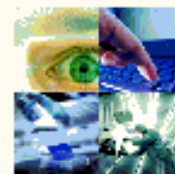


LITTEC

Universidad Nacional de General Sarmiento - Instituto de Industria
Laboratorio de Investigación sobre Tecnología, Trabajo,
Empresa y Competitividad



*Los determinantes del surgimiento de nuevas
empresas altamente dinámicas. Una comparación
internacional.*

Hugo Kantis¹
Juan Federico²

DT 04/2007

Año 2007

¹ Investigador Docente del Instituto de Industria, Universidad Nacional de General Sarmiento.

² Investigador Docente del Instituto de Industria, Universidad Nacional de General Sarmiento.

“Los determinantes del surgimiento de nuevas empresas altamente dinámicas. Una comparación internacional”

Hugo Kantis y Juan Federico (*) con la colaboración de Lucas Altube, Christiam Mendez Lazarte y Margarita Diaz

INTRODUCCIÓN

Los últimos años han sido testigos de un fuerte incremento en la importancia de las nuevas empresas como fuente de crecimiento del empleo, de introducción de innovaciones, de revitalización del tejido productivo, de relanzamiento de los espacios regionales y de canalización de las energías creativas de la sociedad. En especial a partir de la generación y disponibilidad de estadísticas comparables entre distintos países numerosas investigaciones permitieron observar una relación positiva entre la tasa de actividad emprendedora y el crecimiento en el PBI. Bajo ciertos supuestos, el *Global Entrepreneurship Monitor* muestra que aproximadamente un tercio de las variaciones en las tasas de crecimiento entre países se debe a diferencias en las tasas de actividad emprendedora, similares resultados a los obtenidos de un panel de países de la OCDE (OCDE, 2001). Audretsch y Thurik también encontraron evidencias empíricas acerca de la relación entre el nivel de la actividad empresarial y de las tasas de crecimiento económico (Audretsch y Thurik, 2001).

A pesar de esta creciente importancia, la evidencia internacional sostiene que sólo una limitada porción de las empresas nacidas en un año logra sobrevivir y convertirse en PyMEs. Estas empresas reciben nombres tales como gacelas, empresas de rápido crecimiento o nuevas empresas dinámicas (Almus, 2002; Autio, 2005; Brüderl y Preisendörfer, 2000; Davidsson y Henrekson, 2002; Kantis y otros, 2002 y 2004). Si bien este segmento de nuevas empresas de rápido crecimiento representan sólo una pequeña porción de las empresas que nacen (aproximadamente el 5%) explican la mayor parte de los puestos de trabajo de las nuevas firmas que logran sobrevivir (Birch, 1987; Storey, 1994).

Su importancia en términos de empleo e impacto sobre la estructura productiva, así como su limitada presencia dentro de la población de nuevas empresas, son factores que motivan el interés en estudiar más detenidamente cuáles son las características del proceso que lleva a la creación de una nueva empresa dinámica, qué factores intervienen más decisivamente y cuáles son los obstáculos más importantes. En este sentido, los resultados obtenidos en los proyectos *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y Desarrollo de Nuevas Empresas en América Latina y el Este de Asia* (Kantis y otros, 2002) y *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional* (Kantis y otros, 2004) muestran que las nuevas empresas dinámicas son creadas por equipos de emprendedores, en general de clase media, de nivel universitario, con experiencia laboral en PyMEs y que fundaron la empresa en promedio a los 30 años de edad. Las notas características generales de las nuevas empresas dinámicas – según el mencionado estudio – son que ya desde el inicio son más grandes que las menos dinámicas y que crecen a un ritmo superior. A su vez, se trata en su gran mayoría de negocios basados en la diferenciación. En cuanto a las características del proceso que da origen a estas empresas, se destaca el reconocimiento a la universidad como ámbito de adquisición del conocimiento técnico para el desarrollo del emprendimiento, y de la experiencia laboral en cuanto a las demás capacidades y competencias emprendedoras. En cuanto a las redes de contacto, las principales diferencias entre las empresas dinámicas y las menos dinámicas no se encuentran en el número de contactos, sino en su estabilidad en el tiempo y su grado de especificidad respecto del negocio. Finalmente, en cuanto a los recursos financieros, las nuevas empresas dinámicas se caracterizaron por recurrir en mayor medida a estrategias de bootstrapping o a la

* Instituto de Industria – Universidad Nacional de General Sarmiento.

incorporación de socios como vehículos para acceder a fondos externos que les permitan viabilizar su proyecto y hacerlo crecer.

Sobre la base de estos resultados obtenidos en base a técnicas de análisis bivariado, este trabajo se propone avanzar en el grado de modelización y formalización de los mismos, a través del diseño y estimación de un modelo econométrico que permita identificar los factores con mayor capacidad explicativa del desempeño diferencial de las nuevas empresas, focalizando en las empresas de elevado dinamismo. Para ello se utilizará la misma base de datos de los proyectos mencionados que incluye aproximadamente 2.000 casos correspondientes a encuestas a emprendedores realizadas durante el período 2001-2003 en 13 países: 7 en América Latina (Argentina, Brasil, México, Perú, Costa Rica, El Salvador y Chile), 4 en el Este de Asia (Japón, Corea, Taiwán y Singapur) y 2 en el Sur de Europa (Italia y España).

La estructura de este trabajo tiene tres grandes secciones. La primera de ellas consiste en la revisión de los principales aportes que, desde distintas disciplinas teóricas, se han realizado para entender los determinantes del proceso de creación de nuevas empresas y emprendedores. La segunda sección, se focalizará en la descripción del enfoque conceptual y metodológico adoptado en esta investigación, la definición de las variables y la descripción de la muestra. En la tercera sección se presentarán los principales resultados de los modelos estimados para cada una de las regiones estudiadas. Finalmente, se dejará un espacio para conclusiones y comentarios finales.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La explicación de los determinantes de la creación de nuevas empresas y el surgimiento de emprendedores ha dado lugar a una vasta literatura que reúne aportes de distintas disciplinas y enfoques. En un trabajo reciente Fayole y Bruyat (2002) se señala que mientras los aportes desde la economía han tendido a aproximarse al tema desde una visión funcional del fenómeno centrada en el rol del emprendedor («el qué»), las ciencias humanas han puesto el énfasis en los aspectos personales («quién» y «por qué»), en tanto que las ciencias de la administración han puesto su foco sobre las características del proceso de creación de la empresa («el cómo»). Del mismo modo, varios son los autores que destacan la evolución que se registró en la conceptualización teórica de este tema, que pasó de un conjunto de aportes aislados y parciales hacia enfoques más complejos y eclécticos que reconocen la naturaleza fundamentalmente interdisciplinaria del fenómeno emprendedor. A continuación se repasan algunos de estos enfoques con el propósito de resumir sus principales aportes y facilitar la comprensión de la perspectiva adoptada en este estudio.

