

**Universidad de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Económicas**

**Especialización en Gestión de PyMES**

**Modulo: Integración y Tesina**

CATALOGADO

**TESINA:**

***MICROEMPRESAS: Exploración de los aspectos  
asociados a su creación en el ámbito de la Ciudad de  
Buenos Aires***

**Alumna: Viera, Carmen Graciela**

**Tutores: Prof. Adriana Fassio - Prof. Angel de Mendonça**

TOP  
G.3344,5  
V3  
Trab. Pasan

**Diciembre 2009**

## INDICE

### Capítulo 1

<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
1.1 Introducción	3
1.2 Metodología	5

### Capítulo 2

<b>2. Marco teórico</b>	<b>8</b>
2.1 Introducción	8
2.2 Los aportes en el campo de la economía	8
2.3 Los aportes en el campo de la Psicología	9
2.4 Otros aportes y perspectivas	11
2.5 Los aportes en el campo de la Sociología	14
2.6 Definición del campo de la Administración	16
2.7 Enfoques Integrales	17
2.8 El desarrollo emprendedor, la creación de empresas y los enfoques comentados	20
2.9 Emprendedor	24
2.10 Microempresa	26

### Capítulo 3

<b>3. Políticas de desarrollo emprendedor</b>	<b>29</b>
3.1 Políticas Internacionales	29
3.2 Políticas en América Latina	33

### Capítulo 4

<b>4. Desarrollo emprendedor en Argentina</b>	<b>35</b>
4.1 Introducción	35
4.2 Legislación Nacional	35
4.3 Instituciones argentinas de desarrollo emprendedor	38
4.4 Nivel de actividad emprendedora en Argentina	41

### Capítulo 5

<b>5. Revisión y análisis de la encuesta</b>	<b>44</b>
5.1 Introducción	44
5.2 Conformación de la muestra	44
5.3 Resultados de la encuesta	45
5.4 Factores que influyen ...	47
5.5 Resultados y enfoques teóricos	49
5.6 Conclusiones de de la revisión	53

## **Capitulo 6**

<b>6. Desarrollo Emprendedor en la Ciudad de Buenos Aires</b>	55
6.1 Introducción	55
6.2 Legislación	55
6.3 Programas del Gobierno	56
6.4 Resultados y actividades	62

## **Capitulo 7**

<b>Conclusiones Finales</b>	63
-----------------------------	----

<b>Bibliografía</b>	65
---------------------	----

<b>Anexos Encuesta</b>	70
------------------------	----

# CAPITULO 1

## 1. INTRODUCCION

### 1.1 Introducción

En los últimos años se ha manifestado un interés creciente por la actividad emprendedora tanto de parte de gobiernos como de instituciones académicas. Esta atención a **la capacidad de los individuos para crear empresas** se viene dando tanto en la orbita de los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), como en los países en desarrollo. Su contribución al rejuvenecimiento del tejido socio-productivo, a actividades de innovación y a la generación de nuevos puestos de trabajo, hacen que el nacimiento empresas sea de gran importancia para el funcionamiento de la economía de mercado, dando como resultado un uso más eficiente de los recursos y un mayor crecimiento económico.<sup>1</sup>

El punto de partida del proceso de creación de una empresa, es la existencia de un individuo o grupo de individuos que en una primera instancia combinan 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. ***En el pasaje de la idea a la acción, los emprendedores en la etapa de gestación de su empresa transitan un complejo camino en el que deberán considerar múltiples situaciones***, evaluando, seleccionando y *gestionando distintos factores*, en la medida de sus posibilidades, en función de su idea de negocio y *en el marco de un entorno socio-económico e institucional*.

---

<sup>1</sup> Datos del Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). Departamento de Desarrollo Sostenible. División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa Informe anual sobre el desarrollo de la microempresa. Washington, D.C.

Respecto de los enfoques de pensamiento sobre el proceso de gestación de empresas, existen diversa orientaciones y han evolucionado desde los centrados en los atributos del emprendedor hacia otros que se centran en el *proceso de nacimiento de empresas como un fenómeno más complejo y en el cual intervienen e interactúan factores sociales, culturales y económicos.*

Para este trabajo se revisaron las distintas orientaciones teóricas sobre el tema que fueron relevadas de diversos trabajos de investigación sobre el proceso de creación de empresas. En su mayoría estas investigaciones fueron desarrolladas principalmente en Europa y Estado Unidos. A su vez se realizó una encuesta a microemprendedores (ver apartado metodología) a efectos de explorar acerca de los factores que influyen en el nacimiento de microempresas en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires. De este modo, los resultados de la indagación permiten reconocer en una fase exploratoria, algunas inferencias sobre la incidencia de los factores clave considerados en la revisión teórica que favorecen o perjudican el desarrollo de la actividad emprendedora en la Ciudad de Buenos Aires.

### **Objetivos:**

Reconocer los principales factores que influyen el proceso de creación de microempresas en la Ciudad de Buenos Aires.

Analizar si las descripciones que hacen los enfoques mas recientes para explicar el fenómeno de creación de empresas se aplican al caso de las microempresas en la Ciudad de Buenos Aires.

### **Hipótesis**

Las descripciones que hacen los enfoques mas recientes para explicar el fenómeno de creación de empresas, se aplican al caso de creación de microempresas en la ciudad de Buenos Aires. (El trabajo es exploratorio)

## **1.2 Metodología**

Se realizó una encuesta, para la cual se tomó como fuente El Catalogo de Empresas de Buenos Aires Emprende 2008 (es una iniciativa impulsada por la Subsecretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires). De este Catálogo se tomaron los proyectos de emprendedores seleccionados que suman un total de 52 empresas. La característica que distingue a las empresas encuestadas se refiere al tamaño promedio de las mismas. Para la muestra se adoptó el criterio de clasificación basado en la cantidad de ocupados. Las microempresas para esta selección fueron definidas como aquellas de hasta 5 empleados El objetivo logrado fue una respuesta a la encuesta de 17 casos.

**UNIDAD DE ANÁLISIS : Proceso de creación de microempresas.**

<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>CATEGORÍAS</b>
<b>EMPRENDEDOR</b>	Motivación	Hechos que provocaron el inicio de la actividad empresarial.	1. necesidad de independizarse 2. Ganar status 3. Inseguridad laboral 4. Desempleo
	Formación	Nivel educativo formal	1. Primaria 2. Secundaria 3. Terciario 4. Universitario
	Cursos de Capacitación	Instrucción a través de cursos de capacitación	SI/NO
	Antecedentes laborales	Experiencia Laboral vinculada Al emprendimiento	Sin experiencia Baja Media Alta
	Recursos Financieros	Disponibilidad de recursos para el inicio del proyecto	Si No

<b>ENTORNO SOCULTURAL</b>	Cultura empresarial del medio	Estímulos del ambiente que puedan actuar alentando las acciones Del emprendedor	Si No
	Modelo de fliares y amigos.	Personas cercanas al Emprendedor con experiencia empresarial	Si/Quien No
<b>ENTORNO INSTITUCIONAL Y ECONOMICO</b>	Apoyo del Gobierno de la Ciudad	Consideración sobre la existencia de apoyo a creación de empresas	Si No
	Apoyo de otras Instituciones	Consideración sobre la existencia de otras Entidades de apoyo.	Si No
	Asesoramiento Profesional	Consideración sobre la disponibilidad de Asesoramiento para el Armado de su negocio	Si No
	Recursos Financieros	Grado de dificultad Para financiarse	Si No
	Otros Recursos	Acceso a materias primas, mano De obra, proveedores, etc.	Si/Cual No
	Situación de La Economía	Visión del emprendedor sobre la situación económica actual y futura	Positiva Negativa

## **CAPITULO 2**

### **2. MARCO TEORICO:**

#### **2.1 Introducción**

Existe una abundante bibliografía de origen estadounidense y europeo que intenta explicar el fenómeno de creación de empresas. Aunque muchos de los autores de esta bibliografía, destacan que la conceptualización del emprendedor y del proceso emprendedor es todavía un área de investigación en formación, donde no existen ni teorías ni definiciones generales y donde intervienen aportes de varias disciplinas científicas. Algunas definiciones se focalizan en la persona, otras en su comportamiento, y otras en el carácter innovativo de los negocios que llevan adelante.

En este capítulo se presentan, los principales enfoques sobre la conceptualización del emprendedor y del proceso emprendedor y su evolución en el tiempo. Esta revisión resulta necesaria para los objetivos de este trabajo.

La información bibliográfica de origen externo ha sido relevada de diversos trabajos presentados en Argentina acerca del proceso de gestación de empresas, los cuales se citan en el trabajo y en el apartado fuentes consultadas. Además se utilizó el enfoque del contexto empresarial de Henry Mintzberg y del empresario innovador de Peter Drucker.

#### **2.2 Los aportes en el campo de la economía**

Drucker (1994) sostiene que dentro de la teoría económica quizás una de las principales escuelas de pensamiento que aportó elementos para definir cuál es

el rol de los emprendedores en la economía fue la escuela austriaca, principalmente a partir de los escritos de Joseph Schumpeter y de Israel Kirzner.

Ambos autores, caracterizan al emprendedor como un sujeto proactivo destacando su rol clave en el proceso por el cual el mercado se ajusta a los desequilibrios.

Sin embargo, Mintzberg (1999) indica, que quien por primera vez, introdujo al empresario en un lugar prominente dentro del pensamiento económico fue Joseph Schumpeter en el año 1961. Es quien reconoce el papel de la creación de empresas como motor de la innovación y el desarrollo económico. Para este autor, se deja de desempeñar una función empresarial, en el mismo instante en que se deja de innovar y define al empresario como aquel concibe la idea de negocio. Es decir, el empresario no es siempre quien aporta el capital inicial o inventa un nuevo producto, sino el que concibe la idea para iniciar el desarrollo de una nueva empresa. Comienza a partir de entonces a desarrollarse un conjunto de conocimientos agrupados bajo la denominación de Entrepreneurship (empresarialidad) que, incluye distintos tipos de enfoques e investigaciones sobre la temática.

### **2.3 Los aportes en el campo de la Psicología. La visión centrada en los atributos personales y la conducta**

Este enfoque, fue desarrollado con los aportes de la corriente psicológica que se dedicó al tema de los emprendedores. Los psicólogos en este campo, se concentraron en la existencia de diferentes rasgos y características personales entre los emprendedores, que los diferencian de aquellos que trabajaban en relación de dependencia. La unidad de análisis en este enfoque es el emprendedor y constituye la base del llamado enfoque de los atributos personales.

Uno de los referentes más importante citado por Mintzberg (1999) de este enfoque es David McClelland. Según este psicólogo, la motivación fundamental del empresario es la necesidad de logro, dando lugar al inicio de una larga cadena de estudios en esta línea. McClelland concluye que las personas con un nivel “alto” de esta motivación (necesidad de logro) son aquellos que trabajan más duro, aprenden más rápido y hacen lo mejor en su trabajo sin tener en cuenta otros incentivos especiales que se puedan establecer, como premios, ascensos y promociones, etc. Estos individuos, sostiene, serán los emprendedores. Los otros dos factores que destaca McClelland son la necesidad de poder – es decir de poseer los medios para influenciar el comportamiento de los otros – y la necesidad de afiliación– es decir, de establecer lazos de relaciones con otros.

Siguiendo las ideas de McClelland, los aportes más contemporáneos y sofisticados de este enfoque se han concentrado en identificar qué otros atributos de la personalidad caracterizan a las personas emprendedoras. Entre estos atributos se pueden destacar la necesidad de independencia, la gran necesidad de control, de logro, la tolerancia de la ambigüedad, la creatividad, la orientación al trabajo duro, confianza en si mismo, moderación en el riesgo, capacidad para establecer metas y disposición para resolución de problemas, entre otros.

Kantis, H., Angelelli, P., Gatto, F. (2001), sostienen que, una de las críticas más citadas a este enfoque es la que realizara W. Gartner. Según este autor, este enfoque (centrado en los atributos personales) no permite una clara definición del emprendedor ni ayuda al entendimiento de este fenómeno. Contrariamente, sostiene que un emprendedor se reconoce no por sus características personales sino por lo que hace y motiva, y lo que constituye su esencia es crear nuevas organizaciones. Entonces de acuerdo a esta postura, si se quiere fomentar el surgimiento de nuevas empresas y emprendedores, lo importante es analizar cuál es el proceso a través del cuál pasan los emprendedores hasta la creación de una nueva empresa. Aspectos que se trataran el siguiente apartado.

## **2.4 Otros aportes y perspectivas del emprendedor y del proceso emprendedor.**

El pensamiento sobre el proceso de creación de empresas fue evolucionando entonces, desde los enfoques centrados en los atributos de la personalidad del empresario hacia otros que se centran en el *proceso de nacimiento* de empresas como un fenómeno más complejo. Estos *enfoques orientados hacia el proceso y el contexto* buscaron una comprensión más profunda y amplia de la empresariedad.

En este apartado, se exponen los enfoques que implican la inclusión de mayor cantidad de variables para el análisis del proceso de creación de empresas y por ello son más complejos.

Como se mencionara en el apartado anterior, W. Gartner, fue uno de los primeros críticos al enfoque centrado en los atributos de personalidad del emprendedor para conceptualizar el proceso de creación de empresas. Desde su orientación, Gartner diferencia a los empresarios de los no empresarios sosteniendo que los primeros crean empresas, mientras que los segundos no lo hacen. Según este autor, el enfoque que debe utilizarse para el estudio del entrepreneurship debe centrarse en las *actividades asociadas al proceso de creación*, en oposición a quienes se centran en las características personales. Según Gartner el foco del estudio debiera entonces incluir las siguientes dimensiones:

- El/los *individuos* involucrados en la creación,
- Las *actividades* desarrolladas por esos individuos durante el proceso,
- La *estructura organizacional* y estrategia resultante,
- El *ambiente* en que se desarrolla.

