones educativas de Tandil.

$$EI_4 = \frac{NGe_R}{NGe_T}$$

EI_4 = especificidad institucional según las instituciones destinadas a gestión.

NGe_R = número de instituciones destinadas a gestión en Rafaela.

NGe_T = número de instituciones destinadas a gestión en Tandil.

4) *Dinamismo institucional:*

Este indicador permite captar la adecuación institucional a los cambios del entorno.

$$DI_1 = \frac{NI_{R>1990}}{NI_R}$$

DI_1 = dinamismo institucional con relación a Rafaela.

$NI_{R>1990}$ = número de instituciones creadas o con cambios radicales a partir de 1991 en Rafaela.

NI_R = número de instituciones en Rafaela.

$$DI_2 = \frac{NI_{T>1990}}{NI_T}$$

DI_2 = dinamismo institucional con relación a Tandil.

$NI_{T>1990}$ = número de instituciones creadas o con cambios radicales a partir de 1991 en Tandil.

NI_T = número de instituciones en Tandil.

En los indicadores 3) y 4) se trabaja con publicaciones de la CEPAL para el caso de Tandil (D'Annunzio y Rábago, 1999) y del ICEDEL para Rafaela (Pairetti y Gor, 1998).

CAPÍTULO 5

Elementos relacionados al éxito en la implementación de nuevas ideas empresariales ¹

Fernando Manuel Graña

INTRODUCCIÓN

La mayor parte de los trabajos que analizan la creación de empresas se centran en sus primeros años de vida. Estudian a aquellas empresas que han logrado nacer, observando desde las nuevas empresas, las características de sus emprendedores y los factores que han incidido en su existencia y posterior desempeño. Sin embargo, el proceso de creación se inicia con la concepción de la idea, mucho antes que una empresa se ponga en funcionamiento y, por ello, es necesario estudiarlo desde el inicio. Esta primera etapa del proceso de creación de nuevas firmas, se denomina *etapa de gestación* (Ver Capítulo 1).

Sin embargo, no todos los procesos realizados en la etapa de gestación, aún ante situaciones contextuales similares, siguen el mismo patrón ni finalizan exitosamente. Es decir, no todos los proyectos empresariales pueden avanzar satisfactoriamente desde la idea hasta el inicio de actividades, independientemente de la duración que tenga dicho proceso o del desempeño posterior al inicio. Ello lleva a indagar acerca de los elementos asociados a los diferentes resultados que se pueden obtener en esta etapa.

¹ El presente trabajo resume la tesis presentada por el autor en la Maestría en Economía y Desarrollo Industrial dictada por las Universidades Nacionales de Mar del Plata y General Sarmiento.

El estudio de los factores y los caminos alternativos a transitar dentro del proceso de gestación de una idea empresarial permite obtener una clara descripción del funcionamiento y de los elementos intervinientes. Esto genera beneficios no sólo para los nuevos emprendedores sino también tiene efectos catalizadores sobre el desarrollo productivo de una comunidad. Si se avanza en el entendimiento de los elementos que inciden en el proceso de creación de una nueva empresa se puede disminuir el número de fracasos, haciendo más eficientes los esfuerzos emprendedores.

Por tanto, en este capítulo se identifican y analizan los elementos que diferencian a los emprendimientos que logran transitar exitosamente la etapa de gestación de una nueva empresa de aquéllos que fracasan en la concreción del proyecto empresarial.

Ello se hace desde el “enfoque de la oferta” de capacidades emprendedoras, que considera que no existe una oferta ilimitada de emprendedores, ni que ésta es homogénea en la respuesta a las oportunidades que genera el mercado. Así tampoco considera que ella tiene características o comportamientos similares frente a las actividades que es necesario llevar adelante en el proceso de implementación de una idea de negocio.

La información utilizada proviene del primer seguimiento a los emprendedores, realizado doce meses después a que fueran detectados. Dicha información permite observar la evolución de los proyectos empresariales, identificándose tres grupos de emprendedores: 1) los que abandonaron la idea o no realizaron en ese periodo ninguna acción concreta para implementarla; 2) los que han avanzado con el emprendimiento pero todavía no han iniciado sus actividades (gestación) y 3) los que iniciaron la empresa (infancia). El primer grupo es definido para este trabajo como grupo control y se lo compara con el tercero, compuesto por los individuos que tuvieron éxito en el pasaje de la etapa de gestación a la de infancia.

El capítulo está dividido en cuatro secciones. En la primera se presentan conceptos teóricos relacionados con la actividad emprendedora, así como los resultados de trabajos empíricos que son de interés para el análisis del fenómeno bajo estudio. En la segunda sección se expone la metodología

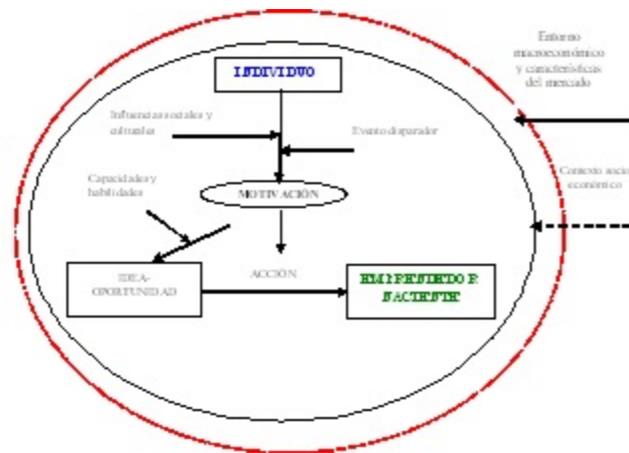
utilizada. En la tercera, se analizan los resultados. En la cuarta sección se elaboran las reflexiones finales.

I. MARCO CONCEPTUAL

El punto de partida de todo proceso de creación de una organización es la existencia de un individuo o grupo de individuos con predisposición a la búsqueda de ideas o a la detección de oportunidades de negocio. Estas conductas proclives a la actividad empresarial son el producto de diferentes características personales que se gestaron a partir de los estímulos sociales y culturales que el individuo recibió a través de su vida.

Estos estímulos no siempre son, por sí solos, la motivación necesaria para la acción sino que, en muchos casos, confluyen con eventos que actúan como disparadores (desplazamiento). De esta manera, un conjunto de factores y situaciones actúan conjuntamente motivando al individuo a la toma de una posición activa en la búsqueda y concreción de una idea de negocio.

FIGURA 5-1.
Emprendedor Naciente



Fuente: Elaboración propia.

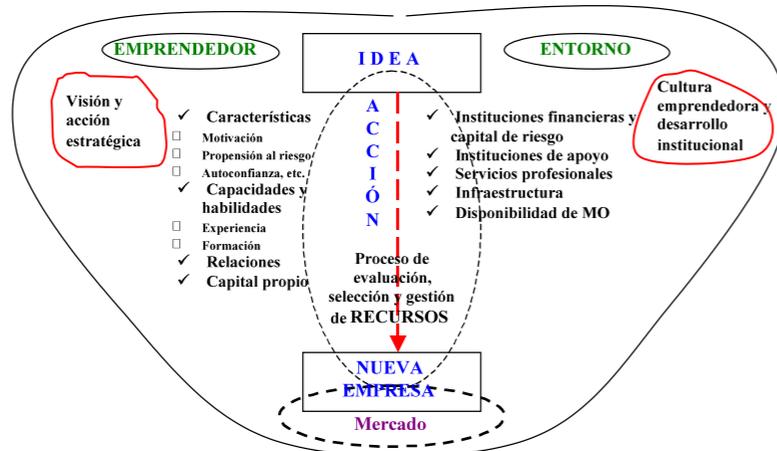
En esta posición activa, existe una primera instancia en la que el individuo combina sus conocimientos, experiencia y motivación con el fin de generar (detectar) una nueva idea empresarial (oportunidad). Esta idea puede ser totalmente nueva e innovadora o la reproducción de alguna actividad empresarial ya existente (copia), con distintas posibilidades intermedias. Las diferencias entre estas ideas están relacionadas, por lo general, con los antecedentes del individuo (educación, experiencia laboral, experiencia empresarial, círculo social de pertenencia, etc.) desarrollados a lo largo de su vida. A su vez, las diferencias pueden estar vinculadas también con los distintos contextos en los cuales se desenvuelve el emprendedor.

En una segunda instancia, con una idea de empresa -que puede estar aún en forma embrionaria- el individuo deberá continuar motivado para llevar adelante acciones a fin de poner en marcha su proyecto empresarial. En este pasaje de la idea a la acción, los Emprendedores Nacientes (emprendedores en la etapa de gestación de su empresa) deberán transitar un complejo camino en el que sólo algunos tendrán éxito. En esta transición de la idea a la empresa, el emprendedor deberá considerar múltiples situaciones, evaluando, seleccionando y gestionando distintos factores. El accionar con el entorno, en pos de los elementos necesarios para la nueva empresa, estará acotado por las capacidades y habilidades del emprendedor y por las características del mismo entorno. En esta interacción el emprendedor irá definiendo su "Sistema de Entorno" o ambiente específico para su empresa (Rea *et al.*, 1999).

El entorno de referencia con el que inicialmente trabajará el emprendedor será más o menos amplio, dependiendo del tipo de emprendimiento y de la "visión" del emprendedor. En cuanto al emprendimiento, podemos pensar, por ejemplo, que aquel proyecto con un grado de innovación o con un mayor alcance territorial, requerirá de una definición de entorno más amplia que otro que se circunscribe o limita a reproducir un evento de proyección netamente local. Con relación a la visión del emprendedor, ella está vinculada con las capacidades y habilidades que él posee. Cuanto mayores sean dichas capacidades y habilidades, más amplio será el abanico de posibilidades que podrá analizar y evaluar estratégicamente y, por lo tanto, más amplio será el ambiente

específico con el cual interactuará la nueva empresa. Así, dos ideas empresariales similares llevadas adelante por distintas personas harán un uso diferente de su entorno en función de sus capacidades y habilidades. Por otra parte, esta interacción con el entorno resultará más fácil para aquel emprendedor que posea una sólida y densa red de contactos personales.

FIGURA 5-2
Etapa de gestación de ideas empresariales



Fuente: Elaboración propia.

Esto no deja de lado la importancia que un entorno más desarrollado económica e institucionalmente tiene para la creación de nuevas empresas. En entornos económicos más dinámicos, con amplia y variada capacidad de compra de los consumidores existirán mayores oportunidades. A su vez, si en este contexto hay instituciones de apoyo específicas para nuevas empresas, servicios profesionales, adecuada infraestructura y posibilidades de acceso a financiamiento, se facilitará el proceso de implementación de la nueva idea empresarial.

No obstante, la carencia de alguno de estos factores o su presencia en un estado “subóptimo” puede ser, al menos en parte, compensada por la acción de personas con una visión y formación empresarial que permita aprovechar al máximo los elementos del entorno.

Así, el conjunto de factores claves que intervienen en este proceso tienen que ver básicamente con: el emprendedor, el entorno y los recursos necesarios para iniciar la empresa, siendo éste último el factor que motiva el vínculo emprendedor - entorno.

Por lo tanto, el análisis de la gestación de una idea empresarial debe estar centrado en la idea de proceso, donde los distintos elementos que intervienen en la implementación son insumos de importancia para la evolución favorable del proyecto en esta etapa.

En esta investigación se trabaja bajo las siguientes hipótesis generales:

H1. La posesión por parte del emprendedor de motivación, autoconfianza, propensión al riesgo, creatividad y capacidad de liderazgo hacen que éste emprenda acciones con una alta probabilidad de éxito (inicio de la nueva empresa).

H2. La existencia de un entorno social, institucional y empresarial favorable hace que la idea de empresa tenga mayores posibilidades de iniciarse exitosamente.

H3. La mayor posesión de capacidades y habilidades por parte del emprendedor para gestionar los recursos necesarios para el inicio hace que el emprendimiento tenga mayores posibilidades de implementarse exitosamente.

II. METODOLOGÍA

A. Modelo empírico: hipótesis de trabajo y variables

Dadas las hipótesis generales, se generaron tres grupos de indicadores relacionados con: *el emprendedor, el entorno y los recursos*. Detrás de éstos se

encuentran distintos conceptos que a priori se considera que influyen sobre las posibilidades de éxito. La apertura al interior de cada grupo está vinculada con los principales factores que inciden en el proceso de gestación empresarial, observados básicamente desde la óptica del emprendedor.

CUADRO 5-1
Emprendedor

Dimensión	Variables	Hipótesis de trabajo
Motivación	1. Condición de actividad H 1.1	H1) Los individuos que logran implementar una nueva firma tienen una mayor motivación para la creación de la nueva empresa que los que abandonan la idea empresarial (H 1.1; H 1.2; H 1.3; y H 1.4).
	2. Desplazamiento H 1.2	
	3. Necesidad de logro H 1.3	
	4. Migración poblacional H 1.4	
Propensión al Riesgo	5. Cambio de trabajo	H2) Una menor aversión al riesgo permite enfrentar el futuro del emprendimiento con mayores probabilidades de éxito.
	6. Posición frente al fracaso	
Creatividad	7. Sugerencias en el puesto de trabajo	H3) La capacidad de generar habitualmente ideas está relacionada con un mayor talento creativo. Una mayor capacidad creativa incide positivamente en las posibilidades de éxito.
Autoconfianza y Capacidad de liderazgo	8. Autoconfianza	H4) Los emprendedores con mayor confianza en sí mismos tienen mayores posibilidades de éxito.
	9. Antecedentes en la dirección de personas	H5) Cuanto mayor capacidad de liderazgo, mayor es la posibilidad de éxito en la implementación del emprendimiento.
	10. Experiencia en supervisión	

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 5-2
Entorno

Dimensión	Variables	Hipótesis de trabajo
Modelo de rol en el contexto social	11. Modelo de padres, familiares y amigos	H6) Personas con modelos de acción cercanos tienen mayores posibilidades de éxito.
	12. Experiencia con familiares en la creación de empresas	H7) Individuos insertos en un contexto culturalmente favorable para la creación de nuevas unidades económicas tienen mayor probabilidad de éxito.
	13. Cultura empresarial de la región	
Contexto institucional, empresarial y económico	14. Apoyo institucional a la creación de empresas	H8) El mayor uso del contexto actúa como diferencial de éxito.
	15. Asesoramiento profesional	
	16. Situación de la economía local	H9) Una visión positiva de la situación y perspectiva de la economía local esta relacionada con un mejor desempeño emprendedor.
	17. Futuro de la economía local	
18. Ciudad del emprendimiento	H10) En las ciudades de mayor tamaño los emprendedores tienen más probabilidades de éxito	

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 5-3
Recursos

Dimensión	VARIABLES	Hipótesis de trabajo
Recursos financieros	19. Ingresos del grupo familiar	H11) La posesión por parte del emprendedor y su familia de altos ingresos o bienes con que respaldar un crédito, aumenta las posibilidades de éxito.
	20. Ingresos personales del emprendedor	
	21. Propiedad de la nueva empresa	
	22. Propiedad de la vivienda	
Capacidad para relacionarse	23. Actividades extralaborales	H12) La vinculación con otros individuos para llevar adelante el emprendimiento incide positivamente sobre las posibilidades de éxito.
	24 Relaciones laborales	
	21. Propiedad de la nueva empresa (socios)	
Formación y Antecedentes laborales	25. Nivel educativo formal	H13) Cuanto mayor formación tiene el emprendedor mayor es su posibilidad de éxito.
	26. Cursos de capacitación	
	27. Experiencia emprendedora	H14) Los antecedentes laborales generan en una persona capacidades y habilidades que potencian su capacidad para iniciar con éxito una nueva empresa.
	28. Experiencia laboral vinculada al emprendimiento	
	29. Categoría ocupacional	

Fuente: Elaboración propia.

B. Metodología de análisis

Este capítulo utiliza información proveniente del primer seguimiento. Tal como se menciona en el Capítulo 2, en esta instancia se define como grupo control a aquellos EN que abandonaron la idea o no realizaron en ese período ninguna acción concreta para implementarla, a quienes se compara con los EN que iniciaron la empresa. Se trabaja con un total de 132 casos: 60 que han podido llevar adelante su idea empresarial (infancia) y 72 que abandonaron el emprendimiento sin haber llegado a iniciarlo.

Con la finalidad de validar o refutar las hipótesis planteadas, se trabaja con los datos agregados de las cinco localidades relevadas y, sobre la base de

los indicadores especificados en el primer apartado de esta sección, se aplican pruebas no paramétricas (chi-cuadrado y exacta de Fisher), el Análisis de Interacciones Dinámico (AID) y finalmente se ajusta un modelo de regresión logística. Los detalles se incluyen en el Anexo de Técnicas Estadísticas.

III. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A. Factores diferenciales entre inicio y abandono

A.1. Factores vinculados al “Emprendedor”

Al analizar los elementos que caracterizan a los individuos que culminaron exitosamente el proceso de implementación de su idea de negocio, se encontró que estos factores se relacionan con motivación, propensión al riesgo, autoconfianza, creatividad y capacidad de liderazgo. Por otro lado, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en los indicadores vinculados a las características demográficas, es decir, las proporciones de individuos en cada categoría (edad, sexo, estado civil y posición en el hogar) son similares en ambos grupos.

Al indagar sobre los elementos que *motivaron* a los EN a la búsqueda de oportunidades y a involucrarse en acciones concretas para implementar su idea, surgen diferentes resultados según el indicador analizado. Esto permite ver que algunos elementos están relacionados a la actividad emprendedora sin ser un diferencial de éxito, mientras que otros se asocian a un desempeño exitoso, dando señales acerca de su importancia para llevar a buen término el proceso de gestación de una idea empresarial.

Un factor significativo vinculado con la motivación es el desempleo. Los resultados encontrados en este trabajo no respaldan la posición del *self-employment* dado que más del 70% de los emprendedores nacientes detectados son ocupados, no existiendo diferencias significativas entre los EN que iniciaron y los que abandonaron la idea de empresa. Lo mismo ocurre con la estabilidad en estas ocupaciones. Tanto entre inicios como entre abandonos, el trabajo que están realizando tiene carácter permanente (90%). A su vez, con

respeto a las categorías ocupacionales (patrón, cuenta propia y asalariado) se observa que alrededor del 50% de las actividades laborales son realizadas en forma independiente. Esto coincide en parte con los resultados de algunos estudios de países desarrollados en los cuales los esfuerzos para crear nuevas firmas se concentran en grupos con preponderancia de cuenta-propistas (Reynolds, 1997).

Aún cuando no surge como relevante la condición de actividad (ocupado/desocupado) como factor que interviene en el éxito del emprendedor, surge claramente el hecho que los individuos inactivos en su mayoría fracasan en el proceso de implementación de su idea empresarial (81%).

Al profundizar en las causas que motivaron el desplazamiento vinculadas con la satisfacción en el trabajo (desempleo o insatisfacción laboral), resulta que fueron exitosos aquellos individuos que declararon insatisfacción laboral. Parecería que el actuar en función de una decisión propia (cambiar de empleo) más que por factores externos a su voluntad (desempleo) involucraría un conjunto de situaciones favorables a la iniciativa empresarial. Ello podría estar vinculado con: 1) mayores recursos, dado que se parte de una situación de empleo; 2) mayor posibilidad de acceder a recursos (créditos), al tratarse de individuos con ingresos; 3) mayor autoconfianza, dado que no tiene los efectos negativos de ser desocupado; 4) mayor propensión al riesgo, dado que es el propio individuo quien toma la iniciativa de enfrentar el nuevo desafío y no su situación actual la que lo fuerza a ello.

Entre los factores vinculados al éxito se encontró además una mayor necesidad de logro por parte de los EN. Aquellas personas con una marcada actitud hacia la consecución de un objetivo, tuvieron mayores posibilidades de éxito en la puesta en funcionamiento de su idea empresarial (62%).

Como se ha planteado en el marco conceptual, otro factor que se vincula a la motivación emprendedora es la migración poblacional. En este sentido, si bien la proporción de migrantes es muy elevada (73%), los resultados indican que la migración no actúa como diferenciador entre los EN exitosos y los que no lograron poner en marcha su empresa.

Las diferencias en propensión al riesgo (cambio de trabajo y fracaso del emprendimiento) presentan indicios significativos acerca de una actitud más favorable hacia la toma de riesgo por parte de los EN exitosos. Así, los cambios de trabajo los realizaron con alta incertidumbre en cuanto al futuro laboral, dado que no tenían una actividad laboral futura asegurada cuando abandonaron su empleo en busca de mejores alternativas de trabajo.

A su vez, ante el planteo de la posibilidad de fracaso del emprendimiento, se encontró que una proporción mayor de EN exitosos tomarían acciones que implican un riesgo medio o alto (involucrarse en nuevas actividades emprendedoras), mientras que los EN no exitosos reaccionarían con medidas que implican bajo riesgo (volver a su antiguo trabajo o buscar un trabajo más seguro).

Autoconfianza y creatividad son factores relevantes en los dos grupos de EN. En el caso de la confianza manifestada en sí mismo, ella fue alta en un porcentaje significativamente mayor entre aquellos que tuvieron éxito. Este resultado se encuentra reforzado por el hecho que cerca del 50% de los EN estudiados se encuentran en la categoría de trabajadores por cuenta propia, elemento destacado por Shapero (1984) como generador de una mayor autoconfianza para el inicio de un nuevo emprendimiento. Con relación a la creatividad, se la encontró presente en la mayoría de los emprendedores sin ser una característica que muestre diferencias entre éxito y fracaso.

La capacidad para ser reconocido como líder por otros individuos es una de las características generadas en parte a través del relacionamiento social. En este sentido se observa que la capacidad de liderazgo puede ser desarrollada en el ámbito laboral, ante la necesidad de ser reconocido por pares y personal a cargo. Al respecto, existen indicios leves que muestran que los antecedentes en la dirección de personas están vinculados con el éxito emprendedor.