La mirada desde la economía

Desde el campo de la economía, la teoría microeconómica convencional se ha ofrecido una conceptualización muy sucinta de este fenómeno. Se trata, básicamente, de un proceso cuyos efectos contribuyen a la corrección de una situación de desequilibrio de largo plazo (beneficios extraordinarios) y que presupone la existencia de una oferta dada de entrantes potenciales capacitados, motivados y dispuestos a ingresar a una actividad que promete retornos superiores a los que rigen en el resto de los sectores económicos. Se admite, sin embargo, que un entrante racional evaluará la expectativa de una rentabilidad superior, corrigiéndola por la existencia de factores de diversa índole que dificultarán su ingreso, en especial las barreras a la entrada. La empresa es considerada como una “caja negra” gobernada mecánicamente por un “piloto automático” perfectamente racional que responde a las señales de precio.

Ahondando más en esta visión, la literatura vinculada con la organización y dinámica industrial recuperó algunos aportes fundacionales de la teoría económica tales como la importancia del emprendedor innovador de Joseph Schumpeter o las fuentes de barreras a la entrada y su efecto sobre el grado de competencia de Joe Bain, para aportar algunas explicaciones más complejas del fenómeno de la entrada de nuevas empresas a un mercado

dado. Estos trabajos asignan un papel central a factores tales como los niveles de beneficios esperados de una actividad y la existencia de barreras a la entrada (Geroski, 1991). Estos enfoques sostenían que en aquellas actividades donde existen grandes inversiones iniciales o donde la escala mínima eficiente (EME) es elevada, un nuevo competidor puede escoger dos alternativas: o entrar en un tamaño más pequeño y enfrentar una mayor desventaja de costos con respecto a las firmas existentes, o invertir los recursos necesarios para alcanzar la EME. En general, los estudios empíricos muestran que los nuevos empresarios se inclinan más por la primera opción, en la esperanza de poder crecer en los períodos subsiguientes a la entrada y así alcanzar la EME (Jovanovic, 1982; Audretsch y Mahmood, 1994). En tal sentido, cuanto más alta sea la EME, mayor la desventaja de costos asociada y por lo tanto mayores serán las dificultades que deberán enfrentar los nuevos competidores, especialmente aquellos más pequeños (Aranguren, 1999).

En la versión de Audretsch (1995), es la posibilidad de explotar una innovación lo que mueve a las nuevas firmas a entrar en un mercado. Así, la entrada no vendría determinada por la existencia de brechas en los beneficios sino por brechas en los valores esperados de una innovación. En la determinación por parte de los individuos de ese valor esperado, juegan un rol destacado la etapa del ciclo de vida por la que está atravesando una industria dada (Klepper, 1996) y el “régimen tecnológico” que rige en ella. La noción de “régimen tecnológico” es propia de la escuela evolucionista y refiere a la manera en que se da el proceso de innovación en un determinado sector o industria. Recuperando las ideas de Schumpeter, tanto en su juventud como luego de la II Guerra, se presentan dos regímenes alternativos. Por un lado, se encuentra el “régimen emprendedor” o “Schumpeter Mark I” que presenta un patrón de innovación tecnológica del tipo “destrucción creadora”, donde la innovación es introducida principalmente por empresas nuevas. La existencia de condiciones de mercado caracterizadas por una reducida “apropiabilidad” de los beneficios derivados de estas innovaciones implica que las ventajas innovativas que construyen las firmas no son duraderas; esto es, los rivales pueden sin mucha dificultad imitar al innovador. Asimismo, la baja “acumulatividad” sugiere que las ventajas tecnológicas no están asociadas a una experiencia en la actividad, lo que despeja el camino para la entrada innovativa por parte de newcomers (Malerba y Orsenigo, 1995).

En cambio, bajo el “régimen rutinizado” o “Schumpeter Mark II”, el patrón de innovación es del tipo “acumulación creadora”. La innovación es introducida generalmente por los laboratorios de investigación y desarrollo de las empresas ya establecidas. Un corolario a este argumento sería que en estos sectores donde no sólo la innovación sino también la actividad productiva se encuentran concentradas en unas pocas empresa grandes, la entrada de nuevas empresas - especialmente las más pequeñas - enfrenta mayores dificultades (Acs y Audretsch, 1988). Un último elemento que analiza esta corriente se relaciona con las condiciones generales de los mercados. Es casi una obviedad que sectores que vienen registrando altas tasas de crecimiento de la demanda “atraen” una mayor cantidad de individuos deseosos de crear nuevas empresas. En este sentido, ambientes más benévolos en donde “todos ganan” no sólo inducen a una mayor creación de empresas, sino que también mejoran las perspectivas de supervivencia de los nuevos emprendimientos. De igual modo, sectores con elevada turbulencia, ya sea del lado de la oferta como de la demanda, son fuertes motivadores de nuevas iniciativas empresariales, especialmente aquellas de menor tamaño. Es este caso la mayor flexibilidad con la que cuentan las pequeñas firmas, le permiten manejar mejor el alto grado de incertidumbre que caracteriza a estos mercados turbulentos.

Este enfoque, debido a su naturaleza más vinculada con la economía positiva y a la posibilidad de contar con estadísticas que permitan captar los efectos de las variables estructurales sobre la entrada de nuevos competidores al mercado, favoreció la elaboración de una amplia cantidad de modelizaciones en torno a los factores que favorecían u obstaculizaban la entrada de nuevos competidores en un mercado dado. Entre estas primeras modelizaciones se destacan el modelo de Dale Orr (1973). En este modelo la entrada es una función positiva de la diferencia entre la tasa de beneficios del período anterior (utilizada como variable proxy de la tasa de beneficios esperada) y un vector de variables estructurales que estiman el nivel de las barreras a la entrada, como proxy de la tasa de beneficios de largo plazo.

