

***Creación de Empresas:
Factores asociados al éxito emprendedor en
cinco ciudades argentinas***

Fernando Manuel Graña
(fmgrana@mdp.edu.ar)

Editorial: Universidad Nacional de Mar del Plata - Editorial Martín
Año: 2002
ISBN: 987-544-062.0

*A mis padres
y abuelos*

TABLA DE CONTENIDOS

<i>AGRADECIMIENTOS</i>	i
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. ELEMENTOS CONCEPTUALES RELEVANTES	4
II.1. Oferta y demanda de nuevos emprendimientos: aspectos generales	4
II.2. Etapas en el proceso de establecimiento de una nueva empresa	6
II.3. La "oferta" de emprendedores: adquisición de motivación y disposición a actuar.....	8
* Enfoque Psicológico	8
* Enfoque sociológico.....	9
II.4. De la motivación a la acción.....	12
* Desplazamiento	12
* Vínculo emprendedor - entorno: el acceso a los recursos	15
II.5. Síntesis y propuesta para el análisis	18
III. METODOLOGÍA	22
III.1. Modelo empírico: Hipótesis de trabajo y variables	22
III.2. Fuentes de información.....	23
* Metodología de detección y seguimiento de EN	23
III.3. Técnicas estadísticas de análisis	25
* 1.a. Test Chi Cuadrado	25
* 1.b. Test Exacto de Fisher	26
* 2.a. Análisis de Interacciones Dinámico (AID)	27
* 2.b. Regresión logística (con variable dependiente dicotómica)	28
IV. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	31
IV.1. Resultados generales.....	31
* Detección.....	31
* Seguimiento	32
IV.2. Factores diferenciales entre inicio y abandono.....	32
* Factores vinculados al "Emprendedor".....	32
* Factores vinculados al "Entorno"	34
* Factores vinculados a los "Recursos"	37
IV.3. Análisis multivariado.....	39
* Análisis de Interacciones Dinámico (AID).....	39
* Modelo de regresión logarítmico (LOGIT)	42
V. REFLEXIONES FINALES	45
BIBLIOGRAFÍA.....	50
VI. APÉNDICE METODOLÓGICO I - VARIABLES	54
VII. APÉNDICE METODOLÓGICO II - MUESTREO	63
VII.1. Diseño Muestral Aglomerado Mar del Plata - Batán.....	63

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi esposa Melisa quien me animó, acompañó y contuvo a lo largo de todo este trabajo, siendo una constante fuente de estímulo. A mis hijos Rocío y Santiago quienes aprendieron la palabra tesis casi al mismo tiempo que a decir mamá y papá.

Un agradecimiento y de forma muy especial a la directora de la tesis, la Prof. Ana Gennero, que ha ejercido una influencia fundamental en mi formación académica, y cuyo apoyo, confianza y valiosas orientaciones han sido determinantes para la realización de esta tesis.

Agradezco al Profesor Colin Mason quien con su pasión y capacidad para transmitir conocimientos despertó mi interés por los temas de "*entrepreneurship*".

Quiero dejar constancia también de mi gratitud por el apoyo y colaboración recibido de Fabiola Baltar, Natacha Liseras y de mi amigo José Vila Gisbert.

I. INTRODUCCIÓN¹

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.

Estudios más recientes se focalizan en los factores que intervienen en la etapa previa a la apertura de la empresa –etapa de gestación-, 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.

Por otro lado, en las investigaciones sobre creación de empresas pueden distinguirse dos enfoques, uno que analiza la creación de empresas desde la oferta de capacidades emprendedoras, observando los elementos que estimulan al individuo a actuar; y el otro que estudia este fenómeno desde la demanda, según el cual existiría una oferta ilimitada de emprendedores a los que el mercado envía señales a través de la "generación de oportunidades" empresariales.

En el presente trabajo se analiza la etapa de gestación de nuevas firmas desde la perspectiva de la oferta. Bajo este enfoque, la existencia de motivación en los individuos para la búsqueda de ideas, la disposición a actuar, la disponibilidad y gestión de recursos así como la selección del medio ambiente en el que los emprendedores interactúan, son elementos que adquieren relevancia central para permitir la concreción de una idea de negocio.

No todos los procesos de gestación de ideas empresariales, aún ante situaciones contextuales similares, siguen el mismo patrón y finalizan exitosamente². Ello nos lleva a preguntarnos acerca de los elementos asociados a la etapa de gestación empresarial.

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 para los nuevos emprendedores y tiene efectos catalizadores sobre el desarrollo productivo de una comunidad. Por lo tanto, 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.

La mejora en la eficiencia emprendedora tendrá efectos tanto en términos individuales -emprendedor- como para el desarrollo de las distintas regiones. Shapero (1978), Côté (1991), Audretsch y Vivarelli (1993) y Reynolds y White (1997), entre otros, consideran a la implementación de nuevas firmas como un elemento sumamente importante para el desarrollo económico y fuente de diversidad, crecimiento y rejuvenecimiento constante de

¹ El presente trabajo corresponde a 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 fue realizado dentro del proyecto "El proceso de creación de empresas: factores determinantes y diferencias espaciales", financiado por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, la Universidad Nacional de Mar del Plata y el Instituto de Desarrollo Empresarial Bonaerense.

² Se considera que un proceso de gestación empresarial es exitoso cuando el proyecto puede avanzar satisfactoriamente desde la idea hasta el inicio de actividades, independientemente de la duración de dicho proceso o del desempeño posterior al inicio.

una economía. De esta manera, los nuevos emprendimientos hacen una importante contribución a la vitalidad de una economía.

El **objetivo general** de este trabajo es estudiar el proceso de gestación de nuevas empresas, analizando los diversos factores que intervienen en el pasaje exitoso desde una idea inicial de negocio hasta la puesta en funcionamiento de la nueva empresa.

Se presta particular atención a los elementos que durante el proceso de implementación permiten caracterizar los emprendimientos que logran iniciar sus actividades (exitosos). Para ello se plantean los siguientes **objetivos particulares**:

1. Estudiar el proceso de implementación de ideas de negocio en cinco ciudades argentinas de distinto tamaño y características socio productivas.
2. Identificar y analizar los elementos que diferencian a los emprendimientos que logran transitar exitosamente la etapa de gestación de una nueva empresa de aquellos que fracasan en la concreción del proyecto empresarial.

El trabajo de campo fue realizado en las localidades argentinas de Bahía Blanca, Córdoba, Mar del Plata, Rafaela y Tandil, entre los meses de agosto y noviembre de 1998. El tamaño muestral aproximado es de 2100 hogares en cada ciudad e incluye solamente la población urbana. La **metodología de relevamiento** tiene antecedentes en los trabajos que el Entrepreneurial Research Consortium realiza desde finales de los '80 y consta de dos etapas. En la primera, se detecta en los hogares de una determinada localidad, a las personas mayores de 18 años que están realizando acciones concretas para iniciar una nueva empresa (Emprendedores Nacientes - EN). La información se capta por medio de un cuestionario estructurado, con entrevistas personalizadas en los hogares seleccionados.

En una segunda instancia, transcurridos 12 meses de la detección, se realiza el seguimiento de los EN para observar su evolución, identificándose tres grupos: 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 (72 casos) 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 (60 casos).**

Esta metodología permite observar la evolución en la implementación de la idea empresarial a medida que van ocurriendo los hechos. A su vez, capta los casos de esfuerzos realizados para la implementación de ideas de negocio que no llegan a concretarse como nuevas empresas, y detecta en mayor medida que las metodologías tradicionales los emprendimientos *no registrados* (Gennero et al, 2000).

Los **resultados** muestran que los nuevos proyectos empresariales corresponden a emprendimientos de tamaño muy pequeño y las actividades emprendidas reflejan en gran medida la estructura productiva existente en cada una de las localidades, siendo la mayoría de ellos en actividades del sector terciario (74%). Los factores actitudinales tales como motivación, propensión a la toma de riesgo, confianza en sus capacidades, creatividad, capacidad de liderazgo, han generado diferencias significativas entre los emprendedores que implementaron exitosamente sus ideas empresariales y aquellos que han abandonado sus proyectos.

El mayor nivel de ingreso individual de los emprendedores y la constitución de equipos de emprendedores presenta diferencias significativas entre inicios y abandonos, mientras que la utilización de recursos externos no es un elemento diferenciador de los resultados obtenidos en la etapa de gestación. Con relación a los recursos intangibles, la experiencia empresarial y específica en la rama de actividad aparece como relevante para la implementación exitosa de la idea empresarial. Finalmente, la diferencia de resultados obtenidos en cada ciudad en la etapa de gestación estaría mostrando las distintas contribuciones que hace cada espacio geográfico para facilitar la implementación de los proyectos empresariales.

El trabajo está dividido en cinco secciones y dos anexos metodológicos. La primera corresponde a la parte introductoria. En la segunda, 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 tercera sección se expone el modelo empírico, la metodología de muestreo y las herramientas estadísticas utilizadas. En la cuarta, se analizan los resultados. En la quinta sección se elaboran las reflexiones finales.

II. ELEMENTOS CONCEPTUALES RELEVANTES

II.1. 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. Ella analiza las posibilidades de acceso al mercado de nuevas empresas en función de factores vinculados a la generación de oportunidades empresariales – localización, disponibilidad de recursos, estructura industrial y barreras existentes a la entrada de nuevas empresas, entre otros - (Bain, 1956; Hannan y Freeman, 1977; Geroski, 1991).

Dentro de esta escuela, el estudio de la creación de empresas tiene su mayor desarrollo en el ámbito de la organización industrial. 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 (Storey, 1982; O'Farrel, 1986; 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).

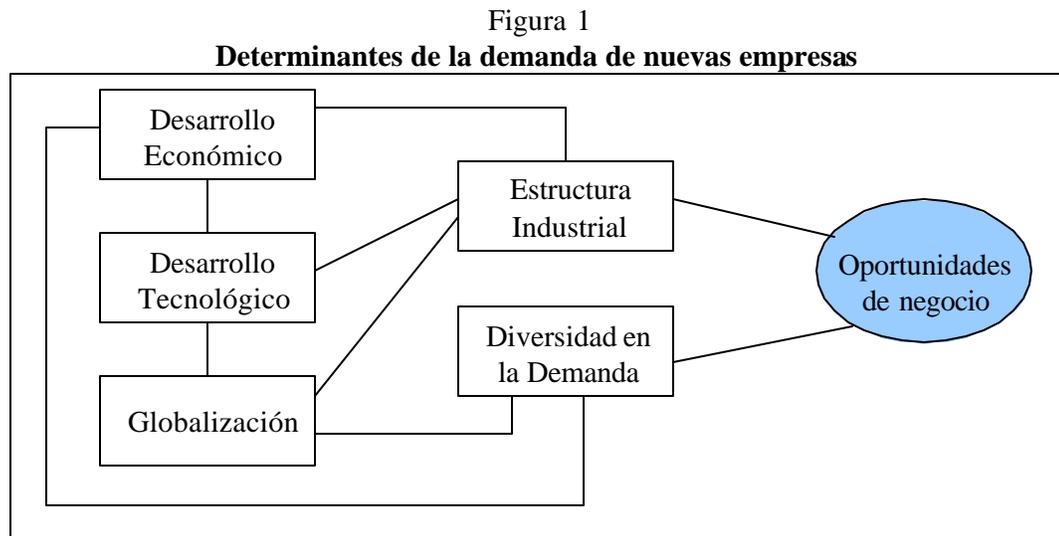
Más allá que el efecto o la importancia de las barreras de entrada puedan variar según los distintos sectores de actividad económica, los aspectos estructurales de cada sector no son los únicos factores que determinan los beneficios esperados y, en consecuencia, la entrada de empresas. Según Geroski (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 mercado³, 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).

$$E = f (BE, CM, IG)$$

Según Verheul et al. (2001), este enfoque presenta las oportunidades para la creación de empresas y puede ser visto desde dos perspectivas: la del consumo (mercado) y la de la firma (estructura sectorial). Dentro de la primera perspectiva, lo importantes es la diversidad en la demanda de los consumidores. La magnitud de esta diversidad, su mayor dimensión es generadora de oportunidades. La segunda perspectiva se focaliza en la estructura industrial (estructura sectorial, nivel de uso de la subcontratación; grado de vinculación de empresas en tramas). En este 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,

³ 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.

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 su estado de desarrollo tecnológico), actuando bajo un determinado contexto regulatorio.



Fuente: Verheul et al. (2001)

Esta escuela, corriente principal de pensamiento en economía, considera que existe una oferta ilimitada de emprendedores, por lo cual no incluye en el análisis al emprendedor y 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, a partir de los enfoques psicológicos y sociológicos, puede reconocerse que **la oferta de personas con las características requeridas para la creación de nuevas empresas es limitada en el corto y mediano plazo** (Hamilton y Harper, 1994). Esto implica que la oferta de personas 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. Es así como, 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 emprendedor⁴, siendo este 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

⁴ En el punto II.3 se profundiza esta temática (enfoque psicológico).

éste sigue para la de 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.

El presente trabajo se enmarca dentro de este último enfoque tratando de profundizar 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, centrándose en la etapa de gestación de la nueva empresa.

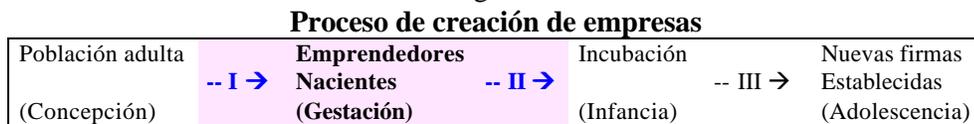
II.2. Etapas en el proceso de establecimiento de una nueva empresa

La mayor parte de los trabajos que analizan la creación de empresas se centran en el periodo 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 ésta 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 periodos de transición, dado que los límites entre las distintas etapas no siempre están claramente establecidos⁵.

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

Figura 2



Fuente: Reynolds, 1997

La etapa de "gestación" se inicia 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.

⁵ 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.

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. Dado que se conoce poco acerca de esta transición es necesario observar **aquellos aspectos que caracterizan los distintos resultados de este proceso.**

Cuando el proceso de gestación finaliza y la empresa comienza a funcionar se inicia la etapa de "infancia" (segunda transición). La mayor parte de las empresas nuevas necesitan un período de aprendizaje y afianzamiento en la actividad estimado en cinco años (Reynolds, 1997). Cuando las firmas se consolidan, pasan de la infancia a la adolescencia (tercera transición). Las características particulares de cada etapa pone de relieve la necesidad de focalizar el análisis en los distintos factores que intervienen en cada una de ellas.