CUADRO 5-4

Características diferenciales entre EN que iniciaron y abandonaron:

Emprendedor

Variable	Modalidad					Signif
Necesidad de logro	Alta (62/46)	Media/baja (38/54)				Si **
Migración	Migrante (73/64)	No migrante (27/36)				No
Desplazamiento 1	Independencia (29/39)	Desempleo (22/11)	Insatisf. Laboral (23/17)	Oport. (19/24)	Cambio (7/9)	No
Desplazamiento 2	Insatisfacción (24/17)	Desempleo (22/11)	Otros (54/71)			Si*
Condición de actividad 1	Ocupado (91/96)	Desocupado (9/3)				No
Condición de actividad 2	Ocup y Desocup. (95/82)	Inactivos (5/18)				Si**
Cambio de trabajo	Con riesgo (68/48)	Sin riesgo (32/52)				Si***
Posición frente al fracaso	Alto/medio (55/28)	Bajo (45/72)				Si***
Sugerencias en el trabajo	Si (75/71)	No (25/29)				No
Autoconfianza	Alta (60/29)	Media (37/50)	Baja (3/21)			Si***
Experiencia en dirección de personas	Alta/Media (66/52)	Baja (34/49)	Sin (34/49)			Si*
Experiencia en supervisión	Alta (38/40)	Media (19/17)	Baja (15/12)	Sin (28/31)		No

Nota 1: Nivel de significación: ***1%; **5%; *10%.

Nota 2: Los datos están expresados en porcentaje y corresponden a inicio y abandono respectivamente.

Fuente: Elaboración propia.

A.2. Factores vinculados al “Entorno”

- Aspectos culturales

El ámbito más próximo al emprendedor está dado por su grupo familiar. Según el enfoque del ciclo de vida, el desarrollo de la personalidad emprendedora está influido por las acciones que han desarrollado los padres y familiares, actuando éstas como modelos o ejemplos a imitar.

Al respecto, si bien una proporción importante de EN tuvo un modelo empresarial, los resultados no muestran diferencias significativas entre los grupos bajo análisis. Es decir, la proporción de EN que tuvieron modelo de rol a seguir es similar a la que no lo tuvo y, a su vez, no existen diferencias entre los que iniciaron y los que abandonaron el emprendimiento. Por lo tanto, para estos casos la existencia de modelos de rol no es un elemento diferenciador entre éxito y fracaso, aún cuando aparece como un factor clave para el desarrollo de actitudes emprendedoras en los individuos.

Existe un gran número de elementos en el ambiente en el cual el EN intenta iniciar su nueva empresa que pueden actuar alentando y favoreciendo sus acciones. En una sociedad que valora y ve con buenos ojos las experiencias emprendedoras, el proceso de gestación empresarial encuentra mayor contención y, por lo tanto, mayores posibilidades de éxito.

Si bien los resultados muestran que, en las localidades estudiadas existe una cultura empresarial intermedia (con mayor proporción de media-baja), se observa que esta actividad es bien vista por una proporción elevada de la población. En cuanto al reconocimiento de las actividades empresariales en cada localidad, el 98% de las personas encuestadas que no son EN y tienen familiares o amigos que son empresarios, declaran que éstos le merecen su respeto y admiración, mientras que un 71% dice que le gustaría que sus hijos o familiares se dedicaran a actividades empresariales. Por lo tanto, existe en estas localidades una visión favorable con respecto a la actividad emprendedora.

Apoyando la idea de la existencia de un reconocimiento a la actividad empresarial, se encontró también que un 31% de los no EN consideró en

algún momento de su vida involucrarse en un evento empresarial y un 40% tiene amigos o familiares que son empresarios. Estos indicadores muestran la existencia un conjunto de modelos de empresarialidad que de ser reconocidos por la sociedad, podrían impulsar nuevas vocaciones empresariales en los ámbitos locales.

Sin embargo, no se observa que los elementos culturales actúen en estos casos como diferenciadores para el éxito.

CUADRO 5-5

Características diferenciales entre EN que iniciaron y abandonaron:

Aspectos culturales

Variable	Modalidades				Signif.
	Rel. Depen.	Cta. propia	Ambos		
Modelo de Padres	Rel. Depen. (47/36)	Cta. propia (25/32)	Ambos (28/32)		No
Participación en emprendimientos familiares	Si (46/41)	No (54/59)			No
Otros familiares emprendedores	Si (43/56)	No (57/44)			No
Muchos de sus amigos y familiares han iniciado una empresa	Si (30/32)	No (70/68)			No
Cultura empresarial de la región	Alta (13/13)	Media/alta (23/32)	Media/baja (50/36)	Baja (14/19)	No

Nota: Los datos están expresados en porcentaje y corresponden a inicio y abandono respectivamente.

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, estos resultados mostrarían la existencia de elementos de una cultura emprendedora en las localidades analizadas que pueden haber actuado como motivadores de nuevas actividades empresariales, pero que no resultan significativos para explicar las diferencias de desempeño de los emprendedores en su camino hacia la concreción de sus ideas de negocio.

- Contexto económico, institucional y empresarial

En todas las localidades bajo análisis existe un significativo número de instituciones vinculadas con el ámbito empresarial. Estas regiones pueden ser consideradas de desarrollo intermedio, existiendo en ellas: universidades, instituciones gremiales, de apoyo a la gestión y tecnología y con una base empresarial con distintos grados de diversificación y especialización según la ciudad.

Sin embargo, la visión de los emprendedores con relación a las posibilidades de acceder a apoyo por parte de estas instituciones es negativa y, en general, hay coincidencia entre los dos grupos de EN analizados. Sólo se diferencian dichos grupos en cuanto a su visión del apoyo que brinda el gobierno provincial y local. En este caso, la proporción de los que reconocieron este apoyo es mayor entre aquéllos que abandonaron la idea empresarial. Sólo un 9% de los que tuvieron éxito reconocen la existencia de este apoyo, lo cual podría estar explicado por el hecho que, al entrar los emprendimientos en etapas más avanzadas del proceso de creación, los empresarios no encontraron apoyo, y a su vez, por basar sus estrategias en sus propias capacidades más que en las posibilidades de apoyo gubernamental, al cual consideran como poco probable. Así, la proporción de EN exitosos que utilizó el asesoramiento de diversas instituciones fue relativamente baja (19%).

Por otra parte, al analizar instituciones más cercanas al emprendedor como pueden ser las cámaras empresariales, al igual que el apoyo de profesionales, se encontró un mayor reconocimiento hacia ellas, no existiendo diferencias estadísticamente significativas entre los EN estudiados. De esta manera, mientras que instituciones empresariales más cercanas son reconocidas en mayor medida por los emprendedores, parecería tener menor llegada el apoyo a nivel gobierno provincial o municipal. Sin embargo, en los últimos años ha habido un cambio en los tipos de políticas de apoyo empresarial pasando de subvenciones directas a indirectas, donde los subsidios vienen ahora a través de servicios.

Arrojando luz sobre las razones de la coexistencia de bajas tasas de actividad emprendedora con una cierta cultura empresarial y un importante

número de instituciones y empresas, la situación actual y futura de la economía local es vista como regular o mala. Es decir, la mala situación de la economía local podría estar inhibiendo, al menos en parte, una mayor actividad emprendedora.

CUADRO 5-6
Características diferenciales entre EN que iniciaron y abandonaron: Contexto

Variable	Modalidades					Signif
	Si	No				
Apoyo de la provincia y gobierno local	Si (9/28)	No (91/72)				Si*
Soporte de otras instituciones a la creación de empresas	Si (41/37)	No (59/64)				No
Asesoramiento de profesionales	Si (55/58)	No (45/42)				No
Situación de la economía local	Positiva (7/17)	Negativa (93/83)				Si*
Futuro de la economía local	Positiva (7/20)	Negativa (93/80)				Si**
Ciudad del emprendimiento	Bahía Blanca (5/11)	Córdoba (37/8)	Mar del Plata (22/19)	Rafaela (8/14)	Tandil (28/47)	Si***

Nota 1: Nivel de significación: ***1%; **5%; *10%.

Nota 2: Los datos están expresados en porcentaje y corresponden a inicio y abandono respectivamente.

Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, si bien la visión de los individuos es mayoritariamente negativa, los resultados indican que fracasaron en mayor proporción aquéllos que vieron una buena situación económica actual y futura. Esto estaría indicando que una visión negativa de la situación actual y perspectivas de la economía local está relacionada con un mejor desempeño emprendedor. Ello podría interpretarse como un reconocimiento de las restricciones del entorno

económico, donde las mayores posibilidades de éxito correspondieron a quienes tuvieron una visión más realista.

Finalmente, se encontraron diferencias significativas entre ciudades en las tasas de implementación exitosa de ideas empresariales, donde Córdoba y Mar del Plata tuvieron los mayores porcentajes de gestaciones exitosas. Si bien este estudio no profundiza en el análisis de las diferencias regionales, se considera que éstas estarían vinculadas a la desigual contribución de cada espacio geográfico para facilitar la implementación de los proyectos empresariales.

Entre los factores que, según diversos autores (Birch, 1987; Mason, 1991; Keeble & Walker, 1994; Guesnier, 1994; Reynolds *et al.*, 1994; Yoguel y Boscherini, 2001), podrían influir en el diferencial de desempeño pueden mencionarse: 1) Infraestructura disponible: acceso a rutas, aeropuertos, telecomunicaciones, etc; 2) Calidad de los recursos educativos y formación de la población; 3) Calidad de la mano de obra y estructura ocupacional (experiencia profesional y gerencial); 4) Desarrollo y grado de dinamismo institucional; 5) Existencia de apoyo específico a la creación de empresas; 6) Distribución y nivel de ingresos de los habitantes; 7) Disponibilidad de financiamiento de riesgo e inversores (*equity investments*); y 8) Tamaño y nivel de actividad económica de la ciudad. Aquéllos que intentan iniciar una nueva firma en localidades de mayor tamaño encontrarán mano de obra, proveedores, clientes (concentración geográfica de la demanda), servicios para la empresa, mayor infraestructura de I+D y física, disponibilidad de información y de recursos financieros.

CUADRO 5-7

Porcentaje de inicios y abandonos por ciudad

Ciudad	Situación	%
Bahía Blanca	Iniciaron	27,3
	Abandonaron	72,7
Córdoba	Iniciaron	70,6
	Abandonaron	29,4
Mar del Plata	Iniciaron	50,0
	Abandonaron	50,0
Rafaela	Iniciaron	35,3
	Abandonaron	64,7
Tandil	Iniciaron	32,7
	Abandonaron	67,3

Fuente: Elaboración propia.

A.3. Factores vinculados a los “Recursos”

La disponibilidad y capacidad para gestionar los recursos necesarios para iniciar la empresa se consideran elementos fundamentales para el éxito. El 30% de los EN que abandonaron su idea empresarial expresaron que el principal motivo fue la falta de recursos. De hecho, para poner en marcha una idea empresarial se necesitan ciertos recursos monetarios: se requieren activos para fabricar el producto o brindar el servicio y hace falta capital de trabajo para cubrir el período entre la compra de los insumos y la recepción de los ingresos por ventas.

No obstante, habitualmente no se usa financiamiento externo. Las fuentes de recursos utilizadas para la creación de nuevas firmas por lo general responden al esquema desarrollado por Myers (1984), según el cual las necesidades de financiamiento son cubiertas según un orden de preferencias del emprendedor, partiendo primero de recursos propios y, recién luego de agotada esta instancia, se pasa a fuentes externas.

En este sentido, los recursos propios y la disponibilidad de otras fuentes de financiamiento a partir de familiares y amigos se convierten en un elemento de importancia. Al respecto, entre los que iniciaron y abandonaron no se encontraron diferencias en cuanto a sus posibilidades de éxito vinculadas con la pertenencia a familias de mayores recursos. Esto contrasta con postulados que sostienen que la pertenencia a hogares con mayor riqueza aumenta las posibilidades de implementación de una nueva idea de negocio (Keeble & Walker, 1994; Reynolds *et al.*, 1994). No obstante, se encontró relevante para explicar el éxito a la percepción de un ingreso personal medio/alto por parte de los emprendedores.

La posibilidad de acceso al crédito externo está en cierta medida vedada para los nuevos emprendimientos hasta que demuestren que su concepto de negocio funciona y que la demanda existe (Mason, 1998). Por lo tanto, la posesión de un bien inmueble que pueda ser utilizado como una garantía real aumenta las posibilidades de acceso al financiamiento. En este trabajo se encuentra que una importante proporción de los EN son propietarios de su vivienda (72%), no registrándose diferencias entre los que tuvieron éxito y los que abandonaron la idea empresarial (68/76%). Así, si bien la propiedad de la vivienda es un elemento que en algunos casos puede ser tomado como indicador de riqueza familiar y fuente de recursos, ésta no resultó ser una característica excluyente como factor de éxito.

Otra forma de acceso a los recursos por parte del emprendedor es a través de su asociación con otros individuos, utilizando en este caso el concepto de recursos en un sentido amplio, es decir, no sólo financieros sino también de capacidades y habilidades. Johannisson y Dandridge (1996) plantean la relevancia de una red amplia y densa de relaciones personales para acceder a los recursos. En este sentido, si bien en su mayoría tanto los que tuvieron éxito como los que fracasaron poseen una sola ocupación laboral, habría indicios que permiten afirmar que aquéllos con más de una ocupación tienen mayores posibilidades de arribar exitosamente a la implementación de su idea.

El desarrollo de la red de relaciones personales está vinculada con las actividades que realizan los individuos no sólo en su trabajo sino también fuera

de éste. Los resultados del estudio muestran que los EN detectados realizan muy pocas o ninguna actividad extra laboral y, a su vez, no existen diferencias en este indicador entre éxito y fracaso.

Por otro lado, de la información captada se desprende que alrededor del 55% de los emprendimientos exitosos son llevados adelante por más de una persona, resultando la conformación de un grupo emprendedor un factor diferenciador entre éxito y fracaso. Relacionado con este resultado surge que la desavenencia entre socios es un elemento remarcado como desencadenante del fracaso por el 7% de los que abandonaron la implementación de su idea. Todo esto indicaría, por un lado, la falta de aprovechamiento del apoyo de las personas con las que el emprendedor tiene o puede tener relación y, por otro, algunos problemas en los individuos para el trabajo en equipo.

Entre los recursos necesarios, los intangibles son usualmente los más importantes dado su impacto en la construcción de ventajas competitivas. Los EN detectados tienen un componente educacional superior al promedio de la población, teniendo cerca del 70% estudio secundarios completos o más avanzados. Esta característica se presenta tanto entre los EN exitosos como entre los que no lo son.

La formación de los emprendedores no sólo está determinada por la educación formal sino también por la capacitación específica y la experiencia laboral. En este sentido, son pocos los emprendedores que han tomado cursos vinculados con temas empresariales tales como: capacitación gerencial, marketing, contabilidad, finanzas, producción, manejo de personal, etc. (32%). La experiencia laboral complementa y permite consolidar los conocimientos adquiridos en las aulas. A través de esto puede responderse, al menos en parte, la pregunta sobre formación específica, ya que hay indicios que relacionan el éxito en el inicio del emprendimiento con la experiencia en la actividad específica, tanto como emprendedor (35%) como bajo relación de dependencia (46%). Así, los resultados avalan que una mayor experiencia específica es un elemento que incide en las posibilidades de éxito.

CUADRO 5-8
Características diferenciales entre EN que iniciaron y abandonaron:

Recursos

Variable	Modalidad				Sig.
	Alto (7/4)	Medio (38/34)	Bajo (55/62)		
Ingreso del grupo familiar					No
Ingreso personal del emprendedor	Medio/Alto (25/11)	Bajo (46/60)	Sin (29/29)		Si*
Propiedad de la nueva empresa	Sociedad (54/36)	Unipers. (46/64)			Si*
Propiedad de vivienda	Propietario (70/80)	Inquilino (30/20)			No
Actividades extra laborales	Ninguna (30/29)	Pocas (38/44)	Varias (32/27)		No
Relaciones laborales	Baja/Normal (72/88)	Media/Alta (28/12)			Si**
Nivel educativo formal	1ria.C/I 2ria.I (28/37)	2ria. Completa (22/25)	Univ. Inc. (27/24)	Univ. Comp. (23/14)	No
Cursos de capacitación	Si (30/31)	No (70/69)			No
Experiencia anterior (intentó)	Si (35/20)	No (65/80)			Si*
Experiencia anterior (inició)	Si (52/55)	No (48/45)			No
Experiencia laboral vinculada con el emprendimiento	Alta (46/28)	Media (8/19)	Baja/sin (46/53)		Si*
Categoría ocupacional 1	Patrón (20/5)	Cta. Propia (45/43)	Empl. (35/52)		Si**
Categoría ocupacional 2	Patrón (36/9)	Empl. (64/91)			Si***

Nivel de significación: ***1%; **5%; *10%.

Los datos están expresados en % y corresponden a inicio y abandono respectivamente.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la categoría ocupacional resulta que, entre los que iniciaron el emprendimiento, hay un componente mayor de “patrones o empleadores”.

Entre los EN exitosos, un 20% es patrón mientras que sólo el 5% de los que fracasaron forman parte de esta modalidad. Esto puede vincularse con antecedentes desarrollados en el manejo de su propia empresa: 1) haber desarrollado capacidades empresariales (recurso intangible) junto con una visión global del funcionamiento de una empresa; 2) una mayor autoconfianza en la realización de este tipo de actividades; 3) posesión de recursos propios (instalaciones, equipos, etc.) y 4) posibilidad de acceder a recursos a partir de una red de contactos personales más densa vinculada a la actividad empresarial previa.

B. Análisis de Interacciones Dinámico (AID)

Del análisis inicial de los resultados se desprende que ciertos factores están relacionados con las posibilidades de concluir exitosamente el proceso de implementación de una idea empresarial. Un estudio más completo requiere prestar atención a los posibles efectos de las interacciones entre un gran número de variables independientes: edad, experiencia ocupacional, ingresos, educación, aversión al riesgo, etc. La cantidad de posibles interacciones es sustancial.

Al aplicar el AID, la autoconfianza resulta claramente el factor dominante que diferencia a quienes iniciaron de quienes abandonaron. El 60% de los que lograron iniciar su emprendimiento tienen un nivel alto en dicha característica personal, mientras que es relativamente baja la proporción de emprendedores que fracasaron y poseen un nivel alto de autoconfianza (30%).

Al analizar al interior los dos grupos conformados (autoconfianza alta y media/baja) se confirma la significatividad de algunas variables y surgen otras que, con la prueba chi-cuadrado aplicada anteriormente al conjunto de los casos, no habían resultado relevantes.

Entre los emprendedores que poseen una autoconfianza elevada, el mayor número de ocupaciones, su opinión negativa sobre el desarrollo futuro de la economía, el pertenecer a la PEA y la mayor capacitación específica son factores críticos para explicar el éxito. A su vez, al interior del subgrupo que

pertenece a la PEA y tiene una visión negativa sobre el desempeño futuro de la economía de su localidad, la pertenencia al estrato de edad entre 18 y 34 años está vinculada con una mayor probabilidad de éxito.

Por otro lado, entre aquellos EN cuya autoconfianza es menor se presentan una serie de elementos críticos para explicar su fracaso, tales como la permanencia en un mismo trabajo o el cambio involuntario (despido, fin del contrato)—en oposición al abandono de “buenas” ocupaciones anteriores por insatisfacción laboral o detección de oportunidades—, el planteo ante la posibilidad de fracaso del emprendimiento de alternativas de menor riesgo o que requieren de menor creatividad, la pertenencia al género femenino, la falta de experiencia en iniciar una empresa y el pertenecer a un estrato de ingresos medio o bajo.

Al analizar cómo esta conformado este grupo de menor autoconfianza, se observa una muy alta significatividad estadística vinculada con: género, aversión al riesgo, creatividad y experiencia emprendedora. Con relación al género, es menos probable que tenga éxito en la creación de una nueva empresa una mujer que un hombre, aún si ambos poseen autoconfianza media/baja. Este resultado concuerda con el obtenido por Carter (1997) al analizar la influencia de género en el proceso de gestación de una nueva empresa. La diferencia con los hombres de este grupo (autoconfianza media/baja) que tuvieron éxito estaría explicada por una menor aversión al riesgo y mayor creatividad y experiencia como emprendedores. Evidentemente, la falta de confianza en sí misma afecta más las probabilidades de éxito de las mujeres que la de los hombres debido a su combinación con otros factores vinculados al fracaso en la implementación de una idea empresarial (aversión al riesgo, baja creatividad y falta de experiencia en la creación de empresas). En este sentido, varios estudios argumentan que la mujer emprendedora está caracterizada por una *performance* inferior y menores tasas de supervivencia comparada con los hombres (Du Rietz & Henrekson, 2000; Rosa *et al.*, 1996).

Por lo tanto, la aplicación de AID permite visualizar dos nuevas modalidades de variable: una relacionada con las posibilidades de concluir

exitosamente el proceso de creación de una empresa—edad entre 18 y 34 años— y la otra con el fracaso —género femenino—. La primera es explicada por la tenencia de ingresos y experiencia y, la segunda, por una menor “eficiencia” emprendedora.

C. Modelo de regresión logística (LOGIT)

El potencial de análisis no se agota en el AID debido a los altos niveles de intercorrelación existente entre las variables analizadas. Con el objeto de captar otros aspectos de estas interrelaciones y tratar de modelizar el funcionamiento exitoso del proceso de creación de una nueva empresa se estima un modelo de regresión logística.

Esta regresión se aplica a la muestra completa de emprendedores, seleccionándose las variables mediante el uso del método paso a paso (*stepwise*). El modelo obtenido es estadísticamente significativo y predice correctamente el 81% de los casos, siendo alta la probabilidad general que presenta la ecuación para predecir las variaciones de la variable dependiente.