El planteo de este enfoque es realista, pero sin embargo no establece un orden o secuencia en el que las diferentes acciones se llevan adelante en el camino hacia la nueva empresa.

Según Kantis y otros (2001), otro de los primeros aportes en esta línea es el de los autores Gibb y Ritchie, quienes plantearon que la empresarialidad, más que un hecho originado por los atributos personales del emprendedor, es un hecho cuyo origen se puede encontrar en el contexto sociocultural en el que se desempeña el emprendedor. La crítica hacia la mirada centrada en el emprendedor, es porque según estos autores, no reconoce ese enfoque, el contexto social donde se determinan las ideas de negocio. En el contexto sociocultural, aportan, se encuentran una amplia gama de influencias tales como: la clase social, el origen familiar, la educación, el perfil ocupacional, el estilo de vida, la experiencia laboral y el reconocimiento social, hacia el emprendedor.

En este marco y en términos generales el proceso emprendedor definido por Gibb y Ritchie, parte de la adquisición de la motivación para emprender, luego pasa a la búsqueda de una idea, la cual luego de ser evaluada, genera un movimiento de recursos que llevan a que se constituya un nuevo microemprendimiento.

Según su investigación, estos autores plantean que el surgimiento y desarrollo exitoso de una empresa es el resultado de cuatro factores claves:

- a) *La idea en si misma,*
- b) *la disponibilidad y obtención de recursos,*
- c) *la habilidad del empresario y sus asociados y*
- d) *el nivel de motivación y compromiso.*

La importancia de estos factores claves sobre el éxito y el tiempo insumido en alcanzarlo diferirá con las circunstancias. Por ejemplo, la influencia de la tecnología y el tamaño potencial del mercado harán más complejo el ingreso al mismo. Lo anterior tiene además implicancias sobre las **necesidades de**

**recursos.** Los recursos que el potencial empresario tiene para el proyecto también varían considerablemente, así como las **necesidades de apoyo externo** dependiendo de la escala y naturaleza del negocio con relación a los recursos personales y el grado en que sus **habilidades** pueden ser aplicadas a la empresa. En tal sentido sugieren, que será necesario que quienes se encuentran ligados a la creación de empresas desde **la política pública** sean capaces de identificar en que etapa del proceso se encuentra cada emprendedor, de manera de poder ajustar su asistencia a las necesidades de esa etapa.

Sostienen Kantis H., Masahiko I., Masahiko K. (2002) que otro aporte en la misma línea de pensamiento que el anterior es el de A. Shapero. Para este autor la *formación de empresas es un evento contextual*, resultado de la influencia de .....*factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos*. Conceptualiza el “evento empresarial” y lo explica a partir de un modelo que presenta tres condiciones necesarias, pero no suficientes, para que un evento empresarial ocurra:

a) *“Factores de desplazamiento”*, es decir aquellos que llevan a una persona a romper con su trayectoria de vida previa y a inclinarse por la carrera empresarial. Los factores que provocan estos cambios de situación pueden dividirse en positivos (ej.: necesidad de logro) o negativos (ej.: desempleo).

b) *Disposición a actuar/credibilidad*. La educación y los antecedentes laborales del individuo constituyen dos elementos de relevancia para explicar la disposición a actuar

c) *Disponibilidad de recursos*. Para concretar la creación de la firma, el emprendedor debe tener u obtener recursos (infraestructura básica, la disponibilidad de mano de obra calificada, capacitación, equipos e instalaciones, servicios profesionales, equipamiento, financiamiento, instalaciones, materia prima, etc.)

En resumen, este enfoque sostiene que el proceso de creación de una empresa es un evento, que dependerá, de las percepciones de los individuos sobre la deseabilidad y viabilidad de llevar adelante la creación y desarrollo de un emprendimiento. Esas percepciones estarán influenciadas por los antecedentes culturales, la familia, los pares, la educación y la experiencia laboral previa del emprendedor.

Esta forma de definir el proceso de creación de una empresa, permitiría identificar algunos aspectos (educación para emprender; comunicación y formación para el emprendedorismo, incubadoras de nuevas empresas, etc.) susceptibles de ser impulsados desde la política pública y que podrían ayudar a incrementar la tasa de nacimientos de nuevas empresas.

Por último para Buame el surgimiento y desarrollo de empresas es un fenómeno complejo y multidimensional. En consecuencia, su análisis requiere incluir a *los principales factores sociales, culturales, institucionales y económicos que definen la arena en la que nacen las empresas.*

## **2.5 Los aportes en el campo de la Sociología**

Además, de los enfoques orientados hacia el proceso y el contexto que buscan una comprensión más profunda y amplia de la empresarialidad. Los aportes de la sociología en este campo, colaboraron para definir las características de los grupos sociales desde los cuales emergen y en los cuáles actúan los emprendedores.

Glancey, K. y McQuaid, R. (2000), sostienen que uno de los aportes más reconocidos que se dio desde la sociología, es la explicación del nacimiento de nuevos emprendedores que se relaciona con grupos sociales que se encuentran por fuera del núcleo de la sociedad (marginados). Esta emergencia emprendedora

pudo ser observada por algunos sociólogos, con frecuencia entre los inmigrantes (la mayoría de los argentinos provenimos de familias de inmigrantes y en general todos tenemos en nuestras familias algún antepasado emprendedor) . La situación de marginación funciona según los aportes de la sociología, como un factor de fuerte motivación que lleva a los individuos a iniciar ciertas actividades (actividad emprendedora) que contribuyen al logro del reconocimiento dentro de su grupo de referencia. Estos autores también señalan, que este planteo no sólo se aplica a grupos inmigrantes, sino que también puede explicar algunos comportamientos de aquellos que se sienten frustrados o insatisfechos con sus actuales empleos en relación de dependencia.

Para Etzioni (1987), otro análisis desde el enfoque de la sociología, pone el acento en la contribución que tiene el desarrollo emprendedor en la sociedad en un sentido amplio.. Según este autor, una de las funciones sociales que tienen los emprendedores es la de encontrar e introducir nuevas formas de hacer negocios (concepto que se podría asemejar a la introducción de innovaciones de Schumpeter). Respecto de cómo promover la aparición de más emprendedores, Etzioni (1987) señala que cuanto más elevado es el nivel de legitimación (reconocimiento) social del emprendedor, mayor será el esfuerzo del sistema educativo en formar y entrenar emprendedores, mayor será la consideración que éstos reciban de parte de la política, y mayor será la recompensa (retribución) que esta actividad genere a la economía.

En el sentido que tiene la contribución del desarrollo emprendedor en la sociedad , la perspectiva sociológica aporta dos elementos relevantes para el diseño de políticas. Primero, la importancia de contemplar la presencia de grupos minoritarios o marginados como semillero de individuos con posibilidades de emprender y el segundo elemento es la necesidad de impulsar el reconocimiento social de la actividad emprendedora, como factor de motivación de nuevas vocaciones emprendedoras. En este sentido, el sistema educativo, la familia y los medios de comunicación social podrían posibilitar la transmisión de el valor de emprender.

## **2.6 Definición de grandes autores del campo de la administración**

Mintzberg (1999) desde su enfoque de la escuela empresarial sostiene que: la condición empresarial se basa en las decisiones, visiones e intuiciones de uno o más individuos. En este sentido, aporta, se hace evidente la necesidad de estudiar los rasgos de los empresarios de éxito. Entre estos rasgos atribuidos a la personalidad empresarial se destacan: la gran necesidad de independencia, control, logro y una tendencia a aceptar riesgos moderados. La personalidad emprendedora tiende a preguntarse ¿Dónde esta la oportunidad? ¿Cómo puedo capitalizarla? ¿Qué recursos necesito para desarrollarla?. Además el individuo emprendedor pasa rápidamente de identificar la oportunidad a procurar aprovecharla.

Por otra parte, este autor señala que, los objetivos de la organización no son mas que la extensión de los del empresario, la meta dominante de la organización que opera en modo empresarial parecería ser el crecimiento, la manifestación más tangible de logro.

Para Drucker (1994), no toda nueva empresa pequeña representa un ejemplo de cumplimiento de la función empresarial. Por ejemplo, argumenta, un matrimonio que abre una casa de tortas en su barrio corre sin lugar a dudas un riesgo, pero cabe preguntarse si son empresarios. Aspiran a tener muchos clientes que consuman sus tortas, pero no crean una demanda nueva del consumidor. O sea no modifican nada. En este sentido, no serian entonces empresarios a pesar de que hayan creado un nuevo negocio. Por el contrario, Drucker sostiene desde su enfoque del empresario innovador, que los emprendedores ven el cambio como la norma y muchas veces son ellos mismos quienes lo ocasionan. Son creadores, hacedores, y eso es lo que define al emprendedor y empresario innovador. El emprendedor siempre perseguirá el cambio, dará una respuesta adecuada a una

necesidad y la explotara como una fuente de oportunidades. Finalmente aporta que todos los generadores de grandes empresas tenían una idea definida, una clara “teoría de empresa” que proporcionaba información de sus acciones y decisiones.

## **2.7 Enfoques integrales**

En los últimos años el interés de distintas disciplinas científicas (enfoque interdisciplinario) en el tema emprendedor fue ganando nuevos espacios.

Surgieron así, nuevas líneas de investigación orientadas a identificar los siguientes destacados aspectos:

- Factores determinantes del desarrollo del nacimiento de nuevos emprendedores
- Los aspectos que permitan fomentar el proceso de creación de nuevos emprendedores
- El desarrollo de proyectos con menor probabilidad de fracaso

En este contexto, en 1999 se lanza el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mide las actividades emprendedoras en distintos países desde 1997. Desde fines de 1999, la Argentina fue incorporada en este estudio a través del Centro de Entrepreneurship del IAE, la Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral, que llevó adelante la investigación en el país a lo largo de los últimos nueve años. Para el informe 2008 fueron evaluados 43 países<sup>2</sup>. (Se ampliará en el capítulo Desarrollo Emprendedor en Argentina)

El **modelo conceptual del GEM** considera en parte, que *el mundo de las nuevas empresas está determinado en general por el contexto cultural, social y político, y en particular, por las condiciones del ambiente emprendedor*

---

<sup>2</sup> Datos de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) . Reporte ejecutivo 2008. Argentina: Principales Resultados - Centro de Entrepreneurship IAE - Escuela de Dirección y Negocios Universidad Austral

(financiamiento, políticas, programas de capacitación, infraestructura y acceso a mercados, entre otros). Estas condiciones delinearían la capacidad potencial de un país. La realización de ese potencial dependerá por un lado de la existencia e identificación de oportunidades y, por otro, de la capacidad de los potenciales emprendedores para explotar esas oportunidades que dependerán de sus capacidades (habilidades y motivaciones).

En cuanto a las definiciones **de emprendedor y empresario**, el GEM adopta una visión similar a la de Gartner<sup>3</sup>: considera al emprendedor naciente, como aquella persona adulta que haya realizado alguna acción orientada a la creación de una nueva empresa y diferencia a los empresarios de los no empresarios sosteniendo que los primeros crean empresas. Según este autor, el enfoque que debe utilizarse para el estudio del entrepreneurship debe centrarse en las *actividades asociadas al proceso de creación*, en oposición a quienes se centran en las características personales.

Federico J. (2006) señala que en línea con un enfoque integral como el del GEM, otros enfoques indican que el nivel de actividad emprendedora de un país variará en tiempo y espacio y estará determinado por un conjunto de variables sociales, culturales y económicas y que se tipifican en los siguientes factores:

- Contexto cultural, social y político
- Condiciones generales de la economía
- Crecimiento económico
- Empresas existentes (Grandes y PyMEs)
- Condiciones del ambiente emprendedor
- Oportunidades para emprender
- Capacidades emprendedoras

---

<sup>3</sup> El enfoque de este autor fue incluido en el Punto 2.4 página 11 anteúltimo párrafo.

Entre estos enfoques se destaca un grupo de investigadores del Tinbergen Institute y la Universidad de Róterdam. El planteo central de este enfoque integrador, puede sintetizarse de la siguiente forma. Los distintos determinantes de la creación de nuevas empresas pueden dividirse en factores que tienen que ver, por un lado con la oferta de emprendedores. Dicha oferta estará determinada fundamentalmente por las características de la población (composición demográfica, nivel educativo, nivel de ingreso, ocupación, etc.). Por otro lado, la demanda de emprendedores, estará representada por la existencia de oportunidades para emprender. Sin embargo, la existencia de oportunidades, si bien pareciera ser una condición necesaria para emprender, no es suficiente para asegurar una alta tasa de empresarialidad. También propone este enfoque, será necesario contar con emprendedores motivados y capaces de aprovechar las oportunidades y con decisión para emprender. En esta decisión final, entran en juego los aspectos personales, en especial la posición respecto del el riesgo (conservadora, moderada o agresiva) y cuanto se valora la opción de emprender, frente a otras posibles como trabajar en relación de dependencia.

La decisión final de emprender se concretará entonces, en la creación de una nueva empresa, la cual, será parte de la tasa de empresarialidad. Como se viene observando, los factores causantes de la tasas de empresarialidad, son múltiples y esto hace a la complejidad de estos enfoques. Entre estos factores, además de las ya mencionados más arriba, se destacan variables culturales e institucionales, tales como las regulaciones y trámites para iniciar una empresa y los sistemas de incentivos.