Reynolds también describe el hecho emprendedor en función de las transiciones generadas en cada una de las etapas anteriormente mencionadas, y acota que se sabe poco sobre las primeras etapas y las dos primeras transiciones. **Este trabajo se centra en la etapa de gestación de la nueva empresa y, por lo tanto, comprende parte de la primera y segunda transición.**

Uno de los esquemas más detallados acerca del proceso de gestación empresarial, que permite entender mejor a este proceso y las dos primeras etapas de transición planteadas por Reynolds (1997), es el propuesto por Gibb y Ritchie (1982.). El modelo, que se presenta en la tabla siguiente, plantea un proceso de seis fases a través de las cuales va avanzando el individuo que intenta implementar su idea empresarial.

Tabla 1
Fases del nacimiento de una empresa

Fases	Descripción	
Adquisición de Motivación	Se refiere a la búsqueda de estímulo y compromiso para lograr el objetivo de establecer una empresa (desde el individuo mismo, los grupos relacionados, la comunidad y la familia)	} ETAPA DE CONCEPCIÓN
Búsqueda de Ideas	Se refiere a encontrar una idea en la cual parezca razonable gastar tiempo en su evaluación. O una forma alternativa de establecer una empresa (a través de franquicias, licencias, etc.)	
Validación de la Idea	Se refiere al evaluación técnica y comercial del producto.	→ 1ª. Transición
Identificación de los recursos	Se refiere al desarrollo del plan de cómo establecer la empresa. Esto implica identificar los recursos requeridos, el tiempo, los proveedores adecuados y otras fuentes de asistencia.	} ETAPA DE GESTACIÓN
Negociación para crear la empresa	Se refiere a la aplicación del plan, es decir el contacto y negociación con los clientes, los proveedores, los bancos, los empleados, el estado, etc.	
Nacimiento de la empresa	Se refiere al desarrollo de los sistemas, rutinas, habilidades y relaciones necesarios para el funcionamiento de la empresa.	→ 2ª. Transición

Fuente: Gibb y Ritchie (1982)

Para poder entender como se desarrollan las primeras fases del nacimiento de una empresa se hace necesario identificar los distintos factores que permiten la concreción de la idea empresarial. Estos están relacionados con “cómo surge”, “quién es” y “qué hace” el **emprendedor**, con los **recursos** tangibles e intangibles necesarios para llevar adelante la idea

y con el **entorno** socioeconómico donde se implementa el nuevo proyecto empresarial como generados de oportunidades y apoyo a lo largo del proceso de creación.

Con el objeto de comprender claramente la importancia y alcance de estos tres factores claves (Emprendedor, Entorno y Recursos), a continuación se plantean distintos enfoques conceptuales que surgen de trabajos teóricos y empíricos.

II.3. La "oferta" de emprendedores⁶: adquisición de motivación y disposición a actuar

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.

*** 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 esta motivación la necesidad de logro (need for achievement) que tiene el emprendedor. Individuos con una alta necesidad de logro son descriptos 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 (aunque la retribución monetaria continúa constituyendo 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 familia, conjuntamente con otros

⁶ Se puede definir al emprendedor como aquella persona que: a) posee la destreza para percibir una oportunidad donde otros ven caos, confusión y peligro; b) libera su energía personal en el inicio y construcción de una empresa u organización; c) tiene la habilidad de constituir un grupo fundador que complementa sus habilidades y talentos; d) posee los conocimientos y capacidades para identificar, acumular y controlar recursos.

aspectos sociales y culturales de su entorno, influyen en el desarrollo de la necesidad de logro y, por lo tanto, sobre la subsecuente aparición del emprendedor.

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 aquellas personas que 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 y Melkers (1989) muestran que los rasgos psicológicos del emprendedor no son exclusivos de éstos ya que también se detectaron en otros 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 y Aboud, 1970; Green et al, 1996; Deakins, 1996;). Se ha encontrado en las personas que inician nuevas empresas:

- una 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 para trabajar con gente y de liderazgo
- deseo de trabajar duro (mucho más al comienzo del negocio)

* **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 (Bendix, 1956; 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 el

entorno en el que el nuevo emprendimiento se implantará (ambiente facilitador, cultura empresarial). Al respecto, O'Farrel (1986) sostiene que las influencias sociales, culturales e institucionales pueden estimular (o desestimular) las conductas emprendedoras.

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 relativa de "estorbo 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 que ellos 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, las necesidades de logro y de mejorar en la posición social, actúan como disparador de la actividad emprendedora.

La posición de estorbo social se presenta cuando las personas, pertenecientes a grupos que no son reconocidos 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 estorbo 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.

La implicancia de este planteo (pérdida de un status y posición relativa de estorbo social) es 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 la ésta como la ambición emprendedora surgen en la edad adulta (Gibb y Ritchie, 1982).

Así, el potencial emprendedor 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 a la actividad empresarial, en donde 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, al emprendedor y a aquellos que lo acompañan, el camino a seguir. 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 soportar la influencia de factores individuales, familiares y del entorno cercano en la formación de las características del emprendedor de la siguiente manera:

- 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, en las etapas tempranas de la vida de sus miembros, a la creación de empresas;
- 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 la obtención de habilidades y 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.

Tabla2

Comparación de enfoques que analizan el surgimiento de motivación emprendedora

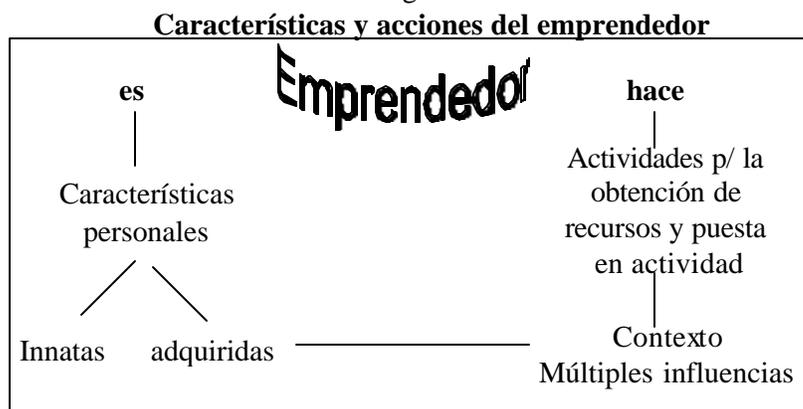
	El enfoque del “azar” en la emergencia (innato)	El enfoque de la “ingeniería” social en la emergencia (adquirida)
Formación de motivación básica	Asume que es innata y determinada en la niñez	Asume que es el resultado de un rango general de influencias a través de la vida (clase social, familia, educación, carrera, etc.)
Influencias durante la vida adulta sobre el deseo de transformarse en un empresario	El deseo viene desde adentro. Es una 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 un cierto grado de 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 tales como los impuestos	Cree que la intervención social y el ambiente pueden activar al individuo hacia los fines deseados.

Fuente: Gibb y Ritchie (1982)

II.4. 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 por 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 por las cuales la nueva organización comienza a existir. Este enfoque que tiene en cuenta las acciones del emprendedor, ve la creación de una empresa como un evento contextual, el producto de múltiples influencias.

Figura 3



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 únicas que varía dependiendo del sector industrial, del lugar y del período en que este se desarrolle. Es un evento contextual, en el que las acciones del emprendedor son el resultado de la influencia de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos.

* 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**"). Estos generalmente son de naturaleza negativa: despido, rechazo de ideas presentadas en el puesto de trabajo, frustración técnica, migración forzada, crisis personales, etc. (Shapero, 1978).

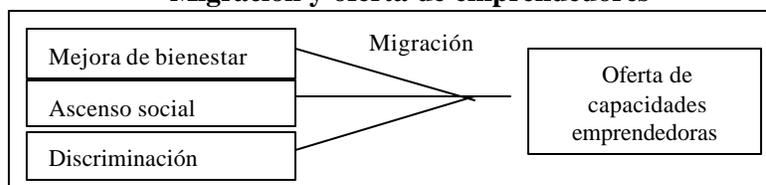
Detrás de cada acto empresarial que se inicia hay un hecho que precipita a la acción, que modifica la trayectoria de vida de una persona. Por lo tanto, para que una oportunidad empresarial se materialice no sólo es importante que una persona la perciba, sino también, que exista algún elemento que lo 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 a nivel país. 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 lo vinculan con aquellos elementos que llevaron a la migración. Estos están explicados por 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 si misma. El migrante tiende a tener una mayor inclinación al riesgo que aquel que permanece en su casa. A su vez, según este autor el migrante aventaja al nativo en motivación y habilidad para adaptarse a los cambios en el entorno, estando por lo general las actividades realizadas por estos individuos vinculadas a las capacidades adquiridas antes de la migración.

Figura 4
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-employment⁷) es probablemente la fuente más importante de creación de nuevas empresas (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 siguiente situaciones: desempleado, empleado asalariado o auto empleado

⁷ El término self-employment (auto empleo) es utilizado por lo 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 esta dada por las distintas preguntas que estos dos grupos tratan de responder. Los economistas industriales se preguntan, ¿Dentro de qué sector, y bajo que circunstancias, toma lugar la entrada?. Estos no están, por lo tanto, preocupados en el número total de entrantes en la economía como un todo, interesándose solamente por su distribución sectorial y el impacto que estos entrantes tienen sobre los precios. La oferta de entrantes es asumida como dada. Otros grupos, incluyendo los economistas del mercado laboral, están interesados en el número total de nuevas firmas. En este sentido, son de importancia central la oferta de emprendedores y los factores que influyen sobre ésta (Storey, 1994).

(self-employment). 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. Así, por ejemplo, Audretsch y 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 Knighth no toma en cuenta explícitamente el hecho 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. En este sentido, consideran que la elección de auto empleo tiene diferencias con la elección de otras ocupaciones (Storey, 1994).

Storey identifica tres factores como los más relevantes para explicar la decisión de auto empleo: personalidad; origen étnico; y capital humano. Los dos primeros factores ya fueron tratados en este apartado (personalidad y origen étnico⁸). En cuanto al capital humano, este autor identifica en la literatura tres elementos relevantes: el nivel de educación, la experiencia laboral y la experiencia gerencial. 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, tanto para desempleados como para empleados, la probabilidad de “entrada” a una actividad independiente (ser empresario) se incrementa con el nivel de educación.

En este sentido, Mason (1997) considera a la educación y los antecedentes laborales del individuo como dos elementos de relevancia para explicar la disposición a crear una nueva empresa. Oxenfeldt (1943) resalta que 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 cual es 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 y 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). Así, estas empresas actúan como incubadoras de nuevos empresarios.

Según Ronstadt (1984) al analizar la experiencia se lo debe hacer desde varias perspectivas: educacional, técnica, industrial o empresarial. Este autor remarca que al estudiar al emprendedor debe tenerse en cuenta sus antecedentes específicos relacionados con el negocio que lleva adelante. En este sentido, Vesper (1980) 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.

⁸ En este trabajo no se profundiza en el origen étnico sino que se lo analiza desde el punto de vista migratorio como fenómeno en general.

Storey plantea que debe hacerse una distinción en el efecto de esta experiencia tiene sobre la actividad empresarial. Esta distinción tiene que ver con las diferencias encontradas entre 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 esta relacionada con la experiencia laboral en empresas industriales de pequeño tamaño, mientras que la mayor posibilidad de entrada en el sector servicio 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, a 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.

*** 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 de capital de trabajo para cubrir el período de tiempo entre que se compran los insumos y se recibe el pago de los clientes. La cobertura de estas necesidades de financiamiento pueden provenir del fundador o grupo fundador y de fuentes externas.

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 del empresario, las hipotecas sobre sus bienes, los préstamos de los familiares y/o amigos, el crédito de proveedores y el sobre giro 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 y kent, 1991; Lanström y 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 que los emprendedores busquen en primer lugar un financiamiento que minimice la injerencia de terceros y la pérdida de parte de la propiedad de la empresa para, recién 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 la demanda existe (Mason, 1998).

El análisis del conjunto de recursos necesarios para llevar adelante el nuevo emprendimiento incluye también los recursos intangibles del emprendedor. Los cuales 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 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 puede desarrollarse habilidades y conocimientos empresariales, tales como conocimientos gerenciales, en comercialización o manejo de

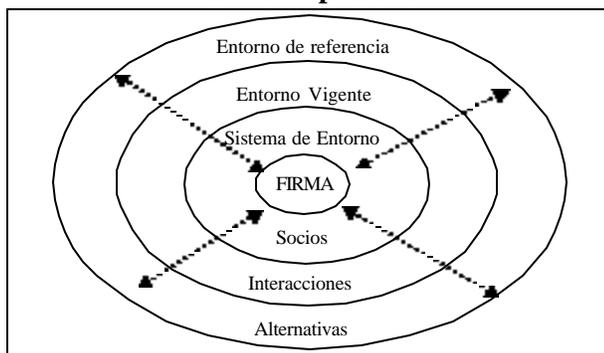
recursos humanos, a través de la experiencia como empleados o de la experiencia previa en la creación de otro emprendimiento.

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 emprendedora 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).

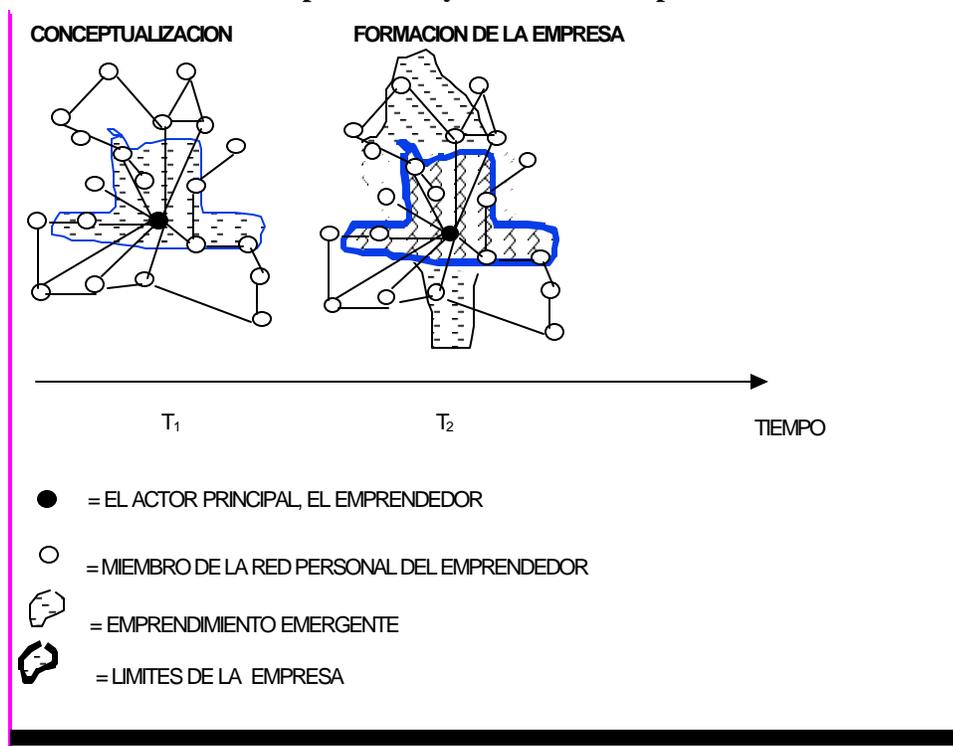
Figura 5
Entorno empresarial



Fuente: Rea et al, 1999

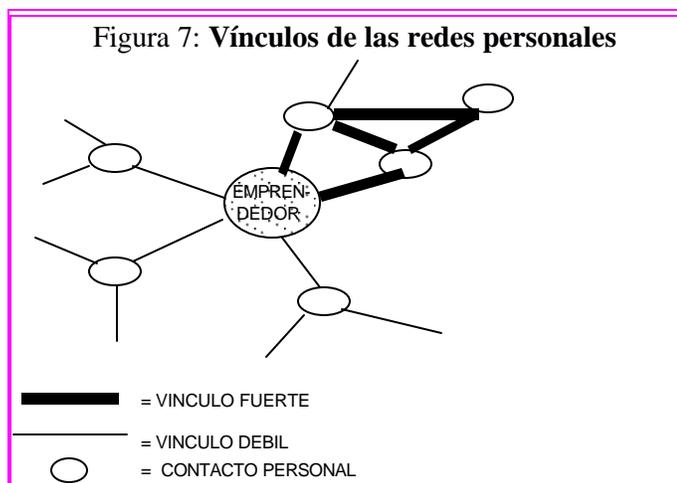
En la selección del ambiente específico inciden las características y capacidades del emprendedor así como la red de contactos personales que éste posee, la que a su vez le permite relacionarse en forma más eficientemente con el entorno. En esta línea están los trabajos del sociólogo Bent Johannisson (1989, 1996), quien desarrolla la teoría de las "Relaciones Personales del Emprendedor" como elemento diferenciador de estos individuos y fortaleza para los nuevos emprendimientos. Este autor sostiene que las redes del emprendedor son el principal vehículo para la iniciación, desarrollo y éxito de la empresa.