La aplicación de la regresión logística permite estimar la probabilidad de éxito de un emprendimiento de acuerdo a: la ciudad donde se realiza el emprendimiento, el nivel de autoconfianza del EN, su propensión al riesgo, su nivel de ingresos, su situación laboral y su experiencia como emprendedor y en la rama de actividad del emprendimiento.

El modelo *logit* permite obtener un valor de probabilidad de éxito dadas determinadas características y, a partir de éstas, ver cómo se modifica la probabilidad debido a cambios en algunos de los componentes. El modelo estimado queda representado por la siguiente ecuación:

$$\frac{p_i}{1-p_i} = \exp \left[\begin{aligned} &-5,71+2,25* \text{PROPENSIÓN AL RIESGO}+3,99*\text{OCUPADO}+ \\ &+6,26*\text{DESOCUPADO}+1,72*\text{EXP.ESPECÍFICA}+ \\ &+1,97*\text{AUTOCONFIANZA} +1,44*\text{EXP.EMPREENDEDORA}- \\ &-2,30*\text{RAFAELA}+0,91*\text{CÓRDOBA} -2,61*\text{TANDIL} - \\ &-1,19*\text{BAHÍA BLANCA} + 1,73*\text{INGRESO MEDIO}+ \\ &+2,39*\text{INGRESO AL TO}+ 2,86*\text{ SIN INGRESOS} \end{aligned} \right]$$

CUADRO 5-9
Resultados de la Regresión Logística

Variable	Beta	Signif.	Odds-Ratio	1/Odds-Ratio
Propensión al riesgo	2,2475	0,000	9,46	0,11
Ciudad		0,000		
Rafaela	-2,2950	0,028	0,10	9,92
Córdoba	0,9142	0,280	2,49	0,40
Tandil	-2,6142	0,002	0,07	13,66
Bahía Blanca	-1,1915	0,322	0,30	3,29
Autoconfianza	1,9721	0,000	7,19	0,14
Situación ocupacional		0,002		
Ocupado	3,9999	0,003	54,59	0,02
Desocupado	6,2563	0,001	521,29	0,00
Experiencia específica	1,7191	0,007	5,58	0,18
Nivel de Ingresos		0,014		
Medio	1,7280	0,021	5,63	0,18
Alto	2,3896	0,009	10,91	0,09
Sin Ingreso	2,8629	0,004	17,51	0,06
Experiencia emprendedora	1,4439	0,021	4,24	0,24
Constante	-5,7090	0,000		

Fuente: Elaboración propia.

Las variables del cuadro anterior están ordenadas en forma decreciente de acuerdo a su significatividad estadística. En este orden se analizan a continuación las chances que tiene un emprendedor de implementar exitosamente su idea de negocio, de acuerdo a cada una de sus características.

Uno de los aspectos personales que resulta relevante en el análisis es la propensión al riesgo. En este sentido, la regresión logística nos permite cuantificar la diferencia de chances que existe entre los individuos tomadores de riesgo y aquéllos con aversión al riesgo. Los propensos a la toma de riesgo poseen 9,5 chances más de éxito que los que son adversos al riesgo, manteniendo las restantes variables constantes.

Existen diferencias de desempeño entre ENs según la ciudad donde realizaron las acciones para llevar adelante el emprendimiento. La ciudad de Mar del Plata puede considerarse en una situación intermedia en cuanto a estructura productiva y tamaño con relación al resto de las localidades de la muestra, por lo que ha sido definida como categoría basal. Al compararla con las otras ciudades resulta que las chances de éxito de un emprendedor situado en Mar del Plata, manteniendo las restantes variables constantes, son mayores que la de otro situado en Bahía Blanca, Rafaela o Tandil (3, 10 y 14 chances más, respectivamente). Mientras que un EN ubicado en Córdoba tiene 2,5 chances más de éxito que otro situado en Mar del Plata.

La autoconfianza de algunos individuos surge nuevamente en este punto como una variable altamente significativa para explicar el éxito de los EN. En este sentido, los emprendedores con alta autoconfianza, manteniendo las restantes variables constantes, tienen 7 chances más de éxito que aquéllos con autoconfianza media o baja.

La pertenencia a la PEA es otro indicador destacado en la explicación del éxito del emprendedor. En particular, se observa que, con relación a una persona inactiva, un ocupado o un desocupado tiene al menos 4 ó 12 chances más de éxito, respectivamente, manteniendo las restantes variables constantes². Se observa que los desocupados de la muestra tuvieron mejor desempeño que

² Límite inferior del intervalo al 95% de confianza.

los ocupados, teniendo 9,5 chances más de éxito que estos últimos. En este punto cabe destacar que, si bien el estar desocupado no es una característica prevalente entre los individuos que emprenden proyectos empresariales, cuando un desocupado se involucra en un negocio, sus posibilidades de éxito son elevadas. Esta situación estaría explicada por la disponibilidad de tiempo libre y la utilización completa de este tiempo en acciones vinculadas con la implementación de la idea empresarial (Capítulo 6).

La experiencia como emprendedor, así como los antecedentes relacionados con la actividad del emprendimiento, también resultan aspectos significativos para explicar el éxito en la etapa de gestación. Aquellos individuos con experiencia emprendedora o en la temática del emprendimiento, tienen más chances que los que no poseen experiencia (4 y 6 veces más, respectivamente, manteniendo las restantes variables constantes).

La diferencia en niveles de ingresos influye claramente en las posibilidades de éxito. En este sentido, las chances de éxito de quienes poseen ingresos medios o altos son superiores a las de los EN con ingresos bajos (6 y 11 veces más, respectivamente, manteniendo las restantes variables constantes). Esto concuerda con los resultados de los trabajos de Keeble & Walker (1994) y Reynolds *et al.* (1994), en los cuales la riqueza personal de los emprendedores aparece como una variable altamente significativa para explicar la creación de una nueva empresa.

A su vez, un pequeño grupo que no poseía ingresos logró tener muy buenos resultados. Las diferencias (significativas) de este último grupo dentro del total de casos “exitosos” es: 1) no ocupan en el hogar la posición de jefe (71%, cónyuge u otro)³; 2) una alta proporción son desocupados o inactivos (41%); y 3) los proyectos de empresa son llevados adelante principalmente en la ciudad de Córdoba (65%, hecho que concuerda con lo planteado anteriormente sobre la importancia del tamaño de ciudad). Este grupo de personas sin ingresos que pudo llevar adelante su emprendimiento no tendría en la familia

³ En el grupo con ingresos la situación es la inversa, el 71% son “jefes” del hogar y el 97% ocupados.

el rol principal (jefe de familia) y, por lo tanto, podrían estar contenidos y apoyados por los ingresos del “jefe” y, al no tener una ocupación laboral, dispondrían de mayor tiempo para dedicar al emprendimiento. A su vez, el tamaño del mercado en el cual llevan adelante su idea empresarial podría jugar un papel importante en las posibilidades de éxito, dada la orientación hacia el mercado local de las ventas de las nuevas empresas en las primeras etapas de su desarrollo.

IV. REFLEXIONES FINALES

Los resultados del presente trabajo dan cuenta de los avances realizados en la etapa de gestación del proceso de creación de empresas. Esta primera etapa abarca desde el comienzo de las acciones para la implementación de una idea empresarial hasta el inicio de actividades del nuevo negocio.

Analizados los factores vinculados al éxito o fracaso en la implementación de la nueva empresa se encuentra que:

- Más allá que algunos autores relativicen la importancia de las características personales en las posibilidades de concreción de un proyecto empresarial, existen en este estudio evidencias significativas de su incidencia. Los factores actitudinales tales como motivación, propensión a la toma de riesgo, confianza en sus capacidades, creatividad, capacidad de liderazgo, son intangibles de relevancia y han generado diferencias significativas entre los emprendedores que implementaron exitosamente sus ideas empresariales y aquéllos que han abandonado sus proyectos.
- La disponibilidad de recursos y la capacidad de gestionarlos es un factor fundamental para explicar los alcances del proceso de gestación. Los resultados obtenidos muestran que el mayor nivel de ingreso individual de los emprendedores, presenta diferencias significativas entre inicios y abandonos. A su vez, la constitución de equipos emprendedores también actúa como factor significativo en los resultados obtenidos por ambos grupos, siendo una alternativa para financiar el emprendimiento. Por otra parte, la utilización de recursos externos no es un elemento diferenciador de los resultados obtenidos

en la etapa de gestación. Así, la propiedad de la vivienda o el mayor ingreso del grupo familiar (variables *proxy* de riqueza familiar), que otorgaría una aval a la solicitud de un crédito de terceros o que podría colaborar en la financiación del proyecto, no muestran diferencias significativas entre aquéllos que iniciaron y los que abandonaron el emprendimiento. Ello podría poner de manifiesto la existencia de fallas en la oferta de financiamiento para nuevos proyectos empresariales.

- Con relación a los recursos intangibles, la experiencia empresarial y específica en la rama de actividad de los emprendimientos aparecen como relevantes para la implementación exitosa de la idea de negocio. Los antecedentes en la dirección de personas generan conocimientos que facilitan y amplían la visión del negocio y permiten al EN una mayor eficiencia en las actividades de gestación. A su vez, la posesión de experiencia en el área específica de actividad es también relevante, ya que le permite explotar el saber hacer, el conocimiento acumulado en sus ocupaciones anteriores. El mayor nivel educacional de los emprendedores no resulta un elemento diferenciador de éxito pero muestra que los emprendedores nacientes poseen un componente educacional superior al promedio de la población.
- Las características personales y conocimientos del emprendedor le permiten un mejor acceso y relacionamiento con el entorno, reduciendo de esta manera los costos y dificultades de este vínculo. Sin embargo, la búsqueda de recursos no depende sólo del emprendedor. Existe un ambiente de apoyo en cada espacio geográfico que contribuye al desempeño diferencial de los emprendedores. Debido a las dificultades para la medición del desarrollo de dicho ambiente, la diferencia de resultados obtenidos en este proceso en cada ciudad estaría mostrando las diferentes contribuciones de cada espacio geográfico para facilitar la implementación de los proyectos empresariales. En este sentido, los emprendedores de la ciudad de Córdoba tienen mayores chances de éxito que en el resto de las ciudades analizadas.
- El género también aparece como una variable relevante cuando se lo vincula a la autoconfianza. Las mujeres con autoconfianza media/baja tuvieron un desempeño inferior que los hombres, debido a que esta característica se

conjugó con otros factores de relevancia que están asociados a desempeños desfavorables en la implementación de una idea empresarial (aversión al riesgo, baja creatividad y falta de experiencia en la creación de empresas).

BIBLIOGRAFÍA

- Birch, D. (1987), "The changing rules for economic development". In: Birch, D. *Job creation in America: How our smallest companies put the most people to work*, Ch. 6, pp. 135-165. New York: Free Press,
- Du Rietz, A. & Henrekson, M. (2000), "Testing the female underperformance hypothesis". *Small Business Economics*, 14 (1).
- Guesnier, B. (1994), "Regional variations in new firm formation in France". *Regional Studies*, 28 (5): 347-358.
- Johannisson, B. (1992), "Entrepreneurship - The management of ambiguity". In: Polesie & Johansson (eds), *Responsibility and accounting. The organizational regulation of boundary conditions*, pp. 155-179. Studentlitteratur.
- Johannisson, B. & Dandridge, T. (1996), *Personal networks and emerging interconnecting patterns among small firms as indicators of firm evolution*. Sweden: Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship, Halmstad University.
- Keeble, D. & Walker, S. (1994), "New firms, small firms and dead firms: Spatial patterns and determinants in the United Kingdom". *Regional Studies*, 28 (4): 411-427.
- Mason, C. (1991), "Spatial variations in enterprise: The geography of new firm formation". In: Burrows, R. (ed), *Deciphering the enterprise culture: Entrepreneurship, petty capitalism and the restructuring of Britain*, Ch. 5. London: Routledge.
- Mason, C. (1998), "El financiamiento y las pequeñas y medianas empresas". En: *Desarrollo y gestión de pymes*, Cap. 8. Universidad Nacional de Gral. Sarmiento.
- Myers, S. (1984), "The capital structure puzzle". *Journal of Finance*, 34: 575-592.
- Rea, A.; Maggiore, G. & Allegro, I. (1999), *The process of enterprise creation: A look into the "black box" of entrepreneurship evaluation - Evidence from the european "best practice"*. Frontiers of Entrepreneurship Research, Center for Entrepreneurship, Babson College.

- Reynolds, P.; Storey, D. & Westhead, P. (1994), "Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates". *Regional Studies*, 28 (4): 443-456.
- Reynolds, P. (1997), "Who starts new firms? - Preliminary explorations of firms in gestation". *Small Business Economics*, 9: 449-462.
- Rosa, P.; Carter, S. & Hamilton, D. (1996), "Gender as a determinant of small business performance: Insights from British study". *Small Business Economics*, 8 (6): 463-478.
- Shapiro, A. (1984), "The entrepreneurial event". In: Kent, C. (ed) *The environment for entrepreneurship*. Lexington, Mass: Lexington Books.
- Yoguel, G. y Boscherini (2001), "Capacidad innovativa de las firmas y el sistema territorial". *Desarrollo Económico*, 41 (161): 37-69.

CAPÍTULO 6

Evolución del proceso de gestación empresarial

Ana Gennero de Rearte y Natacha Liseras

INTRODUCCIÓN

Al estudiar el proceso de gestación de empresas, distintos enfoques teóricos en el campo del *entrepreneurship* han focalizado en las características del emprendedor. Sin embargo, y tal como plantea Gartner (1988), es necesario focalizar la investigación en las actividades que el sujeto realiza para dar nacimiento a una empresa, desplazando la unidad de análisis desde el individuo hacia el proceso de gestación. Sin duda, dichas actividades están influenciadas por las motivaciones, conocimientos y experiencia que el individuo ha ido adquiriendo a lo largo de su vida social, así como por el entorno cultural e institucional en el cual se desarrolla, pero son ellas las que finalmente permiten llevar adelante el proceso de gestación empresarial.

En este capítulo se analizan las distintas actividades llevadas a cabo por aquellas personas que aún continúan realizando acciones concretas para implementar su negocio—que por tanto participan de períodos más prolongados de gestación—, comparándolas con las actividades realizadas por quienes han logrado iniciar rápidamente su empresa y con quienes han abandonado el emprendimiento antes de ponerlo en funcionamiento. A su vez, se focaliza en la constitución del equipo empresarial y en las inversiones en tiempo y dinero realizadas por cada grupo emprendedor para avanzar en el proceso de gestación.

Este análisis permite conocer cuáles son las acciones de los EN que están vinculadas con la implementación más rápida de una idea empresarial. Ello puede orientar las conductas de nuevos emprendedores y las acciones de política pública hacia aquellos aspectos que aparecen asociados a un resultado satisfactorio del proceso de gestación.

En la primera sección se discute el marco conceptual y las hipótesis de trabajo, en la segunda se detalla la metodología de análisis y recopilación de información, en tercer lugar se muestran los principales resultados y luego las reflexiones finales.

I. MARCO CONCEPTUAL

Con el objetivo de entender cómo y por qué se crean organizaciones, muchos investigadores en el campo del emprendedorismo han tratado de buscar en las características personales del emprendedor las condiciones básicas que lo diferencian de los no-emprendedores y que lo impulsan hacia la acción de crear una nueva organización—enfoques de las características del emprendedor o *trait-approach*— (Mc Clelland, 1961; Litzingir, 1965; Mescon & Montanari, 1981). Otro enfoque considera a la creación de empresas como un evento social, en el que también influyen las características adquiridas por el emprendedor a lo largo de su vida en la interrelación con su grupo social de referencia, las características familiares y educacionales, las experiencias ocupacionales previas, la cultura empresarial de la región o el entorno en que la firma se mueve (Gibb & Ritchie, 1982).

El primer enfoque no deja margen para acciones de política que impulsen a los individuos a la creación de nuevas empresas, mientras que en el segundo los emprendedores podrían ser impulsados y asistidos si ellos y su entorno se incluyen en un sistema sobre el cual una política puede actuar sinérgicamente, desarrollando ciertas capacidades esenciales para los emprendedores.

Gartner (1988) realiza una recopilación de 32 investigaciones que intentan definir al emprendedor a través de sus características y que buscan

explicar a través de ellas el inicio de una empresa. Más allá de los problemas metodológicos encontrados, concluye que es tan grande el número de características innatas y adquiridas detectadas en los distintos estudios que el emprendedor sería un *everyman* genérico. Ello pone de manifiesto la dificultad de analizar la creación de una nueva empresa sólo por las características del emprendedor, en cuyo caso únicamente desarrollando ciertos rasgos en los individuos, se elevarían las vocaciones empresariales y la creación de nuevas firmas.

Es por ello que otra serie de investigaciones profundiza el estudio del proceso de gestación focalizando en la forma en que se da vida a una nueva organización. Éstas consideran que se trata de un proceso complejo, resultado de múltiples experiencias, y que las “decisiones y acciones individuales” son las que finalmente permiten desarrollar la idea de negocio, existiendo muchas actividades entrepreneuriales que no tienen relación con las características de cierta clase de individuos (Shapero, 1984)¹. Estos estudios se focalizan en las etapas seguidas hasta dar nacimiento a una nueva empresa tales como la adquisición de la motivación, encontrar una idea y validarla, identificar y gestionar recursos, detectar ciertos factores de éxito necesarios en este proceso como ser la motivación y determinación del individuo o grupo—influenciada por el apoyo familiar y la experiencia anterior—, las habilidades técnicas y gerenciales, la viabilidad de la idea probada por el emprendedor y la disponibilidad y capacidad de acceso a los recursos necesarios (Gibb & Ritchie, 1982).

Gartner (1988) propone un avance metodológico importante al preguntarse, en vez de “por qué nace una empresa” —lo que lleva a ahondar en quien la crea y en sus características personales—, “cómo nace una empresa”, ubicando de esta forma al emprendedor dentro del proceso de creación. Por lo tanto, los investigadores deben observar y analizar las conductas del

¹ “El hecho emprendedor se transforma en la variable dependiente mientras que las acciones de los individuos o grupos que generan dicho evento serían las variables independientes, junto a las variables sociales, económicas, políticas, culturales y otras variables situacionales en cuanto afectan el proceso de formación de empresas” (Shapero, 1984, p. 23).

emprendedor en el proceso de crear organizaciones, detectando los conocimientos que debe tener, cómo los adquiere (sus intentos de inicio anteriores, ¿cuánto aportan al nuevo emprendimiento?), qué importancia tienen los equipos emprendedores, cómo logra financiar el inicio y cómo obtiene recursos.

Estudios empíricos llevados adelante por Carter *et al.* (1996), consideran que el tipo y número de actividades que los emprendedores realizan diariamente en el período de gestación, tienen una gran importancia para iniciar satisfactoriamente un nuevo negocio. Aún cuando dichos estudios no han encontrado una secuencia de eventos única para todas las organizaciones emergentes, algunas actividades han resultado ser precursoras en una proporción elevada de casos. Por otro lado, buena parte de los emprendimientos no son llevados adelante por un individuo en forma aislada, sino que son resultado del esfuerzo de un grupo emprendedor que se involucra en el nuevo proyecto. Un mayor compromiso con el emprendimiento, observado a través del tiempo y los recursos financieros comprometidos en el período de gestación, permite un inicio más rápido de la nueva empresa.

Al analizar el proceso de creación de empresas mediante un enfoque conductista, se considera a los emprendedores como quienes llevan adelante dicho proceso. Las características del individuo *per se* no permiten entender los resultados del proceso, sino que son sus conductas las que contribuyen a ahondar en los elementos favorables para el inicio, aún cuando no se puedan ligar a ciertos rasgos personales de los emprendedores. A partir del marco conceptual presentado, se enuncian las siguientes hipótesis de trabajo:

- H1) Existen diferencias entre los emprendedores que iniciaron y abandonaron el proyecto empresarial, en el número y tipo de actividades realizadas tendientes a implementar un nuevo negocio.
- H2) Aquellos emprendimientos que conforman un equipo o grupo emprendedor para el inicio, el cual realiza mayores inversiones en tiempo y dinero y posee mayor experiencia emprendedora, se concretan más rápidamente.

II. METODOLOGÍA

A. Fuentes de información

Se utiliza información obtenida a los 12 meses de detectados los EN. En este primer seguimiento se indaga acerca de la fecha de inicio o abandono de los emprendimientos y, tanto a inicios como a pre-inicios, se les solicita información sobre: la continuidad de las actividades declaradas como iniciadas en la encuesta de detección, la finalización de las mismas, la realización de nuevas acciones y las fechas en que fueron iniciadas o completadas. También se pregunta sobre los principales problemas que han debido superar para poder avanzar en la implementación del emprendimiento. Además, se obtiene información acerca del equipo empresarial, en cuanto a número de socios, género, educación, experiencia empresarial, horas de dedicación al emprendimiento y ocupación actual.

B. Medidas y técnicas de análisis

B.1. Principales actividades

Para determinar las principales actividades realizadas se codifica cada actividad con 0 –si la misma no ha sido iniciada– o con 1 –en caso de haber sido iniciada o concretada–, construyendo de este modo una variable cualitativa dicotómica. Luego se calcula la proporción de actividades realizadas para inicios y pre-inicios, elaborándose tablas de contingencia. Finalmente, mediante las pruebas chi-cuadrado y exacta de Fisher, se analiza si existen diferencias estadísticamente significativas entre los grupos respecto del porcentaje de realización de cada actividad (ver Anexo de Técnicas Estadísticas).