Veinte años más tarde, Geroski (1991) propone un modelo de entrada diferente que consiste en una estimación indirecta de la entrada en función de ciertas variables observables que constituyen determinantes de los beneficios esperados. Según este modelo, la condición de entrada es la siguiente:

$$P(t)=1 \text{ si } \pi^e > 0$$
$$P(t)=0 \text{ si } \pi^e \leq 0, \text{ donde}$$

$P(t)$ es la probabilidad de entrada en el período t , y π^e es la tasa esperada de beneficios determinada por:

$$\pi^e = \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 X_{3t}, \text{ donde}$$

X_{1t} son factores estructurales exógenos (barreras a la entrada)
 X_{2t} son factores exógenos transitorios (condiciones de mercado)
 X_{3t} son factores endógenos transitorios (interacción entre firmas)

Si bien este tipo de modelos se ha difundido en los últimos años de la mano de la mayor disponibilidad de datos de corte transversal, los mismos no consideran los aspectos que influyen sobre “la oferta de emprendedores”. Ello equivale a suponer que siempre que haya oportunidades atractivas de negocios —en términos de rentabilidad y barreras a la entrada— habrá una “fila de emprendedores” listos para aprovecharlas.

Otros enfoques dentro de la economía que hicieron aportes sobre este tema son el enfoque de los “costos de transacción” y el “enfoque basado en los recursos”. Fue R. Coase quien acuñó el término de costos de transacción para denominar a los costos que implica la utilización del mecanismo de mercado. Para R. Coase la razón que daba origen a la empresa es la existencia de estos costos de transacción. En su argumentación, la empresa será el vehículo institucional más eficiente para minimizar los costos de transacción. El empresario, vagamente definido por Coase, tendrá a su cargo la tarea de evaluar la conveniencia o no de realizar una transacción dentro de los límites de la empresa (es otras palabras, internalizar la transacción) o utilizar el mercado, buscando siempre minimizar los costos de transacción. En este sentido, el empresario se convierte en el coordinador de la producción y reemplaza al mecanismo de precios en la asignación de los recursos, tal como él mismo sugiere “... *Dentro de la empresa estas transacciones mercantiles son eliminadas y, en lugar de la complicada estructura del mercado, aparece el empresario coordinador, quien dirige la producción...*” (Coase, 1994: 35).

El enfoque basado en los recursos, cuya autora más importante es E. Penrose, pone a los emprendedores en un rol central del cual dependerá el futuro sendero de crecimiento de la empresa y que consiste en evaluar las condiciones del entorno y las capacidades de la empresa para poder aprovechar las oportunidades que se le presentan. Como consecuencia de ello, el sendero de crecimiento (o sus límites) de cada empresa estará dado endógenamente y puede cambiar a partir de una modificación en las condiciones del ambiente, en los recursos y capacidades de la empresa y/o en las percepciones de sus emprendedores. Penrose utiliza el término emprendedor en un sentido funcional, sin diferenciar rigurosamente su rol del de los gerentes, como aquella persona (o grupo de personas) que ofrecen servicios empresariales dentro de una empresa.

La mirada sobre el emprendedor y el proceso

Fuera del campo de la economía, una corriente pionera en el campo de los estudios sobre *entrepreneurship* parte de la siguiente pregunta: ¿Por qué, bajo circunstancias similares, algunas personas se inclinan a formar nuevas empresas mientras que otras no? La respuesta a este interrogante se concentró en la existencia de rasgos y características personales entre los emprendedores que los diferencian de aquellos que trabajaban en relación de dependencia. Esta es la base del llamado enfoque de los atributos personales (*trait approach*). La unidad de análisis en este enfoque es el emprendedor, que se suponía

como un estado fijo de existencia, un tipo especial de personalidad, una especie deseable que se puede delinear en base a una serie de atributos. Uno de los referentes más importante de este enfoque es D. McClelland (1961).

Según McClelland, el emprendedor se caracteriza, en primer lugar, por su necesidad de logro. Otras características de los emprendedores son la necesidad de poder – es decir de poseer los medios para influenciar el comportamiento de los otros – y la necesidad de afiliación (*affiliation*) – es decir, de desarrollar lazos de relaciones con otros. Sin embargo, la lista de atributos sigue incluyendo la necesidad de independencia, la tolerancia de la ambigüedad y el riesgo, la creatividad, la perseverancia, la autoconfianza y la orientación al trabajo duro, entre otros.

Uno de los principales autores que cuestiona esta corriente basada en los atributos personales es W. Gartner (1988). Este autor revisó una importante cantidad de trabajos empíricos realizados en base al enfoque de los atributos personales, encontrando dos resultados sorprendentes. El primero de ellos mostraba que si se consideran los rasgos psicológicos cuidadosamente no era posible diferenciar entre un emprendedor y un gerente. En tanto que el segundo, probaba que en realidad el perfil de emprendedor que resultaba era el de un individuo con tantas cualidades y contradicciones que terminaba siendo una especie de *everyman*, pudiéndose encontrar otros actores sociales que tengan esas cualidades y no sean emprendedores (por ejemplo: deportistas, dirigentes sociales, etc.). En lugar de preguntarse acerca de «quién» es un emprendedor, Gartner propone focalizar la atención en «que hace» un emprendedor. Tal como sugiere el mismo autor en una ocurrente metáfora, “...*To be a baseball player means that an individual is behaving as a baseball player. A baseball player is not something one is, it is something one does ...*” (Gartner, 1988: 22).

Siguiendo esta idea, la pregunta relevante sería entonces qué es lo que hace un emprendedor. Gartner afirma que lo que hace un emprendedor y lo que constituye su esencia es crear nuevas organizaciones. Así si se quiere fomentar el surgimiento de nuevas empresas y emprendedores, lo importante es analizar cuál es el proceso a través del cual pasan los emprendedores hasta la creación de una nueva empresa (u organización). Según Gartner, cuando se intenta describir el proceso de gestación empresarial se deben tener en cuenta cuatro elementos esenciales: (i) Los individuos involucrados en la creación de la nueva empresa, (ii) Las actividades que estos individuos llevan a cabo, (iii) La estructura y estrategia de la organización, y (iv) El contexto donde se desarrolla el nuevo negocio.