Figura 6
Redes personales y creación de empresas



Fuente: Johannisson (1992)

Según Johannisson, el emprendedor tiene vínculos directos e indirectos con los distintos miembros de la red. Al pensar éste en los 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 tiene lazos de distinta solides 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 característica del intercambio con cada contacto personal.



Butler an 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.

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. Storey y Jones (1987) agregan que la mayoría de los que estuvieron empleados en un determinado sector y se proponen crear una nueva empresa, lo harán en ese sector, debido en primer lugar a sus “contactos”, sumamente importantes para la creación de la empresa.

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.

Todos los elementos presentados hasta aquí, surgen de distintos enfoques y no deben ser entendidos como una mera suma de factores sino que requieren ser analizados como un todo, en el cual se presenta una gran variedad de situaciones (Rea et al, 1999). En este sentido, en el siguiente punto se concilian los distintos elementos que intervienen a lo largo del proceso de creación de una empresa, entendiendo que la apertura de una nueva firma no es un hecho que ocurre repentina y aisladamente, sino el resultado de ese proceso.

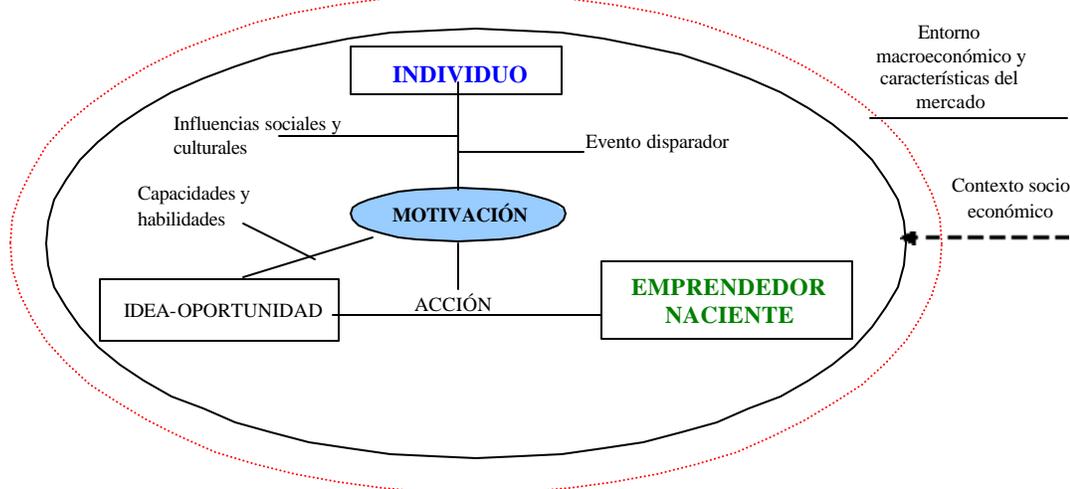
Por otro lado, si bien la influencia del contexto macroeconómico puede ser relevante en casos donde el grado de incertidumbre y turbulencia crecen de manera muy marcada, el umbral a partir del cual esto ocurre es relativamente alto. Con lo cual resulta más interesante analizar cuáles son las características del entorno que permiten hacer viable ciertos emprendimientos bajo un contexto macroeconómico dado. A su vez, un contexto macroeconómico aparentemente más hospitalario para la incorporación de nuevas firmas no es necesariamente uno sólido y floreciente. Según Highfield y Smiley (1986) en una economía con lento crecimiento, donde se registrarán altas tasas de desempleo, existiría un mayor estímulo a la creación de nuevas empresas, es decir, los individuos tienden a formar una nueva empresa cuando las condiciones económicas son relativamente pobres. En este sentido, distintos trabajos empíricos han arrojado resultados en muchos casos contrapuestos sobre la influencia del contexto macroeconómico en la dinámica emprendedora (Verheul et al., 2001).

II.5. Síntesis y propuesta para el análisis

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 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 8
Emprendedor Naciente



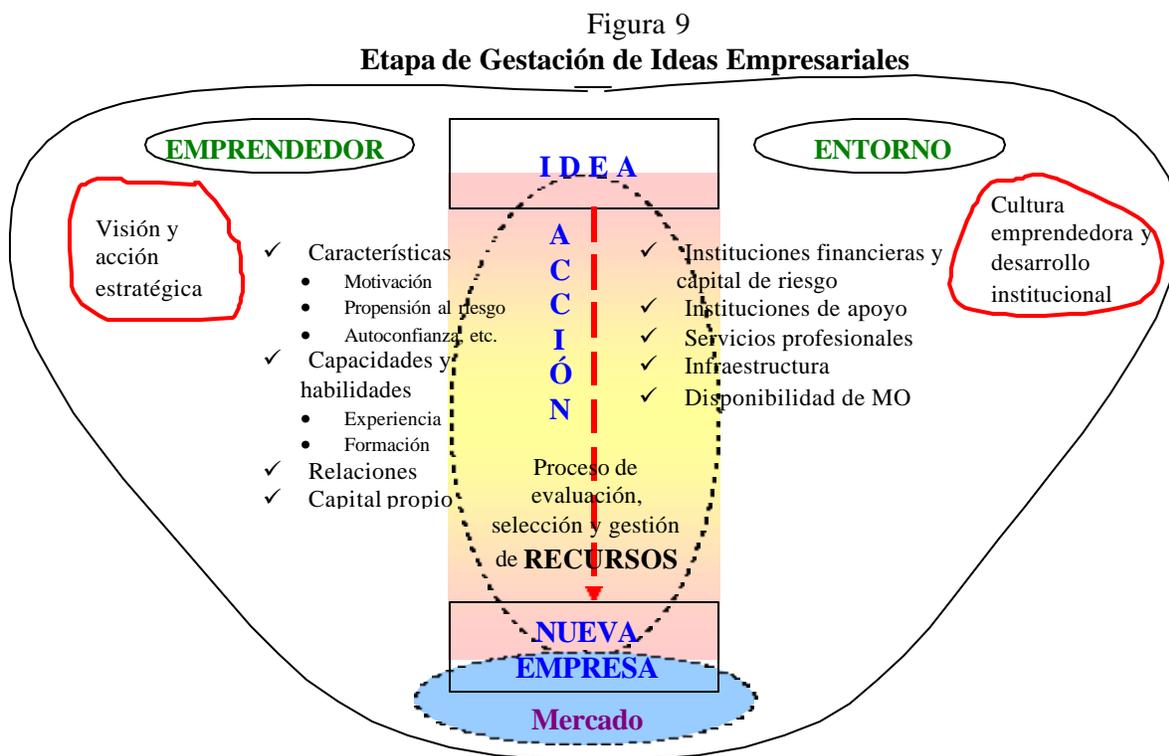
Fuente: elaboración propia

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 la 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 en pos 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, en la medida de sus posibilidades y en función de su idea de negocio. 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 el mismo posee. Cuanto mayores son dichas capacidades y habilidades más amplio será el abanico de posibilidades que el emprendedor 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.



Fuente: elaboración propia

Esto no deja de lado la importancia que un entorno más desarrollado económica e institucionalmente tienen 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 del entorno 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.

Por lo tanto, aquellas personas con una idea y motivación para la acción interactúan constantemente con su entorno en el proceso de implementación del nuevo negocio. En esta interacción harán uso de sus capacidades y habilidades con el fin de conseguir su objetivo último que es la apertura de la nueva empresa. Aquel individuo con características y capacidades emprendedoras, que a su vez pertenezca a un entorno socio-económico e institucional más rico y desarrollado, tendrá mayores posibilidades de éxito en el proceso de implementación de un nuevo proyecto empresarial. 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, bajo este planteo 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**:

- H.1. La posesión por parte del emprendedor de motivación, autoconfianza, propensión al riesgo, creatividad y capacidad de liderazgo hacen que este emprenda acciones con una alta probabilidad de éxito (inicio de la nueva empresa).
- H.2. La existencia de un entorno social, institucional y empresarial favorable hace que un proyecto empresarial tenga mayores posibilidades de iniciarse exitosamente.
- H.3. 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.

III. METODOLOGÍA

III.1. Modelo empírico: Hipótesis de trabajo y variables

Dadas las hipótesis generales del trabajo, 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.

Tabla 3: **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.
Auto-confianza y Capacidad de liderazgo	8. Autoconfianza	H4) Los emprendedores con mayor confianza en sí mismo tienen mayores posibilidades de éxito. H5) Cuanto mayor capacidad de liderazgo mayor posibilidad de éxito en la implementación del emprendimiento.
	9. Antecedentes en la dirección de personas	
	10. Experiencia en supervisión	

Fuente: elaboración propia.

La definición de las variables y sus modalidades figuran en el Anexo Metodológico I.

Tabla 4: **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. H7) Individuos insertos en un contexto culturalmente favorable para la creación de nuevas unidades económicas tienen mayor probabilidad de éxito.
	12. Experiencia con familiares en la creación de empresas	
	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 está relacionada con un mejor desempeño emprendedor. H10) Las ciudades de mayor tamaño tienen más probabilidades de éxito
	17. Futuro de la economía local 18. Ciudad del emprendimiento	

Fuente: elaboración propia.

La definición de las variables y sus modalidades figuran en el Anexo Metodológico I.

Tabla 5: Recursos

Dimensión	VARIABLES #	Hipótesis de trabajo
Recursos financieros	19. Ingresos del grupo familiar 20. Ingresos personales del emprendedor	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.
Capacidad para relacionarse	21. Propiedad de la nueva empresa 22. Propiedad de la vivienda 23. Actividades extralaborales 24. Relaciones laborales 21. Propiedad de la nueva empresa (socios)	H12) La vinculación con otros individuos para llevar adelante el emprendimiento incide positivamente sobre las posibilidades de éxito.
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.

La definición de las variables y sus modalidades figuran en el Anexo Metodológico I.

III.2. Fuentes de información

* Metodología de detección y seguimiento de EN

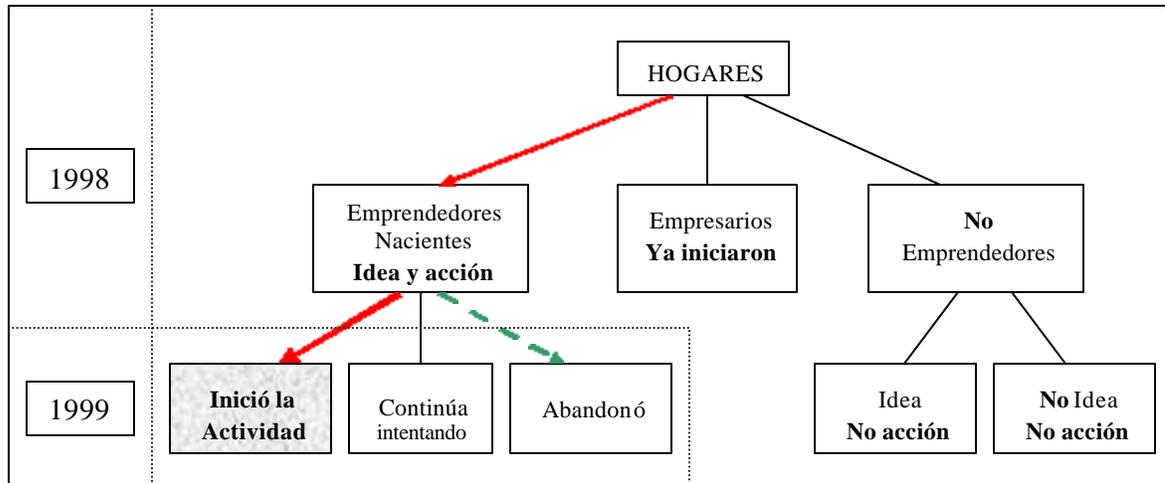
El trabajo de recopilación de información consta de dos instancias. En la primera se detectan en la población de una determinada localidad, las personas adultas (> de 18 años) que, con una idea de negocio y motivación para llevarla adelante, están realizando acciones para iniciar la nueva empresa, sin que aún lo hayan podido hacer (Emprendedores Nacientes⁹-EN). El objeto es detectar a quienes tienen alguna idea empresarial y están desarrollando actividades concretas para implementarla. La información se capta por medio de un cuestionario estructurado, aplicado mediante entrevistas personalizadas en los hogares seleccionados.

El trabajo de campo fue realizado en cinco localidades de Argentina. El diseño de la muestra fue hecho por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). La metodología consiste en una muestra poblacional probabilística bietápica para Bahía Blanca, Córdoba y Mar del Plata - ciudades en las que el INDEC realiza la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) -, y en una muestra simple al azar para Rafaela y Tandil. En el diseño probabilístico bietápico el INDEC adopta, como unidades de selección para la primera etapa, los radios censales, grupos de radios o subdivisiones de los mismos, según el caso, y, para la segunda etapa, las viviendas.

⁹ Carter et al (1996, pg. 151) definen al "emprendedor naciente" como aquel individuo que llevando adelante acciones para fundar un nuevo negocio aún no ha tenido éxito en superar la transición a la creación de su propia empresa.