Finalmente el grupo de investigadores del Tinbergen Institute y la Universidad de Róterdam, destaca que la existencia de una brecha entre una tasa de empresarialidad considerada óptima para un país o región y la tasa real de empresarialidad, define un espacio para la potencial intervención del gobierno para alcanzar tasas óptimas de empresarialidad de acuerdo al marco institucional y estructural del país o región. Y en el sentido de la potencial intervención del

gobierno/os para fomentar la empresarialidad en su/s economías, se señalaron cinco tipos (o áreas) de políticas:

- Políticas orientadas a influenciar el número y el tipo de oportunidades.
- Políticas orientadas a promover la aparición de un mayor número de posibles emprendedores
- Políticas tendientes a facilitar el acceso a recursos financieros, desarrollar capacidades, habilidades y competencias emprendedoras así como influir sobre las preferencias, actitudes y valores de la población.
- Políticas dirigidas a influir las características del proceso de decisión individual.

En resumen, la cualidad a destacar de los enfoques integrales, es poder contar con un marco conceptual ecléctico. *Esto permite a los efectos de los objetivos de este trabajo, distinguir los distintos factores determinantes de la tasa de creación de empresas de un país o región.* Desde una perspectiva que incluye variables sociales, culturales, institucionales y económicas, como así también, los aspectos relacionados al emprendedor (motivaciones, capacidades, habilidades). Por otra parte, el reconocimiento de estos factores y su grado de desarrollo, permite explicar el fenómeno de creación de empresas.

## **2.8 El desarrollo emprendedor, la creación de empresas y los enfoques comentados.**

Los enfoques desarrollados en los apartados anteriores sobre la conceptualización del emprendedor y del proceso emprendedor, permitieron observar distintas perspectivas acerca del proceso de creación de empresas.

De estas observaciones, surge que, el sistema de **desarrollo emprendedor,** puede ser definido entonces, como el conjunto de elementos y factores que influyen sobre el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas.

En esta definición de sistema de desarrollo emprendedor, podemos observar que los **enfoques integradores** vistos en el apartado anterior, contribuyen a entender los determinantes del proceso emprendedor de una manera más integral. A su vez, desde el punto de vista de este trabajo, esta conceptualización *destaca las diferentes áreas sobre las cuales explicar el proceso de creación de empresas.*

Recordemos que **el proceso de creación de empresas** tiene como punto de partida una “**idea**” o la identificación de una **oportunidad de negocio**. En este sentido el proceso de creación se inicia mucho antes que una empresa se ponga en funcionamiento, éste comienza con la concepción de la idea. La “**concepción**” se inicia cuando un individuo adulto (o grupo de ellos) 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. La etapa de “**gestación**” se inicia cuando el individuo o grupo de individuos involucrados en la nueva idea realizan acciones concretas para llevarla adelante. En la etapa de gestación **el emprendedor** validará su idea, haciendo uso de sus *capacidades y habilidades* para desarrollar la estructura de la empresa y conseguir los *recursos necesarios* para concretar su idea de negocio. El resultado puede ser el **lanzamiento** exitoso de la nueva empresa, o el fracaso en la implementación de la idea empresarial. El lanzamiento de la empresa (la decisión final de emprendedor y el acceso / organización de los recursos) es lo que pone en marcha a una nueva empresa.

Por otra parte, para entender como se desarrollan las primeras fases del nacimiento de una empresa y de acuerdo a la conceptualización de los enfoques integradores, es indispensable identificar los distintos **factores que permiten la concreción de la idea empresarial**. Estos como ya hemos referenciado en este trabajo, están relacionados con las **características del emprendedor** y con el **entorno** sociocultural e institucional y económico donde se implementa el nuevo

proyecto empresarial, como generadores de oportunidades y apoyo a lo largo del proceso de creación.

Los **factores** que se han relevado en la revisión teórica como **influyentes del proceso emprendedor y sus etapas** son los siguientes: <sup>4</sup>

- **Competencias emprendedoras (atributos personales).** Esta categoría se refiere a la disponibilidad de competencias para emprender en la población (propensión a asumir riesgos, tolerancia al trabajo duro, búsqueda de lucro, capacidad de control, capacidad de organización, flexibilidad, vitalidad, habilidades sociales). Por definición, las competencias para emprender, inciden sobre el proceso emprendedor. Este factor está influido a su vez por otros factores tales como la cultura y el sistema educativo, por ejemplo, o el perfil de las mismas empresas, cuyas características inciden en la formación de vocaciones y competencias para emprender.
- **Ambiente cultural y sistema educativo.** La cultura es el conjunto de normas, valores y creencias de una sociedad. Aspectos tales como la valoración social del emprendedor y las actitudes frente al riesgo de fracasar entre otros, constituyen factores culturales que inciden sobre la formación de vocaciones para emprender. Por otra parte, el sistema educativo (en sus diferentes niveles) influye sobre la cultura y sobre la formación de vocaciones y competencias para emprender de la población.
- **Estructura del sistema productivo.** La estructura productiva, su perfil sectorial, regional y el tamaño de las empresas, inciden sobre la experiencia laboral de las personas, su acceso al conocimiento técnico y a las redes de relaciones necesarias para el emprendimiento. A su vez, la concentración regional de la industria puede ser generadora de áreas con culturas más proclives a la creación de empresas. Por último, la tasa de crecimiento de los distintos sectores / mercados y la magnitud de las

---

<sup>4</sup> Estos factores están definidos en el modelo detallado del proceso emprendedor y el crecimiento económico del Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

barreras a la entrada<sup>5</sup> existentes, también influyen, principalmente en la cantidad y la calidad de las oportunidades para iniciar nuevas empresas y en la formación de competencias de los potenciales emprendedores.

- **Condiciones económicas generales:** Este factor agrupa aquellos aspectos vinculados con la estructura y dinámica económica que influyen sobre el proceso emprendedor. Incluye distintas variables macroeconómicas, tales como la tasa de crecimiento del PBI, los precios relativos o la tasa de inflación, que afectan, en particular, el espacio de oportunidades de negocios.
- **Factores regulatorios.** Esta categoría incluye el conjunto de normas y políticas públicas que inciden sobre el ambiente económico y, en particular, en la creación de empresas (impuestos, normativa de registración, de acceso a los mercados, etc.).
- **Condiciones de acceso a los recursos:** Influye sobre el acceso a los recursos financieros; la disponibilidad de trabajadores calificados; la oferta de servicios profesionales (contadores, consultores, etc.); el funcionamiento de los mercados de abastecimiento de materias primas y proveedores de materiales; las condiciones de la infraestructura, incluyendo la red vial, y el acceso a telecomunicaciones, etc. Un adecuado funcionamiento de estos mercados es muy importante tanto para el lanzamiento de la empresa como para el desarrollo temprano de la firma.
- **Redes.** La existencia de redes sociales, institucionales y de negocios puede mejorar el acceso a las oportunidades y a los recursos necesarios para emprender.

Los elementos expuestos mas arriba (etapas del proceso de creación de empresas y factores que inciden sobre las mismas) definen un sistema integrado que cuenta con entradas -inputs- ( recursos, ideas, información, etc.) y salidas -outputs- (la actividad emprendedora, un nuevo emprendedor o empresa). Así, es posible definir el **Desarrollo Emprendedor** como un **proceso** en el que

---

<sup>5</sup> Concepto desarrollado por Porter Michael (1999)

interactúan un conjunto de elementos y factores que contribuyen / obstaculizan el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas. El desarrollo emprendedor como proceso incluye también al conjunto de instituciones y organizaciones formales y a las políticas más directamente orientadas a promover el nacimiento y desarrollo temprano de emprendedores y de empresas.

Finalmente y luego de la revisión teórica realizada en este capítulo, se considera a los efectos de este trabajo que el **nacimiento de una empresa es un proceso complejo**, donde intervienen multiplicidad de factores. Estos factores claves que intervienen en el proceso de gestación de una empresa tienen que ver básicamente con:

- El emprendedor, (motivaciones, educación formal, capacidades, habilidades, experiencia)
- El entorno sociocultural (estímulos del ambiente, reconocimiento de la actividad emprendedora, entorno familiar y social)
- El entorno institucional y económico (Instituciones de apoyo, disponibilidad de asesoramiento y capacitación, acceso al financiamiento, acceso a otros recursos, evolución de la economía).
- Los recursos necesarios para iniciar la empresa. (están en relación a la disponibilidad por parte del emprendedor y a la circunstancia del entorno institucional y económico para conseguirlos).

## **2.9 Emprendedor:**

Para Mintzberg (1999), el término “entrepreneur” o persona o grupo que inicia una pequeña empresa, fue utilizado por primera vez por el economista francés J.B. Say en el año 1800. Pasaron más de 200 años y el concepto permanece y se potencia el desarrollo de la empresarialidad (proceso de creación de empresas) en el mundo.

Por otra parte, como se como se observo anteriormente, la naturaleza de los emprendedores ha sido estudiada desde diferentes perspectivas. Entre las investigaciones sobre la naturaleza del emprendedor sobresale la de Mc Clelland<sup>6</sup>. Recordamos que, de acuerdo a este autor, el emprendedor es motivado por la necesidad de logro (conseguir un resultado), necesidad de poder (influir sobre otros) y necesidad de afiliación (conseguir la estima de otros).

Además, otras investigaciones tienden a enumerar las características personales que comparten los emprendedores, tales como: están motivados por la necesidad de independencia y autonomía; el deseo de realización mas que de poder o reconocimiento; la confianza en si mismo, el optimismo y el riesgo calculado.

Desde otros ámbitos, incorporamos que en Estados Unidos, el entrepreneur se define como una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño. Para los alemanes es la persona que posee y maneja un negocio, lo que para nosotros sería el dueño-gerente o director de la empresa.

En Wikipedia encontramos la siguiente definición: “Se *denomina **emprendedor** o **emprendedora** a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa.*”

Finalmente, para este trabajo se adoptará una definición emprendedor de naturaleza operativa. Es así que se tomara como emprendedor, a toda aquella persona que es capaz de identificar una oportunidad de negocio (por oportunidad

---

<sup>6</sup> Este enfoque fue expuesto en punto 2.9 página 10 segundo párrafo.

o necesidad) movilizar y reunir recursos y traducir este esfuerzo en la creación de una nueva empresa.

## **2. 10 Microempresa**

Actualmente no hay consenso acerca del significado de Microempresa. Si bien todas las definiciones incorporan la idea de que se trata de unidades económicas de pequeña escala que incluyen procesos de producción, comercialización y/o servicios, cada una de ellas pone el acento en diferentes aristas del fenómeno.

Por otra parte, para definir a la microempresa desde el marco legal. en general se han basado en criterios cuantitativos, tales como número de empleados o valor de las ventas. Este tipo de definición no es uniforme entre los países de América Latina. Sin embargo el Observatorio PYME del Banco Interamericano de Desarrollo<sup>7</sup>, ha realizado un análisis para América Latina y señala que pesar de las dificultades de definición, la conclusión es que en la mayoría de los países la micro empresa tiene entre 1 y 10 personas.

Desde el punto de vista de la legislación existente en Argentina, la Resolución 675/02 de la Secretaria de la Pequeña y Mediana empresa y Desarrollo Regional. Establece que a los efectos dispuestos por el Art. 1 del Titulo 1 de la Ley 25300, en Argentina serán consideradas micro, pequeñas y medianas empresas aquellas que registren hasta ciertos valores máximos en ventas totales anuales expresados en pesos para los sectores Agropecuario, Industria y Minería, Comercio, Servicios y Construcción.

A continuación se exponen los valores indicados:

---

<sup>7</sup> [www.observatoriopyme.org.ar](http://www.observatoriopyme.org.ar)

## **CUADRO 1**

**Niveles máximos de valores de ventas totales anuales para saber en qué categoría se encuentra una empresa.**

<b>Tamaño / Sector</b>	<b>Agropecuario</b>	<b>Industria y Minería</b>	<b>Comercio</b>	<b>Servicios</b>	<b>Construcción</b>
Microempresa	\$ 456.000	\$ 1.250.000	\$ 1.850.000	\$ 467.500	\$ 480.000
Pequeña empresa	\$ 3.040.000	\$ 7.500.000	\$ 11.100.000	\$ 3.366.000	\$ 3.000.000
Mediana empresa	\$ 18.240.000	\$ 60.000.000	\$ 88.800.000	\$ 22.440.000	\$ 24.000.000

Fuente: <http://www.sepyme.gov.ar/web/>

Con respecto a la importancia de las Microempresas en la estructura empresarial comparada, un estudio recientemente realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (**CEPAL**) muestra a la microempresa como la unidad económica predominante en la estructura empresarial.

Se observa la participación de las Microempresas en varios países de Latinoamérica, en el siguiente cuadro:

## **CUADRO 2**

### **Participación de Microempresas en países de Latinoamérica**

<b>País</b>	<b>% de MICRO sobre MIPYMES</b>	<b>Parámetro</b>
Argentina	90,8%	(1 á 5 empleados)
Brasil	76,2%	(1 á 4 empleados)
México	97,0%	(1 á 10 empleados)
Perú	95,8%	(1 á 10 empleados)

A los efectos del desarrollo de este trabajo, se referencia **la microempresa**, desde el ángulo económico, enfocándola **desde su proceso de creación**. A la vez se ha tomado el número de empleados, para definir la muestra, porque es un dato disponible y la variable ventas acompaña como parámetro definido por la Resol. 675/02.