Otro de los aportes que se enmarca en esta misma línea argumental es el de A. Gibb y J. Ritchie (1982) quienes postularon que la empresarialidad, más que un fenómeno con sus raíces en los aspectos personales, tiene su raíz en el contexto social en el que se desenvuelve el emprendedor. Según estos autores, la visión anterior falla en reconocer que es en el contexto social donde se determinan las ideas de negocio. En tal sentido, la empresarialidad es mejor comprendida en términos de los tipos de situación y los grupos sociales a los que pertenecen los emprendedores.

Los empresarios se van haciendo a partir de su interacción con otros y como resultado de 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. La creación de un negocio es conceptualizada como una serie de pasos sin una secuencia lógica, pero que a partir del conocimiento del individuo y su contexto social, puede ser predicho en gran medida. En términos generales el proceso descrito por Gibb y Ritchie parte de la adquisición de motivación, luego pasa a la búsqueda de una idea, la cual luego de ser validada, genera un movimiento de recursos que llevan a que se constituya una nueva firma. Según su investigación, los elementos clave del proceso de gestación de una empresa son la idea misma, los recursos, la habilidad del emprendedor y su nivel de motivación y compromiso. Naturalmente la importancia de cada uno de estos elementos no es constante a lo largo del proceso, sino que varía a medida que se va avanzando.

En relación con esta mirada del proceso de gestación empresarial, se pueden incluir aquellos autores provenientes de la teoría de redes quienes conceptualizan al mismo, como un proceso de naturaleza colectiva (Johannisson, 1991). Según estos autores el rol de las

redes, tanto formales como informales, es fundamental en todas las etapas del proceso de gestación. En especial, Birley (1985) ha encontrado que las redes informales juegan un rol decisivo en el intercambio de información, en la detección de nuevas oportunidades y en la obtención de recursos. De esta manera, las redes operan como un puente entre la estructura de oportunidades y el emprendedor, y entre éste y los recursos (Kantis, y otros, 2000).

Otro modelo que se enmarca en la misma línea argumental que los anteriores y que es frecuentemente referenciado, es el de A. Shapero (1984). Según este autor, la creación de una nueva empresa es el resultado de un evento personal que él denominó “evento emprendedor”. Operacionalmente, cada evento emprendedor está caracterizado por cinco actividades: (a) la toma de iniciativa, (b) la reunión de recursos en una forma organizacional determinada para lograr ciertos objetivos, (c) el manejo de la organización por sus fundadores, (d) una relativa autonomía, y (e) la toma de riesgo.

Más en profundidad, cada evento emprendedor es el resultado de dos decisiones individuales: la decisión de cambiar el actual estado de vida y la decisión de iniciar una nueva empresa. La primera de ellas deriva de lo que puede llamarse un efecto de desplazamiento personal (personal displacement). El desplazamiento es un evento que ocurre en la vida de una persona y que dispara la decisión de cambiar el tipo de vida que llevaba hasta entonces. Aunque abundan ejemplos de efectos de desplazamiento negativos (push), tales como la pérdida del trabajo, la frustración en el actual empleo o el síndrome del “nido vacío” entre las mujeres, existen también efectos de desplazamiento positivos (pull) como aquellas empresas iniciadas por individuos que acaban de recibirse en la Universidad, que reciben una herencia o que identifican una oportunidad de negocios en el mercado.

Ahora bien, una vez decido el individuo a cambiar su estilo de vida, qué factores lo llevan a elegir la creación de una nueva empresa entre las diferentes opciones que se le pueden presentar. La elección de un determinado estilo de vida es el producto de dos percepciones: la viabilidad y deseabilidad de un tipo de vida dado. La percepción de deseabilidad depende de la influencia de la cultura, la estructura socio - económica, la familia, los pares, la educación y otras personas influyentes. Por tal motivo, tal como se señalaba unos párrafos más atrás, se observan mayores tasas de nacimientos entre aquellos países cuyas culturas valoran positivamente al empresario y donde las acciones relacionadas con la actividad empresarial, tales como la toma de riesgos, la independencia y la innovación, son reconocidas por la sociedad. La influencia de la familia y de la educación sobre la deseabilidad de la opción empresarial es determinante.

Por su parte, la percepción de viabilidad es el resultado de una amalgama de conocimientos, recursos y la observación de otros. Por tal motivo, es muy probable que los individuos tiendan a establecer sus negocios en aquellas actividades en donde hayan trabajado. Asimismo las personas que trabajaron en pequeñas y medianas empresas (PyMEs) son más proclives a iniciar empresas debido a la familiaridad que adquieren con el manejo de una empresa, a partir de la mayor cercanía con sus dueños y la inexistencia de una férrea división del trabajo. Si bien los factores mencionados precedentemente, junto con la disponibilidad de recursos, son fuentes esenciales de la percepción sobre la viabilidad de la opción empresarial, uno de los factores más importantes – quizás el más importante – se da a partir de los modelos de rol, viendo a los otros haciéndolo.

Resumiendo, este enfoque sostiene que el proceso de creación de una empresa es un evento único que comienza cuando un individuo o grupo de individuos decide cambiar su anterior tipo de vida. La elección de un nuevo estilo de vida dependerá de las percepciones sobre la deseabilidad y viabilidad de ese tipo de vida. Esas percepciones estarán influenciadas por los antecedentes culturales, la familia, los pares, la educación y la experiencia laboral previa del emprendedor.

Hacia enfoques más integrales del proceso emprendedor

Los aportes anteriores permiten concluir que el fenómeno de la creación de nuevas empresas requiere la adopción de enfoques más amplios y eclécticos que desafíen la lógica tradicional apuntando hacia la interdisciplinariedad. En este sentido, en los últimos años se observaron importantes esfuerzos orientados a adoptar perspectivas más integrales y complejas para explicar el fenómeno bajo estudio. Así, en 1999 se lanza el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) un ambicioso programa de investigación que consiste en un relevamiento anual del nivel de actividad emprendedora en un conjunto de países. Este estudio comenzó con 10 países en 1999, incluyendo en la actualidad a 39 países de los cinco continentes. El objetivo principal de esta comparación internacional es analizar la relación entre la actividad emprendedora de un país y su nivel de crecimiento económico. El modelo conceptual del GEM articula los diversos factores que actúan sobre el proceso emprendedor para explicar su incidencia sobre el crecimiento económico y los clasifica en dos grandes grupos: el de las condiciones inherentes al contexto nacional —que afecta las oportunidades para emprender—, y el de las condiciones del contexto social, cultural y político. Ambos influyen, a su vez, sobre la actividad y la capacidad emprendedora, que, junto con las oportunidades para emprender, definen la dinámica de los negocios y, por último, acaban contribuyendo al crecimiento económico (GEM, 1999).