La encuesta se llevó a cabo entre agosto y noviembre de 1998 sobre los individuos y sus hogares, siendo estos representativos de la población del aglomerado¹⁰. La muestra tiene las siguientes características: 1) Incluye solamente la población urbana; y 2) Tamaño de la muestra aproximado: 2100 hogares en cada ciudad.

Figura 10
Metodología de detección y seguimiento Emprendedores Nacientes



Fuente: elaboración propia

En la segunda instancia metodológica, transcurridos 12 meses de la detección, se realizó el seguimiento de los emprendedores detectados para observar la evolución en la implementación de la idea de negocio. De esta manera se identificaron, al interior de los EN, tres grupos: 1) aquellos 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 compara con el tercero, compuesto por los individuos que tuvieron éxito en el pasaje de la etapa de gestación a la de infancia.**

Se trabaja con un total de 132 casos: a) 60 que han podido llevar adelante su idea empresarial (infancia) y b) 72 que abandonaron el emprendimiento sin haber llegado a iniciarlo.

En la etapa de seguimiento de los EN se adopta una perspectiva subjetiva en la recopilación de los datos, por lo que la creación de la nueva empresa es analizada siempre desde el punto de vista del emprendedor. Este parece ser el único punto de vista desde el cual es posible obtener información confiable acerca de la implementación de la idea de negocio sin estar condicionado por prejuicios o criterios genéricos (Rea et al., 1999).

La metodología de relevamiento permite captar información sobre el emprendedor y su idea empresarial mientras se encuentra en el periodo de gestación. Esto la hace sumamente novedosa dado que los estudios tradicionales analizan el proceso de creación de nuevas empresas una vez que éstas se encuentran en marcha, apelando a la memoria del empresario para rearmar la información del proceso de concepción e implementación. Esta metodología

¹⁰ En el Apéndice Metodológico II, se presenta con fines ilustrativos las características del diseño muestral para el Aglomerado Poblacional Mar del Plata-Batán.

encuentra antecedentes en los trabajos que el Entrepreneurial Research Consortium realiza desde finales de los '80 (Entrepreneurial Research Consortium, 1996).

Este método "permite resolver los inconvenientes derivados del uso de las metodologías tradicionales, basadas en la comparación intercensal o impositiva de registros de nuevas empresas en un análisis retrospectivo que puede generar distorsiones provocadas por la falta de memoria o la post-hoc racionalización de los hechos ocurridos tiempo atrás en el proceso de gestación. A su vez, la metodología tradicional no permite captar las empresas que nacieron y murieron en el período bajo estudio, ni analizar los casos de ideas y esfuerzos realizados para la implementación de aquellos casos que no llegaron a concretarse como una nueva empresa y, por último, dejan fuera del análisis a los emprendimientos *no registrados* que en esta etapa se presume son un número elevado" (Gennero et al., 2000).

III.3. Técnicas estadísticas de análisis

Con la finalidad de testear 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 las siguientes técnicas estadísticas:

- 1) Métodos no paramétricos bivariados:
 - a) Chi cuadrado
 - b) Exacto de Fisher
- 2) Métodos multivariados:
 - a) Análisis de Interacciones Dinámico (AID)
 - b) Regresión logística.

* 1.a. Test Chi Cuadrado

Las **pruebas de homogeneidad** permiten determinar si dos o más muestras independientes generadas aleatoriamente provienen de la misma población o de poblaciones idénticas (Chou, 1977). Entre este tipo de pruebas se encuentran los test no paramétricos ***Chi Cuadrado y exacto de Fisher***.

El objeto es determinar si son estadísticamente significativas las diferencias entre los valores de los atributos de aquellos que lograron iniciar la empresa y los que no lo hicieron, partiendo de la hipótesis que no lo son. El test se aplicará sobre dos muestras independientes y es válido para las escalas de medición utilizadas en el estudio - nominal u ordinal -. Se rechaza la hipótesis nula siempre que existan diferencias significativas entre las distintas modalidades para cada una de las variables consideradas. La prueba contempla tanto las diferencias "es mayor que" como "es menor que".

En términos de este estudio, se trata de determinar si la frecuencia obtenida, para una determinada modalidad de variable, de aquellos que INICIARON la empresa es distinta de la obtenida para aquellos que ABANDONARON. Con lo que se puede determinar si las diferencias de frecuencias observadas entre las variables son significativamente distintas - indicando asociación entre las variables - o simplemente el resultado de variaciones aleatorias.

Así, por ejemplo, para la variable educación la distribución de la proporción de cada una de las clases es, en principio, desconocida. Nuestro interés es establecer si existe igualdad en la distribución entre las proporciones para cada una de las modalidades (1.- 1río. Completo ó 2río. incompleto; 2.- 2río. completo; 3.- Universitario Incompleto; y 4.- Universitario Completo) de la variable educación entre los Emprendedores Nacientes que tuvieron éxito (ENe) y los que no (ENne). La hipótesis nula sería en este caso:

$$H_0) P1ENe = P1ENne; P2ENe = P2ENne; P3ENe = P3ENne; P4ENe = P4ENne$$

Lo que sería igual a decir que las dos muestras provienen de la misma población o de poblaciones similares. Siendo la hipótesis alternativa que alguna igualdad no se cumple, es decir, que existiría diferencia en el nivel educativo entre los que tuvieron éxito y los que no. Si se diera este caso, la educación sería un factor que intervendría en las posibilidades de éxito de los EN.

Los niveles de significación que se utilizan representan el área de la distribución chi-cuadrado ubicada en la zona de rechazo. Cabe aclarar que los menores niveles son aquellos que hacen al test más exigente, requiriendo una mayor evidencia para determinar que las diferencias entre las proporciones no se deben sólo al azar.

Para las pruebas de homogeneidad se utilizan tablas de contingencias. Estas tablas se completan con las frecuencias observadas (o_i) y se calculan las esperadas (e_i) bajo independencia. El estadístico chi-cuadrado se define como:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{rc} \frac{(O_i - e_i)^2}{e_i}$$

Los grados de libertad con que se trabaja surgen del producto de: $(r-1)*(c-1)$; donde r y c son la cantidad de modalidades para cada una de las variables.

Si las frecuencias esperadas, para una determinada modalidad, son exactamente iguales a las observadas, el valor chi-cuadrado será cero, e irá aumentando a medida que se incremente la discrepancia entre aquellas. Por lo tanto, grandes valores de chi-cuadrado llevarán a rechazar las suposiciones utilizadas para obtener las frecuencias esperadas (Cantatore, 1980:134).

* 1.b. Test Exacto de Fisher

Este test, al igual que el Chi Cuadrado, es adecuado para el análisis de independencia entre dos muestras, y, a diferencia del test Chi, sólo se puede aplicar a tablas con dos filas y dos columnas (2 x 2), 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 esperado es pequeño debido a que es un test exacto y no aproximado. A su vez, sus resultados son significativos aunque una o más casillas tengan un valor de frecuencia esperado menor a cinco, mientras que el test chi-cuadrado requiere que como máximo el 20% de las frecuencias esperadas sean menores de 5 y que ninguna sea menor que uno. El test de Fisher provee un camino a través del cual se puede obtener resultados exactos cuando los datos de los que se dispone no permiten mantener los supuestos necesarios para aplicar métodos asintóticos.

Por lo tanto, el test de Probabilidad Exacta de Fisher, se usa para analizar datos discretos (nominales u ordinales) cuando dos muestras independientes son pequeñas y el valor obtenido puede ser uno de dos clases mutuamente excluyentes.

Los puntajes posibles quedan representados por frecuencias en una tabla de contingencia 2 x 2 para cada uno de los grupos independientes. Si se toma, por ejemplo, la variable género, un grupo estará conformado por mujeres y otro por hombres, a la vez que las frecuencias surgen, para cada uno de estos grupos, de la cantidad de individuos que tuvieron éxito o fracasaron.

Tabla 6
Test Exacto de Fisher, ejemplo

	Éxito	Fracaso	
Femenino	A	B	A + B
Masculino	C	D	C + D
	A + C	B + D	N

Fuente: elaboración propia

Los grupos Femenino y Masculino son independientes y las modalidades Éxito y Fracaso, son dos clasificaciones excluyentes de una variable. El objeto es determinar si los grupos (genero) difieren en la proporción correspondiente a las clasificaciones (Éxito/Fracaso).

La probabilidad exacta de observar un conjunto particular de frecuencias (en una tabla 2 x 2) cuando las frecuencias marginales permanecen constantes, está dada por una distribución hipergeométrica:

$$p = \frac{(A + B)! (C + D)! (A + C)! (B + D)!}{N! A! B! C! D!} .$$

* 2.a. 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 más significativa estadísticamente que muestre las diferencias existentes entre aquellos que lograron iniciar el emprendimiento y los que lo abandonaron. Una vez seleccionada la variable que tiene el mayor nivel de significatividad estadística se divide la muestra de emprendedores nacientes en tantos subgrupos como modalidades tenga la variable. Por ejemplo, si la variable seleccionada por su significatividad estadística fuera género, se conformarían dos subgrupos de emprendedores: a) femenino y b) masculino.

En la segunda etapa, cada subgrupo (femenino y masculino) es examinado por separado utilizando nuevamente el test chi-cuadrado para determinar cuales de las restantes

variables son significativas al interior de cada subgrupo. Se conformarán dentro de cada uno de estos un número de subgrupos igual a la suma de las modalidades de las variables que resulten estadísticamente significativas. Esto permite alcanzar una nueva insatancia con n nuevas divisiones.

El procedimiento continúa para cada uno de los subgrupos obtenidos en la etapa anterior 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.

Formalmente, el análisis AID presentado es una versión ad-hoc del "Automatic Interaction Detection" (detección automática de interacciones) pero, en lugar de realizar un análisis de varianza secuencial, realiza un análisis secuencial mediante la aplicación del test Chi-cuadrado. El AID busca en cada etapa la variable explicativa y dentro de ella la participación entre modalidades con diferencias estadísticamente significativas.

* 2.b. Regresión logística (con variable dependiente dicotómica)

Con esta metodología estadística se intenta captar la influencia de cada uno de los factores detectados como relevantes en las etapas de análisis estadístico previas (Chi-cuadrado, Exacto de Fisher y AID). De esta manera, mediante la elaboración de un modelo que proporciona una relación funcional entre la variable dependiente (inicio) y las variables explicativas relevantes, se logra profundizar el análisis del proceso de gestación de una nueva empresa.

A continuación se presenta el modelo de regresión logística, en el cual la variable dependiente es en sí misma de naturaleza dicotómica, tomando un valor de 1 ó 0. Se utiliza el modelo logístico (LOGIT) debido a la facilidad de análisis y ventajas que ofrece en su interpretación, al conocimientos previo del comportamiento de la variable dicotómica dependiente a estudiar (distribución)¹¹ y a los problemas¹² que tienen otros modelos de análisis de variables dicotómicas (Gujarati, 1999; Agresti, 1996).

Modelo logit

Dada una variable dependiente dicotómica y una o más variables independientes cuantitativas o cualitativas, la regresión logística consiste en obtener una función lineal de las variables independientes que permita clasificar a los individuos en una de las dos subpoblaciones o grupos establecidos por la variable dependiente.

¹¹ Las formulaciones logística y probit son bastante comparables, siendo la principal diferencia que la logística tiene colas ligeramente más planas, es decir, la curva normal, o probit se acerca a los ejes más rápidamente que la curva logística. Por consiguiente, la selección entre los dos es de conveniencia (matemática). El modelo logit es generalmente utilizado con preferencia sobre el probit.

¹² El MLP tiene infinidad de problemas, tales como (1) la normalidad de los u_i , (2) heteroscedasticidad de u_i , (3) la posibilidad que el estimador de Y_i se encuentre por fuera del rango 0-1, (4) los valores generalmente bajos de R^2 y (5) el efecto marginal o incremental de X permanece constante todo el tiempo.

El problema queda formulado de la manera que a continuación se describe. A partir de (x_{i1}, \dots, x_{ip}) , $i = 1, \dots, 132$, muestra de 132 observaciones¹³ de las variables independientes propensión al riesgo₁, ..., Autoconfianza_p,¹⁴ en los dos grupos de individuos establecidos (fracaso/éxito) por los dos valores de la variable dependiente Y (desempeño), se trata de obtener una combinación lineal de las variables independientes que permita estimar las probabilidades que un individuo pertenezca a una de las dos subpoblaciones (fracaso/éxito). La probabilidad que una persona forme parte de la segunda subpoblación, p , vendrá dada por:

$$p_i = 1 / (1 + e^{-Z_i})$$

La ecuación anterior representa lo que se conoce como **función de distribución logística** (acumulativa). Con Z_i variando en todos los valores reales, p_i varía entre 0 y 1, estando p relacionada en **forma no lineal** con Z . Sin embargo, esto es sólo aparente, puesto que la ecuación anterior es intrínsecamente lineal.

$$\begin{aligned} p_i &= 1 / (1 + e^{-Z_i}) \\ 1 - p_i &= 1 / (1 + e^{Z_i}) \\ p_i / (1 - p_i) &= (1 + e^{Z_i}) / (1 + e^{-Z_i}) = e^{Z_i} \end{aligned}$$

siendo Z la combinación lineal:

$$Z_i = b_0 + b_1 \text{ Propensión al riesgo}_1 + \dots + b_p \text{ Autoconfianza}_p \quad (L_i = \ln e^{Z_i} = Z_i)$$

por lo tanto:

$$P_i / (1 - P_i) = e^{\beta_1 \text{ PROPENSIÓN AL RIESGO}_1 * \dots * \beta_p \text{ AUTOCONFIANZA}_p * \beta_0}$$

Donde β_0 , β_1 , ... y β_p son parámetros desconocidos a estimar. En particular, la probabilidad que el i ésimo individuo de la muestra pertenezca a la segunda subpoblación será:

$$p_i = 1 / (1 + e^{-(b_0 + b_1 \text{ Propensión al riesgo}_i + \dots + b_p \text{ Autoconfianza}_p)})$$

El modelo logit permite interpretar los coeficientes de regresión (e^b) como odds ratios (cociente de chances) cuando las variables explicativas son, como en este caso, categóricas. Si se define a $\{p_i / (1 - p_i)\}$ como las chances de obtener éxito para cada modalidad, el cociente entre odds (θ) para las distintas modalidades indica la asociación entre variables. Sí:

- $\theta = 1$ existe independencia
- $\theta > 1$ existe asociación positiva
- $\theta < 1$ existe asociación negativa

Odds Ratio

En el análisis de los resultados de la regresión logística se utiliza la relación entre chances (odds ratio) para interpretar los resultados. La relación entre chances muestra la

¹³ 72 abandonos y 60 inicios.

¹⁴ y demás variables seleccionadas según tablas: 3, 4 y 5.

asociación existente entre dos variables binarias. A continuación, siguiendo a Agresti (1996) se presentan los odds ratios.