## CAPITULO 3

### 3. POLÍTICAS DE DESARROLLO EMPRENDEDOR

#### 3.1. Políticas a nivel internacional<sup>8</sup>

Los beneficios económicos y sociales asociados al nacimiento de las nuevas empresas, han motivado a muchos gobiernos, en particular de países desarrollados, a poner en marcha una amplia variedad de políticas e instrumentos de apoyo. A nivel internacional se llevan a cabo diversas iniciativas y programas orientados a fomentar el desarrollo emprendedor. A continuación se presenta una síntesis de las principales áreas de política en las cuales los gobiernos de distintos países vienen actuando para fortalecer los procesos de creación de empresas. El propósito de este apartado es poner en relieve la creciente atención prestada a este tipo de políticas y la diversidad de factores que tienen en cuenta los decisores de política.

**Estados Unidos:** cuenta con instrumentos orientados a la creación y desarrollo de nuevas empresas desde mediados de los '60s. La Small Business Administration (SBA) y la National Commission on Entrepreneurship (NCOE), son las principales agencias públicas en donde se ha concentra la asistencia técnica a la creación de nuevas empresas. Pero además ha impulsa el financiamiento de la inversión de riesgo a través de las Small Business Investment Companies (SBICs) y de la financiación de la innovación a través del Small Business Innovation Research Program (SBIR). **Canadá** fue el primero en adoptar una política deliberada de entrepreneurship a nivel nacional en 1988. Más recientemente, a mediados de la década pasada, países como **España, los Países Bajos, Escocia, Taiwán, Suiza y Finlandia**, entre otros, han destacado la importancia de

---

<sup>8</sup> Estos datos fueron tomados de diversas fuentes: Entre ellas: Agencia de Cooperación Internacional (JICA). (2003). Y Angeleli, Pablo. Llisterri, Juan. (2003)

las nuevas empresas en la generación de empleo estructural y el crecimiento económico. Esto ha llevado a plantear políticas orientadas a reducir las barreras a la creación de empresas, a reformar las leyes de quiebra, a impulsar una educación emprendedora en todos los niveles, y a mejorar la oferta de financiamiento para start-ups. Por su parte, el **gobierno japonés** a partir de la sanción de la nueva ley para la facilitación de la creación de nuevas empresas - en 1999 – ha incorporado la temática de la promoción de las nuevas empresas dentro de las agendas de políticas e incluso ha diseñado nuevos instrumentos para este segmento de empresas.

A lo largo del tiempo, las diferentes políticas de Entrepreneurship que se están ejecutando fueron evolucionando desde ser parte del conjunto de políticas orientadas a PyMEs hacia la existencia de programas y **políticas específicas para facilitar el proceso de creación de una nueva empresa**. A continuación se brinda una síntesis de las principales áreas de intervención:

**a) Políticas tendientes a la promoción del entrepreneurship entre la población:** En Estados Unidos la promoción de la cultura emprendedora persiste como un componente importante de la política. Hay numerosas revistas de entrepreneurship, programas de televisión y suplementos de diarios que llevan el mensaje emprendedor a millones de hogares. Taiwán y Canadá también usan una variedad de herramientas de promoción del entrepreneurship: programas de televisión, diarios, difusión de casos de emprendedores exitosos y eventos públicos. Algunos otros países organizan eventos tales como la *Small Business Week* (en Estados Unidos, Suecia o Canadá) o celebraciones de premiación y reconocimiento a emprendedores que luego sirven como modelos inspiradores de la población (Taiwán, Escocia). También con el avance de *Internet*, los gobiernos han desarrollado un amplio rango de portales y páginas web para proveer información y servicios para emprendedores y empresarios.

**b) La educación emprendedora:** La educación emprendedora tiende a ser integrada en la escuela en todos los niveles, desde la primaria hasta la universidad. En países como Australia, los Países Bajos, el Reino Unido, los Estados Unidos, Finlandia y Canadá, los Ministerios de Economía o Industria ya han hecho esfuerzos para introducir la formación de vocaciones y competencias emprendedoras a lo largo de los programas de estudio. En cuanto a las universidades, existe un importante consenso en que la educación emprendedora debe impartirse en todas las carreras / facultades, y no sólo en las escuelas de negocios. La incorporación de cursos de entrepreneurship en las universidades es un fenómeno que ha crecido significativamente en todo el mundo en los últimos 25 años, desde que los Estados Unidos iniciaron esta experiencia.

**c) Desarrollo de redes:** Algunos gobiernos tales como el de Taiwán o el de los Países Bajos han hecho de la promoción y desarrollo de redes empresariales un elemento muy importante de la política. En los Países Bajos el Ministerio de Economía adoptó una política para fomentar las redes para emprendedores orientados al crecimiento y en Ottawa, Canadá, el gobierno apoyó la creación de la red de emprendedores innovadores. . Otros ejemplos se focalizan en las redes de emprendedores jóvenes (Australia y Canadá), de emprendedores étnicos (EEUU, Países Bajos, Finlandia y Reino Unido) y de mujeres (EEUU y Canadá).

**d) Políticas tendientes a mejorar la infraestructura de apoyo:** Los gobiernos del Reino Unido, EEUU, Australia, Irlanda, los Países Bajos y Taiwán han lanzado *programas del mentoring* formales que buscan reunir emprendedores en busca de asistencia con empresarios experimentados dispuestos a donar parte de su tiempo para ayudar a otros. *Incubadoras:* El concepto de incubadora no es nuevo (las incubadoras han existido en EE.UU. durante décadas) pero las incubadoras actuales conectan a los emprendedores con un rico y profundo círculo de expertos - investigadores, expertos en tecnologías, capitalistas de riesgo, empresarios experimentados y grandes corporaciones. Los clientes tienen acceso a la información, asistencia técnica de consultoría, financiamiento,

facilidades para I&D y apoyo. Países como Taiwán, Australia, Japón, Irlanda o el Reino Unido han adoptado estrategias nacionales de incubación.

**e) Políticas orientadas a simplificar el marco regulatorio para las nuevas empresas:** Muchos países han llevado a cabo iniciativas para simplificar los trámites y requerimientos solicitados por el gobierno para la creación de una empresa (usando herramientas de comunicación electrónica, adoptando sistemas de “registro único”, racionalizando los requerimientos de reporte de los departamentos de gobierno separadamente) y en algunos casos han establecido oficinas únicas (España, Países Bajos y Finlandia). Otros han desarrollado sitios web con información sobre las regulaciones del gobierno y la forma en que deben completarse (Reino Unido). Además algunos países como el Reino Unido, los Países Bajos, Finlandia o España empezaron a desarrollar sistemas para disminuir las barreras administrativas (derivadas de la burocracia, los procesos de registro o el sistema impositivo).

**f) Políticas orientadas a grupos específicos (nichos):** Ejemplos de este tipo de políticas existen en los EEUU, Canadá, Australia, Suecia, Finlandia, los Países Bajos, el Reino Unido, España, Irlanda, Escocia y Taiwán. El grupo target que prevalece es el de los jóvenes, seguido por las mujeres, y en menor medida las minorías étnicas, inmigrantes, aborígenes o indios nativos y desempleados. Más recientemente, se comenzó a incluir como grupo target a los graduados, los investigadores y otros científicos en la convicción de que estos tienen un gran potencial para generar nuevas empresas basadas en la tecnología. Ejemplos de estos programas orientados a empresas basadas en el conocimiento se pueden encontrar en Irlanda, el Reino Unido, Escocia, Alemania y los Países Bajos. Gran Bretaña, Irlanda y los Países Bajos son particularmente activos en los esfuerzos por fomentar el nacimiento y desarrollo de nuevas empresas orientadas al crecimiento, focalizando en emprendedores tecnológicos de las universidades y laboratorios de investigación y desarrollo públicos a los que brindan formación, asistencia técnica, financiamiento e incubación. Taiwán e Irlanda tienen programas

para alentar a sus ciudadanos altamente calificados que residen en el extranjero a que regresen a crear una empresa en el país. El Reino Unido y Canadá tienen programas similares.

En resumen, la actuación de los gobiernos en el fomento de la creación de empresas ha tendido a crecer a nivel internacional en los últimos años, reconociendo su importante contribución al crecimiento económico. La tendencia es que, cada vez más, dejan de ser iniciativas ad-hoc dentro del marco general de las políticas para PyMEs para convertirse en estrategias centradas en el fenómeno de la creación de empresas. Como se verá en el próximo apartado, el avance de estas políticas en los países latinoamericanos es aún embrionario.

### **3.2 Las políticas en América Latina**

Como se referenciara en apartados anteriores, la literatura sobre el proceso de creación de empresas, así como buena parte de las experiencias de políticas para promover la creación de empresas, se ha desarrollado en Europa y Estados Unidos. Por el contrario según el mencionado trabajo del Banco Interamericano de Desarrollo “Empresarialidad en economías emergentes” la investigación de la creación de nuevas empresas en América Latina se encuentra en una fase muy embrionaria.

En primer lugar el trabajo de BID señala y destaca la existencia de un enorme vacío estadístico sobre el proceso de creación y desaparición de empresas en la región. Puntualiza que en general se desconoce el número de empresas que anualmente ingresan y salen del mercado, así como no se dispone de evaluaciones acerca de los factores clave que influyen en el nacimiento y desarrollo de las empresas de distinto dinamismo.

Se sostiene en el informe mencionado que es posible que esta carencia de conocimientos contribuya, al menos parcialmente, a explicar la debilidad o incluso

ausencia de estrategias de desarrollo emprendedor en el programa público de la mayoría de los países de América Latina.

Existen sin embargo apunta algunas evidencias que podrían estar indicando el inicio de una nueva etapa de creciente impulso a la empresarialidad en la región. Un ejemplo de ello es el Programa Brasil Emprendedor, por el cual el gobierno federal ha comprometido una cuantía muy importante de recursos presupuestarios para el fomento de la empresarialidad, fundamentalmente para facilitar el acceso al financiamiento y a la formación de emprendedores. En Argentina se está avanzando sobre el desarrollo de políticas e instituciones de apoyo al proceso de creación de empresa. (Se tratará específicamente en el capítulo siguiente).

Las iniciativas apoyadas por el BID para promover la formación de nuevas empresas en América Latina están orientadas a proporcionar una variada gama de servicios a los individuos con deseos de iniciar una carrera empresarial, tales como el acceso al capital de riesgo, apoyo logístico y operativo, asistencia técnica y capacitación, simplificación de los trámites de registro empresarial, y espacios para generar relaciones de negocios. Sin embargo estas iniciativas son aún restringidas. De todos modos y dada la importancia que la creación de empresas tiene en la promoción del desarrollo económico y social de los países y regiones, es posible que se incremente la participación de este tipo de programas en de la cartera de proyectos de desarrollo empresarial en el futuro.

## CAPITULO 4

### 4. DESARROLLO EMPRENDEDOR EN ARGENTINA

#### 4.1 Introducción.

Este capítulo da cuenta de la legislación y principales programas existentes a nivel nacional. Asimismo, se incluyen los datos de algunas instituciones que hacen al desarrollo emprendedor en nuestro país. Finalmente se indican los principales resultados del informe GEM 2008 sobre la actividad emprendedora en Argentina.

#### 4. 2 Legislación Nacional

##### 4.2.1 Ley 25872<sup>9</sup>

Respecto de la legislación nacional en cuanto al desarrollo emprendedor, existe un **Programa Nacional de Apoyo al Empresariado Joven** enmarcado en la **Ley 25.872**, sancionada el 17 de Diciembre 2003 y promulgada de hecho el 6 de Febrero 2004.

A continuación se transcriben los dos primeros artículos de la **Ley 25872** que dan cuenta de la creación del programa y de sus objetivos.

**ARTICULO 1º** — Creación. Autoridad de aplicación. Créase el Programa Nacional de Apoyo al Empresariado Joven, en la órbita del Ministerio de Economía y Producción de la Nación, organismo que será autoridad de aplicación de esta ley.

**ARTICULO 2º** — Objetivos. Son objetivos de esta ley:

---

<sup>9</sup> Recuperado el 20 de julio de 2009 de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/90000-94999/92548/norma.htm>

- a) Fomentar el espíritu emprendedor en la juventud; promoviendo la creación, desarrollo y consolidación de empresas nacionales.
- b) Brindar herramientas fiscales y financieras, en el marco de las políticas del Estado nacional, con el objeto de crear y afianzar proyectos elaborados por la juventud empresaria.
- c) Promover la inserción en mercados nacionales e internacionales de bienes, y servicios industriales, elaborados o prestados por la juventud emprendedora.
- d) Incentivar la elaboración de proyectos, ejecutados por la juventud empresaria, que incorporen innovación tecnológica.
- e) Articular la acción del Estado con entidades empresarias, organizaciones no gubernamentales, universidades y empresas.

#### **4.2.2 Programa Nacional de Desarrollo Emprendedor – PRONADEM**

Por otra parte, con el propósito de fortalecer un contexto que aliente la creación y desarrollo de nuevas empresas, el Gobierno Nacional a través de la Subsecretaria de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional SEPYME<sup>10</sup> puso en marcha (2007) **El Programa Nacional de Desarrollo Emprendedor (PRONADEM)**, con los siguientes objetivos estratégicos:

- Promover la creación y desarrollo de nuevas empresas con potencial de crecimiento.
- Construir una red de instituciones que brinden servicios especializados de apoyo a emprendedores y nuevas empresas, ( Desarrollo de Red Institucional NACER (Núcleos de Apoyo a la Creación de Empresas)

---

<sup>10</sup>Recuperado el 28 de Septiembre de 2009 de <http://www.sepyme.gov.ar/web/>

- Desarrollar el mercado de servicios de capacitación y asistencia técnica orientados a empresas jóvenes y emprendedores con vocación de crecimiento.

La operación del PRONADEM funciona en forma descentralizada a través de instituciones ubicadas en todo el territorio nacional, como las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo.