Otro avance importante ha dado lugar al “enfoque ecléctico” (Verheul y otros, 2001), que considera los aspectos relacionados tanto con la demanda como con la «oferta de emprendedores», los que determinan las tasas de entrada y salida de empresas. En el primer caso se incluyen aquellos que inciden sobre la existencia de oportunidades en un país; por ejemplo: su grado de desarrollo económico y tecnológico, su estructura industrial, la diversidad de la demanda y la influencia de la globalización sobre estos factores. La oferta de emprendedores se ve afectada por factores vinculados a la estructura demográfica de la población (por ejemplo, la estructura etaria, el crecimiento y la densidad poblacional), los niveles de ingreso, su distribución y el desempleo, es decir, aquellos que afectan directa o indirectamente las habilidades, las actitudes, las preferencias y los recursos para emprender.

Prácticamente todo el debate en torno del fenómeno emprendedor descrito precedentemente se ha desarrollado en Europa y en Estados Unidos. Aunque crecientemente se ha globalizado hacia regiones de menor desarrollo relativo, en esencia continua siendo un debate de los países desarrollados. La investigación sobre el proceso de surgimiento de nuevas empresas y emprendedores en América Latina se encuentra en una fase muy embrionaria, aunque se nota un creciente interés por parte del mundo académico. Un importante avance en esta línea que constituyó un aporte fundacional fue el trabajo *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y Desarrollo de Nuevas Empresas en América Latina y el Este de Asia*, realizado conjuntamente entre el Banco Interamericano de Desarrollo, la Universidad Nacional de General Sarmiento y el Banco de Desarrollo del Japón y su continuación en el libro *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional*, del Banco Interamericano de Desarrollo con la participación de FUNDES Internacional (Kantis y otros, 2002 y 2004).

Como parte de este esfuerzo de investigación, especialmente la segunda parte, se desarrolló un enfoque teórico comprehensivo para responder a la necesidad de contar con un marco de referencia que permita diagnosticar la situación actual y proponer cursos de acción. Este enfoque conceptual de naturaleza sistémica parte como los anteriores de considerar la creación de nuevas empresas como un proceso que se da en el tiempo y en el cual se pueden reconocer tres etapas, cada una caracterizadas por un conjunto de eventos y cuyo resultado final es el surgimiento de nuevos emprendedores y empresas (Kantis y otros, 2002 y 2004). La primera de estas etapas es la Gestación, donde el emprendedor identifica la idea de negocio, adquiere sus motivaciones iniciales y adquiere sus capacidades y competencias para emprender. La segunda etapa es el Lanzamiento de la empresa, donde se termina de evaluar la oportunidad de negocio, se arma el proyecto de empresa y se evalúa su viabilidad, siendo central en esta etapa el acceso a los distintos recursos que permitan llevar adelante la empresa (información, tecnología y financiamiento, entre otros). A partir del lanzamiento de la empresa y su introducción al mercado, se abre la última etapa de Desarrollo Inicial, que

abarca los primeros tres años de vida de la empresa, el período que según la literatura es el período donde se juega la supervivencia de las empresas y donde se registran las mayores tasas de mortalidad (Storey, 1994).

Sobre este proceso emprendedor influyen un importante conjunto de factores que pueden ser agrupados bajo las siguientes categorías:

- Condiciones sociales y económicas. La estratificación social, el nivel de ingresos y su distribución, así como la presencia de clases medias, son factores que influyen en la formación de nuevas vocaciones emprendedoras. Del mismo modo, las condiciones macroeconómicas así como el comportamiento de la demanda o el grado de estabilidad de la economía y sus perspectivas de crecimiento inciden sobre las decisiones de los emprendedores.
- Cultura, sistema educativo y de ciencia y tecnología. La cultura, definida como el conjunto de normas y valores de una sociedad, ejerce una influencia decisiva sobre el surgimiento de nuevas vocaciones empresariales. Sociedades con mayor valoración del rol del emprendedor y su contribución, así como una importante presencia de modelos de rol, tenderán a facilitar el surgimiento de emprendedores. En esta tarea los medios de comunicación social así como el sistema educativo en todos sus niveles deben jugar un papel decisivo. Por otro lado las instituciones de ciencia y tecnología y las instituciones de educación superior pueden actuar como importantes yacimientos de nuevos proyectos y emprendedores, especialmente aquellos intensivos en nuevas tecnologías.
- Stock de competencias emprendedoras. El proceso emprendedor no ocurre en el vacío, por el contrario, se encarna en un emprendedor (o grupo de emprendedores). En este sentido cobran importancia las competencias emprendedoras así como sus características individuales tales como la actitud frente al riesgo, la capacidad de relacionarse con otros, su orientación al trabajo duro, entre otras. Del mismo modo, resultan relevantes el nivel educativo y la experiencia laboral previa y los factores demográficos, tales como edad y ocupación de los familiares.
- Estructura y dinámica productiva. En esta categoría se considera la tasa de crecimiento de los distintos sectores/mercados; la estructura de mercado y el perfil sectorial de la industria, su nivel de concentración regional, la presencia de barreras de entrada y salida y las estrategias de las grandes empresas. La importancia de estos factores no sólo se circunscribe a la esfera económica (la aparición de oportunidades, el crecimiento de la demanda, etc.) sino que resultan relevantes a la hora de explicar la adquisición de competencias y motivaciones para emprender. En particular, la literatura señala la importancia de una fuerte presencia de PyMEs, ya que son estas empresas las principales “escuelas” de emprendedores, donde muchos de los emprendedores adquieren su vocación por los negocios y fundamentalmente adquieren muchas de las competencias y capacidades emprendedoras, especialmente aquellas denominadas como soft skills .
- Capital social y redes. Como se destacó precedentemente, las redes – sean personales, comerciales o institucionales – juegan un rol muy importante a lo largo de todo el proceso emprendedor. En primer lugar, como un espacio de interacción e intercambio para la identificación y validación de la idea del negocio. Luego, en el acceso a recursos financieros y no financieros, y finalmente en la solución de problemas y la discusión de aspectos relevantes del negocio una vez puesto en marcha. Las redes pueden ser analizadas desde dos perspectivas distintas. Puede adoptarse un enfoque de la red como estructura y analizarse allí la morfología de la misma, sus nodos críticos, el tipo de lazos existentes y su contenido, o alternativamente considerar la red como proceso. En este último caso, el foco de atención se dirige a analizar el ciclo de vida de la red y como la evolución de la misma se vincula con el desarrollo de la empresa.