En una tabla 2 x 2, la probabilidad de "éxito" es P_1 en la fila 1 y P_2 en la fila 2. Dentro de la fila 1, las chances de éxito están definidas como:

$$\text{Chances}_1 = P_1 / (1 - P_1)$$

Por ejemplo, si $P_1 = 0.75$, entonces las chances de éxito son igual a $0.75/0.25=3$.

El valor de las chances nunca es negativo, tomando valores superiores a 1 cuando el éxito es más probable que el fracaso. Cuando las chances son igual a 4, esto significa que el éxito es cuatro veces más probable que el fracaso. Si la probabilidad de éxito es 0.80, la probabilidad de fracaso 0.20, y las chances igual a $0.80/0.20=4$, se espera observar cuatro éxitos por cada fracaso.

En la fila 2, las chances de éxito serán igual a:

$$\text{Chances}_2 = P_2 / (1 - P_2)$$

Para cualquiera de las dos filas, la probabilidad de éxito es una función de las chances,

$$P = \text{chances} / (\text{chances} + 1)$$

Por ejemplo, cuando chances = 4, luego $P = 4 / (4+1) = 0.80$.

Cuando la distribución condicional es idéntica en las dos filas (p.ej. $P_1 = P_2$), las chances satisfacen la condición $\text{Chances}_1 = \text{Chances}_2$. Esto implica que las variables cumplen con la propiedad de independiencia.

La relación (ratio) entre las chances de las dos filas,

$$\theta = \text{Chances}_1 / \text{Chances}_2 = [P_1 / (1 - P_1)] / [P_2 / (1 - P_2)]$$

es llamada relación de chances (odds ratio). Mientras que el riesgo es una relación entre dos probabilidades, el odds ratio θ es una relación entre dos chances.

En el modelo logit el valor de θ es igual "e" elevado a la beta $-\exp(\beta)$ -, donde el valor resultante está vinculado a la categoría basal. Para interpretar coeficientes con factores a más de dos niveles, la forma más simple de hacerlo es a través de la diferencia de los betas. Así, por ejemplo, para comparar las chances de éxito entre Córdoba y Tandil, siendo la categoría basal Mar del Plata, deberá hacerse:

$$q_{\text{CordobaTandil}} = \frac{\text{"odds" Cordoba}}{\text{"odds" Tandil}} = \frac{\frac{\text{"odds" Cordoba}}{\text{"odds" Mar del Plata}}}{\frac{\text{"odds" Tandil}}{\text{"odds" Mar del Plata}}} = \frac{e^{\mathbf{b}^{\text{Cordoba}}}}{e^{\mathbf{b}^{\text{Tandil}}}} = \exp(\mathbf{b}^{\text{Cordoba}} - \mathbf{b}^{\text{Tandil}})$$

O sea, que se pueden tomar las diferencias entre betas directamente (por extensión como el beta del nivel basal es 0, siempre estamos tomando diferencias entre betas).

IV. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

IV.1. Resultados generales

* Detección¹⁵

En el relevamiento de detección de emprendedores se encontró que, en promedio, la tasa de gestación empresarial para las cinco localidades estudiadas es del 2,1%. Este valor es inferior a los obtenidos en estudios de las mismas características realizados por el GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 1999) para EEUU (8,4) y Canadá (6,8%) y similar a los de Alemania y Dinamarca. La baja tasa de emprendedores nacies en el caso de Argentina es el resultado de una cultura empresarial poco proclive a la toma de riesgo y al involucramiento en nuevos emprendimientos (Gennero et. al, 2000).

Entre las características demográficas prevalecientes en los EN con relación al resto de la población, se encontró una mayor proporción de jefes de familia (53%); casados (89%); con una edad entre 25 y 44 años (58%); y migrantes (79%). Este perfil de "emprendedor" es complementado por elementos socio-ocupacionales tales como: ser ocupado (75%); tener más de una ocupación laboral (23%); una proporción elevada de individuos dentro de los grupos de patrón, empleador ó trabajador por su cuenta (50%); nivel educativo medio o alto (68%); y haber trabajado previamente en establecimientos de tamaño pequeño (63%).

Las actividades emprendidas están principalmente vinculadas con el sector terciario, siendo la rama comercial la que se destaca en su interior. En general los fundadores de nuevas empresas tienden a replicar las actividades productivas existentes en cada localidad, siendo más probable que el emprendedor adopte un modelo previo por imitación en lugar de innovar (O'Farrel y Crouchley, 1983). Con relación al desempeño, se encontró que la actividad industrial tuvo una mayor tasa relativa de éxito que los otros sectores, la cual puede estar explicada por la existencia de mayores barreras de salida (costos hundidos).

Cuadro 1

Emprendimientos según sector

Actividad	Total
PRIMARIA	11,0%
Cultivos	28,0%
Cría de animales	72,0%
SECUNDARIA	15,4%
Manufacturas	80,0%
Construcción	20,0%
TERCIARIA	73,7%
Comercio	56,5%
Servicios	43,5%
TOTAL	100,0%

Fuente elaboración propia

El tamaño proyectado de las nuevas empresas es en general muy pequeño (73%) con una facturación prevista para el primer año menor a 2000 pesos mensuales. Sin embargo, existe un 20% de los casos con facturación esperada mayor a 5000 pesos por mes.

¹⁵ Un análisis de estos resultados más extenso puede verse en: Gennero et. al, 2000.

* Seguimiento

Al realizar la entrevista a los EN correspondiente al primer seguimiento, se encontró que el 60% continuaba trabajando en la idea de negocio. Al interior de este grupo el 55% logró iniciar las actividades de la nueva empresa (33% del total de casos) mientras que el 45% se encontraba aún realizando acciones para poner su idea en funcionamiento (27% del total de casos). Los que abandonaron la idea empresarial sin llegar a ponerla en funcionamiento conforman también un grupo numeroso. El 40% había abandonado la idea o dejado de realizar acciones en pos de iniciar su empresa.

A continuación se analizarán las diferencias existentes entre los EN que abandonaron (grupo control) y los EN que tuvieron éxito en la implementación de su idea empresarial.

IV.2. Factores diferenciales entre inicio y abandono

* Factores vinculados al "Emprendedor"

Al profundizar el análisis se encontraron elementos que caracterizan a los individuos que culminaron exitosamente el proceso de implementación de su idea de negocio. Estos factores tienen que ver con **motivación, propensión al riesgo, autoconfianza, creatividad y capacidad de liderazgo**. No se encontraron diferencias 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**. La corriente teórica del *self-employment* sostiene que el desempleo es uno de los elementos motivacionales para la búsqueda de una actividad empresarial independiente (Knight, 1921; Oxenfeldt, 1943). Los resultados encontrados en este trabajo no respaldan esta posición 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**. En ambos casos - inicio y abandono -, el trabajo que están realizando tiene carácter de permanente (90%). A su vez, con respecto 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) (**Hipótesis 1.1**).

Aún cuando no se encontró relevante la condición de actividad (ocupado/desocupado) como factor que interviene en el éxito del emprendedor, surge claramente el

hecho que los individuos inactivos (aquellos que no tienen ni buscan trabajo) 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) se encontró que fueron exitosos aquellos individuos que declararon insatisfacción laboral (**Hipótesis 1.2**). 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 en las que se detectó una marcada actitud hacia la consecución de un objetivo, tuvieron mayores posibilidades de éxito en la puesta en funcionamiento de su idea empresarial (62%) (**Hipótesis 1.3**).

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 (**Hipótesis 1.4**).

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 buscará un trabajo más seguro) (**Hipótesis 2**).

Autoconfianza y creatividad fueron 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 en 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 (**Hipótesis 3 y 4**).

La **capacidad para ser reconocido como líder** por otros individuos es una característica que, como otras, es generada 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 (**Hipótesis 5**).

Cuadro 2
**Características diferenciales entre EN que iniciaron y abandonaron:
emprendedor**

Variable #	Modalidad					Signif
Motivación						
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 Des. (95/82)	Inactivos (5/18)				Si**
Propensión al riesgo						
Cambio de trabajo	Con riesgo (68/48)	Sin riesgo (32/52)				SI***
Posición frente al fracaso	Alto/medio (55/28)	Bajo (45/72)				SI***
Creatividad						
Sugerencias en el trabajo	Si (75/71)	No (25/29)				No
Autoconfianza y capacidad de liderazgo						
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

Fuente: elaboración propia. Nota: 1) Nivel de significación: *** 99%; ** 95%; * 90%. 2) los datos están expresados en porcentaje y corresponden a inicio y abandono respectivamente. # La definición de las variables y sus modalidades figura en el Anexo Metodológico I.

* 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, entre otras situaciones, está influida por las acciones que han desarrollado los padres y familiares, actuando éstas como modelos o ejemplos emprendedores 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, posibilidades de éxito. En este sentido, se observa que los **elementos culturales** no actúan en estos casos como diferenciadores para el éxito.

Si bien los resultados muestran que, en las localidades estudiadas, existe una **cultura empresarial** intermedia (con mayor proporción de media baja), los resultados indican que esta actividad es bien vista por una proporción elevada de la población. En cuanto al

reconocimiento de las actividades empresarias en cada localidad, el 98% de las personas encuestadas que no son EN y tiene familiares o amigos que son empresarios, declaró que éstos le merecen su respeto y admiración y, a su vez, un 71% dijo 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.

Cuadro 3
Características diferenciales entre EN que iniciaron y abandonaron:
aspectos culturales

Variable #	Modalidades				Signif.
Modelo de Rol					
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

Fuente: elaboración propia. Nota: los datos están expresados en porcentaje y corresponden a inicio y abandono respectivamente.
La definición de las variables y sus modalidades figura en el Anexo Metodológico I.

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 (**Hipótesis 6 y 7**).

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 las ciudades. Gennero et al (2000) analizan algunos indicadores relativos al desarrollo del entorno institucional para las ciudades de Tandil y Rafaela, encontrando en ambas la existencia de un importante y dinámico entramado institucional¹⁶.

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 encontró diferencia entre estos grupos en 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 aquellos que abandonaron la idea empresarial. El hecho que sólo un 9% de los que tuvieron éxito reconozca la existencia de este apoyo podría estar explicado por el hecho que, al entrar los emprendimientos en etapas más avanzadas del

¹⁶ La proporción de instituciones creadas en la década del 90 en relación al total de instituciones es igual a 0,31 para Tandil y a 0,47 para Rafaela.

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 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 (**Hipótesis 8**). 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. Por lo que, la pregunta que cabe es en que medida es baja la utilización de instrumentos de apoyo es bajo ante el hecho que aproximadamente un 20% de los emprendimientos ha recibido asesoramiento o que el 40% reconoce la existencia de apoyo institucional.

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, se encontró que 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.

En este sentido, si bien la visión de los individuos es mayoritariamente negativa, los resultados indican que fracasaron en mayor proporción aquellos que vieron una buena situación económica actual y futura (**Hipótesis 9**). Esto estaría indicando que una visión negativa de la situación y perspectivas de la economía local esta relacionada con un mejor desempeño emprendedor. Ello podría interpretarse como un reconocimiento de las restricciones del entorno económico donde aquellos que tuvieron una visión más realista fueron los que tuvieron mayores posibilidades de éxito.

Cuadro 4
Características diferenciales entre EN que iniciaron y abandonaron: contexto

Variable #	Modalidades					Signif
Apoyo institucional y servicios profesionales						
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
Economía local						
Situación de la economía local	Positiva (7/17)	Negativa (93/83)				Si*
Futuro de la economía local	Positiva (7/20)	Negativa (93/80)				Sj**
Ciudad del emprendimiento	Bahía Blanca (5/11)	Córdoba (37/8)	Mar del Plata (22/19)	Rafaela (8/14)	Tandil (28/47)	Si***

Fuente: elaboración propia. Nota: 1) Nivel de significación: ***99; ** 95%; * 90%. 2) los datos están expresados en porcentaje y corresponden a inicio y abandono respectivamente. # La definición de las variables y sus modalidades figura en el Anexo Metodológico I.

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 (**Hipótesis 10**). 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 y Walker, 1994; Guesnier, 1994; Reynolds et al., 1994;

Gennero et al., 2000; 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. Aquellos 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

Inicio y abandono por ciudades

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

*** Factores vinculados a los "Recursos"**

La disponibilidad y capacidad para gestionar los recursos necesarios para iniciar la empresa se considera como un elemento fundamental 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 periodo entre la compra de los insumos y la recepción de los ingresos por ventas.

No obstante, no se usa habitualmente 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 y Walker, 1994; Reynolds et al., 1994). No obstante, se encontró relevante para explicar el éxito a la percepción de ingresos personales medio/alto por parte de los emprendedores (**Hipótesis 11**). En este grupo los casos exitosos fueron más numerosos que los fracasos (25 y 11% respectivamente).

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 encontró 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 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 representando una fuente de recursos 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 aquellos 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 como un factor diferenciador entre éxito y fracaso (**Hipótesis 12**). Relacionado con este resultado se encontró 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, 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 distribuye homogéneamente entre emprendedores exitosos y los que no lo son, pero no deja de marcar por eso que es un elemento de relevancia en la actividad emprendedora (**Hipótesis 13**). Esto muestra la existencia de un potencial emprendedor importante dado que en general los individuos con iniciativa empresarial de las localidades analizadas poseen un buen nivel educativo.

La formación de los emprendedores no sólo esta 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%), si bien en general lo consideran como algo relevante. La experiencia

laboral complementa y permite consolidar los conocimientos adquiridos en las aulas. A través de esto podemos responder, al menos en parte, la pregunta sobre formación específica, ya que se encontraron 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 (**Hipótesis 14**).

Cuadro 6

Características diferenciales entre EN que iniciaron y abandonaron: recursos

Variable #	Modalidad			Signif	
Recursos financieros					
Ingreso del grupo familiar	Alto (7/4)	Medio (38/34)	Bajo (55/62)	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	
Capacidad p/ relacionarse					
Actividades extra laborales	Ninguna (30/29)	Pocas (38/44)	Varias (32/27)	No	
Relaciones laborales	Baja/Normal (72/88)	Media/Alta (28/12)		Si**	
Formación					
Nivel educativo formal	1ria.C/12ria.I (28/37)	2ria. Completa (22/25)	Univ. Inc. (27/24)	Univ.Com (23/14)	No
Cursos de capacitación	Si (30/31)	No (70/69)			No
Antecedentes laborales					
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)	Empleado (35/52)		Si**
Categoría ocupacional 2	Patrón (36/9)	Empleado (64/91)			Si***

Fuente: elaboración propia. Notas: 1) Nivel de significación: *** 99%; ** 95%; * 90%. 2) los datos están expresados en porcentaje y corresponden a inicio y abandono respectivamente. # La definición de las variables y sus modalidades figura en el Anexo Metodológico I.

En cuanto a la categoría ocupacional se encontró 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 estar vinculado a 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.