Los servicios que el PRONADEM ofrece a las empresas jóvenes son:

- Una línea de créditos para emprendedores y empresas jóvenes, en el marco del FONAPYME.
- Una línea de subsidios, créditos blandos y aportes de capital, proporcionados por empresas madrinas, en *el marco del Programa de Apoyo Financiero al Empresariado Joven creado por la Ley 25872.*
- Asistencia técnica y mentoría a emprendedores para madurar sus planes de negocios y acciones de sensibilización y difusión de las actividades y de la cultura emprendedora. (a través de las instituciones intermedias)

Actualmente el PRONADEM se encuentra funcionando través de las siguientes áreas de la SEPYME: Dirección Nacional de Desarrollo Regional, Sectorial y Comercio Exterior (Red de Agencias Regionales de Desarrollo Productivo); Dirección Nacional de Asistencia Financiera (Fonapyme - Fondo Nacional para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa) y Dirección Nacional de Asistencia Técnica (Programa de Acceso al Crédito y Competitividad - apoyo a la actividad emprendedora).

### **4.3 Instituciones Argentinas de Desarrollo Emprendedor<sup>11</sup>**

El siguiente listado incluye la mayor parte de las instituciones que trabajan en el desarrollo, fomento y/o apoyo a emprendedores en nuestro país. En total, se incluyen 39 instituciones distribuidas en las siguientes categorías: **Incubadoras de Empresas; Universidades con programas de desarrollo emprendedor y Fundaciones**

El listado indica, respecto de cada institución mencionada, sus principales actividades y los servicios que presta.

La información se tomó del Mapa de Instituciones de Desarrollo Emprendedor en la Argentina desarrollado por la Universidad Nacional de General Sarmiento.

#### **4.3.1 Incubadoras de empresas**

- Cooperativa Eléctrica y de Servicios “Mariano Moreno” Ltda. 9 de Julio. INCUEI 9 de julio. Asesoramiento técnico, servicios a empresas nacientes
- Fundación Córdoba Asesoramiento y capacitación técnica, servicios a empresas Nacientes
- Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (UBATEC) Incubación consultoría técnica y administrativa.
- Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) Incubación y asistencia técnica.
- Universidad del Litoral Incubación y asistencia técnica
- Universidad Nacional de Lujan Incubación asistencia, técnica, capacitación.
- Universidad Tecnológica Nacional. Sede Regional Pacheco Incubación y asistencia técnica.

---

<sup>11</sup> Los datos fueron tomados de : Mapa de Instituciones Argentinas de Desarrollo Emprendedor recuperado el 24 de junio de 2009 : [www.littec.ungs.edu.ar/e-books/mapa%20instituciones.pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/e-books/mapa%20instituciones.pdf)

- Centro Metropolitano de Diseño – INCUBA Incubación y asistencia técnica
- Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de la Ciudad (BAITEC) Incubación asistencia técnica
- Asociación de Incubadoras de Empresas, Parques y Polos Tecnológicos de Argentina (AIPyPT) Vinculación y asistencia técnica a incubadoras
- Universidad Nacional de San Martín – Polo Tecnológico Constituyentes Incubación, asesoramiento, asistencia técnica.
- Universidad Nacional de La Plata Incubación y asistencia técnica.
- Municipalidad de Olavarría Incubación y asistencia técnica.
- Universidad Nacional de Quilmes Incubación y asistencia en gestión

#### **4.3.2 Universidades con Programas de Desarrollo Emprendedor**

- Instituto Tecnológico Buenos Aires (ITBA). Programa ITBA Emprendedores. Cursos de capacitación, mentoría, consultoría técnica, concurso de planes de negocios.
- Universidad Nacional de General Sarmiento Formación de grado (para emprender), de postgrado (para apoyo institucional), de formadores y de promotores de desarrollo emprendedor, investigación.
- Universidad Austral IAE Capacitación, asistencia técnica, asistencia en la formulación de proyectos, asistencia financiera, generación de redes de apoyo
- Universidad Argentina de la Empresa (UADE) Concurso de planes de negocios, capacitación y asistencia en la confección de planes de negocios.
- Universidad del Aconcagua. Capacitación, asistencia técnica en la formulación de proyectos.
- Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (CEMA). Capacitación, y asistencia técnica.
- Universidad del Litoral. Capacitación y asistencia técnica de emprendedores.
- Universidad Nacional de Lujan. Capacitación.

- Universidad Nacional de Mar del Plata. Capacitación y asistencia en la gestión de financiamiento y de la empresa.
- Universidad de Palermo. Capacitación y asistencia técnica.
- Universidad de Belgrano Capacitación y asistencia técnica a emprendedores
- Universidad de San Andrés. Capacitación, asistencia técnica a estudiantes y graduados.
- Universidad Nacional de San Martín. Capacitación y asistencia técnica.
- Universidad Nacional de Misiones. Asistencia a emprendedores y a PyMES.
- Universidad Provincial de Sudoeste. Capacitación, asistencia técnica, gestión de financiamiento, formación redes de contacto y actividades de extensión.
- Universidad Torcuato Di Tella. Cursos de formación de grado, asistencia en confección de planes de negocios, en gestión de empresas y vínculos con inversionistas

#### **4.3.3 Fundaciones**

- Ashoka *Capacitación, asistencia financiera, red de contactos para emprendedores sociales*
- Fundación Salvat *Cursos de capacitación, asesoramiento técnico.*
- Fundación Endeavor Argentina *Fomento del espíritu emprendedor, desarrollo de redes de contactos, asistencia técnica en áreas de gestión de negocios para equipos seleccionados.*
- Junior Achievement. *Fomento del espíritu empresario entre estudiantes secundarios.*
- Programa Empretec. *Cursos de capacitación en temas vinculados al perfil emprendedor, redes de apoyo, asistencia técnica*
- Fundación Shell. *Desafío Joven Cursos de capacitación a emprendedores, competencia de planes de negocios.*
- Fundación Cane *Asistencia técnica a empresarios y microempresarios*

Como hemos observado el marco de la legislación nacional y el ámbito de las instituciones de desarrollo emprendedor, es amplio respecto de las principales políticas desarrolladas a nivel internacional. En el siguiente apartado podremos evaluar a través del informe del GEM 2008 los resultados de la actividad emprendedora en Argentina y el alcance logrado.

#### **4.4 Nivel de actividad emprendedora en Argentina: Principales resultados**<sup>12</sup>

El índice total de la actividad emprendedora en sus primeras etapas (empresas nacientes y nuevas) fue del 16,5% para Argentina, habiendo registrado un aumento respecto al 14,4% del 2007. Según estos resultados Argentina se ubica entre los diez países más emprendedores, sobre un total de 43 países incluidos en el GEM 2008. Por otra parte, esta performance, ubica a nuestro país por encima del promedio del total de países, que alcanza al 9.9% y por debajo del promedio de América Latina que es del 18.51%.

Los resultados del GEM llevan a estimar que uno de cada 7 argentinos (entre 18 y 64 años) está involucrado en algún tipo de actividad emprendedora.

Respecto de las **motivaciones para emprender (Actividad Emprendedora y Aspiraciones emprendedoras)** los resultados indican que el 38,4% de los emprendimientos se inicio por necesidad. Según los datos del informe del GEM el índice de emprendedores por necesidad en Argentina es alto (comparado con el

---

<sup>12</sup> Datos tomados de : Global Entrepreneurship Monitor (GEM) . Reporte ejecutivo 2008. Argentina: Principales Resultados - Centro de Entrepreneurship IAE - Escuela de Dirección y Negocios Universidad Austral.. Tipo de estudio: Encuesta nacional Universo: Población general mayor de 18 años Metodología: encuesta telefónica probabilística pura, en base a sorteo aleatorio de números telefónicos de hogares y con selección final del encuestado según método del último cumpleaños. Características de la muestra: muestra nacional, estratificada por tamaño de la ciudad. Tamaño de la muestra: 2031 casos distribuidos en localidades de 3 estratos poblacionales. Ponderación: Los datos fueron ponderados por educación según estrato poblacional. Fecha del trabajo de campo: Junio-Julio de 2008

10.8% en USA, y 7.6% en Irlanda), pero es relativamente bajo comparado con otros países en Latinoamérica (29.8% en Bolivia y 24.5% en Colombia).

Por otra parte el 60 % de los emprendimientos fue iniciado por oportunidad. Desde este aspecto se recuerda lo expuesto mas arriba, en cuanto a que la cantidad y calidad de las oportunidades percibidas pueden ser reforzadas por condiciones nacionales tales como el crecimiento económico, el crecimiento de la población, la cultura, y la política nacional en materia de emprendimiento

Respecto **de los factores asociados al emprendedor**, que se incluyen en la encuesta elaborada para este trabajo, el informe del GEM 2008, indica que:

- La actividad emprendedora en Argentina tanto en hombres como mujeres aumenta con **el nivel educativo**.
- El 66% de la muestra (2031 casos) acuerda con que ser un empresario es una elección de carrera deseable. El ser un empresario exitoso sigue siendo sinónimo **de status y respeto**.
- En general los emprendedores argentinos consideran que **tienen las habilidades y el conocimiento necesarios para comenzar un nuevo negocio**, (experiencia previa) y el temor al fracaso no les impide iniciar un nuevo emprendimiento.

En cuanto a los factores **asociados al entorno sociocultural e institucional y económico**:

- Según este informe, no se observaron cambios en la *percepción de la población acerca de las oportunidades* para desarrollar nuevos negocios. Los jóvenes son levemente más optimistas al respecto.

- Los emprendedores en el 2008, bajaron sus expectativas respecto al crecimiento de los *puestos de trabajo que generarán*. El 11.7% estima que empleará uno o más en los próximos 5 años, y sólo el 2,8% que tendrá más de 20 empleados
- La *política de gobierno* es el aspecto reconocido como la principal debilidad, seguida por los mercados financieros. La apertura del mercado, *las normas sociales y culturales y la educación* son considerados las mayores fortalezas.
- El *acceso al capital* es el aspecto más crítico según la perspectiva de los emprendedores.

Finalmente, el informe destaca que las *recomendaciones de políticas* que surgen del GEM, giran en torno a mejorar la infraestructura, facilitar el acceso a recursos financieros para aquellos que quieren emprender. Además de realizar un importante trabajo sobre el sistema educativo y la cultura para fomentar nuevas vocaciones emprendedoras. Si bien la labor del GEM ha contribuido decididamente a que el tema de la empresarialidad y el desarrollo emprendedor vuelva a ocupar un lugar importante en las agendas de políticas de distintos gobiernos, incluida Argentina, este programa de investigación no profundiza en las recomendaciones de políticas, quedando las mismas a nivel enunciativo.

Entonces, si bien el tema empresarialidad ha evolucionado y está más desarrollado en Argentina en los últimos años (como hemos visto en el marco institucional), podemos observar a través de estos resultados, que la *política de gobierno* es el aspecto reconocido como la principal debilidad y el *acceso al capital* es el aspecto más crítico según la perspectiva de los emprendedores.

## CAPITULO 5

### 5. REVISION Y ANALISIS DE LA ENCUESTA

#### **5.1 Introducción:**

En este capítulo se analizan los resultados de la encuesta suministrada a un grupo de microemprendedores, con actividades diversas, de la Ciudad de Buenos Aires. En primer lugar, para indicar los principales factores detectados en la muestra, que influyen en el proceso de creación de microempresas. Luego se evalúa si las descripciones que hacen los enfoques teóricos mas recientes para explicar el fenómeno de creación de empresas, se aplican al caso de las microempresas en la Ciudad de Buenos Aires.

#### **5.2 Conformación de la muestra**

Para la confección de la encuesta (ver Anexo I) se tomó la unidad de análisis: Proceso de creación de empresas incluida en las paginas 6 y 7 del presente trabajo. En cuanto a la recolección de datos, se procedió de la siguiente manera: se tomó como base general El Catalogo de Empresas de Buenos Aires Emprende 2008 y se seleccionaron microempresas de hasta 5 empleados. Se realizaron 40 contactos telefónicos y luego fueron enviadas, previo acuerdo con el entrevistado 30 encuestas (ver anexo I) vía correo electrónico. Del total de contactos se recibieron 17 respuestas, o sea el 41 % de los casos. La muestra está constituida por 17 casos.

## **5.3 Resultados de la encuesta**

Los datos logrados en la encuesta (ver Anexo II), se organizaron en primer lugar de acuerdo a las variables incluidas en la unidad de análisis. A partir de estas variables, se incluyeron los resultados por dimensiones e indicadores representativos de cada una de las mismas. A continuación se pueden observar los resultados obtenidos.

### **5.3.1 Variable: Emprendedor**

En cuanto a la dimensión **motivación para emprender**, el 47 % de los casos indico que iniciaba su emprendimiento motivado por *la necesidad de realización personal*. El 29% por *la necesidad de independizarse* y ser su propio jefe y el 24 % por *estar desempleado* y la necesidad de conseguir una nueva ocupación que le genere ingresos.

Respecto del **nivel de educación formal** de los microemprendedores encuestados, el 59% de los casos tiene *formación universitaria completa* y algunos casos con *postgrado*. El 24 % de los casos tiene *formación universitaria incompleta* y solo el 17 % de los casos cuentan con un *nivel terciario incompleto*. Estos resultados indican un alto nivel en la educación formal de los encuestados. Por otra parte, el 76 % además ha realizado **cursos de capacitación relacionados con la puesta en marcha de sus negocios**.

Respecto de la **experiencia laboral** previa vinculada al microemprendimiento, el 73 % de los casos indico que contaba con una *alta experiencia* relacionada con el negocio a emprender.