- Mercado de factores. Dentro de esta categoría se considera el acceso a recursos financieros, la disponibilidad de trabajadores calificados y la forma en que opera el mercado laboral (su grado de flexibilidad), la disponibilidad de materias primas y proveedores de materiales, así como las condiciones de la infraestructura (red vial, telecomunicaciones, etc.) y la oferta de servicios profesionales (contadores, consultores, etc.)
- Políticas y condiciones regulatorias. En esta categoría no sólo se incluyen las normas y regulaciones necesarias para poder montar una empresa (el costo de los trámites y su duración) sino también el conjunto de políticas e instituciones de que apoyan la actividad emprendedora, tanto a nivel nacional, provincial o local.

Los elementos anteriores (eventos del proceso emprendedor y factores que inciden sobre los mismos) definen un sistema integrado por diferentes componentes e insumos y cuyo resultado es el surgimiento de nuevos emprendedores y empresas. Se define así el Sistema de Desarrollo Emprendedor como el conjunto de elementos y factores que influyen sobre el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas (Kantis y otros, 2004).

En resumen, el enfoque sistémico adoptado en este estudio considera distintos tipos de factores que contribuyen a comprender la naturaleza compleja y contextual del proceso emprendedor y que inciden sobre la formación de la motivación y las competencias para emprender, la identificación de oportunidades de negocios, la elaboración del proyecto, la decisión de emprender, el acceso a los recursos y la gestión del desarrollo de la empresa.

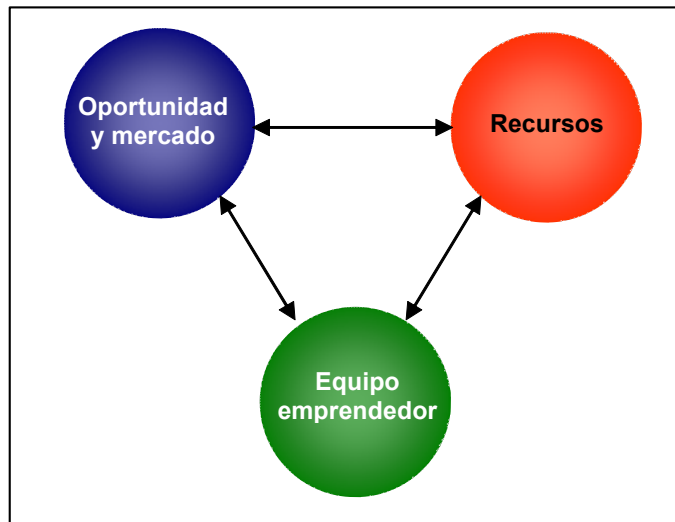
MARCO CONCEPTUAL METODOLOGICOS

Enfoque adoptado en este estudio

La perspectiva sistémica que sustenta la conceptualización anterior del proceso emprendedor, si bien resulta atractiva desde el punto de vista teórico presenta algunas dificultades a la hora de operacionalizar todas las variables que intervienen en el proceso de creación de una nueva empresa, permaneciendo de todas maneras como marco interpretativo más general. En este sentido es que varios autores afirman la necesidad de desarrollar modelos conceptuales simplificados que sean capaces de conectar campos de estudio relacionados. Bager y Shott (2002) por ejemplo, proponen integrar a la mirada sobre la creación de empresas los aportes de la teoría de los recursos y capacidades. Otros autores, en cambio, abogan por modelos que combinen la literatura de creación de empresas y de dirección estratégica (Hitt y otros, 2001). Finalmente existen autores que proponen combinar los aportes de las teorías sobre creación de empresas con los conceptos de estrategias, redes e innovación (Garnsey, 2003, Rabetino, 2005).

El marco conceptual que se utilizará en esta investigación es entonces, una combinación de las teorías de creación de empresas con el enfoque de los recursos y capacidades y el enfoque de redes. En este sentido, un modelo conceptual que resulta particularmente atractivo por su simplicidad es el propuesto por J. Timmons (1999). Según este modelo, la creación de una nueva empresa se apoya en tres pilares igualmente importantes, tal como muestra la figura siguiente:

Esquema del Modelo de J. Timmons



Fuente: Timmons, J. (1999).

Entre los aspectos que constituyen la esfera de la **oportunidad y el mercado**, se incluye la estructura y el tamaño del mercado objetivo, su tendencia de crecimiento sus condiciones de entrada, la cantidad y características de los competidores, las características y dimensionamiento de la demanda, la identificación y el canal de acceso a los clientes. Por su parte en la esfera de los **recursos** se incluyen aspectos tales como los recursos financieros y su utilización, los recursos humanos, el conocimiento e información con que se cuenta, el grado de planificación del emprendimiento y finalmente las redes de contacto con que cuenta. Finalmente, dentro de la esfera del **equipo emprendedor** se incluye el número de socios, sus actitudes, capacidades y competencias, su experiencia y formación, su perfil motivacional, así como otros datos demográficos como su edad, género o nivel de ingreso³.

Idealmente, el éxito de una nueva empresa dependerá – según este modelo – del balance que exista entre estos tres pilares, asignando ese rol al equipo emprendedor. Éste deberá equilibrar los desbalances que se puedan encontrar en los diferentes contextos, por ejemplo, contextos o ideas que permitan aprovechar una amplia disponibilidad de recursos pero tengan dificultades para determinar el mercado o este sea muy pequeño, o contextos o ideas que permitan avistar un importante mercado o de fácil acceso, pero presente dificultades para la obtención de recursos.

En síntesis, la presente investigación buscará explicar entonces las diferencias en el dinamismo de las nuevas empresas, en función de los tres elementos mencionados precedentemente. En este sentido se plantea que la probabilidad de que una nueva empresa sea una empresa altamente dinámica, dependerá (i) del tipo de oportunidad identificada y las características del mercado al cual se orienta, (ii) de los recursos disponibles y su utilización, y (iii) de las capacidades y competencias del equipo emprendedor que lleve adelante el proyecto.