IV.3. Análisis multivariado*** 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** resultó 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 confirmó la significatividad de algunas variables y surgieron otras que, con el test de homogeneidad aplicado al conjunto de los casos, no habían resultado inicialmente 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 Población Económicamente Activa y la mayor capacitación específica son factores críticos para explicar el éxito. A su vez, al interior del subgrupo que pertenecen a la Población Económicamente Activa y tiene una visión negativa sobre el desempeño futuro de la economía de su localidad se encontró que la pertenencia al estrato de edad entre 18 y 34 años está vinculado con una mayor probabilidad de éxito.

Por otro lado, entre aquellos cuya autoconfianza es menor presentan una serie de elementos críticos para explicar su fracaso, tales como la permanencia en un mismo trabajo o el cambio involuntario (despido, fin de contrato) - en contraposición 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 como esta conformado este grupo de menor autoconfianza, se encontró una muy alta significatividad estadística vinculada con: género, aversión al riesgo, creatividad y experiencia emprendedora. Con relación al género, se encontró que es menos probable que tenga éxito en la creación de una nueva empresa una mujer que un hombre, ambos con 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 poseer éstos menor aversión al riesgo y mayor creatividad y experiencia como emprendedores. Evidentemente, la falta de confianza en si mismo afectó más las probabilidades de éxito de las mujeres que la de los hombres debido a que ésta se conjugó 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 y Henrekson, 2000 y Rosa et al., 1996).

Por lo tanto, la aplicación de AID permitió 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, explicada por la tenencia de ingresos y experiencia y, la segunda, por una menor "eficiencia" emprendedora.

* Modelo de regresión logarítmico (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 desarrolla a continuación un modelo de regresión logística.

Esta regresión se aplica a la muestra completa de emprendedores, resultando seleccionadas mediante el uso del método aditivo lineal "stepwise" sólo las variables más significativas. De esta manera, un conjunto de variables es seleccionado como óptimo, quedando el resto fuera del modelo. El modelo obtenido es estadísticamente significativo y predice correctamente el 81% de los casos, resultando alta la probabilidad general que presenta la ecuación para predecir las variaciones de la variable dependiente.

La aplicación de la regresión logística permitió el armado de un modelo en el cual la probabilidad de éxito de un emprendimiento varía entre 0% y 100% de acuerdo a: la ciudad donde se realiza el emprendimiento, el nivel de autoconfianza, la propensión al riesgo, el nivel de ingresos, la situación laboral y la experiencia como emprendedor y en la rama de actividad del emprendimiento.

Si se calcula la probabilidad de éxito en función de los datos del modelo se puede ver cual es la variación marginal al modificar cada uno de los componentes. En otras palabras, el modelo logit permite obtener un valor de probabilidad dadas determinadas características y, a partir de éstas, ver como se modifica la probabilidad dados cambios en algunos de los componentes. El modelo logit obtenido queda representado por la siguiente ecuación:

$$P_i / (1 - P_i) = e^{(2,25) \text{PROPENSIÓN AL RIESGO}} * e^{(3,99) \text{OCUPADO}} * e^{(6,26) \text{DESOCUPADO}} * \\ * e^{(1,72) \text{EXPERIENCIA ESPECIFICA}} * e^{(1,97) \text{AUTOCONFIANZA}} * e^{(1,44) \text{EXPER. EMPRENDEDORA}} * \\ * e^{(-2,30) \text{RAFAELA}} * e^{(0,91) \text{CÓRDOBA}} * e^{(-2,61) \text{TANDIL}} * \\ * e^{(-1,19) \text{BAHÍA BLANCA}} * e^{(1,73) \text{ING. MEDIO}} * \\ * e^{(2,39) \text{ING. ALTO}} * e^{(2,86) \text{SIN INGRESOS}} * e^{-5,71}$$

Cuadro 7

Resultados de la Regresión Logística

Variable #	B	Signif.	Odds-Ratio	1/Odds-Ratio
Propensión al riesgo	2.2475	0.0003	9.46	0.11
Ciudad		0.0006		
Rafaela	-2.2950	0.0282	0.10	9.92
Córdoba	0.9142	0.2797	2.49	0.40
Tandil	-2.6142	0.0020	0.07	13.66
Bahía Blanca	-1.1915	0.3221	0.30	3.29
Autoconfianza	1.9721	0.0008	7.19	0.14
Situación ocupacional		0.0024		
Ocupado	3.9999	0.0033	54.59	0.02
Desocupado	6.2563	0.0011	521.29	0.00
Experiencia específica	1.7191	0.0073	5.58	0.18
Nivel de Ingresos		0.0140		
Medio	1.7280	0.0211	5.63	0.18
Alto	2.3896	0.0085	10.91	0.09
Sin Ingreso	2.8629	0.0042	17.51	0.06
Experiencia emprendedora	1.4439	0.0210	4.24	0.24
Constante	-5.7090	0.0005		

Fuente: elaboración propia. # La definición de las variables y sus modalidades figura en el Anexo Metodológico I.

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 de lograr implementar exitosamente su idea de negocio un emprendedor de acuerdo a cada una de estas características.

Uno de los aspectos personales que resultó relevante en el análisis es la **propensión al riesgo**. En este sentido, la regresión logística nos permite cuantificar la diferencia de oportunidades que existe entre los individuos tomadores de riesgo y aquellos 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.

Se encontraron diferencias de desempeño entre EN's según la **ciudad** donde se 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 se encontró que las chances de éxito de un emprendedor situado en Mar del Plata 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 se encontró que los EN con alta autoconfianza tienen 7 chances más de éxito que aquellos con autoconfianza media o baja.

La pertenencia a la Población Económicamente Activa (PEA) fue 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 o 12 chances más de éxito, respectivamente¹⁷. Se observa que los desocupados de la muestra tuvieron mejor desempeño que 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 uno de ellos, 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 (Gennero y Liseras, 2000).

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

La diferencia en niveles de ingresos influye claramente en las posibilidades de éxito. En este sentido, se encontró que las chances de aquellos con ingresos medio o altos son superiores a las de los EN con ingresos bajos (6 y 11 veces respectivamente). Esto concuerda con los resultados de los trabajos de Keeble y Walker (1994) y Reynolds et al. (1994) en los cuales la riqueza personal de los emprendedores era una variable altamente significativa para

¹⁷ Límite inferior del intervalo al 95% de confianza.

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)¹⁸; 2) una alta proporción son desocupados o inactivos (41%); y 2) 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). Con lo cual, este grupo de personas sin ingresos que pudo llevar adelante su emprendimiento no tendría en la familia 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 la primeras etapas de su desarrollo.

¹⁸ En el grupo con ingresos la situación es la inversa, el 71% son "jefes" del hogar y el 97% ocupados.

V. 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.

Este trabajo es parte de un estudio más amplio iniciado en 1998 en cinco ciudades argentinas cuyo objetivo es estudiar el proceso de creación de empresas siguiendo la evolución de un panel de Emprendedores Nacientes a través de las distintas etapas de dicho proceso, desde el surgimiento de la idea empresarial hasta la consolidación de las nuevas firmas en el mercado.

Los resultados obtenidos en la etapa de detección (previa al presente trabajo), muestran que el nivel promedio de emprendedores en gestación (Emprendedores Nacientes) para las cinco localidades estudiadas es un 2,1% de la población mayor de 18 años, prevaleciendo en ellos las características de ser jefes de familia, casados, migrantes, ocupados, con nivel educativo medio o alto y trayectoria laboral previa en pequeños establecimientos.

Los nuevos proyectos empresariales corresponden a emprendimientos de tamaño muy pequeño y las actividades seleccionadas reflejan en gran medida la estructura productiva existente en cada una de las localidades en las que se gestan dichos proyectos, siendo la mayoría desarrollados en actividades del sector terciario (74%).

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 este proceso de transición. Un importante número de proyectos empresariales (42%) fueron abandonados en el transcurso de la etapa de gestación sin haber logrado implementar el nuevo emprendimiento, un 27% continúa realizando acciones para el inicio y sólo un 31% ha logrado comenzar su nuevo negocio.

Analizados los factores vinculados al éxito o fracaso en la implementación de la nueva empresa se encontró 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. En este sentido 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 aquellos que han abandonado sus proyectos.
- La disponibilidad **de recursos** y la capacidad de gestionarlos es considerada 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. Este resultado es congruente con la literatura en el tema. 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 aquellos 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 empresarial. 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 resultó un elemento diferenciador de éxito pero muestra que los emprendedores nacientes poseen un componente educacional superior al promedio de la población (el 70% tiene secundario completo o más).
- 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 y siguiendo a Yoguel y Boscherini (2001), 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 el resto de las ciudades analizadas.
- El **género** también resultó una variable relevante cuando se la vinculó 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 I (aversión al riesgo, baja creatividad y falta de experiencia en la creación de empresas).

Sobre la base de estos resultados surgen algunas consideraciones acerca de los factores a tener en cuenta a la hora de pensar en el diseño de políticas tendientes tanto a aumentar el número de nuevos emprendimientos como a disminuir el número de fracasos en la implementación de proyectos empresariales. Estas son:

- **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 empresariales.

- **Actuar sobre el desarrollo de capacidades emprendedoras.** La creatividad, propensión a la toma de riesgos, capacidad de liderazgo, autoconfianza, etc. son aspectos que pueden ser desarrollados socialmente. En este aspecto, 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, gestión de nuevos proyectos de 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.** Dada la importancia que tienen los antecedentes en gestión empresarial y la experiencia específica en actividades relacionadas con la implementación de proyectos empresariales, 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, podría contribuir al desarrollo de capacidades para el trabajo en equipo, así como, al reconocimiento y mayor utilización de las redes personales del emprendedor.
- **Desarrollo de instituciones/programas para el apoyo a emprendedores.** Todo programa de apoyo a emprendedores debe, en primer lugar, definir a qué etapa¹⁹ del proceso de creación de empresas va a estar direccionado 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 tenga en cuenta las características idiosincráticas de la región que están 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, que se hayan desempeñado como patrón o trabajador por cuenta propia, con experiencia previa en actividades y 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, programas direccionados a individuos que posean uno o más de los atributos mencionados tendrían una mayor probabilidad de alcanzar el objetivo final de la puesta en funcionamiento del nuevo negocio.

¹⁹ Etapas del proceso de creación de empresas: Concepción (idea), Gestación (idea y acción), incubación (creación) y adolescencia (consolidación)

- **Tipo de proyecto.** Los nuevos proyectos empresariales detectados en el relevamiento a nivel poblacional corresponden a emprendimientos de tamaño muy pequeño y del sector terciario (comercio o servicios), que se caracterizan por una alta tasa de mortalidad, así como por una escasa contribución al desarrollo productivo. Es entonces recomendable realizar una selección de los emprendimientos a apoyar, orientándose preferentemente a aquellos proyectos empresariales con mayor contenido tecnológico o innovativo.
- **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 que surgen de la investigación:
 - ✓ **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 financiamiento 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.
 - ✓ **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 empresa. Es conveniente que el asesoramiento profesional y capacitación sea suministrado desde el comienzo de la actividad emprendedora a fin de incrementar las probabilidades de éxito de la nueva empresa.
 - ✓ **Favorecer los proyectos que contemplen 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 empresarial son algunos de los aspectos ventajosos de la constitución de equipos.
 - ✓ **Facilitar la gestión 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 en un solo lugar todos los trámites, pudiendo a su vez, incluir un sistema de información y asesoramiento.

BIBLIOGRAFÍA

- Agresti, A.** (1996) *An Introduction to Categorical Data Analysis*. University of Florida, John Wiley & Sons, USA.
- Aranguren Querejeta, M.J.** (1998), *Creación de Empresas: factores determinantes*. Universidad de Deusto, España.
- Audretsch D. y Vivarelli M.** (1993) *New-Firm Start-Ups in Italy*. Discussion Paper Series N° 864, Centre for Economic Policy Research, London, Uk.
- Bain J.S.** (1956) *Barriers to New Competition*. Cambridge, Ma: Harvard University Press.
- Birch, D.** (1981) *The Changing Rules for Economic Development*. En: Birch, D. Job creation in America: how our smallest companies put the most people to work, Free Press, New York, Cap. 6, pp. 135-165.
- Butler, J. y Hansen, G.** (1991) *Network Evolution, Entrepreneurial Success and Regional Development*. Entrepreneurship and Regional Development, Vol. 3, pp.1-16.
- Carter N. M.; Gartner W. B. y Reynolds, P. D.** (1996), *Exploring Start-up Event Sequences*. Journal of Business Venturing, No. 11, pp.151-166, USA.
- Casson M.** (1990) *Enterprise and Competitiveness: A Systems View of International Business*. Clarendon Press, Oxford.
- Chou, Y.** (1977) *Análisis Estadístico*. Ed. Nueva Editorial Interamericana, México.
- Cole A.H.** (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*, Mosaic Press, Oakville, chapters 3 – 6.
- Deakins D.** (1996) *Entrepreneurship and Small Firms*. London: McGraw Hill.
- Du Rietz, a. y Henrekson, M.** (2000) *Testing the Female Underperformance Hypothesis*. Small Business Economics No. 14, Vol. 1.
- Entrepreneurial Research Consortium** (1996) *Results of the First Pilot Study for the Panel Study of U.S. Business Start Ups*. Babson College, mimeo.
- Ferrán Aranaz, M.** (1996) *SPSS para Windows: Programación y Análisis Estadístico*. McGraw Hill. Cap. 13.
- Gartner W.B.** (1988) *Who Is and Entrepreneur?: Is the Wrong Question*. American Journal of Small Business, vol. 12, pp.11-32.
- Gibb A. y Ritchie J.** (1982) *Understanding the Process of Starting Small Businesses*. European Small Business Journal, vol. 1, No 1, pp.26-46.
- Gibbs A.** (1987) *Stimulating Culture: Its Meaning and Implications for Education and Training*. Journal of European Training, MCB Publications.
- Gennero A.; Baltar F. y Liseras N.** (2000) *Diferencias Espaciales en la Gestación de Ideas Empresariales en Argentina*. Publicación en CD, Anales del IV Seminario de Rede PMEs Mercosul, Fortaleza, Brasil, 2000.