Por ultimo, el 70 % de los encuestados no contaba, con **recursos financieros suficientes para iniciar el negocio**, el restante 30 % contaba con recursos suficientes para el inicio del proyecto.

### **5.3.2 Variable: Entorno Sociocultural:**

Respecto del indicador **estímulos en el ambiente para independizarse**, el 70 % de los microemprendedores reconoció que son *pocos* los estímulos existentes, para animar a los individuos a comenzar con el inicio de su propia empresa. El restante 30% entiende que son *medios* y referencian las políticas que reconocen por parte del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para alentar el desarrollo emprendedor. Por otra parte, el 59 % de los casos, manifiesta que su inicio en el campo empresarial, no estuvo influenciado **por familiares o entorno cercano con experiencia empresarial**. El resto de los encuestados, si provenía de familias emprendedores (padres, abuelos, hermanos) y lo tuvo como modelo y referente en el momento de la decisión de iniciar un emprendimiento.

### **5.3.3 Variable: Entorno Institucional y Económico.**

En el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, la totalidad de los encuestados reconoce que **existe apoyo por parte del gobierno, a la creación de empresas**. Mencionan al Programa Buenos Aires Emprende y a las actividades de desarrollo emprendedor porteño. Sin embargo, el 40% entiende que no es todo el apoyo que esperan obtener. Esto coincide con la evaluación realizada por el Gobierno de la Ciudad del funcionamiento del Programa Buenos Aires Emprende<sup>13</sup>.

Respecto de **la existencia de otras instituciones de apoyo** a la creación de empresas, el 76 % de los casos reconocen la existencia de las mismas y las instituciones mencionadas fueron: Endeavor, Incuba, ITBA, IAE, Emprear, Universidad de San Andres; lecyt; FUNDES; Emtec; entre otras.

---

<sup>13</sup> Los resultados se comentaran en el próximo capítulo.

En relación al **acceso al financiamiento** para el inicio del emprendimiento, y en relación a la no disponibilidad del total de fondos para iniciarse, el 65 % de los encuestados afirma que el acceso al financiamiento fue una gran dificultad. Además algunos microemprendedores, agregaron que no es una dificultad solo para el inicio, sino una traba para el futuro crecimiento de las empresas iniciadas.

Por otra parte, el 53 % de los casos reconoció ciertas **dificultades respecto del acceso a otros recursos** tales como: armar una red de ventas, manos de obra especializada en producción, acceso a materias primas importadas; entre otros. El restante 47 % sostuvo que pudo sortear estas dificultades, a través de sus redes de relaciones y contactos.

En el marco del **comportamiento y tendencia de las variables económicas** generales, el 90% de los encuestados sostuvo una posición optimista, manifestando que esta resulta positiva para el actual y futuro desarrollo de su emprendimiento.

Finalmente, indicaron los **factores** no mencionados, **que afectaron positivamente**, la decisión de comenzar con su emprendimientos. Los principales aspectos mencionados fueron: red de relaciones que permitieron armar y apoyar en sus inicios como empresarios; la experiencia previa; la búsqueda de una flexibilidad horaria, la apertura de nuevos comercios, entre otras.

#### **5.4 Factores que influyen en el proceso de creación de empresas.**

#### **Conclusiones de los resultados obtenidos.**

Con los principales indicadores detectados en la muestra, como influyentes en el proceso de creación de empresas se elaboró un perfil de los microemprendedores encuestados de la siguiente manera:

Respecto de la variable Emprendedor, la muestra encuestada indica que:

- La actividad emprendedora se inicia en mayor grado por necesidad de *realización personal y de independencia*. (76 % de los casos).
- Los microemprendedores muestran un *alto grado de educación formal*.
- En su mayoría los emprendedores consideran que tienen las habilidades y el conocimiento necesarios para comenzar un nuevo negocio, (*alto grado de experiencia previa* en el 73 % de los casos).
- Un alto porcentaje (70%) de los microemprendedores *no cuentan con los fondos suficientes* para iniciar la actividad emprendedora y necesitan financiamiento.

En cuanto a las variables Entorno Sociocultural e Institucional y Económico:

- Según los datos recolectados, la percepción de los emprendedores acerca de las oportunidades para desarrollar nuevos negocios (*estímulos del ambiente*) son escasos. Sin embargo tienen en su mayoría una *visión optimista respecto del desarrollo de la economía*.
- Las políticas y programas de gobierno son un aspecto reconocido como positivo en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, aunque consideran que las *políticas de apoyo* aun no son lo que esperarían. Reconocen la *existencia de otras instituciones de apoyo* a las que han recurrido y que se han mencionado.
- La existencia de *modelos de familiares y amigos* tiene una influencia media, ya que el 59 % de los emprendedores, no tiene modelos previos ni cercanos de empresarialidad. Sin embargo *la red de relaciones de amigos y*

*familiares* fue mencionada como un importante factor de apoyo a la hora de sostener y confiar en el proyecto emprendedor.

- El *acceso al financiamiento* es un aspecto que presenta importantes dificultades, según la perspectiva de los emprendedores.

## **5.5 Análisis de los resultados relación a los enfoques teóricos revisados.**

### **5.5.1 Los aportes del campo de la psicología.**

Desde del campo de la Psicología, se tomaron los aportes referenciados por Mintzberg (1999) de David McClelland. Esto, para relacionar los resultados de la **dimensión motivación** incluida en la variable emprendedor. Según este aporte la motivación fundamental del empresario es la necesidad de logro y las personas con un nivel "alto" de esta motivación (necesidad de logro), sostiene, serán los emprendedores. Otro factor es la necesidad de poder – es decir de poseer los medios para influenciar el comportamiento de los otros. Ambos factores motivacionales, necesidad de logro y necesidad de poder, se manifiestan en los resultados de los **indicadores** *realización personal y de independencia*. (76 % de los casos).

### **5.5.2 Otros aportes y perspectivas del emprendedor y del proceso emprendedor.**

El pensamiento sobre el proceso de creación de empresas fue evolucionando y surgieron nuevos *enfoques orientados hacia el proceso y el contexto*. Estos enfoques buscaron una comprensión más profunda y amplia de la empresarialidad.

En esta línea aportes, mencionamos en la revisión teórica según Kantis (2002) el de los autores Gibb y Ritchie. Estos autores plantearon que la empresarialidad, más que un hecho originado por los atributos personales del emprendedor, es un hecho cuyo origen se puede encontrar en el contexto sociocultural en el que se desempeña el emprendedor. Argumentaron que en el **contexto sociocultural**, se encuentran una amplia gama de influencias tales como: la clase social, el *origen familiar*, la *educación*, el *perfil ocupacional*, el estilo de vida y la *experiencia laboral*. El reconocimiento de algunas de estas influencias, pueden observarse en los resultados de los siguientes indicadores: los microemprendedores encuestados cuentan con un *alto grado de educación formal* y en su mayoría tienen las habilidades y el conocimiento necesarios para comenzar un nuevo negocio, (*alto grado de experiencia previa* en el 73 % de los casos). Por otra parte si bien, la existencia de *modelos de familiares y amigos* indica una influencia media, *la red de relaciones de amigos y familiares* fue un indicador mencionado como importante para el apoyo en el desarrollo e inicio proyecto emprendedor.

Otro factor clave destacado por estos autores, es la *disponibilidad y obtención de recursos*, así como las **necesidades de apoyo externo** dependiendo de la escala y naturaleza del negocio con relación a los recursos personales y el grado en que sus **habilidades** pueden ser aplicadas a la empresa. En tal sentido, en los resultados de los indicadores relacionados, se observó que un alto porcentaje (70%) de los microemprendedores *no cuentan con los fondos suficientes* para iniciar la actividad emprendedora y necesitan financiamiento

Otro aporte en la misma línea de pensamiento que el anterior es el de A. Shapero (1984). Este enfoque sostiene que el proceso de creación de una empresa es un evento, que dependerá, de las *percepciones de los individuos* sobre la deseabilidad y viabilidad de llevar adelante la creación y desarrollo de un emprendimiento. Esas percepciones *estarán influenciadas por los antecedentes culturales, la familia, los pares, la educación y la experiencia laboral previa del emprendedor*. Los resultados expuestos mas arriba, muestran la importancia e

influencia de estos indicadores en el proceso de creación de los microemprendimientos encuestados.

### **5.5.3 Los aportes en el campo de la Sociología**

Los aportes de la sociología en el campo del proceso de creación de empresas, colaboraron para definir las características de los grupos sociales desde los cuales emergen y en los cuáles actúan los emprendedores.

De estos aportes tomamos el de Etzioni (1987). Quien pone el acento en la contribución que tiene el desarrollo emprendedor en la sociedad en un sentido amplio. Entre otros aspectos, este autor señala que cuanto más elevado es el nivel de legitimación (reconocimiento) social del emprendedor, mayor será el esfuerzo del sistema educativo en formar y entrenar emprendedores, mayor será la consideración que éstos reciban de parte de la política, y mayor será la recompensa (retribución) que esta actividad genere a la economía. En estos aspectos y según los datos recolectados, la percepción de los emprendedores encuestados acerca de las oportunidades para desarrollar nuevos negocios (*estímulos del ambiente*) son escasos. Sin embargo las políticas y programas de gobierno son un aspecto reconocido como positivo en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, aunque consideran que las *políticas de apoyo* aun no son lo que esperarían y reconocen la *existencia de otras instituciones de apoyo* a las que han recurrido.

En el sentido que tiene la contribución del desarrollo emprendedor en la sociedad, la perspectiva sociológica aporta como elemento la necesidad de impulsar el reconocimiento social de la actividad emprendedora, como factor de motivación de nuevas vocaciones emprendedoras.

#### **5.5.4 Enfoques integrales**

De entre estos enfoques, tomamos el modelo del GEM (Global Entrepreneurship Monitor). El GEM mide las actividades emprendedoras en distintos países desde 1997 y Argentina fue incorporada en este estudio desde fines de 1999.

Recordamos que el modelo conceptual del GEM considera en parte, que *el mundo de las nuevas empresas está determinado en general por el contexto cultural, social y político, y en particular, por las condiciones del ambiente emprendedor* (financiamiento, políticas, programas de capacitación, infraestructura y acceso a mercados, entre otros). Además, este modelo identifica tres *componentes principales que se encuentran asociados con el proceso emprendedor*. Ellos son. Las **actitudes** emprendedoras, las **actividades** emprendedoras y las **aspiraciones** emprendedoras.

Respecto de las **actitudes emprendedoras** considera, la importancia de que los individuos perciban que hay oportunidades para comenzar un negocio. Según este modelo, la cantidad y calidad de las oportunidades percibidas pueden ser reforzadas por condiciones nacionales tales como: el crecimiento económico, la cultura, y la política nacional en materia de emprendimiento. *Estos factores que influyen sobre la cantidad y calidad de las oportunidades, se observaron en los resultados de los indicadores: estímulos del ambiente que favorezcan la creación de empresas (pocos); influencia de modelos de familiares o amigos (media); apoyo del Gobierno (medio, existen políticas y programas pero no todo lo que esperan); apoyo de otras instituciones (alto reconocimiento); acceso al financiamiento (nivel de dificultad medio alto); acceso a otros recursos (nivel de dificultad medio ) y visión de la economía (positiva).*

Por otra parte, los componentes del modelo GEM **actividad emprendedora** y **aspiraciones emprendedoras**, se relacionan con la **variable motivación**. La

oportunidad o necesidad que dan lugar al proceso emprendedor podrían asociarse, de acuerdo a la revisión teórica a los siguientes aspectos motivacionales: deseo de independizarse, realización personal y adquirir status social (oportunidad) o estar desempleado e inseguridad laboral (necesidad). Estos aspectos motivacionales se observaron en los resultados de los indicadores: emprender por *realización personal y deseo de independizarse* (76 % de los casos).

Por último y respecto del modelo del GEM, además de los aspectos motivacionales mencionados mas arriba, los resultados de los indicadores : *nivel de educación formal (alta); experiencia laboral previa(alta) y disponibilidad de recursos financieros(no suficientes)*, se relacionan con los componentes: **actitud emprendedora, actividad emprendedora y aspiraciones emprendedoras**.

La realización del potencial emprendedor dependerá por un lado de la existencia e identificación de oportunidades y, por otro, de la capacidad de los emprendedores para explotar esas oportunidades que dependerán de sus habilidades y motivaciones.

## **5. 6 Conclusiones de la revisión de la encuesta**

Como se viene observando, en el conjunto de los enfoques teóricos revisados, los factores causantes de la tasas de empresariedad, son múltiples. En un marco conceptual ecléctico, el conjunto de variables que representan la multiplicidad de factores que influyen en el proceso de creación de empresas son: variables sociales, culturales, institucionales y económicas. Como así también, los aspectos relacionados al emprendedor (motivaciones, capacidades, habilidades). Estas variables se han incluido para el análisis de la muestra de microemprededores en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.

En resumen, los indicadores seleccionados para representar las variables que influyen en el proceso de creación de empresas, se agrupan en los siguientes resultados: Los microemprendedores en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires inician una empresa por deseos de realización personal e independencia; tienen un alto grado de educación formal; se capacitan en relación a la puesta en marcha de su negocio; tienen una alta experiencia laboral previa relacionada con el emprendimiento; no disponen en su totalidad de fondos financieros para el inicio y necesitan acceso al financiamiento; consideran una gran dificultad el acceso al financiamiento; entienden que si bien existen políticas de apoyo gubernamentales y de otras instituciones aun no son suficientes; por ende consideran que los estímulos del ambiente al emprendedorismo son pocos; reconocen como positivo el apoyo recibido de redes de familiares y amigos y tienen una perspectiva optimista respecto del desarrollo económico.