Preguntas e Hipótesis de la Investigación

Sobre la base del marco conceptual expuesto precedentemente se planteó un conjunto de preguntas de investigación que servirán de guía para el diseño de las variables y los modelos a estimar como parte de este trabajo de investigación. Estas preguntas de investigación, agrupadas en torno a los tres elementos del modelo de Timmons, son:

³ Es importante aclarar que este modelo no presupone la presencia de equipos emprendedores. Cuando se habla de la esfera del equipo emprendedor se hace referencia a quién o quiénes llevan adelante el negocio, y por lo tanto pueden ser equipos unipersonales, aunque esta denominación no sea estrictamente adecuada.

Preguntas relacionadas con la oportunidad y el mercado al cual se orienta

- ¿Existen perfiles de oportunidades diferentes entre ambos grupos de empresas (las altamente dinámicas y las menos dinámicas)?
- ¿Cuál es la influencia del tamaño del mercado sobre la probabilidad de convertirse en una nueva empresa altamente dinámica?
- ¿Qué diferencias existen entre ambos grupos de empresas en cuanto al tipo de clientes iniciales?
- ¿Cuál es la influencia del tamaño de los competidores sobre la probabilidad de convertirse en una nueva empresa dinámica?
- ¿Existe relación entre la orientación exportadora y la probabilidad de ser una nueva empresa dinámica?
- ¿Cuál es la influencia del sector de actividad sobre las chances de que una nueva empresa sea dinámica?
- ¿Existe alguna relación entre el hecho de pertenecer a una trama de empresas como subcontratista y la probabilidad de ser una nueva empresa dinámica?

Preguntas relacionadas con los recursos y su utilización

- ¿Existen diferencias entre ambos tipos de empresas en cuanto al volumen de inversión inicial requerida?
- ¿Existen diferencias entre ambos tipos de empresas en cuanto al volumen de información relacionada con el negocio con que contaban al inicio?
- ¿Cuál es la influencia sobre la probabilidad de ser una empresa dinámica del hecho de haber realizado un plan de negocios como herramienta de evaluación técnica de la decisión de emprender?
- ¿Existen diferencias entre uno y otro tipo de empresas en cuanto a la utilización de redes de contacto en para la identificación y validación de la oportunidad de negocio?
- ¿Cuál es la influencia sobre las chances de que una nueva empresa sea dinámica del perfil ocupacional de las redes de contacto utilizadas y su grado de estabilidad en el tiempo?
- ¿Qué diferencias existen entre ambos grupos de empresas del número de personas contactadas?
- ¿Qué diferencias existen en cuanto a las fuentes de financiamiento utilizadas para poner en marcha la empresa en uno y otro grupo de empresas?
- ¿Qué diferencias existen en cuanto a las fuentes de financiamiento utilizadas en los primeros años de vida de la empresa por uno y otro grupo de empresas?

Preguntas relacionadas con el equipo emprendedor y sus capacidades

- ¿Qué diferencias se observaron en las motivaciones iniciales que llevaron a unos y otros emprendedores a pensar en ser empresario?
- ¿Cómo influye el contexto familiar del emprendedor en el proceso motivacional?
- ¿Cómo influye la presencia de modelos de rol en el proceso motivacional?
- ¿Cuál es la influencia sobre la probabilidad de ser una empresa dinámica de la presencia de equipos emprendedores en lugar de emprendedores individuales?
- ¿Cómo influye el nivel educativo de los emprendedores sobre la probabilidad de que la empresa sea dinámica?
- ¿Cómo influye la experiencia empresarial previa de los emprendedores sobre la probabilidad de que la empresa sea dinámica?
- ¿Existe alguna diferencia entre ambos tipos de empresas en cuanto a la edad de sus fundadores?
- ¿Qué diferencias existen entre ambos grupos de empresas en cuanto al reconocimiento de los ámbitos dónde adquieren las motivaciones y competencias para ser empresarios?

Para responder a estos interrogantes, se plantean las siguientes hipótesis de trabajo, agrupadas también en torno a los elementos que constituyen el modelo conceptual adoptado en esta investigación.

A. Relacionadas con la oportunidad y el mercado al cual se orienta

- H1: Los proyectos cuya ventaja competitiva está dada por la diferenciación tienen más probabilidades de ser empresas altamente dinámicas.
- H2: Los proyectos cuya ventaja competitiva está dada por la innovación tienen más probabilidades de ser empresas altamente dinámicas.
- H3: El tamaño del mercado donde se realizará el proyecto afecta positivamente la probabilidad de ser una nueva empresa altamente dinámica.
- H4: Aquellos proyectos orientados a empresas como clientes iniciales tienen mayores probabilidades de ser una nueva empresa dinámica.
- H5: El tamaño de los competidores afecta positivamente las probabilidades de ser una nueva empresa dinámica.
- H6: Los proyectos orientados hacia mercados externos incrementan sus probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
- H7: Aquellos proyectos de nuevas empresas intensivas en conocimiento tienen mayores probabilidades de convertirse en nuevas empresas altamente dinámicas.
- H8: Aquellos proyectos que se encuentran vinculados a una trama de empresas como subcontratistas, tienen mayores posibilidades de convertirse en nuevas empresas altamente dinámicas.

B. Relacionadas con los recursos y su utilización

- H9: El volumen de la inversión inicial requerida para el lanzamiento del negocio, afecta positivamente sus probabilidades de convertirse en una empresa altamente dinámica.
- H10: La cantidad de información relativa al negocio obtenida previamente al lanzamiento del mismo incrementa las probabilidades de ser una nueva empresa altamente dinámica.
- H11: La realización del Plan de Negocio como herramienta de evaluación previa al lanzamiento del proyecto influye positivamente sobre las probabilidades de ser una nueva empresa altamente dinámica.
- H12: La utilización de redes de contacto en la identificación de la idea de negocio aumenta la probabilidad de convertirse en un emprendimiento altamente dinámico.
- H13: Aquellos proyectos con un perfil de redes más vinculadas y específicas al mundo empresarial y su proyecto tienen mayores probabilidades de ser altamente dinámicas.
 - H.13.1. Aquellos proyectos que contactaron redes más vinculadas al mundo empresarial y específicas a su proyecto en la identificación de la idea de negocio, tienen mayores probabilidades de ser altamente dinámicas
 - H.13.2. Aquellos proyectos que contactaron redes más vinculadas al mundo empresarial y específicas a su proyecto en la solución de los problemas iniciales de gestión del negocio, tienen mayores probabilidades de ser empresas altamente dinámicas
- H14: Aquellos emprendedores con redes de contacto más estables en el tiempo tienen más probabilidades de ser empresas altamente dinámicas.
- H15: La cantidad de contactos utilizados para el acceso a recursos influye positivamente sobre la probabilidad de convertirse en una nueva empresa altamente dinámica.
- H16: Aquellos proyectos que han logrado acceder a financiamiento externo para el inicio del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.