- Gennero A. y Liseras N.** (2001) *Evolución del Proceso de Gestión Empresarial*. VI Reunión Anual Red Pymes Mercosur, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, Cap. 4, pp. 491-507.
- Gesnier, B.** (1994) *Regional Variations in New Firm Formation in France*. *Regional Studies*, Vol. 28.5, pp. 347-358.
- Global Entrepreneurship Monitor** (1999) Reporte Ejecutivo. Kauffman Center-Babson College.
- Green R.; David J. y Dent M.** (1996) *The Russian entrepreneur: a study of psychological characteristics*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 2 No 1.
- Gujarati, D.** (1999) *Econometría*. 3ra. Edición, McGraw Hill, Cap. 16.
- Hagen E.** (1962) *On the Theory of Social Change: How Economic Growth Begins*. Dorsey Press.
- Hamilton, R. y Harper, D.** (1994) *The Entrepreneur in Theory and Practice*. *Journal of Economic Studies*, Vol. 21, No. 6, pp. 3-18.
- Highfiel, R. y Smiley, R.** (1986) *New Business Starts and Economic Activity: An Empirical Investigation*. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 5, pp. 51-66. North-Holland.
- Holmes S. y Kent P.** (1991) *An Empirical Analysis of the Structure of Small and Large Australian Manufacturing Firms*. *The Journal of Small Business Finance*, 1, pp. 141-54.
- Hornaday J. y Aboud J.** (1971) *Characteristics of Successful Entrepreneurs*. *Personnel Psychology*, Vol. 24, No 2.
- INDEC** (1995) *Encuesta Permanente de Hogares, Manual de Instrucciones, Cuestionario Individual*.
- Johannisson, B.** (1992) *Entrepreneurship - The Management of Ambiguity*. In Polesie, T & Johansson, ed., *Responsibility and Accounting. The Organizational Regulation of Boundary Conditions*. Studentlitteratur, pp 155-179.
- Johannisson, B. y Dandridge T.** (1996) *Personal networks and emerging interconnecting patterns among small firms as indicators of firm evolution*. *Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship, Halmstad University Sweden*, 23 p.
- Johannisson, B. y Nilsson, A.** (1989) *Community Entrepreneurs: Networking for Local Development*. *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 1, pp. 3-19.
- Johnson, P. y Cathcart, D.** (1979) *The Founders of New Manufacturing Firms: A Note on the Size of Their "Incubator" Plants*. *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 28, No. 2, pp. 219-224.
- Keeble, D. Walker, S.** (1994) *New Firms, Small Firms and Dead Firms: Spatial Patterns and Determinants in the United Kingdom*. *Regional Studies*, Vol. 28,4, pp. 411-427.
- Knight F.** (1921) *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston, MA: HoughtonMifflin, 268-75.
- Landström, H. y Winborg, J.** (1996) *Financial Bootstrapping in Small Businesses – a Resource – Based View on Small Business Finance*. *Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship, Halmstad University, Sweden*.

- López Vidal M.P.** (1997) *Creación de Empresas: La Necesidad del Proyecto de Empresa*. Universidad de Vigo, España.
- McClelland D.** (1961) *The Achieving Society*. D. Van Nostrand Co., Princeton.
- Marín A; Aggio C; Angelelli P; Graña F; Milesi D. y Sepúlveda R.** (1997) *¿Puede la Capacitación Estimular Nuevos Empresarios?*. Informe de Coyuntura, CEB, Año 7, No. 70.
- Mason C.** (1991) *Spatial Variations in Enterprise: the Geography or New Firm Formation*. En: Burrows, Roger ed., *Deciphering the enterprise culture: entrepreneurship, petty capitalism and the restructuring of Britain*, Cap. 5 pp. 74-176, London; Routledge.
- Mason C.** (1998) *El Financiamiento y las Pequeñas y Medianas Empresas*. En: *Desarrollo y Gestión de Pymes*, Universidad Nacional de Gral. Sarmiento, cap. 8, pp. 245-276
- McCullagh, P. y Nelder, J.** (1989) *Generalized lineal models*. Chapman & Hall, London.
- Myers S.C.** (1984) *The Capital Structure Puzzle*. Journal of Finance, 34, pp. 575-592.
- Noorderhaven, N.; Wennekers, A.; Hofstede, G.; Thurik, A. y Wildeman, R.** (1999) *Selfemployment out of dissatisfaction*. Tinbergen Institute, Discussion Paper No. 089/3. Disponible en www.tinbergen.nl.
- O'Farrel, P.** (1986) *Entrepreneurship and Regional Development: Some Conceptual Issues*. Regional Studies, Vol. 20, pp. 565-574
- O'Farrel, P. y Crouchley** (1983) *An Industrial and Spatial Analysis of New Firm Formation in Ireland*. Regional Studies, Vol. 18, No. 3, pp 221-236.
- Orr, D.** (1974) *The determinants of entry: a study of the Canadian Manufacturing Industries*. Review of Economics and Statistics, No. 1, pp. 58-66.
- Oxenfeldt, K.M.** (1943) *New Firms and Free Enterprise*. American Council on Public Affairs, Washington, DC.
- Rea A.; Maggiore G. y 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. y Westhead, P.** (1994) *Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates*. Regional Studies, Vol. 28, 4, pp. 443-456.
- Reynolds, P.** (1997) *Who Starts New Firms? - Preliminary Explorations of Firms in Gestation*. Small Business Economics 9: 449-462..
- Reynolds, P. y White S.** (1997), *The Entrepreneurial Process: Economic Growth, Men, Women, and Minorities*. Quorum Books, USA.
- Ronstadt R.** (1984) *Entrepreneurship: text, cases and notes*. Lord Publishing, Dover, Mass.
- Rosa, P.; Carter, S. y Hamilton, D.** (1996) *Gender as a determinant of small business performance: Insights from British Study*. Small Business Economics, No.8, Vol. 6, pg. 463-478.
- Scherr, F.; Sugrue, T. y Ward, J.** (1991) *Financing the small firm start-up: determinants of debt use*. Journal of Small Business Finance 1(2), pp. 179-83.

- Shapero, A.** (1978) *Entrepreneurship and Economic Development*. En Naumes, W. (ed) *The entrepreneurial manager in the small business : text readings and cases*. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Shapero, A.** (1984) *The Entrepreneurial Event*. En Kent, C A (ed) *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington Books, Lexington: Mass, pp 21-40.
- Shapero, A. y Sokol, L.** (1982) *The Social Dimensions of Entrepreneurship*. En Kent, C.; Sexton, D. y Veper, K, *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Cap. 4, pp. 72-90.
- Storey, D.** (1994) *Understanding the Small Business Sector*. Routledge.
- Storey, D. y Jones, A.** (1987) *New Firm Formation-A Labour Market Approach to Industrial Entry*. *Scotish Journal of Political Economy*, Vol. 34, No. 1, pp. 37-51.
- Sweeney, G.** (1987) *Innovation, Entrepreneurs and Regional Development*. Frances Printer, London.
- Vesper, K.** (1980) *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Verhuel, I.; Wennekers, S.; Audretsch, D. y Thurik, R.** (2001) *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*. Tinbergen Institute, Discussion Paper No. 030/3. Disponible en www.tinbergen.nl.
- Waldinger, R.** (1986) *A Theory of Immigrant Enterprise*. Re editado por Mark Casson, 1990, en "Entrepreneurship", *The International Library of Critical Writings in Economics*, Vol.3.
- Yip, G.** (1982) *Barriers to Entry*. Canada, Lexington Books.
- Yoguel, G. y Boscherini** (2001) *Capacidad Innovativa de las Firmas y el Sistema Territorial*. En *Desarrollo Económico - Revista de Ciencias Sociales* (Buenos Aires), Vol. 41, No. 161, abril-junio, pp 37-69.

VI. APÉNDICE METODOLÓGICO I - VARIABLES

En este apartado se presentan las variables, sus modalidades y los indicadores utilizados en el trabajo.

* Motivación

1. Condición de actividad

Se refiere a la situación de los individuos con relación a su posición en el mercado de trabajo.

Definición operativa: individuos según su ocupación laboral al momento de ser detectado como emprendedor naciente. Se utiliza la expresión "ocupación laboral" como sinónimo de trabajo, entendiendo por trabajo a toda aquella actividad laboral general que deriva en la producción de bienes o servicios que tengan valor económico en el mercado (INDEC, 1995).

Modalidades:

Ocupado: persona que tiene una ocupación laboral.

Desocupado: aquella persona que no tiene una ocupación,
pero está buscando activamente trabajo.

} Población Económicamente Activa (PEA)

Inactivo: persona que no tiene ni busca trabajo.

2. Desplazamiento

Hechos que precipitan a la acción emprendedora.

Definición operativa: motivo que provocó el desplazamiento del EN hacia la actividad empresarial.

Modalidades:

Oportunidades de mercado

Un cambio abrupto y/o importante en la vida familiar o laboral

Necesidad de independiente

} Desplazamiento positivo

Desempleo

Insatisfacción laboral

} Desplazamiento negativo

3. Necesidad de logro

Necesidad de llevar adelante con éxito objetivos de envergadura y de ser reconocido.

Definición operativa: probabilidad de éxito que cada emprendedor asigna a su idea de negocio.

Modalidades:

Alta: mayor al 50%

Media: entre el 10 y el 50%

Baja: menos del 10%

4. Migración

Categoría demográfica de las personas que residen en una ciudad pero que han vivido fuera de ella por periodos de tiempo prolongados.

Definición operativa: personas que entran dentro de las categorías de migrante.

Modalidades:

Migrante: Se considera migrante a toda persona que ha vivido más de seis meses fuera de la localidad bajo estudio.

No migrante: persona que no reviste la característica de migrante.

*** Propensión a la toma de riesgo**5. Cambio de trabajo

Individuos que llevan adelante acciones enfrentando un alto grado de incertidumbre por voluntad propia.

Definición operativa: diferencia de propensión al riesgo entre individuos, en función de las circunstancias relacionadas al cese en el trabajo que considera el emprendedor fue el más importante en su vida laboral.

Modalidades:

Con riesgo: búsqueda de una mejor oportunidad; Insatisfacción laboral; razones personales.

Sin riesgo: no cambió ó existieron causas externas a las posibilidades de decisión del emprendedor.

6. Posición frente al fracaso

Emprendedores que presentan formas de comportamiento que implican enfrentar un mayor riesgo frente a otras más conservadoras.

Definición operativa: diferencia de propensión al riesgo entre individuos, en función de su reacción ante el posible fracaso de su proyecto empresarial actual.

Modalidades:

Alto/medio riesgo: se involucrará en nuevas actividades como emprendedor (ya tiene varias ideas más de nuevos emprendimientos; empezará la búsqueda de otra nueva idea de negocio).

Bajo riesgo: volver a opciones laborales más seguras o conocidas (Volverá a su antiguo trabajo; se quedará en su actual trabajo; buscará un trabajo más seguro; insistirá con el emprendimiento).

*** Creatividad**7. Sugerencias en el puesto de trabajo

Capacidad de generar soluciones o alternativas creativas en el medio laboral.

Definición operativa: sí el individuo realizaba habitualmente sugerencias en su puesto de trabajo.

Modalidades: Si; No

* Autoconfianza y capacidad de liderazgo

8. Autoconfianza

Confianza en si mismos, en sus capacidades, en la viabilidad del proyecto empresarial y en el éxito del mismo.

Definición operativa: este indicador se basa en un conjunto de respuestas que apuntan a medir actitudes que tienen que ver con la confianza que tiene el emprendedor en si mismo, mediante las siguientes afirmaciones²⁰:

1) Si trabajo mucho, esta nueva oportunidad de negocio será exitosa.
2) Este nuevo negocio es mucho mejor que otras oportunidades laborales que he tenido.
3) Si este nuevo negocio es exitoso, esto me permitirá lograr otros importantes objetivos de mi vida.
4) Se requieren muy pequeños esfuerzos para hacer exitoso a este nuevo negocio.
5) En general, mis capacidades y habilidades me ayudaron y ayudarán en este nuevo negocio.
6) Yo estoy seguro de mi, y pondré todo el esfuerzo que requiere este nuevo negocio.

Modalidades:

Alta: Completamente de acuerdo

Media alta: Parcialmente de acuerdo

Media: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

Media Baja: Parcialmente en desacuerdo

Baja: Completamente en desacuerdo

9. Experiencia en la dirección de personas

Capacidades en organización y manejo de personal adquiridas en trabajos anteriores.

Definición operativa: máximo número de personas que tuvo a cargo, ya sea en su propio negocio o trabajando en relación de dependencia.

Modalidades:

Sin: nunca tuvo personas a cargo

Baja: 1 personas

Media: 2 a 5 personas

Alta: más de 5 personas

10. Experiencia en supervisión

Capacidades en el manejo de personal en tareas técnicas adquirida en trabajos anteriores.

Definición operativa: cantidad de años que trabajo en supervisión en tareas de producción, administración o contables.

Modalidades:

Sin experiencia: nunca realizó tareas de supervisión

Baja: entre 1 y 2 años

Media: entre 3 y 5 años

Alta: más de 5 años

²⁰ El método utilizado para medir las respuestas es el "método de escalamiento de Likert". Éste consiste en un conjunto de ítems, presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra. Es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto entrevistado que extreme la reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala.

Desde luego, las actitudes medidas son sólo un indicador de la conducta, pero no la conducta en si. Por eso *las mediciones de actitudes deben interpretarse como "síntomas" y no como "hechos"* (Hernández et. al, 1997, pg.263).

* Modelo de rol en el contexto social

La presencia en una localidad de modelos de actividad empresarial cercanos permite a los individuos visualizar la posibilidad de involucrarse en la actividad emprendedora. A su vez, estos modelos son un indicador indirecto de la existencia de fuentes de apoyo para nuevos emprendimientos.

11a. Modelo de Padres

Los modelos de empresarios más cercanos al emprendedor pueden ser tomados como modelos de acción, a la vez que son fuentes de apoyo para llevar adelante una nueva idea de negocio.

Definición operativa: años de trabajo del padre en relación de dependencia o como cuenta propia.

Modalidades:

Relación de dependencia; Cuenta propia; Ambos

11b. Modelo de otros familiares emprendedores

Se refiere a los modelos de empresarialidad cercanos como fuente de motivación y recursos.

Definición operativa: existencia de empresarios entre los familiares del emprendedor

Modalidades: Si; No

11c. Amigos y familiares empresarios

Existencia de individuos cercanos al emprendedor con antecedentes empresariales que permitan desarrollar más fácilmente la red de relaciones de apoyo focalizada en la nueva idea de negocio.

Definición operativa: existencia de amigos, allegados o familiares del emprendedor con experiencia empresarial.

Modalidades: Si/No

12. Participación en emprendimientos familiares

El trabajo junto al grupo familiar consiste en muchos casos en la primera experiencia en la creación de un nuevo emprendimiento y genera en el individuo una visión más clara sobre las posibilidades empresariales y amplía su red de relaciones.

Definición operativa: antecedente del emprendedor trabajando con su padre en emprendimientos familiares.

Modalidades: Si; No

13. Cultura empresarial de la región

Elementos del ambiente que pueden actuar alentando y favoreciendo las acciones del emprendedor. En una sociedad que reconoce y valora las experiencias empresariales, el emprendedor encuentra mayor motivación y contención para sus acciones.

Definición operativa: este indicador se basa en un conjunto de preguntas que apuntan a medir la cultura empresarial de la región en base a la respuesta de los individuos a las siguientes afirmaciones {en esta ciudad}:

1) aquellos que son empresarios exitosos llaman la atención y son admirados.
2) la gente joven es estimulada a ser independiente y comenzar su propia empresa.
3) la provincia y el gobierno local proveen de un buen apoyo para aquellos que inician una nueva empresa.
4) otros grupos comunitarios dan un buen soporte a aquellos que comienzan una nueva empresa. (ej. cámaras, IDEB, etc.).
5) muchos de mis amigos y familiares han iniciado una nueva empresa.
6) es fácil encontrar un profesional o alguien capacitado que me asesore para poder armar mi negocio.
7) los medios de comunicación local hacen un buen trabajo de cobertura de las noticias sobre empresas.
8) muchos de los líderes en esta comunidad son gente que posee su propia empresa.