El grado de importancia y desarrollo de los resultados obtenidos, permite explicar de manera exploratoria el fenómeno de creación de empresas en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.

## CAPITULO 6

### 6. DESARROLLO EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

#### 6.1 Introducción.

Este capítulo da cuenta de la legislación y de los principales programas y herramientas vigentes para el fomento del emprendedorismo en la Ciudad de Buenos Aires. Por otra parte incluye un listado de instituciones de desarrollo emprendedor. Por último se relacionan los resultados obtenidos y analizados en el capítulo anterior, respecto de las actividades emprendedoras vigentes.

#### 6.2 Legislación

La Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sancionó con fuerza de **LEY** el 20 de enero de 2009 la adhesión de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a la ley 25872.<sup>14</sup> A continuación de incluyen el artículo primero y tercero que dan cuenta de su adhesión y acciones.

**Artículo 1: Adhesión.** Institúyase la adhesión de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a la ley nacional N° 25.872 de creación del **Programa Nacional de Apoyo al Empresariado Joven.**

**Artículo 2: Creación. Autoridad de aplicación.** Créase el **Programa de Apoyo al Empresariado Joven de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires**, en la órbita del Ministerio de Desarrollo Económico, organismo que será autoridad de aplicación de esta ley.

---

<sup>14</sup> Ley nacional N° 25.872 de creación del Programa Nacional de Apoyo al Empresariado Joven.

**Artículo 4: Acciones:** El Estado de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires fomentará, por medio de todos los organismos correspondientes, centralizados o descentralizados, lo siguiente:

- a) La creación, desarrollo, asistencia, investigación, difusión y sustentabilidad de proyectos empresariales generados por los jóvenes.
- b) Promoción de políticas de estado articuladas con enfoque a nuevas empresas.
- c) Inclusión de programas específicos en la currícula educativa que promuevan el espíritu emprendedor en todos los niveles de enseñanza.
- d) Realización de programas de asistencia técnica con diferentes especialistas, y concursos de proyectos innovadores para potenciar el desarrollo emprendedor.
- e) Otorgamiento de beneficios tanto directos e indirectos, tributarios y crediticios.

### **6.3 Programa Desarrollo Emprendedor del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

La Estrategia de Fomento Productivo de la Ciudad consta de programas y herramientas orientadas por un lado tanto a mejorar el clima para el desarrollo de negocios sustentables, y por otro a fortalecer la interacción entre el Gobierno de la Ciudad y el conjunto de entidades no gubernamentales que detentan experiencia para prestar asistencia especializada a los vecinos interesados en llevar adelante una actividad industrial, comercial o de producción de servicios.

En el marco de la necesidad de desarrollar programas y herramientas para el desarrollo emprendedor, el Ministerio de Desarrollo Económico llevo a cabo la realización de un diagnostico de la situación emprendedora en la Ciudad de Buenos Aires. Según este diagnostico previo, el desarrollo emprendedor en la Ciudad de Buenos Aires, arroja en importancia la siguiente situación<sup>15</sup>:

---

<sup>15</sup> Recuperado el 6 de octubre de 2009  
de:[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs\\_produccion/emprende09](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/emprende09)

- Existe ambiente y población apta para generar nuevos negocios.
- Es escasa difusión de la cultura emprendedora.
- Se han detectado insuficiencia de las redes institucionales de apoyo y asistencia a nuevos emprendedores,
- Se observaron insuficiencias de los mercados financieros, que dificultan el acceso al financiamiento de los emprendedores.

En respuesta a los aspectos detectados, tienen vigencia actualmente los siguientes programas y herramientas:

**Programa Buenos Aires Emprende 2009**<sup>16</sup>. Los objetivos del **Programa BAE 2009** apuntan a la creación de nuevas empresas y apoyo a las de desarrollo inicial. Como así también, a la expansión y fortalecimiento de la red de entidades vinculadas al desarrollo de nuevos proyectos productivos, comerciales y/o de servicios. En el marco de este programa versión 2009, se presentaron 115 emprendedores porteños con proyectos con características innovadoras. Para el armado de los proyectos presentados, trabajaron los emprendedores con el apoyo técnico de entidades especializadas participantes del Programa. Los resultados del proceso evaluatorio serán publicados, por el Gobierno de la Ciudad hacia fines del mes de noviembre. Los proyectos ganadores recibirán tutoría y asistencia técnica de las Entidades patrocinantes y un aporte no reembolsable (ANR) del Gobierno de la Ciudad para cofinanciar la ejecución de los proyectos.

Por otra parte, respecto las **debilidades detectadas en cuanto a la difusión de la cultura emprendedora**, desde el mes de Mayo de 2009 está en marcha el **Programa de Fomento al Espíritu y la Cultura Emprendedora**<sup>17</sup>. Este Programa ofrece asistencia a emprendedores y empresarios que residan y/o trabajen en la CABA, que estén interesadas en acceder a servicios de capacitación y asistencia técnica destinados a mejorar el diseño y/o la gestión de

<sup>16</sup> Recuperado el 5 de octubre de 2009 de:

[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs\\_produccion/emprende09/index.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/emprende09/index.php)

<sup>17</sup> Recuperado el 30 de septiembre de:

[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs\\_produccion/cultura\\_emprende/index.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/cultura_emprende/index.php)

un proyecto productivo o de negocios a implementarse, o bien a fortalecer un emprendimiento de reciente creación. Además, en el marco de los lineamientos del Programa, se seleccionaron - en concurso público- Entidades no gubernamentales para desarrollar la actividades de difusión, capacitación y apoyo personalizado a los participantes. También participan cuatro CGPCs (Floresta, Palermo, Recoleta y Barracas) y tres Centros de Formación Profesional del Ministerio de Educación de GCABA.

Las actividades que propicia este Programa están conformadas en seis módulos, los cuales son: a) Capacitación general para emprendedores para el diseño, armado y el desarrollo del plan de negocios; b) Tutorías personalizadas para apoyar la mejora y el perfeccionamiento y la implementación de los proyectos. C) Un software específico para el testeo de las ideas, la evaluación técnica de los proyectos y el análisis de factibilidad de los d) Sistema de asesoría virtual en temas comerciales, legales, administrativos y de marketing. F) Clínicas y talleres de análisis de experiencias, a cargo de emprendedores ya consolidados y g) Talleres de trabajo para el análisis de alternativas y opciones posibles para el acceso a financiamiento.

En relación a las debilidades detectadas en el acceso al financiamiento, para los emprendedores, en el próximo mes de diciembre se pondrá en marcha una línea de financiamiento a emprendedores participantes del Programa de Desarrollo Emprendedor. Esto es A través de esta iniciativa conjunta entre la Subsecretaría de Desarrollo Económico y el Banco Ciudad de Buenos Aires. Podrán acceder a esta línea<sup>18</sup>, los emprendedores que hayan completado satisfactoriamente los tres

---

<sup>18</sup> Se ofrecerán créditos de hasta \$ 24.000 con un plazo de hasta 24 meses, a tasas fijas, que van del 7% al 10%. incluyen un subsidio de la tasa de interés de 7 puntos otorgado por la Subsecretaría de Desarrollo Económico del GCABA.

módulos iniciales del Programa “Desarrollo Emprendedor” (Ver más arriba) y que posean un plan de negocios consistente y/o un emprendimiento ya en marcha. Además, se realizarán también en el mes de diciembre tres talleres sobre instrumentos de financiamiento para emprendedores, disponibles en el mercado. Esto es tanto de programas públicos, como líneas de crédito y otras herramientas.

Además de lo ya mencionado mas arriba, entre **otras herramientas y actividades** del Programa de Desarrollo Emprendedor Porteño, se encuentra **la Red de Emprendedores Porteños**. Esta Red una iniciativa impulsada por la Subsecretaría de Desarrollo Económico y responde a la idea de que una red de estas características brinda a sus miembros herramientas adicionales para mejorar el desarrollo y la ejecución de sus proyectos de negocios, acelera los procesos de aprendizaje y facilita el acceso a otras redes existentes (universidades, comerciales, tecnológicas, sociales, etc.). Esta Red está conformada por los emprendedores ganadores de las distintas ediciones del Programa Buenos Aires Emprende y la Subsecretaría de Desarrollo Económico. Por otra parte se publica un **–boletín electrónico** semanal, que da cuenta de las novedades y actividades relacionadas con el ámbito emprendedor de la ciudad. Por último, se ha celebrado por primera vez el **día del emprendedor porteño** el pasado 20 de noviembre. Esto en el marco del cierre de la semana Global del Emprendedorismo.

Finalmente y en cuanto, ha que se detectaron en el diagnostico que las **redes institucionales de apoyo y asistencia a nuevos emprendedores resultan insuficientes**, están trabajando en el ámbito de la Ciudad las siguientes instituciones de desarrollo emprendedor a través de las RED BAITEC de Incubadoras de Empresas de la Ciudad: Esta RED propone un espacio de cooperación, intercambio y aprendizaje de experiencias, en el que participen las incubadoras e instituciones que promueven el emprendedorismo en la Ciudad de Buenos Aires. La RED tiene por objetivo replicar y multiplicar el modelo de creación de empresas por medio del proceso de incubación, en el ámbito de la ciudad de Buenos Aires. Su creación fue respaldada por un convenio entre la

AlPyPT -Asociación de Incubadoras de Empresas, Parques y Polos Tecnológicos de la República Argentina y el Ministerio de Producción del Gobierno de la Ciudad. Hasta el momento la red cuenta entre sus miembros a representantes de las siguientes instituciones:<sup>19</sup>

**IncuBA Centro Metropolitano de Diseño (CMD):** es un programa que promueve el crecimiento y desarrollo de proyectos vinculados al diseño, al turismo o las industrias culturales.

**INCUBACEN - Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires:** Es la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (EBTs) de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires. Ofrece apoyo a emprendedores que posean ideas innovadoras y que apliquen nuevas tecnologías pero que no cuentan con los medios para llevar adelante el negocio, ya sea por falta de recursos humanos adecuados, financiamiento; infraestructura; capacidad de gestión; u otros.

**IECYT (Instituto de Emprendimientos Científicos y Tecnológicos):** Su objetivo es promover la creación y desarrollo de nuevas empresas y emprendimientos sociales y culturales, incluyendo el apoyo a incubadoras y centros de emprendedores, tanto en ámbitos urbanos como rurales.

**Fundación ALFA – Alumni Foundation de Argentina:** su objeto es contribuir al desarrollo económico, tecnológico, social y académico de la Argentina a través de la incorporación de Alumni y provisto de experiencia internacional, con vistas a integrar competitivamente nuestro país a la economía internacional.

**EMPRETIC - Centro De Emprendedores de las Tecnologías de la Información de Argentina:** Los objetivos son: Motivar, Formar y Guiar a los emprendedores TI, y crear un vínculo real y efectivo entre el emprendedorismo y el sector productivo TI

---

<sup>19</sup> Recuperado el 14 de septiembre de 2009 de: <http://www.redbaitec.org/>

**SeCyT - Dirección Nacional de Programas y Proyectos Especiales:** Detecta demandas, necesidades y carencias sociales y productivas, en determinadas áreas estratégicas y les da respuesta desde el sector del conocimiento, transformarlas en proyectos concretos, que se canalizarán a través en las fuentes del financiamiento de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (ANPCyT), con sus fondos FONTAR y FONCyT, y otras fuentes nacionales o internacionales.

**UBATEC:** Prestación de servicios de consultoría y concreción de proyectos de investigación y desarrollo tecnológico, empleando personal e infraestructura de la Universidad de Buenos Aires y de otras instituciones, tanto del sistema científico argentino como de Europa y América.

**EMPREAR, Centro de Emprendedores del ITBA – Instituto Tecnológico de Buenos Aires:** Esta enfocado a un nicho de mercado no explotado en el país y en el cual el ITBA es especialista: el tecnológico; y con una misión: la creación de empresas de base tecnológica que constituyan un valor agregado para la economía

**ENDEAVOR :** Es una organización internacional sin fines de lucro con sede en Nueva York que opera a través de oficinas en Chile, Brasil, México, Uruguay. En Argentina desarrolla operaciones desde agosto de 199 y busca eliminar las barreras que impiden la creación y el desarrollo de nuevas empresas, como la falta de acceso a capital, información y redes de apoyo calificadas, y promover distintos modelos de emprendedores que puedan inspirar y educar a las futuras generaciones de empresarios.

## **6.4 Los resultados de la encuesta y las actividades de desarrollo emprendedor en la Ciudad de Buenos Aires.**

Como se puntualizara en capítulos precedentes, en un marco conceptual integrador, el conjunto de variables que representan la multiplicidad de factores que influyen en el proceso de creación de empresas son: variables sociales, culturales, institucionales y económicas. Como así también, los aspectos relacionados al emprendedor (motivaciones, capacidades, habilidades).

Respecto del diagnóstico de situación del proceso emprendedor llevado adelante por el gobierno de la ciudad y en el cual están sustentados los programas y herramientas vigentes, los datos exploratorios de la muestra de este trabajo, permiten observar una correlación entre los resultados obtenidos y el conjunto de actividades de apoyo al desarrollo emprendedor existentes en la actualidad. Es decir en la muestra se puede observar que existe ambiente y población apta para generar nuevos negocios. Este aspecto se expresa en el resultado de los indicadores: inicio de la empresa por deseos de *realización personal e independencia*; un alto grado de *educación formal*; *capacitación* en relación a la puesta en marcha de su negocio; *alta experiencia laboral* previa relacionada con el emprendimiento y perspectiva optimista respecto del *desarrollo económico*

Por otra parte y respecto de la escasa difusión de la cultura emprendedora; insuficiencia de las redes institucionales de apoyo y asistencia a nuevos emprendedores, como así también, en los mercados financieros, que dificultan el acceso al financiamiento de los emprendedores. En la muestra se ha observado en los siguientes indicadores: *no disponibilidad total de fondos financieros* para el inicio; *necesidad de acceso al financiamiento*; *dificultad en el acceso al financiamiento*; *políticas de apoyo gubernamentales y de otras instituciones* aun no son suficientes; *pocos estímulos del ambiente al emprendedorismo*.