B.2. Agrupamiento de actividades y secuencia de realización

Algunas actividades muestran un comportamiento similar, en tanto que otras se refieren a esfuerzos realizados en la misma dirección, lo que permite agruparlas y trabajarlas en forma conjunta, reduciendo así el número de actividades. De este modo, resulta un total de 8 tipos de actividades que abarcan a 18 de las 34 iniciales, habiéndose descartado algunas asociadas al inicio –ya que sólo las realizaron aquellos que implementaron el negocio y no permiten comparación– y las de muy bajo nivel de ejecución. Estas son:

- Contacto con clientes y proveedores potenciales.
- Evaluación y factibilidad del proyecto (estudios de mercado, plan de negocios).
- Búsqueda de asesoramiento contable, impositivo, legal y de apoyo institucional.
- Inversión del propio dinero en el negocio.
- Búsqueda de socios o equipo de trabajo para el inicio.
- Estimación de costos y proyecciones financieras.
- Gestión de fondos.
- Relacionadas al inicio de la producción –adquisición de *know-how* o desarrollo de prototipos–.

A cada grupo de actividades se le asigna un número indicativo del orden en que cada emprendedor efectuó al menos una de las actividades contenidas en el mismo, obteniendo así la secuencia de realización de cada uno de los emprendedores. Posteriormente, se construye la secuencia de actividades más frecuente para inicios y pre-inicios, ordenando las actividades que efectuó cada emprendedor y otorgándole un número correlativo a cada una de ellas. Finalmente, se observa qué actividad exhibe la mayor frecuencia en cada instancia, siempre que al menos el 25% de los emprendedores haya realizado dicha actividad en el orden correspondiente.

B.3. Tiempo de gestación

El tiempo de gestación se establece de la siguiente manera:

- a) *Para los inicios*: número de meses entre la fecha de la primera actividad declarada y la fecha en la que comenzaron a percibir ingresos.
- b) *Para los pre-inicios*: número de meses entre la fecha de la primera actividad declarada y la fecha del seguimiento.
- c) *Para los abandonos*: número de meses entre la fecha de la primera actividad declarada y la fecha en la que declaró haber interrumpido definitivamente las actividades para implementar el nuevo negocio.

III. RESULTADOS

A. Relativos al proceso de detección y primer seguimiento

La composición del panel de EN luego del primer seguimiento, sobre un total de 229 casos, se presenta en el Cuadro 6-1².

CUADRO 6-1
Resultados del proceso de gestación

Total EN detectados 229 casos	Continúan 117 casos		Abandonos 86 casos	No respuesta 26 casos
	Inicios 63 casos	Pre-inicios* 54 casos		
1er. Seguimiento (203) 100%	31%	27%	42%	

* Avanzaron en el emprendimiento pero aún no iniciaron sus actividades.

Fuente: Elaboración propia.

² En este apartado se excluyen los EN detectados en la muestra ampliada de Bahía Blanca, por no haber transcurrido doce meses a partir de su detección hasta el momento de efectuar el análisis.

Estos valores son en cierta medida similares a los obtenidos en dos estudios preliminares realizados en EE.UU. (Carter *et al.*, 1996 y Reynolds & White, 1997), donde se obtuvieron un 32% de inicios, 32% de pre-inicios, 18% de abandonos y 18% de pre-inicios sin actividad de gestación. La principal diferencia radicaría en la tasa de abandono que, aún adicionándole aquellos pre-inicios temporariamente sin acciones de gestación, sería menor que la registrada en las ciudades argentinas analizadas. Los resultados muestran un elevado nivel de fracasos en la implementación de ideas empresariales, lo que lleva a indagar acerca de los factores involucrados en los mismos, en comparación con aquellos que han logrado dar inicio a una nueva empresa.

B. Tiempos de gestación

En los resultados presentados anteriormente, pueden observarse períodos de gestación prolongados en algo más de una cuarta parte de los emprendedores. Por ello se determina, en primer lugar, el tiempo que le ha llevado a cada grupo de emprendedores el proceso de gestación, para analizar posteriormente los factores involucrados en los resultados diferenciales.

CUADRO 6-2
Tiempo promedio de gestación –en meses–

	Inicios	Pre-inicios	Abandonos
Tamaño muestral	52 casos	44 casos	65 casos
Media	9,3	21,7	10,4
Intervalo de confianza para la media al 95%	6,5 - 12,1	16,7 - 26,8	8,5 - 12,2
Media recortada al 5%	8,0	19,3	9,7
Mediana	7,6	18,2	8,0

Fuente: Elaboración propia.

Tal como muestra el Cuadro 6-2, el tiempo medio de gestación de los inicios y abandonos es menor a un año –9 y 10 meses respectivamente–, mientras que un cuarto de los emprendimientos continúan en gestación como mínimo 22 meses hasta la fecha de realización del primer seguimiento. En todos los casos, la mediana es uno o dos meses menor que la media, lo cual sugiere que al menos la mitad de los inicios se realiza antes de los 7 meses y medio e igual porcentaje de los abandonos se produce antes de los 8 meses. Esto es, la mayor parte de los emprendedores definen antes del año la implementación o no del nuevo negocio.

Carter *et al.* (1996), para el caso de E.E.UU. mencionado anteriormente, también encuentran que los emprendimientos más exitosos, en cuanto a la concreción de la idea empresarial, ocurren rápidamente entre los 6 y 8 meses de iniciada su gestación. A su vez, consideran que luego de 2 años de gestación los emprendedores pierden interés y muy pocos son tenaces y persisten 3 ó 4 años. Por lo tanto, es de esperar que en el próximo seguimiento entre los actuales pre-inicios se obtenga un elevado porcentaje de abandonos.

Van de Ven *et al.* (1989), en un estudio referido a nuevas firmas de alta tecnología, encuentran que el período de gestación medio es cercano a los 4 años. No obstante, en el presente estudio la participación de emprendimientos tecnológicos es muy reducida y el tiempo de gestación para empresas no tecnológicas aparece como sustancialmente menor.

C. Factores que diferencian los resultados del proceso de gestación

En el intento por encontrar factores asociados a los diferentes resultados en el proceso de gestación (continúan/abandonan), así como a los distintos tiempos de implementación entre quienes continúan avanzando satisfactoriamente en dicho proceso (inicios/pre-inicios), se analizan las características del equipo emprendedor y su compromiso con el emprendimiento, el tipo de negocio y las actividades realizadas con el fin de implementar la nueva empresa.

C.1. Conformación de un equipo emprendedor

Diferentes estudios en el tema han mostrado el mayor éxito de procesos de gestación conducidos por un equipo de emprendedores con relación a los proyectos individuales. La complementación de conocimientos y experiencias (Steward, 1989), la mayor posibilidad de contribuir al financiamiento necesario para el lanzamiento (Walker, 1989), una red más amplia de contactos personales o un refuerzo mutuo de la motivación que requiere un proyecto empresarial, son algunos de los aspectos ventajosos de la constitución de equipos emprendedores (Sapienza *et al.*, 1991). Además, el requerimiento de mayores ingresos para satisfacer las expectativas del equipo orientan el inicio hacia aquellas actividades más rentables y con mayor potencial de crecimiento³.

Lamentablemente, no se dispone de información relativa al equipo emprendedor en los casos de abandono, pero si se comparan inicios y pre-inicios se observa que el 62% de los inicios tienen un equipo emprendedor mientras que sólo el 43% de aquellos que aún continúan en gestación poseen dicha constitución. A su vez, si se clasifica a los inicios de acuerdo a su tiempo de gestación y al tamaño del equipo emprendedor, surgen dos grupos entre los cuales existen diferencias estadísticamente significativas al 5%.

³ Diferentes estudios citados en Harrison & Leitch (1996) muestran la correlación existente entre empresas de rápido crecimiento y la participación de equipos emprendedores en su inicio. A partir de allí se evalúa el programa Novatech establecido en 1991 en Irlanda del Norte, el cual ofrecía una serie de oportunidades de negocio para *joint-ventures* o licencias de compañías americanas para ser tomadas por un equipo emprendedor en formación y otorgaba un capital semilla para financiar el inicio. En 1993 se habían establecido 15 empresas y 100 equipos de emprendedores.

CUADRO 6-3

Porcentaje de inicios clasificados por tiempo de gestación y tamaño del equipo emprendedor

	Unipersonal	2 Socios	3 o más socios
Hasta 6 meses	15%	29%	8%
Más de 6 meses	23%	8%	17%

Fuente: Elaboración propia.

Ello muestra que entre quienes iniciaron en menos tiempo hay prevalencia de equipos de 2 socios, mientras que aquellos que requirieron un mayor tiempo para el inicio son, en su mayoría, de conducción unipersonal o equipos más numerosos⁴. En este último caso, es importante considerar que en los equipos de mayor tamaño se generan dificultades propias de las relaciones personales entre los miembros de un grupo y que ésta ha sido la principal razón de abandono en el 10% de los casos estudiados.

En este sentido, Kamm *et al.* (1990) señalan que “aún cuando se sabe que la participación de equipos entrepreneuriales es muy importante en el inicio de una nueva empresa, poco ha sido investigado acerca del proceso de reunir y mantener a dicho equipo, siendo necesario conocer más sobre sus dimensiones, costos y problemas de armar dichos equipos e identificar las estrategias adecuadas para resolver problemas”. Similar situación se plantea en la Argentina, donde recién en esta década han comenzado a realizarse estudios en el área.

Si se analizan las características del equipo emprendedor según el género de los socios, la experiencia ocupacional y el número de años de educación formal, se observa que sólo existen diferencias estadísticamente significativas entre inicios y pre-inicios en cuanto a la experiencia empresarial de los socios (Cuadro 6-4). El haber estado involucrado previamente en experiencias de

⁴ Reynolds & White (1997) encuentran una baja participación de emprendedores individuales en emprendimientos que crecieron durante el primer año de vida, mientras que equipos de mayor tamaño están asociados a la evolución favorable en ese período.

creación de empresas aparece como un atributo fundamental para avanzar rápidamente en la implementación de una idea, aprovechando la oportunidad detectada y realizando las acciones apropiadas para ello. Varios estudios en la temática enfatizan la importancia de la experiencia previa del emprendedor, incluso los intentos fallidos anteriores por iniciar un negocio no deben ser vistos como fracasos sino como una forma de adquirir conocimientos acerca de los errores, omisiones o imprevisiones incurridas y de los saberes esenciales para poder iniciar con éxito un emprendimiento (Gibb & Ritchie, 1982; Timmons, 1979).

CUADRO 6-4

Características del equipo emprendedor en inicios y pre-inicios

Composición por género	Inicios	Pre-inicios
Mixto	44%	58%
No mixto	56%	42%
Experiencia emprendedora de los socios*	Inicios	Pre-inicios
Ninguno	9%	37%
Alguno/s	50%	47%
Todos los socios	41%	16%
Años de educación formal	Inicios	Pre-inicios
7 a 10 años	42%	16%
10 a 15 años	26%	42%
15 a 17 años	32%	42%

* Diferencia significativa al 5%

Fuente: Elaboración propia.

Otro aspecto a analizar, en la búsqueda de diferencias en tiempos de gestación entre inicios y pre-inicios, es el compromiso con el proyecto por parte del equipo emprendedor. Las inversiones en tiempo y dinero para poner en funcionamiento el negocio son evidencia de dicho compromiso y del convencimiento acerca de que el mismo es factible.

CUADRO 6-5

Horas semanales dedicadas al emprendimiento y fuentes de financiamiento en inicios y pre-inicios

Fuentes de financiamiento usadas o previstas para el inicio*	Inicios	Pre-inicios
Sólo recursos propios	52%	23%
1 o más fuentes externas	48%	77%
Horas semanales dedicadas a actividades de gestación*	Inicios	Pre-inicios
Más de 25 hs.	84%	10%
Menos de 25 hs.	16%	90%

* Diferencias significativas al 5%

Fuente: Elaboración propia.

En aquellos emprendimientos que iniciaron rápidamente, al menos uno de sus socios ha dedicado un número de horas significativamente mayor que los que siguen en etapa de gestación. Ello muestra el compromiso con el proyecto y la necesidad de hacerlo creíble.

Con relación a las fuentes de financiamiento, ya sean utilizadas o previstas para dar comienzo al negocio, los inicios han utilizado en un 52% de los casos sólo recursos propios, mientras que los que aún siguen intentando concretar su idea empresarial continúan buscando fuentes alternativas de recursos o tienen previsto hacerlo próximamente. Dada la dificultad que poseen las nuevas empresas para acceder a fuentes de financiamiento, la posibilidad de financiar el emprendimiento con recursos propios garantiza su rápida concreción y se transforma en la principal restricción para quienes no disponen de ellos⁵.

⁵ De hecho, relevadas todas las ofertas bancarias para financiación de empresas en gestación, no existen a la fecha líneas de créditos para las mismas. Además, el Cuadro 6-8 permite observar que un reducido número de solicitantes de fondos -en el circuito formal o informal- han obtenido los mismos.

En suma, la constitución de un equipo emprendedor para el inicio, la mayor experiencia empresarial de sus miembros, la mayor dedicación al proyecto y el acceso a financiamiento –propio o ajeno– aparecen como elementos clave a la hora de concretar rápidamente un proyecto de negocios.

Ello es congruente con el tipo de problemas señalados por los dos grupos de emprendedores. En ambos casos, la falta de financiamiento es la restricción más importante hallada en el proceso de gestación: mientras que para los inicios es el principal problema en un 38% de los casos, sin llegar a impedir el inicio del negocio, para el 73% de los pre-inicios dicha restricción es el factor fundamental que impide la concreción del emprendimiento (Cuadro 6-6).

Otros problemas de menor importancia relativa, como dificultades para posicionar sus productos o servicios en el mercado, o acceder a los recursos e insumos necesarios para poner el negocio en funcionamiento, han demorado el inicio en algunos casos –pre-inicios– mientras que en otros han podido ser superados –inicios–.

CUADRO 6-6

Problemas señalados como principales por inicios, pre-inicios y abandonos

	Inicio	Pre-inicio	Abandono
Financiamiento	38%	73%	54%
Acceso al mercado	29%	18%	18%
Disponibilidad de insumos o factores productivos	21%	16%	12%
Falta de tiempo	3%	5%	15%
Personales	3%	2%	29%
Situación económica	8%	9%	3%
Con los socios	6%	2%	10%

Nota: Pregunta con opciones múltiples.

Fuente: Elaboración propia.

Si se analiza a quienes abandonaron el proyecto, el problema de financiamiento ha sido también la principal razón del fracaso en más de la

mitad de los casos. Sin embargo, es interesante notar que los problemas personales y de falta de tiempo para dedicar a las actividades de gestación son mencionados en un elevado número de casos, existiendo diferencias estadísticamente significativas con relación a los otros grupos. Ello también muestra que aquellos emprendedores que abandonan su proyecto tienen un menor nivel de compromiso con el mismo, ejerciendo una elevada influencia las cuestiones personales y la falta de tiempo.

En definitiva, se puede concluir que el problema financiero es considerado como la principal razón que retarda la concreción de una idea empresarial, mientras que para el abandono del proyecto no sólo es importante dicha restricción sino también la falta de compromiso y dedicación por parte del emprendedor.

C.2. Actividades realizadas

Finalmente se analizan las actividades llevadas a cabo por los tres grupos de emprendedores. En el Cuadro 6-7 se exhibe el número de actividades realizadas considerando sólo las 13 primeras actividades para las cuales se cuenta con datos en todos los grupos.

CUADRO 6-7

Número promedio de actividades según nivel de realización

	Inicio	Pre-inicio	Abandono
Iniciadas y completadas	5	3	2
Iniciadas y aún no completadas	3	4	3
No iniciadas	5	6	8

Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar que no existen diferencias importantes entre el número de actividades cumplidas por inicios y pre-inicios –8 y 7, respectivamente–. Por su parte, los abandonos, respecto de los inicios, efectuaron menos acciones y no iniciaron un mayor número de actividades. Ello diferencia claramente a

los emprendedores que abandonaron, denotando menores esfuerzos dedicados a la implementación de la idea de negocio, tal como se evidenció en el análisis de los problemas planteados en el apartado anterior.

En cuanto al tipo de actividades realizadas por los distintos grupos de emprendedores, entre inicios y pre-inicios se presentan diferencias sólo en 4 de las 22 actividades sobre las que solicitó información (Cuadro 6-8). Dos de ellas, la compra o alquiler de instalaciones y la contratación de personal, serían ejecutadas en menor medida por aquellos que aún permanecen en gestación debido a que se suponen más próximas al inicio.

La inversión del propio dinero vuelve a presentarse como un elemento diferenciador entre inicios y pre-inicios. Tal como se ha mencionado, la mayoría de los inicios utiliza sólo recursos propios para financiarse, siendo el problema financiero menos importante para este grupo de emprendedores –Cuadros 6-5 y 6-6–. En el Cuadro 6-8 se observa que los pre-inicios invirtieron en menor medida sus propios recursos, solicitaron en similar proporción fondos de terceros al momento de la detección y utilizaron a la fecha del primer seguimiento menos fondos externos que los inicios, aunque en porcentajes muy reducidos. Ello refuerza la restricción financiera como un factor clave en la demora para implementar el nuevo negocio.

Otra diferencia fundamental es la mayor realización de cursos por parte de los pre-inicios, lo que lleva a pensar que este grupo compensa su menor experiencia empresarial con la realización de actividades específicas de capacitación.

CUADRO 6-8

Actividades realizadas por grupo de emprendedores

Actividad	Dif. 1-2	Inicio 1	Pre- Inicio 2	Aban- dono 3	Dif. 1-3
Al momento de la detección					
1- Se contactó con clientes y proveedores	No	98,4%	93,2%	75,3%	Si*
2- Realizó estudios mercado	No	84,1%	79,5%	70,4%	No
3- Solicitó asesoramiento profesional	No	63,5%	54,5%	34,6%	Si*
4- Realizó un plan de negocios	No	71,4%	56,8%	42,0%	Si*
5- Compró materias primas	Si*	66,7%	31,8%	30,9%	Si*
6- Compró o alquiló local, máquinas, etc.	Si*	87,3%	56,8%	43,2%	Si*
7- Contrató personal con pago	Si*	39,7%	11,4%	3,7%	Si*
8- Invertió su propio dinero	Si*	90,5%	70,5%	46,9%	Si*
9- Solicitó fondos de terceros	No	46,0%	45,5%	23,5%	Si*
10- Desarrolló prototipos	No	30,2%	31,8%	17,3%	No
11- Solicitó información s/ formas societarias	No	22,2%	29,5%	16,0%	No
12- Buscó socios	No	54,0%	52,3%	35,8%	Si*
13- Realizó cursos específicos	Si*	39,7%	65,9%	32,1%	No
Al momento del primer seguimiento					
14- Utilizó fondos de terceros	No	19,0%	7,0%		
15- Organizó equipo de trabajo para el inicio	No	65,1%	59,1%		
16- Pidió información sobre costos	No	82,5%	81,8%		
17- Estimó costos	No	81,0%	65,9%		
19- Realizó proyecciones financieras	No	34,9%	43,2%		
20- Solicitó y obtuvo créditos de proveedores	No	25,4%	22,7%		
21- Adquirió know-how para su producción	No	20,3%	25,0%		
22- Buscó asistencia en organismos públicos	No	20,6%	29,5%		
23- Sacó patentes, registró marcas	No	12,7%	6,8%		

*Diferencias significativas al 5%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a inicios y abandonos, de las 13 actividades entre las cuales es posible comparar ambos grupos, aparecen diferencias significativas en relación a 8 de ellas. Quienes iniciaron realizaron en mayor proporción contacto con clientes, búsqueda de asesoramiento profesional, planes de negocios y búsqueda de socios, lo que pareciera facilitar la implementación exitosa del emprendimiento. Nuevamente aparecen entre estos grupos diferencias en la compra o alquiler de instalaciones y contratación de personal, puesto que son actividades más próximas al inicio.

Si bien los problemas financieros fueron mencionados como los más acuciante por quienes abandonaron respecto de los que iniciaron el nuevo negocio, aparecen diferencias estadísticamente significativas tanto en lo referente a la inversión del propio dinero como en la solicitud de fondos de terceros. Es decir, aquellos emprendedores que lograron implementar su idea superaron esta barrera utilizando recursos propios o buscando fuentes externas de financiamiento y no así quienes abandonaron.

Cabe destacar la inexistencia de diferencias en lo que a la realización de estudios de mercado se refiere, actividad fuertemente efectuada por todos los emprendedores. No obstante, el hecho de que quienes abandonaron la idea consideren a los problemas de mercado en menor medida que los que iniciaron, descarta la posibilidad de que ellos hubiesen decidido interrumpir el proceso de gestión como resultado de una evaluación desfavorable acerca de la viabilidad de la idea empresarial.

En relación con las restantes actividades en las cuales ambos grupos no se diferencian, dos de ellas son de baja realización –el desarrollo de prototipos y la búsqueda de información sobre formas societarias– y la última es la asistencia a cursos específicos, actividad hecha en porcentajes similares por los grupos comparados.

Si se estudian las secuencias de realización de las actividades agrupadas por parte de los emprendedores que iniciaron vs. los que aún están en gestación, se observa que los estudios de mercado y los planes de negocio son las actividades que primero llevan adelante todos los emprendedores. Sin embargo, el tercer grupo se refiere a actividades legales relacionadas al inicio

vs. actividades de evaluación y planificación técnica para los pre-inicios, tales como la estimación de costos y proyecciones financieras. Esto refuerza la idea de que este grupo de emprendedores dedica mayor tiempo a capacitarse y a evaluar la factibilidad del proyecto, lo que se podría vincular con la menor experiencia en actividades empresariales, con las restricciones financieras y con la menor dedicación al nuevo negocio.