El método utilizado para medir las respuestas es el de "escalamiento de Likert".

Modalidades:

Alta: Completamente de acuerdo

Media alta: Parcialmente de acuerdo

Media: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

Media Baja: Parcialmente en desacuerdo

Baja: Completamente en desacuerdo

*** Contexto institucional y servicios profesionales**

14a. Apoyo de la provincia o gobierno local

Disponibilidad de instrumentos de apoyo que ayuden y faciliten la implementación de la nueva idea empresarial.

Definición operativa: Consideración del emprendedor sobre la existencia de apoyo por parte del gobierno provincial o local a su actividad.

Modalidades: Si; No

14b. Soporte de otras instituciones a la creación de empresas

Existencia de instituciones no gubernamentales con programas de apoyo a la creación de empresas.

Definición operativa: Consideración del emprendedor sobre la existencia de otros grupos comunitarios más allá del gobierno provincial o local que brinden apoyo a la actividad emprendedora.

Modalidades: Si; No

15. Asesoramiento profesional

Disponibilidad de personas capacitadas que puedan brindar asesoramiento al empresario sobre los pasos a seguir para iniciar su empresa.

Definición operativa: Consideración del emprendedor sobre la disponibilidad en el medio local de personas capacitadas para asesorarlo en el armado de su negocio.

Modalidades: Si; No

* Contexto Económico Local

16. Situación de la economía local

Se refiere a la incidencia del nivel de desempeño de la actividad económica de la localidad en la que se instala la nueva empresa sobre las posibilidades de implementación de la idea de negocio, dado que inicialmente las empresas dirigen sus productos y gestiona sus recursos en el ámbito local.

Definición operativa: visión del emprendedor sobre la situación actual de la economía de su localidad.

Modalidades:

Positiva: es sólida y estable

Negativa: no es sólida ni estable

17. Futuro de la economía local

La evolución futura de la actividad económica de una localidad influirá en la toma de decisiones presente del emprendedor.

Definición operativa: visión del emprendedor sobre el desempeño futuro de la economía de su localidad.

Modalidades:

Positiva: se está desarrollando para ser más sólida y productiva

Negativa: no se está haciendo más sólida ni productiva

18. Ciudad del emprendimiento

Se refiere a las diferencias del entorno local y su incidencia en la concreción exitosa de una idea de negocios.

Definición operativa: localidad a la que pertenece el emprendimiento.

Modalidades: Bahía Blanca, Córdoba, Mar del Plata, Rafaela y Tandil.

* Recursos financieros

19. Ingresos del grupo familiar

Se refiere al conjunto de ingresos de los individuos que comparten el hogar del emprendedor como fuente de acceso a financiamiento.

Definición operativa: Total de ingresos del conjunto de individuos que habitan en el hogar del emprendedor.

Modalidades:

Alto: más de 2500 pesos mensuales

Medio: entre 1000 y 2500 pesos mensuales

Bajo: menos de 1000 pesos mensuales

20. Ingreso personal del emprendedor (ingreso individual)

Ingresos mensuales percibidos por el emprendedor como fuente de financiamiento para el emprendimiento con recursos propios..

Definición operativa: total de ingresos que recibió el emprendedor en el mes anterior a ser encuestado.

Modalidades:

Bajo: menos de 500 pesos

Medio: de 500 a 1000 pesos

Alto: más de 1000 pesos

Sin Ingresos: no percibió ingresos el mes anterior a la encuesta.

21. Propiedad de la nueva empresa

Conformación de un equipo empresarial que mejore la posibilidad de acceso a los recursos tangibles e intangibles necesarios para concretar el proyecto de negocio.

Definición operativa: individuos que comparten la propiedad de la empresa (grupo emprendedor).

Modalidades:

Unipersonal: empresa individual

Sociedad: el emprendimiento es llevado adelante por dos o más personas.

22. Propiedad de la vivienda

La propiedad de la vivienda es uno de los requisitos para la obtención de crédito (formal o informal). Su posesión es un indicador de mayores posibilidades de acceso al crédito.

Definición operativa: emprendedores según propiedad de la vivienda.

Modalidad:

Propietario: persona que posee la propiedad de la vivienda y terreno.

Inquilino: esta categoría agrupa a inquilino o arrendatario; ocupante con relación de dependencia; y ocupante gratuito.

*** Capacidad para Relacionarse**

23. Actividades extralaborales

Se refiere a las posibilidades de disponer de una red de apoyo más amplia y densa a partir de las actividades en las que el emprendedor se vincula con otras personas.

Definición operativa: actividades que realiza el emprendedor cuando no está en su trabajo basado en un listado de siete posibles opciones (no realiza actividad; asistir a reuniones familiares; asistir periódicamente a reuniones con amigos; practicar deportes; asistir a reuniones religiosas, artísticas, de colectividades, peñas, etc.; participar en cámaras o instituciones empresariales; otras.)

Modalidades:

Ninguna: no realiza ninguna actividad extralaboral.

Pocas: 1 o 2 actividades

Varias: más de 3 actividades

24. Relaciones laborales

Con esta variable se intenta medir la red de relaciones personales generadas a partir de las actividades laborales del emprendedor.

Definición operativa: número de actividades laborales que desempeña el emprendedor al momento de ser entrevistado.

Modalidades:

Baja/Normal: una o menos ocupaciones

Media/alta: más de una ocupación

* Formación y antecedentes laborales

25. Nivel Educativo formal

Grado de educación formal logrado por el emprendedor.

Definición operativa: EN según nivel máximo de educación alcanzado al momento del relevamiento.

Modalidades: Educación básica (Primario completo e incompleto más secundario incompleto); Secundario completo; Universitario Incompleto; Universitario Completo

26. Cursos de capacitación

Nivel de instrucción logrado por los emprendedores a través de cursos de capacitación.

Definición operativa: emprendedores que realizaron en los últimos dos años algún tipo de curso de capacitación que le ayudara a organizar o administrar su negocio.

Modalidades: Si; No

27a. Experiencia emprendedora (Intentó)

Experiencia del emprendedor en la implementación de ideas empresariales, sin haber llegado a iniciar las actividades de la nueva empresa.

Definición operativa: emprendedores que intentaron iniciar una empresa con anterioridad al presente emprendimiento sin haber llegado a iniciar las actividades de la nueva empresa.

Modalidades: Si; No

27b. Experiencia emprendedora (Inició)

Antecedentes exitosos del emprendedor en la creación de empresas.

Definición operativa: emprendedores que lograron iniciar exitosamente un emprendimiento con anterioridad.

Modalidades: Si; No

28. Experiencia laboral vinculada con el emprendimiento

Antecedentes laborales en la rama de actividad de la nueva idea empresarial.

Definición operativa: años de antigüedad en la rama de actividad del nuevo negocio ya sea en trabajos independientes o bajo relación de dependencia.

Modalidades:

Sin experiencia

Baja: menos de 2 años ó sin experiencia

Media: entre 2 y 5 años

Alta: más de 5 años

29. Categoría ocupacional

Categoría ocupacional del emprendedor en el momento de la detección del presente emprendimiento. Intenta captar la experiencia en trabajos independientes (patrón - cuenta propia)

Definición operativa: EN según categoría ocupacional.

Modalidades:

Patrón o empleador: se considera como tales a aquellos que trabajan sin relación de dependencia, es decir que siendo único dueño o socio activo de la empresa, aportan al proceso productivo los instrumentos, maquinarias o instalaciones necesarias, establecen las condiciones y formas organizativas del mismo y emplean como mínimo una persona asalariada.

Trabajador por cuenta propia: se consideran como tales a los encuestados que desarrollan su actividad utilizando para ello sólo su propio trabajo personal (es decir sin hacer uso de trabajo asalariado) y sus propias instalaciones, instrumental y/o maquinaria.

Obrero o empleado: se considera como tal a las personas que trabajan en relación de dependencia, es decir que tanto los instrumentos o maquinarias como las formas y condiciones organizativas de la producción le son dadas y en donde ellos aportan su trabajo personal.

VII. APÉNDICE METODOLÓGICO II - MUESTREO

VII.1. Diseño Muestral Aglomerado Mar del Plata - Batán

* Introducción

El presente trabajo utilizó la muestra diseñada por el INDEC, para el aglomerado Mar del Plata - Batán, con el objetivo de obtener información socio-ocupacional en el relevamiento denominado Encuesta Permanente de Hogares (EPH) que se realiza en dos ondas anuales.

La encuesta, se basa en una muestra probabilística estratificada en dos etapas comprendiendo al 80% de la población urbana y 35.000 viviendas en todo el país, y produce estimaciones válidas para el total de los aglomerados en estudio.

La EPH toma como unidad de análisis a los hogares particulares, entendiendo por hogar particular a las personas 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.

* Determinación del marco muestral²¹

Para la incorporación a la EPH de un nuevo aglomerado se parte de los datos provistos por los censos de población, donde se divide cada localidad en fracciones, las cuales agrupan radios censales, que tienen un tamaño promedio de 300 viviendas. Para una mayor precisión se actualizan las cifras censales realizando recorridos en terreno y delimitando así la zona a estudiar o envolvente del aglomerado.

Se trabaja con un muestreo probabilístico en dos etapas de selección. En la primera se ordenan según una serpentina geográfica los radios censales ó Unidades de Primera Etapa (UPE), y se seleccionan 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 independientemente dentro de cada UPE una muestra de n viviendas (unidades de muestreo) en promedio, mediante un procedimiento de selección sistemática con arranque aleatorio, de manera tal de obtener una muestra autoponderada, es decir cada vivienda tiene igual probabilidad de selección.

Para la definición de las UPE, se tienen en cuenta dos pautas fundamentales: conservar en la medida de lo posible el radio censal sin modificar y mantener un tamaño homogéneo preestablecido dentro de cada grupo.

En el aglomerado Mar del Plata - Batán, en la mayoría de los casos el radio censal no fue modificado, solo fueron subdivididos: los demasiado extensos o densos, y aquellos con puntos inaccesibles dentro del mismo radio, o existencia dentro del radio de partes con diferente estratificación.

²¹ Esta sección fue elaborada sobre la base del Informe Metodológico del INDEC "Encuesta Permanente de Hogares: diseño de las muestras, 1° etapa" y con información obtenida en el diseño del Marco Muestral del aglomerado Mar del Plata - Batán en julio de 1995.

Los datos del último Censo de Población (1991), muestran un alto porcentaje de viviendas desocupadas (35%), este valor no es constante a lo largo de todos los radios censales, sino que varía desde el habitual 10% hasta valores superiores al 80%. Por ello para la determinación del marco muestral se partió de la zonificación de la ciudad según porcentaje de viviendas desocupadas por radio censal, estas zonas fueron luego divididas en tres grupos.

Las zonas 1-2-3, nuclean el 79,1% de los hogares existente en la ciudad en 1991, las mismas son de residencia habitual. Las zonas 4-5 (de residencia mixta) y las zonas 6-7 (de residencia de temporada), conforman la categoría de residencia no habitual.

La falta de uniformidad en la distribución de la población es un claro ejemplo de una *ciudad con gran desarrollo turístico en la temporada*, es por ello que el criterio de selección de viviendas no puede ser aplicado a ningún otro aglomerado en estudio.

ZONA	%VIV.DESOC	RADIOS	VIVIENDAS
1	0 - 9,9%	184	83.144
2	10 - 19,9%	98	39.465
3	20 - 29,9%	41	17.419
4	30 - 49,9%	52	22.764
5	50 - 69,9%	72	35.125
6	70 - 79,9%	48	27.213
7	80 Y +	43	26.844
TOTAL		538	251.704

En el informe elaborado por el INDEC sobre “Propuesta para los tamaños de muestra de los aglomerados, que forman parte del programa EPH según la cantidad de viviendas en el Censo 1991”, se propone para todas las ciudades que tuvieran entre 80.000 y 300.000 viviendas una muestra igual a $n=800$, a través de la selección con métodos aleatorios de 80 U.P.E.S., con un promedio de 10 viviendas por radio.

Para la selección de la muestra a cada UPE se le adjudicó una probabilidad de salir seleccionada, igual a la “medida del tamaño”, entendiendo como tal a la cantidad de viviendas ocupadas según el censo 91. Una vez que fueron asignadas todas las probabilidades se ordenaron dentro de cada estrato según una serpentina geográfica para controlar su dispersión y se seleccionaron las que integrarían la muestra con probabilidad proporcional al tamaño.

Una vez determinado el tamaño muestral y hecha la zonificación según porcentaje de viviendas desocupadas por radio, a las zonas de residencia no habitual (mixta y temporada), se les asignó una participación inversamente proporcional al porcentaje de desocupación. De ello resulta:

ZONA	n	UPES SELECCIONADAS	CARÁCTER
1 2 3	640	64	Residencia habitual (A)
4 5 6 y 7	160	8 5 3	Residencia mixta (B) Residencia mixta (C) Temporada (D)
TOTAL	800	80	

Por otra parte, se realizó una estratificación socioeconómica de los mismos, utilizando dos variables: a) J-PINAP: porcentaje de jefes de hogar sin instrucción o con primario incompleto y b) J-UCP: jefes de hogar con estudios universitarios o superiores completos, quedando conformado el aglomerado de la siguiente forma:

ESTRATO 1: JPINAP < 10% y JUCP >15%	4 RADIOS
ESTRATO 2: JPINAP < 10% y JUCP <15%	16 RADIOS
ESTRATO 3: 10% < JPINAP < 20% y JUCP < 15%	25 RADIOS
ESTRATO 4: 20% < JPINAP < 30% y JUCP < 15%	22 RADIOS
ESTRATO 5: 30% < JPINAP < 40% y JUCP < 15%	10 RADIOS
ESTRATO 6: JPINAP > 40% y JUCP < 15%	3 RADIOS

Luego de ser seleccionadas las áreas, se recorrieron las mismas registrándose todas las viviendas existentes. Una vez confeccionados los listados de viviendas, se determinó para cada área un intervalo de selección y un arranque aleatorio, quedando finalmente conformada la muestra con 822 viviendas.

Con el objeto de evaluar la calidad del listado de viviendas, se llevó a cabo un trabajo de supervisión aleatoria (S.A.L.), consistente en verificar el mismo por medio de una muestra de las U.P.E.S. ya seleccionadas, observando si las viviendas fueron correctamente listadas. Luego se calculó el porcentaje de error ya que en función del resultado se aprueba o no la utilización de dicho listado para la implementación de la EPH en el aglomerado. Siendo el margen de error aceptable 5% y habiendo alcanzado en el caso particular del aglomerado Mar del Plata - Batán el 1,7% se aprobó su utilización.