## CAPITULO 7

### CONCLUSIONES FINALES

Las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen la base del tejido productivo y de servicios de la Ciudad de Buenos Aires. De un total de 173.625 empresas existentes en la ciudad, casi el 80 % ( 137.891 empresas) son consideradas microempresas<sup>20</sup> y generan el 10% del empleo total en la ciudad (152.000 puestos de trabajo). Respecto de la apertura de nuevas empresas, esta se aceleró fuertemente a la salida de la crisis de 2002, creándose en el período 2003-2008: 75.717 nuevas empresas<sup>21</sup>

Los datos expuestos más arriba, dan cuenta de la importancia de la creación de microempresas para la base del desarrollo productivo y de servicios.

Este trabajo se ubicó en el ámbito de las microempresas, respecto de su proceso de creación. Así, se comenzó con una revisión teórica y la misma permitió observar una evolución en la conceptualización de dicho proceso de creación.

Se ha podido examinar en el desarrollo del trabajo, como los enfoques teóricos actuales, son reconocidos en los análisis sobre la situación de empresariedad, tanto a nivel internacional como nacional. Asimismo, los programas y herramientas vigentes en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires, también dan cuenta de la multiplicidad de factores a tener en cuenta para potenciar el proceso **de desarrollo emprendedor**.

---

<sup>20</sup> Se considera microempresa hasta un máximo de 5 empleados.

<sup>21</sup>Recuperado el 30 de octubre de 2009 de:

[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs\\_produccion/info\\_economica/info\\_economica.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/info_economica/info_economica.php)

Podemos concluir entonces, que a lo largo del desarrollo del trabajo, pudieron contrastarse los principales factores que influyen el proceso de creación de microempresas en la Ciudad de Buenos Aires. Por otra parte, los resultados exploratorios de la muestra analizada indican de manera exploratoria que los enfoques mas recientes para explicar el fenómeno de creación de empresas se aplican al caso de las microempresas en la Ciudad de Buenos Aires.

## **Referencias bibliográficas y Fuentes Consultadas**

Agencia de Cooperación Internacional (JICA). (2003). *Estudio sobre el área de desarrollo empresarial en la República Argentina*. Informe final.. Disponible en: [www.jica.org.ar/images/archivos/2-Inf\\_Okita-Desarrollo\\_Empresarial.PDF](http://www.jica.org.ar/images/archivos/2-Inf_Okita-Desarrollo_Empresarial.PDF)

Angeleli, P, Llisterri, J. (2003). *El BID y la promoción de la empresarialidad: Lecciones aprendidas y recomendaciones para nuevos programas*". Washington, D.C. Disponible en: [http://www.iadb.org/sds/publication/publication\\_3326\\_s](http://www.iadb.org/sds/publication/publication_3326_s).

Banco Interamericano de Desarrollo (2001) *Informe anual sobre el desarrollo de la microempresa*. Washington, D.C. Disponible en: [http://www.iadb.org/sds/MIC/publication/publication\\_159\\_2533\\_s.htm](http://www.iadb.org/sds/MIC/publication/publication_159_2533_s.htm)

Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *Informe anual sobre el desarrollo de la microempresa*. Washington, D.C. Disponible en: [http://www.iadb.org/sds/MIC/publication/publication\\_159\\_2533\\_s.htm](http://www.iadb.org/sds/MIC/publication/publication_159_2533_s.htm)

Buenos Aires. Ministerio de Desarrollo Económico Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2009). *Desarrollo Emprendedor. Análisis del Perfil de los Emprendedores y los Proyectos Participantes*. Disponible en: <http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion>

Buenos Aires. Ministerio de Desarrollo Económico gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2009). *La economía porteña en cifras*. Disponible en: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs\\_produccion/info\\_economica/info\\_economica.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/info_economica/info_economica.php)

Buenos Aires. Ministerio de Desarrollo Económico Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2009). *Programa Buenos Aires Empeude 2009*. Disponible en: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs\\_produccion/empeude09](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/empeude09)

Buenos Aires. Ministerio de Desarrollo Económico gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2008). *Proyecto de investigación BAE*. Disponible en:

[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs\\_produccion/emprende08/index.php?menu\\_id=24615](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/emprende08/index.php?menu_id=24615)

Buenos Aires. Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (2008). *Programa Nacional de Desarrollo Emprendedor. PRONADEM*. Disponible en: [www.idisc.net/en/Document.248.pdf](http://www.idisc.net/en/Document.248.pdf)

Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano. (2000). *La Incubación de Empresas como herramienta para el desarrollo económico*. Argentina.

Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (2001) *Microempresas: Características estructurales y políticas para su desarrollo*. Argentina.

Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano. (2002) *Políticas de apoyo a la microempresa en la ciudad de Buenos Aires: el caso del centro de apoyo a la microempresa*. Argentina.

Drucker, P. (1994). *La innovación y el empresariado innovador*. (4ta. ed.) Buenos Aires: Sudamericana.

Etzioni, A. (1987); "Entrepreneurship, adaptation and legitimation. A macro-behavioral perspective", *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 8, pp. 175-189. citado por Federico J. (2006). *Políticas de Desarrollo Emprendedor Reflexiones teóricas, evidencias y propuestas para el caso de Argentina*. Tesis de Maestría en Economía y Desarrollo Industrial con Mención en la Pequeña y Mediana Empresa Universidad Nacional de General Sarmiento. Argentina.

Federico J. (2006). *Políticas de Desarrollo Emprendedor Reflexiones teóricas, evidencias y propuestas para el caso de Argentina*. Tesis de Maestría en Economía y Desarrollo Industrial con Mención en la Pequeña y Mediana Empresa Universidad Nacional de General Sarmiento. Argentina.

Glancey, K. y McQuaid, R. (2000); *Entrepreneurial Economics*. New York: Palgrave Macmillan, citado por Federico J. (2006). *Políticas de Desarrollo Emprendedor*

*Reflexiones teóricas, evidencias y propuestas para el caso de Argentina.* Tesis de Maestría en Economía y Desarrollo Industrial con Mención en la Pequeña y Mediana Empresa Universidad Nacional de General Sarmiento. Argentina.

Global Entrepreneurship Monitor. (2008). Centro de Entrepreneurship IAE - Escuela de Dirección y Negocios Universidad Austral . *Argentina: Principales Resultados - Reporte ejecutivo.* Disponible en:

[www.iae.edu.ar/SiteCollectionDocuments/.../GEM2008ResumenEjecutivo.pdf](http://www.iae.edu.ar/SiteCollectionDocuments/.../GEM2008ResumenEjecutivo.pdf)

Graña, F. (2002). *Creación de Empresas: Factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas.* Mar del Plata - Editorial Martín.

Infoleg.gov.ar. www: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/90000-49999/92548/norma.htm>

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: Consultas:

[http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs\\_produccion/](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/)

Kantis, H., Angelelli, P., Gatto, F. (2001) *Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia?. Explorando el caso argentino.* Este trabajo es parte del proyecto "Estudio comparativo sobre Entrepreneurship: América Latina y Asia", Banco Interamericano de Desarrollo y coordinado a nivel regional por el Instituto de Industria de la Universidad Nacional de General Sarmiento. Disponible en: [www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F10l/littec-DT2001-02.pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F10l/littec-DT2001-02.pdf)

Kantis H., Masahiko I., Masahiko K. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia.* Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en:

[http://www.iadb.org/sds/publication/publication\\_2934\\_s.htm](http://www.iadb.org/sds/publication/publication_2934_s.htm)

Kantis, H. (2003). *Componente E: Creación y fortalecimiento de nuevas empresas.* Coord.: Oficina CEPAL-ONU. Buenos Aires. Disponible en:

[www.eclac.org/argentina/noticias/paginas/6/12236/informe333E.pdf](http://www.eclac.org/argentina/noticias/paginas/6/12236/informe333E.pdf)

Kantis, H. Postigo, S. , Federico, J. , Tamborini, M. (2003). El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina. Disponible en: [www.littec.ungs.edu.ar/.../DT%2006-2003%20Kantis-Postigo-Federico-Tamborini.pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/.../DT%2006-2003%20Kantis-Postigo-Federico-Tamborini.pdf)

Kantis, H. Angelelli, P. y Moori-Koenig, V.(2004); Desarrollo Emprendedor. América latina y el Contexto Internacional. Editorial Nomos (Colombia) Editorial Temas (Argentina).

Kantis H., Federico J. (2007) *Crisis y renacimiento emprendedor en Argentina: evidencias y algunos interrogantes* . Recuperado el 25 de abril de 2009 de [www.ieco.clarin.com/2008/02/18/creacionempresas.pdf](http://www.ieco.clarin.com/2008/02/18/creacionempresas.pdf)

Mapa de Instituciones Argentinas de Desarrollo Emprendedor. Disponible en: [www.littec.ungs.edu.ar/e-books/mapa%20instituciones.pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/e-books/mapa%20instituciones.pdf)

Mintzberg, H. (1999). *Safari a la estrategia*. Buenos Aires: Granica S.A.

Porter M. (1992). *Estrategia competitiva*. (2da. Ed.) Buenos Aires: Rei Argentina S.A.

Postigo, S. , Tamborini M. (2002). Educación y Entrepreneurship en Argentina: El caso de la Universidad de San Andrés. Universidad de San Andrés. Recuperado el 29 junio de 2009 de: [www.infobae.com/adjuntos/analisis/02/0000259.pdf](http://www.infobae.com/adjuntos/analisis/02/0000259.pdf)

Red BAITEC - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires - Tecnología. Consultas: [http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/tecnologia/red\\_baitec.php](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/tecnologia/red_baitec.php)

Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional. Consultas: <http://www.sepyme.gov.ar/web/index.php?pag=28&btn=199>

Torres, M. (2006) *Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe*. Organización de los Estados Americanos. Disponible en: [www.oas.org/ddse/mipymes/documentos/Documento%20base.pdf](http://www.oas.org/ddse/mipymes/documentos/Documento%20base.pdf)

Wikipedia, la enciclopedia libre. Consulta: <http://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

# **ANEXOS**

## ENCUESTA:

- **Por favor indique para cada una de las siguientes preguntas una de las opciones, o agregue una alternativa a su criterio sino se identifica con las seleccionadas.**
- 

### FACTORES ASOCIADOS AL EMPRENDEDOR:

1. **¿Cuáles de los siguientes aspectos influyeron en su motivación para crear su propia empresa? (indique uno de ellos)**
  - a) Estar desempleado
  - b) Inseguridad laboral
  - c) Adquirir status social
  - d) Deseo de independizarse y ser su propio jefe
  - e) Para lograr su realización personal
  
2. **¿Cuál es su nivel educativo formal?**
  - a) Primario/Secundario incompleto
  - b) Secundario completo
  - c) Terciario
  - d) Universitario incompleto
  - e) Universitario
  - f) Posgrado
  
3. **¿ Ha realizado cursos de capacitación relacionados al desarrollo de su emprendimiento?**
  - a) Si. ¿Cuáles?
  - b) No
  
4. **¿Tiene experiencia laboral previa vinculada a su emprendimiento?**
  - a) Sin experiencia
  - b) Baja experiencia
  - c) Media
  - d) Alta

5. ¿ Disponía de recursos financieros propios para invertir en su proyecto empresarial?
- a) Si, suficientes para iniciar.
  - b) Si, pero no suficientes para el inicio.
  - c) No y recurrí al financiamiento.

**FACTORES DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL:**

1. Considera que existen estímulos en el ambiente para independizarse y comenzar su propia empresa? ¿Cuáles?
- a) Ninguno
  - b) Pocos
  - c) Medios
  - d) Muchos
2. ¿Tiene familiares o amigos cercanos con experiencia empresarial que hayan influido en su decisión de crear su propia empresa?
- a) Si/Quien
  - b) No

**FACTORES DEL ENTORNO INSTITUCIONAL Y ECONOMICO:**

1. ¿Considera que existe apoyo de parte del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a la creación de empresas?
- c) Si ¿Cuáles?
  - d) No
3. ¿Conoce sobre la existencia de otras instituciones de apoyo a la creación de empresas?
- a) Si ¿Cuáles?
  - b) No
4. ¿Considero la existencia y disponibilidad de asesoramiento profesional para el armado de su negocio?
- a) Si ¿Cuál?
  - b) No

5. **¿Considera que el acceso al financiamiento fue una dificultad para el inicio de su proyecto?**
- a) Si ¿Por qué?
  - b) No
6. **¿Ha tenido dificultades respecto al acceso de recursos tales como materias primas, mano de obra, proveedores de principales insumos, etc.?**
- a) Si, con cual?
  - b) No.
7. **¿Cómo es su visión sobre la situación económica actual y futura respecto de su emprendimiento?**
- a) Positiva
  - b) Negativa
8. **A su criterio, que factor/es que no se hayan mencionado afectaron positivamente su decisión de comenzar con su emprendimiento?**
9. **A su criterio, que factor/es que no se hayan mencionado afectaron negativamente o resultaron trabas en su decisión de comenzar con su emprendimiento?**