C.3. Tipo de emprendimiento

Finalmente, se podría pensar que el tiempo de implementación está asociado con el tipo de emprendimiento en cuanto a rama de actividad y tamaño del nuevo negocio. Con relación al tamaño inicial de la firma, se clasifican los emprendimientos iniciados o en gestación según el monto de ventas actuales o esperadas en el primer año. En este caso, se observa un mayor tamaño de los pre-inicios, especialmente en el tramo entre \$2.000 y \$5.000, aunque las diferencias no son estadísticamente significativas. Por consiguiente, no puede atribuirse al tamaño del emprendimiento la demora en su implementación.

CUADRO 6-9

Clasificación de los emprendimientos según tamaño

Ventas mensuales	Inicio	Pre-inicio
\$0 a \$1.000	53%	43%
\$1.000 a \$2.000	22%	24%
\$2.000 a \$5.000	7%	18%
> \$5.000	18%	15%

Fuente: Elaboración propia.

Si se analizan los emprendimientos por ramas de actividad, se observa que aquéllos correspondientes al sector secundario, los de comercio y los de servicios, tienen un mayor porcentaje de inicios que pre-inicios, siendo dichos valores muy similares, lo cual indicaría que la rama no estaría relacionada a la

demora en la implementación⁶. Sin embargo, en la rama de actividad primaria se presentan los mayores tiempos de gestación junto con una mayor proporción de abandonos y un bajo porcentaje de inicios.

CUADRO 6-10

Clasificación de los emprendimientos según rama de actividad

	Inicio	Pre-inicio	Abandono
Primaria	9,0%	32,0%	59,0%
Secundaria	39,0%	22,0%	39,0%
Comercio	37,5%	20,0%	42,5%
Servicios	35,0%	25,0%	40,0%

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los problemas declarados por los emprendedores del sector primario, se destacan la falta de capital en el 57% de los pre-inicios y el 73% de los abandonos. Ello hace presumir que este tipo de iniciativas se corresponde con una mayor inversión inicial, lo cual dificulta su concreción, especialmente frente a las restricciones que presenta el mercado financiero argentino para el apoyo a nuevos emprendimientos.

Cabe mencionar que el 28% de los pre-inicios reconocen en su falta de experiencia un impedimento para avanzar hacia la concreción del nuevo negocio. Además, si se analiza el tamaño del equipo emprendedor para los pre-inicios –ya que en inicios hay un reducido número de casos y para los abandonos no se cuenta con esa información–, el 86% de los emprendimientos son unipersonales. Ambos factores contribuirían a la demora en la implementación de los proyectos del sector primario.

⁶ El número de observaciones y la dispersión del tipo de actividad no permite una mayor apertura por ramas de actividad.

IV. REFLEXIONES FINALES

Analizados los resultados del proceso de gestación, se observa que el tiempo medio para inicios y abandonos es de 9 y 10 meses respectivamente, mientras que los que continúan en gestación llevan en promedio 22 meses. Ello es congruente con estudios internacionales que muestran que los emprendedores más exitosos en cuanto a su implementación, se inician antes del año y que pasado dicho período aumenta el riesgo de concreción, salvo el caso de emprendimientos tecnológicos.

Entre los factores asociados a la rápida puesta en funcionamiento de las ideas empresariales no se encuentran importantes diferencias en el número de actividades realizadas por los emprendedores que iniciaron y los que aún siguen intentando. Sin embargo, aparecen claras diferencias en la conformación de equipos emprendedores para el inicio, la mayor experiencia entrepreneurial previa y el mayor compromiso con el proyecto por parte de los que iniciaron su empresa.

Expresiones de este mayor compromiso son el tiempo dedicado al emprendimiento y la inversión del propio dinero para el inicio, dadas las restricciones del mercado financiero argentino para otorgar el capital semilla necesario para concretar un proyecto empresarial. Ello surge como un importante elemento diferenciador, siendo el principal problema que demora a los que aún están en gestación, la restricción de financiamiento.

Además, la demora en la implementación que aparece asociada a la menor experiencia en creación de empresas, parece ser compensada con un mayor número de actividades de planificación y evaluación del proyecto, así como con la realización de un mayor número de cursos específicos para el inicio (técnicos y gerenciales).

Por otra parte, quienes abandonaron el emprendimiento se diferencian de los que iniciaron en el menor número de actividades ejecutadas, las cuales incluyen menores contactos con clientes y proveedores, solicitudes de asesoramiento profesional y de financiamiento, actividades de planificación,

inversión de recursos propios y búsqueda de socios para formar equipos emprendedores.

Analizadas las causas de abandono mencionadas por los emprendedores, surge claramente la falta de acceso al financiamiento como razón principal, la que a su vez los diferencia de los que iniciaron. En segundo lugar, los problemas personales y la falta de tiempo para dedicar al proyecto son aspectos diferenciales de quienes abandonaron el proyecto, indicando falta de compromiso y un tratamiento no profesional del mismo.

Si se piensa en los aspectos relevantes a tener en consideración a la hora de diseñar una política de promoción para la creación de nuevas empresas, sería necesario, en primer lugar, prever el problema de acceso al financiamiento, salvo en el caso de que el emprendedor esté en condiciones de invertir su propio dinero. En segundo lugar, sería importante fomentar la conformación de equipos emprendedores incluyendo al menos algún socio con experiencia en la creación de organizaciones, ya sea en forma independiente o como parte de sus actividades en relación de dependencia.

Por otra parte, la motivación para la acción es fundamental, lo que torna importante un programa de formación que contemple este aspecto en forma conjunta con las actividades de evaluación, planificación y gestión. Y, por último, requerir el compromiso con el proyecto empresarial dedicándole tiempo a las actividades propias del inicio e impulsándolos a la rápida concreción de las ideas empresariales.

BIBLIOGRAFÍA

- Carter, N.; Gartner, W. & Reynolds, P. (1996), "Exploring start-up event sequences". *Journal of Business Venturing*, 11: 151-166.
- Gartner, W. (1988), "Who is an entrepreneur? Is the wrong question". *American Journal of Small Business*, 12, 21 pp.
- Gibb A. & Ritchie J. (1982), "Understanding the process of starting small businesses". *European Small Business Journal*, 1 (1): 26-46.
- Harrison, R. & Leitch, C. (1996), "Whatever you hit call the target: An alternative approach to small business policy". In: Danson, M. (ed) *Small Firm Formation and Regional Economic Development*, Routledge, pp. 223-247.
- Kamm, J.; Shuman, J.; Seegar, J. & Nurick, A. (1990), "Entrepreneurial teams in new venture creation: A research agenda". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 14: 7-17.
- Litzinger, W. (1965), "The motel entrepreneur and the motel manager". *Academic of Management Journal*, 8 (4): 268-281.
- McClelland, D. (1961), *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Mescon, T. & Montanari, J. (1981), "The personalities of independent and franchise entrepreneurs: An empirical analysis of concepts". *Journal of Enterprise Management*, 3 (2): 69-81.
- Reynolds, P. & White, S. (1997), *The entrepreneurial process. Economic growth, men, women and minorities*. Westport, USA: Quorum Books.
- Sapienza, H.; Herron, L. & Menendez, J. (1991), "The founder and the firm: A qualitative analysis of the entrepreneurial process". *Frontiers in Entrepreneurship Research*, pp. 254-270.
- Shapiro, A. (1984), "The entrepreneurial event". In: Kent, C. (eds.) *The environment for entrepreneurship*. UK: Lexington Books.
- Stewart, A. (1989), *Team entrepreneurship*. Newbury Park, CA: Sage.
- Timmons, J. (1979), "Careful self-analysis and team assesment can aid entrepreneurs". In: Gumpert, D. (ed) *Growing Concerns*, 43-52. New York: John Wiley.

- Van de Ven, A.; Angle, H. & Poole, M. (1989), *Research on the management of innovation*. NY: Harper & Row.
- Walker, D. (1989), "Financing the small firm". *Small Business Economics*, 1: 285-296.

CAPÍTULO 7

Supervivencia y desempeño de nuevas firmas

Ana Gennero de Rearte y Natacha Liseras

INTRODUCCIÓN

Los primeros años de vida de una empresa son considerados una etapa crítica de su desarrollo y buena parte de las nuevas firmas que nacen pequeñas mueren dentro los cinco primeros años, llegando un porcentaje muy reducido a ser empresas grandes (Bennet, 1989). Por ello, es de fundamental importancia analizar los factores asociados a la supervivencia de un nuevo negocio en sus primeros años de vida, así como aquellos que contribuyen a un mejor desempeño en dicho período. La finalidad de este Capítulo es aportar al entendimiento de esta fase del proceso de creación de firmas y permitir orientar acciones de política que contemplen los aspectos involucrados en la supervivencia empresarial en esta etapa crítica.

En el análisis de los factores relacionados a la supervivencia y desempeño de las nuevas empresas, se toman elementos conceptuales que relacionan dichos resultados con los recursos disponibles y la capacidad de gestión de las firmas, con los elementos favorables o desfavorables del entorno y con los factores que motivaron al emprendedor para involucrarse en tales actividades. Los resultados obtenidos confirman la importancia en el desempeño post-entrada de algunos aspectos relativos a la gestión empresarial y al entorno, así como de otros relativos al emprendedor, sus motivaciones y capacidades.

El Capítulo contiene cuatro secciones. En la primera se presentan algunos elementos conceptuales. En la segunda parte se detalla la metodología utilizada, luego los resultados y finalmente las reflexiones finales.

I. ALGUNOS ELEMENTOS CONCEPTUALES

La etapa de “infancia” o primeros años de vida de la empresa son considerados críticos para su supervivencia y han sido descritos por Gibb (1990) como el “valle de la muerte”.

La mayor parte de las empresas nuevas necesitan un período de aprendizaje y afianzamiento en la actividad cuya duración aproximada es de cinco años. En ese momento se estima que se produce la tercera transición, cuando las firmas se consolidan en el mercado y pasan de la infancia a la adolescencia¹. Entre el 50 y el 80% de las nuevas firmas no completan la tercera transición en los países desarrollados (Reynolds, 1997).

La literatura en el tema de creación de empresas analiza en forma separada los factores ligados, por un lado, a la posibilidad de implementación exitosa de una idea empresarial y, por otro, aquellos ligados al éxito o fracaso de las nuevas empresas –supervivencia o mortalidad–.

En el primer caso se analizan, desde el lado de la demanda de nuevas empresas, los factores ligados a la generación de oportunidades en el mercado (Orr, 1974; Bain, 1956; Aranguren, 1999). Desde el enfoque de la oferta de vocaciones y capacidades emprendedoras, se consideran los aspectos actitudinales o motivacionales, la disponibilidad y capacidad de obtención de recursos para el inicio, tanto tangibles (el financiamiento) como intangibles (la capacitación o experiencia), y el entorno de negocios que favorece la detección de oportunidades o apoya el desarrollo de los nuevos proyectos (McClelland, 1961; Shapero, 1984; Binks & Vale, 1990).

¹ Ver detalle de etapas previas en Capítulo 1.

En el estudio de la supervivencia o mortalidad empresarial (*post-entry performance*) aparecen otra serie de trabajos que analizan esta etapa, identificando elementos relacionados con la permanencia en el mercado y con el desempeño. Algunos de ellos se refieren a características y estrategias de la nueva empresa, tales como su fortaleza financiera –capital de la nueva empresa–, experiencia –número de meses en operación–, capacidad para obtener beneficios –inversiones en I+D o en *marketing*– y ventajas de escala –número de empleados– (Honjo, 2000; Reid, 2000).

Otros trabajos son importantes para analizar patrones evolutivos de los distintos sectores industriales alcanzados a partir de la entrada y salida de empresas, pero que no explican el desempeño de las nuevas firmas (Hopenhayan, 1992; Audretsch, 1995; Gerosky, 1997). Un tercer grupo de estudios relacionan algunos factores que inciden en el surgimiento de la motivación empresarial, las actitudes y capacidades del emprendedor en la etapa de gestación con el desempeño post-entrada, tratando de avanzar no sólo en la explicación de los comportamientos de las empresas en sus primeras etapas de vida, sino ligándolos a su vez a los factores que incidieron en su nacimiento (Vivarelli & Audretsch, 1998; Littunen & Storhammar, 1998; Nenonen & Littunen, 1998).

En el presente Capítulo, los elementos conceptuales considerados como explicativos de la supervivencia de las nuevas firmas y del desempeño en los primeros años de vida tienen que ver con este último enfoque. Se consideran algunos factores que incidieron en el nacimiento –motivacionales, disponibilidad de recursos financieros, experiencia, educación, cultura empresarial– y otros específicos de esta fase relacionados con actividades de planeamiento, gestión y organización del nuevo negocio, así como una evaluación de los aspectos clave para la supervivencia y buen desempeño en esta etapa crítica –adecuada elección de la idea, apoyo financiero, institucional, de asesoramiento profesional, del entorno cercano, capacidades y funcionamiento del equipo empresarial–.

CUADRO 7-1
Factores relacionados a la supervivencia y desempeño de las nuevas empresas

Factores relacionados con el inicio	Factores relacionados al seguimiento
MOTIVACIONALES Autoconfianza Propensión a la toma de riesgos Creatividad Necesidad de logro/expectativas Desplazamiento	PLANEAMIENTO Y GESTIÓN Calidad y diseño productos y servicios Publicidad o promociones Análisis gustos principales clientes Incorporación maquinarias/equipos (PC) Realización inventarios y control stocks Realización presupuestos y estimaciones de costos por producto
RECURSOS Ingreso individual Ingreso familiar Experiencia Empresarial Experiencia específica en la actividad Experiencia específica en la rama Experiencia en dirección de personal Nivel educativo	Realización estimaciones de ingresos y gastos de los próximos meses Apoyo profesional Estrategias de disminución de costos Cambios forma de contratación del personal Asociación con competidores o proveedores Uso de financiación de corto plazo
ENTORNO Cultura empresarial	FACTORES RESTRICTIVOS O FACILITADORES Internos - Adecuada elección idea de negocio - Adecuado funcionamiento equipo empresarial Externos - Adecuada capacitación/experiencia
ACCIONES PARA EL INICIO Constitución de equipos emprendedores Planificación y proyecciones financieras	- Financiamiento - Institucional - Programas especiales
CARACTERÍSTICAS del EMPRENDIMIENTO Inversión inicial	- Requerimientos legales/impositivos - Asesoramiento profesional - Entorno cercano (familiares-amigos) - Entorno macroeconómico

Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, los emprendedores cuya motivación para iniciar está relacionada a desplazamientos positivos, tales como explotar una oportunidad de mercado o inquietudes personales para llevar adelante proyectos innovadores, tienen un mejor desempeño posterior que aquellos que fueron impulsados a comenzar un negocio por motivaciones defensivas como el estar desempleados o la insatisfacción laboral (Vivarelli & Audretsch, 1998).

Por otra parte, un buen desarrollo de las actividades de planeamiento y gestión de la nueva empresa y la utilización de elementos clave para el apoyo de las actividades empresariales, podrían contribuir a la supervivencia y al buen desempeño de las firmas. El Cuadro 7-1 presenta un esquema conceptual a ser utilizado como marco de referencia para el presente análisis.

A partir de estos elementos conceptuales se trabaja sobre la hipótesis que sostiene que tanto los aspectos relacionados al inicio del emprendimiento como los específicos de la gestión y el soporte necesarios para la supervivencia temprana, tienen incidencia sobre la continuidad de los proyectos empresariales y sobre sus niveles desempeño.

II. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Se utiliza en el análisis información de panel obtenida de una muestra poblacional de cinco ciudades argentinas según se detalla metodológicamente en el Capítulo 2. El análisis efectuado corresponde a la segunda etapa evolutiva del proceso de creación de empresas (segundo seguimiento de los EN).

CUADRO 7-2
Evolución del proceso de creación de empresas

Detección (año 1998)	Total EN: 229 Tasa promedio de gestación empresarial=2,3%					
1er. Seguimiento (año 1999) 203 casos	Inicios: 63		Pre-inicios: 54			Abandonos: 86
	31%		27%			42%
2do. Seguimiento (año 2000) 109 casos	Operativos: 37	Ceses: 25	Inicios: 5	Pre-inicios: 25	Aband.: 20	
	58%	42%	10%	50%	40%	
	Desempeño*					
	MB/B: 22	R/M: 14				
	53%	47%				

Sobre un total de 36 respuestas completas.

Fuente: Elaboración propia.

En esta encuesta realizada en noviembre de 2000, se observa que de las 63 empresas que iniciaron sus actividades en 1999, continúan en actividad un 58% y cesaron un 42%. Estas últimas son utilizadas como grupo control para tratar de identificar los factores relacionados a la supervivencia empresarial en el primer año de vida. En este seguimiento se obtiene información relativa a la realización de actividades de planeamiento y gestión empresarial—de acuerdo a los factores mencionados en Cuadro 7-1—, así como una evaluación de ciertos factores clave para la supervivencia del nuevo negocio. En este punto se indaga acerca de los aspectos internos restrictivos o facilitadores del desempeño de la nueva empresa—provenientes de una elección equivocada de la idea empresarial, de dificultades entre los socios o de falta de capacitación o experiencia para llevar adelante el negocio—, así como del apoyo o restricciones externas—que incluyen el acceso a los recursos necesarios, la disponibilidad de instrumentos de apoyo institucional para el desarrollo de nuevas empresas, de asesoramiento profesional adecuado, de apoyo del entorno cercano del emprendedor o la

existencia de restricciones derivadas de requerimientos legales o impositivos—. A su vez, se desea conocer el desempeño de aquellas empresas que permanecieron en actividad durante el primer año. A las 34 empresas que se encuentran esa situación al momento del segundo seguimiento, se les solicita una evaluación de su *performance* en el primer período de funcionamiento, siendo las alternativas de respuesta: Muy bueno-Bueno (52%) y Regular-Malo (48%). También se indaga acerca de los factores asociados a dichos resultados mediante una pregunta abierta, lo que permite completar el análisis de los factores relacionados a la supervivencia.

En ambos casos se construyen variables para cada uno de los factores considerados relevantes para explicar tanto la supervivencia como el desempeño². En el análisis se utilizan pruebas chi-cuadrado para evaluar la existencia o no de diferencias significativas entre los grupos “en operación” y “ceses” para la supervivencia y “Muy bueno-Bueno” y “Regular-Malo” para el desempeño de los negocios operativos. La técnica de análisis multivariado de Correspondencias Múltiples se aplica para captar cómo se relacionan las distintas modalidades medidas simultáneamente.

III. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A. Factores asociados a la supervivencia y nivel de desempeño en el primer año de vida

Las actividades realizadas por los emprendedores ilustran no sólo acerca de los aspectos que éstos consideran prioritarios en el gerenciamiento de las nuevas empresas, sino también sobre la incidencia que los diferentes comportamientos podrían tener en la continuidad de las actividades durante el primer año de vida y sobre su desempeño futuro.

² La definición, operacionalización y modalidades de cada una de ellas figuran en un Anexo al final del Capítulo.

CUADRO 7-3
Actividades relativas al gerenciamiento de las nuevas empresas
—% de respuestas positivas—

Actividades de gestión	Operativas	Ceses	Desempeño	
			MB/B	R/M
Cambios en el diseño o calidad de productos o servicios	***59%	***33%	61%	57%
Incorporación de nuevos productos o servicios	53%	47%	61%	43%
Publicidad o promociones	63%	43%	67%	57%
Ampliación horario de atención	42%	25%	33%	54%
Análisis gustos de los clientes	84%	79%	89%	79%
Incorporación equipos informáticos (PC)	34%	20%	**50%	**14%
Incorporación otras maquinarias o equipos	44%	27%	39%	50%
Realización de inventarios y control de stocks	50%	62%	50%	50%
Realización de presupuestos y estimaciones de costos	84%	73%	84%	86%
Estimaciones hechas por un profesional	25%	25%	19%	33%
Uso en la toma de decisiones	92%	82%	87%	92%
Estimación de ingresos y gastos de los próximos meses	72%	67%	72%	71%
Cambios en la forma de contratación para disminuir costos	19%	23%	18%	23%
Asociación con competidores para disminuir costos	6%	7%	11%	0%
Financiamiento de corto plazo	38%	31%	*50%	*21%

Diferencias estadísticamente significativas: ***1%, **5%, *10%.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del segundo seguimiento.

Tal como muestran los resultados expresados en el cuadro 7-3, no existen, en general, diferencias significativas en la realización de actividades de gestión entre las empresas que han cesado en sus actividades y las que aún se encuentran en operación, salvo en la preocupación por brindar productos o servicios de mejor calidad o diseño de parte de estas últimas. Asimismo, existe

diferencia en la realización de publicidad o promociones —aún sin ser estadísticamente significativa—. Ello podría evidenciar una estrategia diferenciadora en la conducta de las empresas que han logrado permanecer en el mercado durante el primer año de vida basada en calidad del producto y en su comunicación.

A su vez, las empresas sobrevivientes que tuvieron un mejor desempeño presentan diferencias significativas en cuanto a la incorporación de equipos informáticos, lo que podría estar reflejando un mayor grado de tecnificación y formalización del proyecto. Además, la mayor utilización de fuentes de financiamiento de corto plazo, genera la disponibilidad de fondos alternativos, un recurso esencial para permitir el crecimiento del negocio.

Sin embargo, si se observan los niveles de realización de las distintas actividades, aquéllas que muestran las mayores diferencias entre grupos no son las que tienen los mayores niveles de realización. En este sentido, se observa que las nuevas empresas han tendido a realizar prioritariamente algunas proyecciones financieras, estimaciones de costos y análisis de los gustos de los clientes, pero en mucho menor porcentaje aquellas actividades que implican acciones concretas como cambios de productos, formas de contratación, asociaciones para disminución de costos, inversiones en maquinarias o equipos y formas alternativas de financiamiento.

Junto a un elevado nivel de estimaciones y proyecciones existe una muy baja utilización de servicios profesionales, lo que podría implicar que dichas actividades carecen de la metodología adecuada, la rigurosidad necesaria y las propuestas alternativas de un asesoramiento profesional, cuyo impacto puede ser decisivo a la hora de transitar las primeras etapas de desarrollo de las nuevas empresas. Ello se condice con los resultados obtenidos en el análisis de las restricciones internas o externas para el desarrollo a evaluar en esta etapa (Cuadro 7-4).

Con relación a las restricciones externas a la empresa, la falta de apoyo por parte de las instituciones para pymes es mencionada por la totalidad de los emprendedores, dando cuenta de la inexistencia, desconocimiento o escasa llegada de programas de apoyo para el desarrollo de nuevos emprendimientos.

El asesoramiento profesional en temas puntuales —no en la toma de decisiones— es requerido sólo por la mitad de los emprendedores, aún cuando se trata de aspectos esenciales para el desarrollo formal de un negocio. Si se compara con el uso de los servicios profesionales con fines de planificación y toma de decisiones (Cuadro 7-3), su utilización es aún menor, lo que hace a las nuevas empresas más vulnerables a las habituales dificultades que pueden encontrar en esta etapa.

CUADRO 7-4

Evaluación restricciones internas y externas en las nuevas empresas

—% respuestas afirmativas—

Evaluación restricciones internas y externas	Operativas	Ceses	Desempeño	
			MB/B	R/M
Se cuenta con los recursos financieros necesarios o la posibilidad de obtenerlos	71%	60%	78%	62%
Cuenta con asesoramiento profesional adecuado (legal, impositivo, etc.)	53%	47%	*67%	*36%
Hay apoyo por parte de instituciones para pymes	0%	0%	0%	0%
Los requerimientos legales son un impedimento	47%	67%	39%	57%
Recibió apoyo útil de familiares y/o amigos	88%	73%	94%	79%
La idea de negocio es buena	100%	93%	100%	100%
Hay buena complementariedad entre los socios*	***95%	***63%	87%	70%
No hay problemas por falta de capacitación o experiencia	75%	87%	72%	78%

Diferencias estadísticamente significativas: ***1%, ** 5%, * 10%.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del segundo seguimiento.

Aún cuando no surgen diferencias entre empresas operativas y ceses en los aspectos mencionados, y por ende no se puede relacionar estos factores con la permanencia de una empresa en el mercado, sí aparecen diferencias

significativas en el desempeño de aquellas empresas que utilizaron servicios profesionales. Por lo tanto, una mayor disponibilidad y contratación de los mismos podría contribuir a la obtención de mejores resultados y a transitar en forma menos traumática esta etapa inicial del proceso de creación. Por otra parte, el apoyo de familiares y amigos ha sido de utilidad para la mayoría de las nuevas empresas en el primer año de vida, lo que muestra una mayor utilización de las redes cercanas al emprendedor en relación a los servicios profesionales.

Los requerimientos legales e impositivos son un impedimento para buena parte de los ceses (67%) y en mucho menor proporción para los que permanecen en el mercado (47%). Ello implica que existe una restricción importante sobre la que es necesario trabajar para disminuir los riesgos de mortalidad temprana.

Las restricciones financieras no parecen ser una traba importante en esta etapa, al menos para los que continúan en actividad (71%). Algunos emprendedores utilizan otras fuentes de financiamiento no tradicional de corto plazo (38%) (Cuadro 7-3), las cuales son mencionadas en la literatura como una salida alternativa a las restricciones habituales en este aspecto (Landstron & Winborg, 1996). Estos emprendimientos tienen un desempeño significativamente mejor que el resto de las nuevas empresas en operación. El uso de descubierto bancario, el diferimiento en el pago de impuestos, servicios públicos o sueldos y la postergación de retiros de los socios, son algunos ejemplos. En el caso de los ceses, el 40% de ellos tiene problemas de acceso al financiamiento pero sólo el 31% recurre al financiamiento de corto plazo.

Comparativamente, las restricciones financieras resultan menores que en la etapa de gestación, en la cual aparecen como un impedimento para el inicio³. Sin embargo, las empresas que lograron iniciar sus actividades habían resuelto

³ El 73% de los emprendedores nacientes que no lograron implementar su proyecto y el 54% de los que lo abandonaron consideran que el financiamiento fue la principal causa. Para el 38% de los que lograron iniciar, el financiamiento fue un problema para la implementación del proyecto (Capítulo 6).

en buena medida el problema del financiamiento y, por lo tanto, este aspecto incidiría en menor medida en la supervivencia del emprendimiento.

En cuanto a las restricciones internas al emprendimiento, la idea del negocio fue adecuada para la casi totalidad de las empresas, no surgieron problemas por falta de capacitación o experiencia en el 75% de los casos, pero resultó significativa la diferencia en la complementariedad de los socios para la continuidad del negocio. Ello muestra que si bien en la etapa de gestación la conformación de un equipo empresarial experimentado fue importante para la rápida implementación del proyecto, en esta etapa los problemas entre los socios alcanzó a casi un 40% de los que cesaron en sus actividades, mientras que aquéllos que continúan sólo manifiestan tenerlos en el 5% de los casos.

CUADRO 7-5

Factores motivacionales, recursos, conocimientos y experiencia en relación a la supervivencia y desempeño de las nuevas empresas
–% respuestas afirmativas–

	Operativas	Ceses	Desempeño	
			MB/B	R/M
Autoconfianza alta	58%	61%	65%	50%
Factores de desplazamiento positivos	55%	39%	*71%	*36%
Actitud creativa ante el fracaso	58%	54%	65%	50%
Expectativas de éxito 50%	57%	69%	59%	54%
Experiencia empresarial	41%	60%	*56%	*21%
Experiencia en la rama de actividad mayor a 5 años	43%	54%	47%	39%
Experiencia en la actividad específica	*72%	54%	*81%	61%
Experiencia en dirección de personal	55%	54%	53%	57%
Ingreso familiar mayor a \$1.000	43%	46%	50%	36%
Ingreso personal mayor a \$1.000	*32%	*8%	*41%	*21%
Nivel educativo de secundario completo o más	71%	85%	*82%	*57%
Inversión inicial menor a \$20.000	69%	86%	67%	71%

Diferencias estadísticamente significativas: * 10%.

Fuente: Elaboración propia sobre datos del segundo seguimiento.

Si se analiza la relación entre los factores usualmente ligados al inicio (Cuadro 7-5), se observa que ni la experiencia ni la educación presentan diferencias significativas para la supervivencia de las nuevas empresas. No obstante, aquellas empresas sobrevivientes con mejor desempeño tienen niveles significativamente mayores en ambas variables. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Headd (2003) en un estudio en el cual surgen como relevantes el nivel de educación y la experiencia previa, los que proporcionan mayores habilidades y posibilidades de conformar una empresa con mayor capital.

Por otra parte, tal como plantean Vivarelli & Audretsch (1998) para el caso de Italia, los factores positivos de desplazamiento están asociados a mejores niveles de desempeño. Aquellos emprendedores con motivaciones para el inicio relacionadas a buenas oportunidades de mercado, la obtención de mayores ingresos o deseos de independencia, generan una mayor posibilidad de éxito posterior al inicio que aquellos emprendimientos que se gestaron impulsados por la presencia de situaciones negativas y ajenas a la voluntad del individuo de involucrarse en actividades empresariales.

En definitiva, estas evidencias estarían a favor de la hipótesis que sostiene que la supervivencia y desempeño posterior a la entrada de nuevas firmas al mercado no es neutral con relación a los factores que incidieron en el inicio de las mismas.

B. Causas de cese y desempeños diferenciales

En el análisis de los factores que contribuyeron al cierre de las nuevas empresas se observa que, a pesar que la información se obtiene a través de una pregunta abierta, éstos coinciden con los factores mencionados en el marco conceptual de esta investigación. Sin embargo, el 25% de los ceses menciona como principal causa a la baja demanda debido a la recesión.

CUADRO 7-6
Principales causas de cese

Baja demanda debido a la recesión	Financiación	Errores de localización, estimaciones producto	Problemas con los socios	Falta de dedicación	Trabas legales o impositivas	Trabajo más seguro
25%	22%	18%	14%	7%	7%	7%

Fuente: Elaboración propia sobre datos del segundo seguimiento.

Entre las nuevas empresas que tuvieron un desempeño regular o malo durante el primer año, se observa que un 84% considera como principal factor al problema recesivo de la economía, factor exógeno a las decisiones empresariales. En cambio, entre aquellas que tuvieron un desempeño favorable sólo un 22% consideran que ello se debió a incrementos en la demanda, siendo el resto de los factores decisiones acertadas por parte de los empresarios, con una gran importancia otorgada a la calidad de los productos o servicios brindados.

CUADRO 7-7
Principales causas que afectan el desempeño

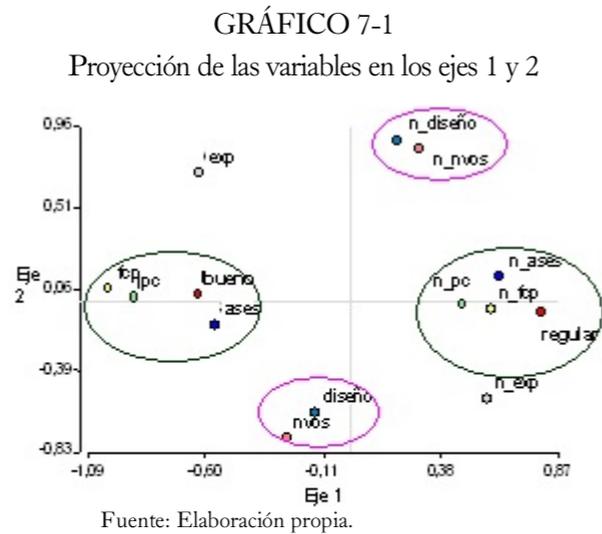
CAUSAS DESFAVORABLES		
Caída en las ventas por la recesión	Localización desfavorable	Falta de dedicación o experiencia
84%	8%	8%

CAUSAS FAVORABLES				
Buen servicio y/o calidad	Incremento de la demanda	Productos o servicios adecuados a la demanda	Localización favorable	Dedicación
35%	22%	17%	17%	9%

Fuente: Elaboración propia sobre datos del segundo seguimiento.

El Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM), parte de una matriz que contiene en sus filas a las empresas que sobrevivieron al primer año de funcionamiento y en sus columnas a las variables relevadas para cada una de ellas⁴. Esta técnica exploratoria reduce la dimensionalidad del problema al poder explicar, sobre la base de un bajo número de ejes, la información proporcionada por la totalidad de las variables consideradas.

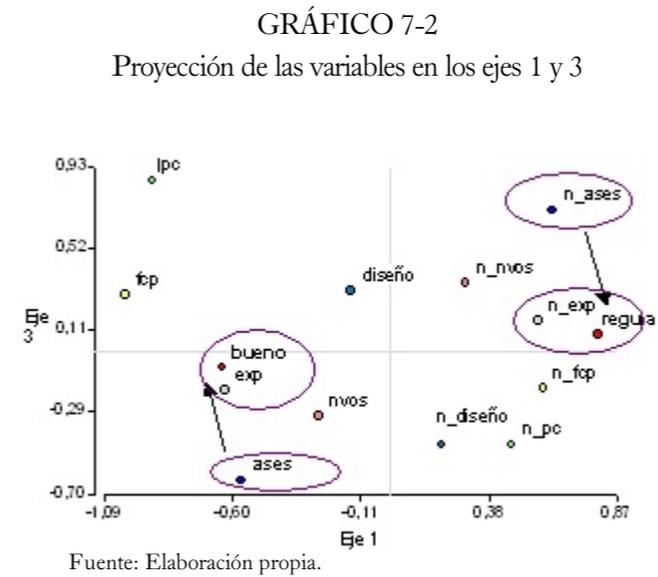
Los resultados presentados en los Gráficos 7-1 y 7-2 permiten visualizar cómo se proyectan las variables de interés en el espacio de las observaciones, explicando los tres ejes principales el 71% de la inercia para las empresas nuevas que continúan en actividad.



⁴ Este enfoque utiliza las tablas BURT que contienen los niveles de cada variable categorizada tanto en las filas como en las columnas de la tabla y, por lo tanto, contienen todas las clasificaciones cruzadas a dos vías de las variables originales (Greenacre, 1984).

El primer eje (32%) separa a los emprendimientos de desempeño Bueno/Muy bueno –vinculados con la incorporación de pc (pc), el uso de fuentes de financiamiento de corto plazo (fcp) y asesoramiento adecuado (ases)–, de aquellos cuyo desempeño ha sido calificado por los EN como Regular/Malo –asociados a las modalidades opuestas (n_pc, n_fcp y n_ases)–.

En cuanto al segundo eje (22%), éste es explicado claramente por la introducción, o no, de nuevos productos/servicios (nvos) y de cambios en el diseño de los mismos (diseño). Si bien no se han hallado diferencias significativas en cuanto al porcentaje de EN que las han introducido y su desempeño, su concreción o no, define claramente una dirección de variabilidad. Asimismo, desde la perspectiva que ofrece el Gráfico 7-2, puede verse que el tercer eje ubica a la realización de dichas actividades junto con el buen desempeño (bueno) y la experiencia previa (exp) versus la no realización (n_nvos y n_diseño) con el desempeño regular (regular) y la falta de experiencia (n_exp).



Por último, el tercer eje (17%) es explicado por la existencia de asesoramiento adecuado. Previamente se habían hallado indicios de asociación entre asesoramiento y desempeño, pudiendo observarse que el asesoramiento adecuado, la experiencia empresarial y el buen desempeño se orientan en una misma dirección, como así también la falta de asesoramiento, la falta de experiencia previa en actividades de negocios y el desempeño regular.

IV. REFLEXIONES FINALES

En este capítulo se analizan los factores involucrados en el comportamiento y desempeño de las nuevas empresas. Éste se basa en la información proveniente del seguimiento realizado sobre un panel de emprendedores, lo cual permite observar su comportamiento desde el momento en que iniciaron acciones para implementar la nueva empresa hasta el momento del inicio y su primer año de vida.

Si bien no se observa un elevado número de factores relacionados a comportamientos diferenciales entre las empresas que pudieron permanecer en el mercado en el primer año de funcionamiento y aquellas que cesaron sus actividades, aparecen tres elementos significativos: (a) la buena complementariedad entre los socios; (b) la introducción de cambios en diseño o calidad de productos o servicios; y (c) un mayor nivel de ingresos personales que faciliten la disponibilidad de financiamiento. En consecuencia, no sólo es importante la constitución de equipos empresariales que aceleren el inicio de las firmas, sino que en esta etapa se requiere una buena complementariedad entre los miembros. Las desavenencias entre los socios son mencionadas en la literatura como uno de los factores post-entrada que ocasiona habitualmente el cese de las actividades.

En segundo lugar, la preocupación por la calidad y diseño de productos o servicios pone de manifiesto la importancia de este tipo de estrategias para introducirse y afianzarse en el mercado. Finalmente, el mayor nivel de ingresos de los emprendedores que permanecieron estaría ligado a la mayor disponibili-

dad de financiamiento propio, que es usualmente la principal fuente de recursos en las primeras etapas de vida de las firmas.

Con relación al desempeño favorable de las empresas que permanecen en el mercado, aparecen varios factores involucrados. Ellos tienen que ver tanto con emprendimientos más tecnificados y formalizados que incorporaron equipos informáticos e hicieron un mayor uso de servicios profesionales adecuados a sus necesidades, a la vez que emplearon fuentes de financiamiento de corto plazo que han disminuido la falta de recursos característica de esta etapa.

Los factores relativos al emprendedor y que afectaron la concreción exitosa de los emprendimientos (inicios), inciden en esta etapa sobre un mejor nivel de desempeño. Así, aquellos emprendedores que tienen más experiencia empresarial y mayor nivel educativo formal, obtienen resultados significativamente mejores que el resto de las nuevas empresas. Además, quienes fueron impulsados al inicio a través de factores de desplazamiento positivos—buenas oportunidades de negocios, expectativas de mejores ingresos o deseo de independencia—han tenido mejor *performance* post-entrada que los que fueron impulsados al emprendedorismo por factores de desplazamiento negativos, tales como hallarse desempleado o la insatisfacción laboral. Cabe resaltar la baja utilización de servicios profesionales y de apoyo institucional en esta etapa, contrastada con el elevado apoyo del entorno cercano de emprendedor constituido por sus familiares y amigos.

Estos factores diferenciadores llevan a pensar en la importancia del diseño de políticas que permitan mejorar el desempeño y disminuir la mortalidad de las empresas en los primeros años de vida. Éstas deberían estar orientadas a una mayor oferta de capacitación en temas de emprendedorismo y tecnológicos, incorporando la temática en los distintos niveles educativos formales e informales. A su vez, sería necesario generar experiencia emprendedora a través de la educación—pasantías en nuevas empresas, concursos de proyectos—, e incrementar la oferta de servicios de apoyo para este período, haciéndolos necesarios a la vista de los emprendedores y efectivos en su prestación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranguren, M. (1999), "Determinants of economic units creation in the period 1985-93: The case of manufacturing industry in CAPV". *Small Business Economics*, 12: 203-215.
- Audretsch, D. (1995) *"Innovation and industry evolution"*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bain, J. (1956), *Barriers to new competition*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bennet, R. (1989), *Small Business Survival*. London: Pitman.
- Binks, M. & Vale, P. (1990), *Entrepreneurship and economic development*. McGraw Hill.
- Gerosky, P. (1997), *Market dynamics and entry*. Oxford: Basil Blackwell.
- Gibb, A. (1990), "Small business in the UK, state of development, expectations and policy". *Durham University Business School*, Occasional papers, 9094.
- Headd, B. (2003), "Redefining business success: Distinguishing between closure and failure". *Small Business Economics*, 21: 51-61.
- Honjo, Y. (2000), "Business failure of new firms: An empirical analysis using a multiplicative hazard model". *International Journal of Industrial Organization*, 18: 557-574.
- Hopenhayan, H. (1992), "Entry, exit and firm dynamic in long run equilibrium". *Econometrica*, 60: 1127-1150.
- Landstron, H. & Winborg, J. (1996), *Financial bootstrapping in small business - A resource based view on small business finance*. Sweden: Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship, Halmstad University.
- Littunen, H. & Storhammar, E. (1998), "The survival of firms over the critical first 3 years and the local environment". *Entrepreneurship and regional development*, 10 (3): 189-202.
- McClelland, D. (1961), *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Nenonen, T. & Littunen, H. (1998), "The survival of new firms". <http://www.sbaer.uca.edu/DOCS /98icsb/ n018.htm>
- Orr, D. (1974), "The determinants of entry: A study of the canadian manufacturing industries", *Review of Economics and Statistics*, 58: 58-66.
- Reid, G. (2000), "Small firms' actions and their survival probabilities". [www: http://www.st-and.ac.uk/](http://www.st-and.ac.uk/)
- Reynolds, P. (1997), "Who starts new firms? Preliminary explorations of firms in gestation". *Small Business Economics*, 9(3): 449-462.
- Shapero, A. (1984), "The entrepreneurial event". In: Kent, C. (ed.) *The environment for entrepreneurship*. Lexington, Mass.: Lexington Books.
- Vivarelli, M. & Audretsch, D. (1998), "The link between the entry decision and post-entry performance: Evidence from Italy". *Industrial and Corporate Change*, 7 (3): 485-500.

A N E X O

Factores relacionados a la supervivencia y desempeño de las nuevas empresas –Variables e instrumentos de medición–

VARIABLE	INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
<u>Factores relacionados con el inicio</u> MOTIVACIONALES	
Autoconfianza	<p>Escala de Likert aplicada a 6 preguntas con 5 puntajes (si trabajo mucho el negocio será exitoso, yo estoy seguro que podré implementarlo, etc.)</p> <p><i>Alta - Media/baja</i></p> <p>– 1° seguimiento</p>
Creatividad	<p>Caminos a seguir si no pudiese concretarse este negocio.</p> <p><i>Actitud creativa</i>: ya tiene nuevas ideas, empezaría la búsqueda de otra idea.</p> <p><i>Actitud conservadora</i>: volvería a su antiguo trabajo, se quedaría en su trabajo actual, buscaría un trabajo más seguro.</p> <p>– 1° seguimiento</p>
Necesidad de logro/expectativas	<p>¿Cuál cree usted es la probabilidad de que la empresa sea iniciada y funcione como un establecimiento consolidado?</p> <p><i>Menor al 50% - Mayor o igual al 50%</i></p> <p>– 1° seguimiento</p>
Desplazamiento	<p>¿Cuál de las siguientes situaciones lo llevó a trabajar en el emprendimiento?</p> <p><i>Positivos</i>: oportunidades de mercado, cambio abrupto o importante en su vida familiar o laboral, necesidad de independencia</p> <p><i>Negativos</i>: desempleo, insatisfacción laboral</p> <p>– 1° seguimiento</p>

Supervivencia y desempeño de nuevas firmas

RECURSOS	
Ingreso individual	<p><i>Menor a \$1.000 - Mayor o igual a \$1.000</i></p> <p>– Encuesta de detección</p>
Ingreso familiar	<p><i>Menor a \$1.000 - Mayor o igual a \$1.000</i></p> <p>– Encuesta de detección</p>
Experiencia empresarial	<p>¿Alguna vez inició un negocio?</p> <p><i>Con experiencia - Sin experiencia</i></p> <p>– 1° seguimiento</p>
Experiencia específica en la actividad	<p>Si alguna vez trabajó en la actividad del nuevo negocio</p> <p><i>Con experiencia - Sin experiencia</i></p> <p>– 1° seguimiento</p>
Experiencia en la rama de actividad	<p>¿Cuántos años de experiencia tiene en la rama de actividad del nuevo negocio?</p> <p><i>Menor a 5 años - Mayor o igual a 5 años</i></p> <p>– 1° seguimiento</p>
Experiencia en dirección de personal	<p>¿Cuál fue el mayor número de personas que tuvo a cargo?</p> <p><i>Con experiencia - Sin experiencia</i></p> <p>– 1° seguimiento</p>
Nivel educativo	<p>Máximo nivel educativo alcanzado</p> <p><i>Hasta secundario incompleto - Desde secundario completo</i></p> <p>– Encuesta de detección</p>
ENTORNO	
Cultura empresarial	<p>Escala de Likert aplicada a 8 preguntas con 5 puntajes (aquellos que son empresarios exitosos llaman la atención y son admirados, la gente joven es estimulada a ser independiente y comenzar su propia empresa, etc.)</p> <p><i>Alta - Media/baja</i></p> <p>– 1° seguimiento</p>

ACCIONES PARA EL INICIO	
Constitución de equipos emprendedores	¿Organizó un equipo de trabajo para el inicio? <i>Inició o concretó la actividad - No la inició</i> – 1º seguimiento
Planificación o proyecciones financieras	¿Usted ha desarrollado proyecciones financieras de ingresos y flujo de fondos, análisis de punto de equilibrio? <i>Inició o concretó la actividad - No la inició</i> – 1º seguimiento
CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO	
Inversión inicial	¿Podría decirnos cuál es el monto total de la inversión que necesita para iniciar el emprendimiento, incluyendo el capital aportado por todos los socios y el proveniente de préstamos de terceros? <i>Menor a \$20.000 - Mayor o igual a \$20.000</i> – 2º seguimiento
Factores relacionados con el segundo seguimiento PLANEAMIENTO Y GESTIÓN	
Calidad y diseño de productos y servicios	¿Ha incorporado nuevos productos o servicios? <i>Si - No</i>
Publicidad o promociones	¿Ha realizado publicidad o promociones? <i>Si - No</i>
Análisis de los gustos de los clientes	¿Ha analizado los gustos, características o preferencias de sus clientes? <i>Si - No</i>
Incorporación de maquinarias o equipos	¿Ha incorporado maquinarias o equipos para modernizar el negocio? <i>Si - No</i>
Incorporación de PC	¿Ha incorporado computadoras? <i>Si - No</i>

Realización de inventarios y control de stocks	¿Realiza inventarios periódicamente y controla stocks? <i>Si - No</i>
Realización de presupuestos y estimaciones de costos	¿Realiza presupuestos y estimaciones de costos? <i>Si - No</i>
Realización de estimaciones de ingresos y costos de los próximos meses	¿Realiza estimaciones de los ingresos y gastos previstos para los próximos meses? <i>Si - No</i>
Apoyo profesional	¿Son las estimaciones realizadas por un profesional? <i>Si - No</i>
Uso en la toma de decisiones	¿Utiliza la información de las estimaciones para la toma de decisiones? <i>Si - No</i>
Cambios en la forma de contratación de personal	¿Ha cambiado la forma de contratación de personal (de permanente a temporario, a tiempo parcial, familiares sin retribución, etc.)? <i>Si - No</i>
Asociación con competidores	¿Se ha asociado con competidores para abaratar costos (compra de insumos, publicidad, alquiler de equipos, etc.)? <i>Si - No</i>
Uso de financiación de corto plazo	¿Ha usado alguna forma de financiación de corto plazo (descubierto bancario, postergación del pago de impuestos, del pago de sueldos o del retiro de socios, etc.)? <i>Si - No</i>
EVALUACIÓN DE ASPECTOS CLAVES	
Adecuada elección de la idea de negocios	¿La idea de negocios que eligió es buena? <i>Si - No</i>
Adecuado funcionamiento del equipo empresarial	¿Hay buena complementariedad entre los socios? <i>Si - No / Más o menos</i>

El proceso de creación de empresas

Adecuada capacitación y/o experiencia	¿Existen problemas por falta de capacitación o experiencia para llevar adelante el negocio? <i>Si - No / Más o menos</i>
Financiamiento	¿Cuenta con los recursos financieros necesarios o la posibilidad de obtenerlos? <i>Si / Más o menos - No</i>
Programas especiales	¿Hay apoyo por parte de instituciones para pymes para su nuevo negocio? <i>Si - No</i>
Requerimientos legales / impositivos	¿Los requerimientos legales e impositivos son un impedimento? <i>Si - No / Más o menos</i>
Asesoramiento profesional	¿Cuenta con asesoramiento legal adecuado (legal, impositivo, contable, etc.)? <i>Si - No / Más o menos</i>
Entorno cercano	¿Es útil para llevar a cabo el negocio el apoyo de familiares y/o amigos? <i>Si - No / Más o menos</i>
OTRAS VARIABLES UTILIZADAS	
Desempeño general del negocio	Si usted debiera evaluar el desempeño general de su negocio diría que éste es: <i>Buena / Muy buena - Regular / Mala</i>

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 8

El proceso de creación de empresas:
Evaluación final

Ana Gennero de Rearte, Fernando Graña y Natacha Liseras

INTRODUCCIÓN

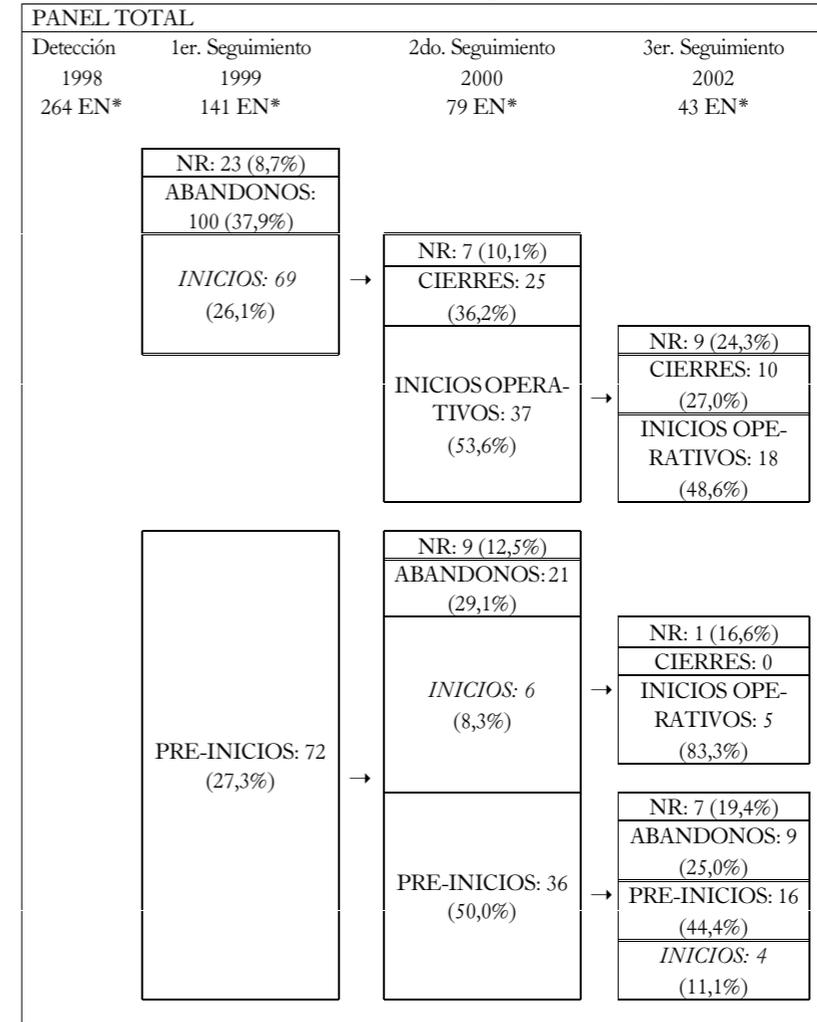
En este Capítulo se presenta la evolución del panel de Emprendedores Nacientes a lo largo de las primeras etapas del proceso de creación de empresas, evaluando las características y factores involucrados en el mismo. Para ello se toman en consideración los principales resultados obtenidos en cada etapa de la investigación presentada en los distintos capítulos de este libro, así como la conformación final del panel de emprendedores. Se sugieren, finalmente, los elementos a tener en cuenta en el diseño de políticas tendientes a aumentar el número de nuevos emprendimientos, elevar la capacidad innovativa de los mismos, asegurar una mayor tasa de supervivencia y un mejor desempeño en sus primeros años de vida.

I- CARACTERÍSTICAS DE LA EVOLUCIÓN DEL PANEL DE EMPRENDEDORES NACIENTES

De acuerdo a la metodología utilizada en la investigación presentada en este libro –detallada en el Capítulo 2–, en el año 2002 se efectúa el tercer seguimiento de los Emprendedores Nacientes (EN) pertenecientes al panel.

CUADRO 8-1

Conformación del panel de EN luego del tercer seguimiento



* EN: hace referencia al total de emprendimientos a ser relevados en el siguiente seguimiento (excluye abandonos, cierres y no respuesta).

Fuente: Elaboración propia.

El Cuadro 8-1 presenta la evolución del panel de Emprendedores Nacientes durante las primeras etapas del proceso de creación de empresas, así como la conformación del mismo al momento de concluir el estudio. Los resultados muestran la elevada tasa de abandono de proyectos empresariales antes de haber iniciado sus actividades, al igual que el cierre de empresas producido en sus primeros años de vida. Sobre un total de 264 EN detectados en 1998:

- 38% abandona el proyecto dentro del primer año (100 EN)¹ y 11% dentro de los dos años siguientes (30), sin lograr ninguna dar inicio a su empresa.
- 26% inicia sus actividades en el primer año (69)² y un 4% adicional logra iniciar sus actividades dentro de los dos años siguientes (10).
- 10% son empresas en actividad en el 2002 (27)³.
- 6% continúa intentando implementar el proyecto empresarial luego de tres años (16).

De los 69 EN que iniciaron su empresa en el primer año:

- el 54% sobrevive al primer año de vida (37).
- el 26% sobrevive a los dos primeros años de operaciones (18) –momento del tercer seguimiento–.
- el 50% cierra dentro los dos primeros años posteriores al inicio.
- Del 23% restante –al tercer seguimiento– no hay respuesta (16 EN), presumiendo que ello se debe a condiciones desfavorables del negocio o al cierre del mismo.

¹ Ascende a un 41% si se excluye la “no respuesta”.

² Ascende a un 29% si se excluye la “no respuesta”.

³ Ascende a un 11% si se excluye la “no respuesta”.

II- FACTORES RELEVANTES EN LAS DISTINTAS ETAPAS DEL PROCESO DE CREACIÓN

Habiendo concluido el seguimiento previsto para las primeras etapas del proceso de creación de una nueva empresa, se intentan evaluar los principales factores relacionados al comportamiento diferencial de los Emprendedores Nacientes en cada etapa del mismo.

A lo largo del estudio de panel se encontraron diferentes factores explicativos de la actividad emprendedora y características de los emprendimientos. Éstos tienen que ver tanto con la concepción de la idea y su transformación en acciones concretas para dar inicio a una nueva empresa, como con la implementación y posterior consolidación en el mercado. Dichas etapas del proceso de creación, que fueron descritas en el Capítulo 1, han mostrado características particulares que serán resumidas a continuación.

En las primeras etapas de concepción y gestación se pueden identificar aquellos aspectos del “entorno” que facilitan el nacimiento de ideas empresariales y las “características más comunes de los individuos” que se involucran en dichos proyectos. En este sentido, se observa que:

- Existe un ambiente de apoyo en cada espacio geográfico y una estructura productiva que contribuyen a desarrollar vocaciones emprendedoras y posibilidades de emprender. Tales características son⁴:
 - Prevalencia de empresas de menor tamaño.
 - Menores barreras a la entrada de las principales ramas de especialización.
 - Mayor experiencia de la población en actividades independientes o en firmas pequeñas.
 - Mayor proporción de población más educada.
 - Mayor tamaño y dinamismo del mercado local.
 - Mayor desarrollo del entorno emprendedor que incluye:

⁴ Ver Capítulo 4.

- “Cultura empresarial” con existencia, reconocimiento y valoración de modelos de rol empresarios y redes de apoyo;
 - “Desarrollo institucional” con objetivos y programas específicos de apoyo.
- Existen diferentes atributos personales y laborales que predominan en los EN y que influyen en su motivación y capacidad de acción, con relación al resto de la población. Ellos son:
- Estar dentro de la población económicamente activa y con edades entre 25 y 44 años.
 - Tener mayor nivel de educación formal.
 - Tener experiencia en actividades independientes o en relación de dependencia en establecimientos pequeños.

En la transición que se produce al pasar de la idea a la acción, aparecen elementos que dan luz sobre algunas características de los Emprendedores Nacientes que favorecen este pasaje. Dichos factores son los que les permiten avanzar exitosamente desde la idea hacia el inicio de la nueva empresa, en relación a quienes abandonaron la idea. Entre ellos se destacan:

- Los factores actitudinales tales como motivación, propensión a la toma de riesgo, confianza en sus capacidades, creatividad y capacidad de liderazgo. Los mismos son intangibles de relevancia y han generado diferencias significativas entre los EN que implementaron exitosamente sus ideas empresariales y aquéllos que han abandonado sus proyectos.
- La experiencia empresarial y específica en la rama de actividad de los emprendimientos.
- El inicio de la empresa antes del año de realizada la primera acción (en promedio 9 meses). Pasado dicho período, el riesgo de concreción aumenta⁵.
- Entre los factores asociados a la rápida puesta en funcionamiento de las ideas empresariales aparecen claras diferencias en la conformación de

⁵ Salvo el caso de emprendimientos tecnológicos.

equipos emprendedores para el inicio, la mayor experiencia emprendedora previa y el mayor compromiso con el proyecto (tiempo dedicado, monto de la inversión propia).

En la transición se producen abandonos de proyectos, en su mayoría dentro de un tiempo promedio menor a un año (100 EN en el primer año). Entre las causas mencionadas por aquéllos que abandonaron la implementación de su empresa surgen como más relevantes:

- la falta de acceso a financiamiento⁶;
- los condicionantes macroeconómicos;
- los problemas personales y las restricciones de tiempo para dedicar al proyecto, indicando falta de compromiso y un tratamiento no profesional del mismo.

Finalmente, en la etapa de infancia –primeros años de vida de la nueva empresa–, se evalúan los aspectos que permiten a los EN permanecer en el mercado y tener un desempeño favorable. Es importante recordar que luego de más de tres años, desde la detección de 264 Emprendedores Nacientes, 27 emprendimientos permanecen operativos, de los cuales un 67% exhibe un desempeño satisfactorio.

En esta instancia, se intenta responder:

- ¿En qué ciudades y en qué entornos se desarrollan los nuevos emprendimientos?
- ¿A qué sectores pertenecen?
- ¿Cuáles han logrado tener un desempeño favorable?
- ¿Cuáles son los factores que incidieron en este desempeño?

Con respecto a las diferencias entre ciudades en el número de EN que lograron crear su empresa y permanecer en el mercado, se observa que las mayores tasas de supervivencia de los nuevos emprendimientos corresponden a las ciudades de Córdoba y Tandil.

⁶ Fallas en la oferta de financiamiento para nuevos proyectos empresariales y, a su vez, falta de capacidad de gestión por parte de los emprendedores.

CUADRO 8-2
Emprendimientos y desempeño diferencial por ciudad

Ciudad	EN 1998	Empresas 2002	Desempeño	
			MB/B	R/M
Bahía Blanca	54	4 (7,2%)	50%	50%
Córdoba	59	9 (15,3%)	65%	35%
Mar del Plata	49	4 (8,2%)	50%	50%
Tandil	79	10 (12,7%)	80%	20%
Total	241	27 (11,2%)	67%	33%

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de Córdoba, determinadas características favorecen la implementación, permanencia y buen desempeño de los emprendimientos. Entre ellas pueden mencionarse mayores niveles educacionales –tanto en la población como entre los EN–, mayor tamaño de la ciudad y del mercado relevante para los nuevos emprendimientos, y una estructura productiva con economías de escala en las principales actividades industriales junto con una elevada ocupación en plantas pequeñas.

Tandil tiene una estructura productiva con firmas de menor tamaño, mayor nivel de cuentapropistas y de ocupación en plantas pequeñas y una población con mayores niveles educativos que el resto de las ciudades en estudio. Los citados elementos, sin duda contribuyen a la mayor capacidad y experiencia en temas relacionados al manejo de un negocio e inciden en su desempeño. Además, las bajas tasas de desempleo, el dinamismo productivo y una apreciación favorable de las oportunidades que genera el mercado, junto al reconocimiento más marcado de modelos de rol que en el resto de las localidades y una percepción de la actividad empresaria como creíble y real, contribuyen a un mayor acercamiento de la población a las actividades empresariales dentro del entorno cercano, con incidencia en las posibilidades de inicio y supervivencia de las nuevas empresas. Al momento de la detección

de los EN, Tandil era la única ciudad en la cual existían programas específicos de apoyo al nacimiento de empresas⁷.

Con relación al sector de actividad en el que se encuentran las firmas operativas, para las cuatro ciudades en las que se dispone de información al momento del tercer seguimiento, se observa que pertenecen en su mayoría al sector terciario y se trata particularmente de empresas de servicios.

CUADRO 8-3

Empresas supervivientes por sector económico

Sector	Nº de empresas	%	Tipo de actividad
Primario	3	11,1%	Lombricultura, colmenas, planta de semillas
Secundario	4	14,8%	Fabricación de cerveza, muebles y comidas
Terciario	20	74,1%	
– Comercio	8		Venta de alimentos, ropa, computadoras, librería, polirubros
– Servicios	12		Análisis de suelos, centro de inseminación, estudios y consultorios, diseño gráfico y computación

Fuente: Elaboración propia.

El 71% de los emprendimientos detectados en 1998 pertenecían al sector terciario, alcanzando este porcentaje al 74% de las empresas que lograron nacer y sobrevivir a los primeros años de vida dentro del mismo. En este sector se produce habitualmente la mayor mortalidad de empresas, dado que la salida del mercado tiene menores costos muertos que en el resto de los sectores. Esto indicaría que la continuidad tiene mayor relación con la rentabilidad y buen desempeño que con la decisión de salida en función de menores costos muertos.

Es importante notar que si bien los EN detectados inicialmente en las cinco localidades bajo análisis presentaban, en su gran mayoría, ideas

⁷ Ver Capítulo 4 para más detalles.

empresariales con escasa incorporación de elementos innovadores⁸, las empresas que lograron permanecer en el mercado, son aquellas que tienen mayor desarrollo tecnológico y elaboran productos con mayor diferenciación y valor agregado.

Agrupando a los emprendimientos operativos de acuerdo a su desempeño, en el Cuadro 8-4 se presenta el porcentaje de realización de distintas actividades de gestión con la finalidad de evaluar si existen diferencias estadísticamente significativas entre la realización de la actividad y el desempeño de la firma.

CUADRO 8-4
Porcentaje de realización de actividades
en las firmas en funcionamiento según desempeño

Actividades	Operativas	Desempeño	
		MB/B	R/M
¿Conformó equipos pequeños? (<2 socios)	88%	75%	50%
¿Incorporó nuevos productos o servicios?	60%	71%	38%
¿Realizó publicidad o promociones?	56%	65%	38%
¿Realiza presupuestos y estimación costos?	52%	*65%	*25%
¿Ampliación del horario de atención?	48%	50%	44%
¿Realizó cambios en diseño o calidad?	44%	47%	38%
Realizó inventarios y control stocks?	42%	***59%	***0%
Incorporó maquinarias o equipos?	40%	47%	25%
Cambio forma contratación de personal?	23%	29%	0%
Usó financiamiento a corto plazo?	19%	17%	25%

Nota: Dif. Signif. ***1%,**5%,*10%

Fuente: Elaboración propia.

Todas las empresas que logran sobrevivir a los primeros años de operaciones realizan un número importante de actividades para una gestión eficaz del negocio. No obstante, aquellos emprendimientos que tienen un

⁸ Ver Capítulo 3.

mejor desempeño presentan una diferencia estadísticamente significativa en la realización de actividades de planeamiento y gestión, tales como la realización de presupuestos o estimaciones de ingresos y gastos para los próximos meses, o la realización periódica de inventarios y control de stocks. Hay además otras actividades relacionadas al mejor desempeño de las nuevas empresas, vinculadas con la mejora de calidad del producto o servicio, la tecnología de proceso o la comunicación del mismo.

En el Cuadro 8-5 se exhibe el grado de realización de otras actividades complementarias en las cuales se encuentran diferencias significativas entre aquellas empresas que permanecen operativas y las que cesaron su actividad. Quienes continúan en el mercado se caracterizan por encontrar socios y conformar con ellos equipos de tamaño reducido. Es así que la mayor proporción de los que continúan en actividad conforman equipos de dos miembros, mientras que los equipos constituidos por quienes cesaron son de mayor tamaño. Este resultado refuerza las conclusiones extraídas en el Capítulo 7.

CUADRO 8-5
Otros factores relacionados al funcionamiento y desempeño

Actividades realizadas	Ceses	Operativas	Desempeño	
			MB/B	R/M
Incorporó socios al negocio?	*70%	*100%	90%	80%
Equipos conformados por 2 socios	**29%	**88%	75%	50%
Equipos conformados por más de 2 socios	**71%	**13%	25%	50%
Idea de negocio es buena	90%	85%	***100%	***64%
Apoyo institucional	11%	16%	**25%	**0%
Apoyo de familiares o amigos	80%	77%	77%	79%

Nota: Dif. Signif. ***1%,**5%,*10%

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a los emprendimientos de mejor desempeño, aparece como relevante, por un lado, que la idea de negocio sea buena y, por otro, el contar

con apoyo institucional. Si bien la opinión acerca de que “la idea de negocio ha sido buena” no diferencia a los EN que permanecen en el mercado y los que abandonaron, sí surge como un factor diferencial entre desempeños.

Consultados los emprendedores en actividad acerca de las causas de desempeño favorable, ellos consideran que se relaciona con la posibilidad de disponer de recursos adecuados, a la cual se suman elementos vinculados a la existencia de mercado para sus productos. Por otra parte, entre quienes continúan en actividad y manifiestan un desempeño desfavorable, este es explicado por la existencia de problemas vinculados a la falta de mercado y por factores relacionados con la devaluación del peso a partir del 2002.

La disímil percepción entre quienes tienen buen desempeño y los que manifiestan un desempeño desfavorable en cuanto a la existencia o no de mercado para sus productos, pone de manifiesto una problemática que caracteriza habitualmente a la actividad emprendedora y que tiene que ver con la propensión a la *acción* por parte de algunos emprendedores antes de realizar una correcta *evaluación* de su idea de negocio. Tal como se puede observar en el Cuadro 8-2, el 67% de las empresas operativas tiene desempeño Bueno/Muy bueno y sólo un 33% Regular/Malo, mostrando que si la idea de negocio es buena y la nueva empresa logra posicionarse en el mercado con productos diferenciados e innovadores y tiene una gestión más profesional, obtiene en general un mejor desempeño.

Con referencia al apoyo institucional, es notoria la baja interrelación entre instituciones y emprendedores, lo cual no sólo estaría relacionado con la *falta de acercamiento* del emprendedor a las instituciones, sino también con la *falta de acercamiento* de las instituciones al emprendedor, en la medida que éstas tengan líneas de trabajo adecuadas a la problemática local. En este sentido, aquellos emprendedores que, por una u otra razón, accedieron a apoyo institucional, manifiestan poseer un mejor desempeño. Ello se condice con los resultados obtenidos en el Capítulo 4, en el cual la falta de programas específicos de apoyo al desarrollo emprendedor contribuye a explicar el comportamiento diferencial en la tasa de natalidad empresarial entre las ciudades de Tandil y Rafaela.

Finalmente, luego de cuatro años de detectados los proyectos empresariales, 16 EN aún siguen realizando acciones tendientes a su implementación. Éstos manifiestan, al igual que lo hicieron en el primer seguimiento (Cuadro 6-6, Capítulo 6) que el mayor problema al que se enfrentan y que impide poner en funcionamiento el nuevo negocio es el financiamiento (41%). En esta oportunidad, se observa como causa adicional de abandono, aspectos relacionados a la situación económica del país. Los grandes *shocks* en la situación macroeconómica elevan la incertidumbre y afectan desfavorablemente a las decisiones de inicio.

CUADRO 8-6
Problemas mencionados por los emprendedores que dificultan el inicio del nuevo negocio

	Principal problema de Inicio			
	Situación económica	Proyecto no rentable	Falta de financiamiento	Problemas personales
Pre-inicios	23%	13%	41%	23%
Abandonos	36%		45%	18%

Fuente: Elaboración propia.

Es importante tener en consideración que el tercer seguimiento se realizó en el año 2002, con una crisis económica, política e institucional de gran magnitud, que pudo haber incidido no sólo sobre la demora en el inicio de los proyectos, sino también sobre el abandono de los mismos. De hecho, luego de la crisis de finales del 2001, varios emprendedores realizan una nueva evaluación de sus proyectos y consideran que no son rentables debido a disminución de la demanda por menor poder adquisitivo de la población o a incrementos en los costos de productos importados. Similar apreciación realiza el 71% de los que ya han iniciado sus actividades y cierran en este período.

Las mismas causas aparecen a la hora de explicar el abandono de los proyectos empresariales. En primer lugar, los problemas de financiamiento y

acceso a los recursos; en segundo orden, la situación económica del país y, por último, los problemas personales.

Si bien los dos primeros son factores externos y pueden afectar el proyecto empresarial independientemente de sus características o las del emprendedor, la existencia de problemas personales afecta directamente el tiempo y el esfuerzo destinado a la realización de las actividades que permitan avanzar en la concreción del proyecto. A su vez, la falta de capacitación y de experiencia aparecen mencionados en repetidas oportunidades entre los problemas personales, poniendo de manifiesto la falta de profesionalización en la correcta evaluación del proyecto, en la planificación de actividades y en la gestión de los recursos necesarios para la implementación de los proyectos. En las empresas que lograron sobrevivir y alcanzar un desempeño favorable, la calificación, experiencia y el asesoramiento profesional adecuado han contribuido a sortear los inconvenientes del entorno macroeconómico.

II- CONSIDERACIONES FINALES

A partir de los resultados de esta investigación surgen importantes aspectos a tener en consideración en el diseño de políticas con impacto en el número, calidad y capacidad de permanencia de los proyectos empresariales. La falta de un desarrollo planificado de las actividades de creación de empresas, tiene como consecuencia la reproducción de las estructuras productivas vigentes en aquellos sectores con menores barreras de entrada y de salida, con menores niveles de innovación y con menor contribución a la generación de valor.

Una estrategia integral de desarrollo emprendedor abarca un conjunto de políticas articuladas y orientadas a actuar sobre los principales factores involucrados en cada etapa del proceso de creación de nuevas firmas. Por tal motivo, se proponen estrategias de actuación diferenciadas en dos momentos críticos de dicho proceso.

A. Políticas en las etapas de concepción y gestación de las ideas empresariales.

Estas políticas están orientadas a ampliar la base de Emprendedores Nacientes, desarrollando capacidades emprendedoras en la población y actuando sobre la disponibilidad de recursos necesarios para la concreción de los proyectos empresariales. Se propone:

✓ *Actuar sobre el desarrollo en la población de actitudes favorables a la creación de empresas.* Es importante orientar a los individuos hacia la creación de nuevas firmas mediante la valorización de las actividades empresariales. Al fortalecer la cultura empresarial se genera un ambiente más propicio para la creación de nuevas empresas. Así, por ejemplo, experiencias internacionales demuestran que la difusión de los modelos de rol y de la actividad desarrollada por emprendedores exitosos, motiva a otros individuos a involucrarse en proyectos de negocio.

✓ *Actuar sobre el desarrollo de capacidades emprendedoras.* La creatividad, propensión a la toma de riesgos, capacidad de liderazgo y autoconfianza, entre otros, son aspectos que pueden ser desarrollados socialmente. En este sentido, el sistema educativo cumple un rol fundamental y debería estimular las capacidades emprendedoras de la población, propiciando la “opción empresarial” como posible salida laboral. Un punto inicial sería la introducción, en los niveles secundario, terciario y universitario, de materias de creación de empresas y gestión de nuevos negocios, así como talleres de creatividad, liderazgo y detección de oportunidades. Un programa de largo plazo para alcanzar el objetivo antes mencionado debería considerar una reestructuración integral de los planes de estudio y de la metodología enseñanza-aprendizaje.

✓ *Actuar sobre la generación de conocimientos específicos.* En primer lugar, es importante actuar sobre la generación de capacidades en la rama de especialización del negocio. El incremento de programas educativos con orientación tecnológica pueden contribuir a generar proyectos con una alta incorporación de conocimiento. Por otra parte, dada la importancia que tienen los antecedentes en gestión empresarial y la experiencia específica en actividades relacionadas con la implementación de ideas de negocio, la educación podría también

contribuir a la acumulación de conocimientos prácticos. Los programas que relacionen las actividades educativas con proyectos reales de creación de empresas o con la gestión de nuevas firmas, contribuirían a desarrollar en los estudiantes la experiencia que requiere la implementación de una nueva empresa. A su vez, facilitaría el desarrollo de capacidades para el trabajo en equipo, así como el reconocimiento y una mayor utilización de las redes personales.

✓ *Desarrollo de instituciones/programas para el apoyo a emprendedores.* Todo programa de apoyo a emprendedores debe, en primer lugar, definir a qué etapa del proceso de creación de empresas va a estar dirigido su accionar. Asimismo, es fundamental especificar cuál será la población objetivo, el tipo de proyecto y la modalidad de apoyo que brindará.

- *Población objetivo.* Es importante que en la definición de la población a ser apoyada se tengan en cuenta las características idiosincráticas de la región, asociadas al éxito en la implementación de la idea de negocio. Así, por ejemplo, se ha verificado que la mayor probabilidad de éxito corresponde a individuos pertenecientes a la población económicamente activa —en particular, jóvenes a partir de los 25 años—, que tengan experiencia en actividades por cuenta propia y en la rama específica del negocio, con capacidad para trabajar en equipo. La experiencia empresarial y específica en la rama de actividad del emprendimiento permite explotar el saber-hacer acumulado en ocupaciones anteriores. Los antecedentes en la dirección de personas generan conocimientos que facilitan y amplían la visión del negocio y permiten al emprendedor una mayor eficiencia en las actividades de gestación. En consecuencia, los programas deberían direccionarse a individuos que posean los atributos mencionados, o a desarrollar dichas características en los potenciales emprendedores.

- *Tipo de proyecto.* Los nuevos proyectos empresariales detectados en el relevamiento a nivel poblacional corresponden a emprendimientos de tamaño muy pequeño y pertenecientes al sector terciario (comercio o servicios), que se caracterizan por una alta tasa de mortalidad, así como por una escasa contribución al desarrollo productivo. Por otra parte, se ha observado que

aquellos emprendimientos que logran permanecer en el mercado y tener un mejor desempeño son aquellos que producen o venden bienes o servicios con mayor nivel de diferenciación e innovación. Es entonces recomendable realizar una selección de los emprendimientos a apoyar, orientándose preferentemente a los proyectos empresariales con mayor contenido innovador.

- *Modalidad de apoyo.* Existe una clara necesidad en todo programa de apoyo de ajustarse a las necesidades del entorno local, haciendo coincidir la oferta y la demanda de servicios. A continuación se comentan algunas de las dimensiones a tener en cuenta, surgidas a partir de la presente investigación:

1. *Brindar o facilitar el acceso al financiamiento.* Los resultados hallados indican que aquellos emprendimientos que logran implementarse son, en gran medida, financiados con recursos propios del emprendedor, siendo la falta de acceso al financiamiento la principal traba para avanzar en la creación de una nueva empresa. Dada la existencia de fallas en la oferta de financiamiento para nuevos proyectos, es altamente recomendable estimular acciones tendientes a reducir las necesidades iniciales de fondos de los nuevos emprendimientos o la generación de un “fondo impulsor” de las actividades productivas. Un programa que no facilite el acceso al capital inicial, sea en forma directa o indirecta, corre el riesgo de desperdiciar recursos y fracasar en su objetivo.

2. *Capacitar y asesorar a los emprendedores.* La gestación de una nueva empresa implica un elevado número de acciones por parte de una persona o grupo de personas. En este accionar, los emprendedores hacen uso de sus capacidades y recursos interactuando con el entorno con el objetivo de avanzar exitosamente en el proceso de creación de la firma. Es conveniente que el asesoramiento profesional y la capacitación sean suministrados desde el comienzo de la actividad emprendedora, a fin de incrementar la capacidad de gestionar recursos y elevar las probabilidades de éxito de la nueva empresa

3. *Favorecer los proyectos que contemplan el trabajo en equipo.* Los emprendedores que trabajan individualmente tienen una tasa mayor de fracaso que los que conforman un equipo empresarial. Es por ello importante

fomentar la conformación de equipos emprendedores, incluyendo al menos un socio con experiencia en actividades empresariales. A su vez, la complementariedad en conocimientos y experiencias, capacidad financiera y red de contactos personales que requiere un proyecto de negocio son algunos de los aspectos ventajosos de la constitución de equipos.

4. *Simplificar las regulaciones y facilitar la operatoria para la puesta en marcha de la nueva empresa.* Un elemento remarcado por los emprendedores como problemático para la implementación de su idea empresarial es la falta de información, así como los costos y trabas burocráticas. En este sentido, se podrían llevar adelante acciones tendientes a organizar la información general para emprendedores, centralizar los trámites y disminuir el número de “pasos” a seguir por un emprendedor para habilitar su empresa. Tal es el caso, por ejemplo, del sistema de ventanilla única que permite centralizar la realización de trámites, pudiendo a su vez, incluir un sistema de información y asesoramiento.

B. Políticas en la etapa de “infancia” de las nuevas empresas.

Las políticas que se implementan en las fases previas del proceso de creación definen la cantidad y calidad de los nuevos emprendimientos y condicionan de alguna manera su capacidad de supervivencia y su desempeño posterior. En efecto, la mayor parte de los programas de apoyo al desarrollo emprendedor, están orientados a las fases de concepción y gestación de los proyectos, comprometiéndose generalmente con la capacitación y el apoyo financiero para la puesta en marcha del negocio, dejando al nuevo emprendimiento desamparado en sus primeros tiempos de vida.

Es importante notar que las firmas con elevado potencial de crecimiento tienen mayores dificultades y requerimientos en esta etapa. Si comenzaron financiándose con recursos propios, ahora requerirán recursos externos; si se asesoraron en algunas áreas a través de profesionales externos, ahora requerirán mayor dedicación de los mismos; si comenzaron trabajando en el mercado

local, ahora deberán expandirse el mercado nacional o externo y necesitarán información, capacitación y apoyo para acceder a ellos, y así en un número creciente de aspectos. Por tal motivo, el acompañamiento de las nuevas empresas en esta etapa –llamada gráficamente de “emplumaje”– es fundamental para que logren crecer y afianzarse en el mercado.

Las experiencias internacionales aparecen como guías para pensar las políticas más convenientes para implementar en este período. En primer lugar, muestran que es necesario concebir un programa integral e invertir en su financiamiento, sin el cual los esfuerzos están condenados al fracaso. En segundo lugar, los programas de apoyo que habitualmente están dentro de aquéllos orientados al desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa, requieren de un diseño especial adaptado a las necesidades de esta etapa. Los principales programas hacen referencia a:

✓ *Financiamiento* directo de inversiones o desgravación impositiva –crédito fiscal– en los primeros años de funcionamiento, ligados a indicadores de crecimiento en el empleo, incorporación tecnológica o capacitación.

✓ *Centro de incubación de empresas* para emprendimientos innovadores que permita acompañar estas empresas en el proceso de consolidación de sus primeros años de actividad. En general, las incubadoras promueven los proyectos desde la etapa de gestación, otorgando asistencia para la planificación e implementación, por lo que se requiere en este período un programa particularizado.

✓ *Desarrollo del mercado de consultoría, asistencia técnica y financiación de su uso.* La calidad de estos servicios define el éxito del programa. Aparece entonces la necesidad de armar una red de consultores, ya sea mediante la selección de los existentes en el mercado o a través de la formación en áreas con escaso desarrollo –como pueden ser patentes, legislación e instrumentación de acuerdos comerciales, tecnológicos, de investigación, etc.–. Se incluye también el desarrollo de “servicios de investigación y tecnológicos” por parte de

⁹ Reynolds, P. & White, S. (1997), *The entrepreneurial process: Economic growth, men, women. And minorities.* Wesport, USA: Quorum Books.

instituciones o empresas de ciencia y tecnología, además de programas de “mentores de negocios” en los cuales empresarios retirados vuelcan su experiencia en el acompañamiento de las nuevas empresas.

✓ Desarrollo de redes de contacto personal e institucional. Se intenta involucrar al emprendedor en relaciones de negocios y personales con otros emprendedores, con clientes y proveedores, y con instituciones de apoyo ya sean públicas como privadas –como bancos, centros tecnológicos, de promoción de oportunidades comerciales, etc.–. Se mencionan los programas de encuentros de emprendedores, seminarios, ruedas de negocios y viajes de intercambio, entre otros. Además, se establecen actividades de discusión y capacitación entre los distintos agentes del desarrollo local para sensibilizar, establecer un lenguaje común y generar lazos personales que permitan el involucramiento en proyectos conjuntos.

A N E X O

Técnicas estadísticas

Prueba Chi-cuadrado

El objeto de esta prueba estadística es determinar si existe asociación entre dos variables, analizando si las frecuencias de una tabla de contingencia presentan diferencias estadísticamente significativas. El test es válido para variables cualitativas, sean nominales u ordinales. El estadístico de prueba resulta:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \sim \chi^2_{(r-1)(c-1)}$$

donde O_i representa las frecuencias observadas y E_i las frecuencias esperadas bajo la hipótesis nula. Los grados de libertad equivalen al número de filas menos 1 multiplicado por el número de columnas menos 1 que posee la tabla de contingencia.

La hipótesis nula que establece la falta de asociación, se rechaza siempre que el respectivo valor de probabilidad sea menor que el nivel de significatividad elegido—usualmente, del 5%—, el cual representa el área de la distribución chi-cuadrado ubicada en la zona de rechazo. Cuanto menor sea el nivel de significancia, mayor evidencia debe suministrar la muestra para determinar que las diferencias no se deben sólo al azar.

Si las frecuencias esperadas, para una determinada modalidad, son exactamente iguales a las observadas, el valor del estadístico será cero, e irá aumentando a medida que se incremente la discrepancia entre ellas. Por lo tanto, grandes valores de chi-cuadrado llevarán a rechazar las suposiciones utilizadas para obtener las frecuencias esperadas. Son requisitos para aplicar

esta prueba que ningún E_i sea menor a 1 y que no más del 20% sean menores a 5. Se trata de una prueba para muestras grandes, puesto que la distribución chi-cuadrado es asintótica.

Prueba Exacta de Fisher

Esta prueba se utiliza con la misma finalidad que la anterior, aunque sólo puede aplicarse a tablas de contingencia con dos filas y dos columnas (2x2), es decir, cuando se tienen datos de dos grupos y se analizan sólo dos modalidades de una variable. Este test es más útil cuando el tamaño total de la muestra es pequeño o no se cumplen los requisitos de la prueba chi-cuadrado, debido a que es una prueba exacta y no asintótica.

La probabilidad exacta de observar un conjunto particular de frecuencias en una tabla 2x2 cuando las frecuencias marginales permanecen constantes, está dada por una distribución hipergeométrica:

$$p = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

donde a, b, c y d representan las celdas de la tabla de contingencia¹.

Procedimiento de Marascuilo

Este método consiste en una comparación a posteriori, una vez rechazada la prueba chi-cuadrado, para examinar de manera simultánea las comparaciones entre todas las parejas. Un par específico se declara significativamente distinto si la diferencia absoluta entre las proporciones es mayor que su alcance

¹ Agresti, A. (1996), *An introduction to categorical data analysis*. USA: John Willey.

crítico, el que depende de la raíz cuadrada del valor de chi-cuadrado que ha permitido rechazar la hipótesis nula en primera instancia².

Análisis de Interacciones Dinámico (AID)

Esta técnica exploratoria es utilizada en el análisis de muestras representativas para la identificación de las mejores combinaciones entre múltiples variables independientes que afectan a una simple variable dependiente. El análisis AID procede de forma secuencial, constando de varias etapas sucesivas y relacionadas.

En la primera, mediante la utilización del test chi-cuadrado se genera una jerarquía de variables de acuerdo a su significatividad. Se busca detectar la variable estadísticamente más significativa que muestre las diferencias existentes entre los grupos analizados. Una vez seleccionada la variable que tiene el mayor nivel de significatividad estadística se divide la muestra en tantos subgrupos como modalidades tenga la variable.

En la segunda etapa, cada subgrupo es examinado por separado, aplicando nuevamente la prueba chi-cuadrado para determinar cuáles de las restantes variables son significativas al interior de cada subgrupo. Se conforman así, dentro de cada uno de ellos, un número de subgrupos igual a la suma de las modalidades de las variables que resulten estadísticamente significativas. Esto permite alcanzar una nueva instancia con n nuevas divisiones.

El procedimiento continúa hasta que no es posible generar una nueva división de los subgrupos que resulte estadísticamente significativa. Diferentes variables quedarán involucradas en los distintos caminos del análisis jerárquico, dando lugar a un árbol de variables y modalidades relacionadas. El método detecta el efecto y las interacciones existentes entre las variables explicativas, pero no asume, sin embargo, una función que determine la relación existente entre la variable dependiente y las independientes.

² Berenson, M. y Levine, D. (1996), *Estadística básica en administración*. Sexta edición. Prentice Hall Hispanoamericana.

Formalmente, el análisis AID presentado es una versión ad-hoc del “*Automatic Interaction Detection*” (detección automática de interacciones) que realiza un análisis secuencial mediante la aplicación del test chi-cuadrado, en lugar de un análisis de varianza secuencial.

Regresión logística

Un modelo de regresión logística resulta adecuado cuando la variable dependiente es de naturaleza cualitativa. En este caso, se modela la probabilidad de que la variable dependiente sea igual a 1 $-\text{Pr}(Y=1)$, esto es, la probabilidad de éxito.

El enlace logístico permite expresar al *logit* de la $\text{Pr}(Y=1)$ como una función lineal en los parámetros:

$$\text{logit}(\text{Pr}(Y=1)) = X' \beta$$

Aplicando la función de enlace inversa, las probabilidades se obtienen de la siguiente forma:

$$\text{Pr}(Y=1) = \frac{\exp(X' \beta)}{1 + \exp(X' \beta)}$$

Esta opción tiene como atractivo, que la interpretación de los coeficientes se hace en términos de cocientes de chances, lo cual facilita su comprensión. El $\exp(\hat{\beta})$ representa el factor que multiplica las chances de $Y=1$ al aumentar en una unidad la variable en cuestión, manteniendo constantes las restantes covariables. Dada una variable dependiente dicotómica y una o más variables explicativas cuantitativas o cualitativas, la regresión logística consiste en obtener una función lineal de las variables explicativas que permita clasificar a los individuos en una de las dos subpoblaciones o grupos establecidos por la variable dependiente, una vez seleccionado un punto de corte.



Este libro se terminó de imprimir en el mes de marzo de 2004
en los talleres gráficos de Ediciones Suárez,
calle Roca 4091, Mar del Plata - Argentina
Esta primera edición consta de 300 ejemplares.