- H.16.1. Aquellos proyectos que han logrado acceder a préstamos bancarios para el inicio del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
- H.16.2. Aquellos proyectos que han logrado acceder a inversores privados o capital de riesgo para el inicio del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
- H.16.3. Aquellos proyectos que han logrado acceder a apoyo público para el inicio del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
- H17: Aquellos proyectos que utilizaron estrategias de bootstrapping para financiar el inicio del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
- H18: Aquellos proyectos que han logrado acceder a financiamiento externo para el financiar los primeros años del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
 - H.18.1. Aquellos proyectos que han logrado acceder a préstamos bancarios para el financiar los primeros años del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
 - H.18.2. Aquellos proyectos que han logrado acceder a inversores privados o capital de riesgo para el financiar los primeros años del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
 - H.18.3. Aquellos proyectos que han logrado acceder a apoyo público para el financiar los primeros años del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.
- H19: Aquellos proyectos que utilizaron estrategias de bootstrapping para financiar los primeros años del negocio tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas.

C. Relacionadas con el equipo emprendedor y sus capacidades

- H20: Los factores motivacionales positivos afectan positivamente la probabilidad de crear una nueva empresa altamente dinámica.
- H21: La presencia de modelos de rol como figuras inspiradoras contribuye positivamente a la probabilidad de crear una nueva empresa altamente dinámica.
- H22: Aquellos emprendedores cuyos padres eran empresarios o profesionales vinculados al mundo de los negocios, tienen más probabilidades de crear una nueva empresa altamente dinámica.
- H23: La presencia de equipos emprendedores contribuye positivamente a la probabilidad de ser un emprendimiento altamente dinámico.
- H24: El nivel educativo alcanzado por los emprendedores contribuye positivamente a la probabilidad de crear una nueva empresa altamente dinámica.
- H25: La edad de los emprendedores afecta positivamente las probabilidades de crear una nueva empresa altamente dinámica.
- H26: Aquellos emprendedores con experiencias empresariales previas, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
- H27: Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la familia como ámbito de adquisición de capacidades y competencias emprendedoras, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
 - H.27.1. Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la familia como ámbito de adquisición de capacidades y competencias gerenciales, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.

- H.27.2. Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la familia como ámbito de adquisición de actitudes emprendedoras, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
- H.27.3. Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la familia como ámbito de adquisición del conocimiento técnico para el desarrollo del proyecto, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
- H28: Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la universidad como ámbito de adquisición de capacidades y competencias emprendedoras, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
 - H.28.1. Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la universidad como ámbito de adquisición de capacidades y competencias gerenciales, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
 - H.28.2. Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la universidad como ámbito de adquisición de actitudes emprendedoras, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
 - H.28.3 Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la universidad como ámbito de adquisición del conocimiento técnico para el desarrollo del proyecto, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
- H29: Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la experiencia laboral previa como ámbito de adquisición de capacidades y competencias emprendedoras, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
 - H.29.1 Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la experiencia laboral previa como ámbito de adquisición de capacidades y competencias gerenciales, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
 - H.29.2. Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la experiencia laboral previa como ámbito de adquisición de actitudes emprendedoras, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.
 - H.29.3. Aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la experiencia laboral previa como ámbito de adquisición del conocimiento técnico para el desarrollo del proyecto, tienen más probabilidades de crear empresas altamente dinámicas.

Fuentes de Información y criterios de selección

La información utilizada para la realización de este trabajo surge de la combinación de las bases de datos de los Proyectos *Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y Desarrollo de Nuevas Empresas en América Latina y el Este de Asia* coordinado por la Universidad Nacional de General Sarmiento y patrocinado por el Banco Interamericano de Desarrollo conjuntamente con el Banco de Desarrollo del Japón, y *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional*, donde se contó también con la participación de FUNDES Internacional. Ambas bases de datos incluyen información acerca del proceso emprendedor y sus características en 13 países: 7 en América Latina (Argentina, Brasil, México, Perú, Costa Rica, El Salvador y Chile), 4 en el Este de Asia (Japón, Corea, Taiwán y Singapur) y 2 en el Sur de Europa (Italia y España). En total se entrevistaron cerca de 2.000 fundadores de nuevas empresas, en promedio unas 150 en cada país, en dos periodos diferentes, finales del año 2000 y principios de 2001, por un lado, y mediados de 2003, por otro. La selección de las empresas se realizó en forma aleatoria a partir de directorios empresariales y de otras fuentes de información disponibles, siguiendo los siguientes criterios.

En primer lugar se definió como nueva empresa a aquellas firmas con una antigüedad de entre 3 y 10 años al momento de la encuesta. Para aquellos sectores intensivos en tecnología, el criterio de antigüedad se extendió a aquellas empresas que tenían entre 1 y 10 años de vida al momento de hacer la entrevista. Este criterio de antigüedad permite por un lado, la inclusión de empresas jóvenes que hubiesen transitado ya la etapa crítica de los primeros 3 años de vida, y por otro que cuenten con una trayectoria ya consolidada y cuyo fundador pudiera recordar todavía los aspectos relevantes del proceso de creación de la empresa a ser investigados.

En segundo lugar, se consideró como grupo objetivo a toda aquella empresa que al momento de realizar el relevamiento hubiera alcanzado un tamaño de por lo menos 15 ocupados y no más de 300. Por el contrario, en el grupo de control, se incluyeron firmas nuevas con un máximo de 10 ocupados. En cada país, las empresas del grupo de control reúnen alrededor de 70% del panel. Debe destacarse que el estudio no incluyó el amplio segmento de microempresas informales, cuya importancia dentro del total de empresas en América Latina es muy significativa.

Finalmente se incluyó a empresas localizadas tanto en grandes áreas metropolitanas como en áreas locales más pequeñas pero con alto predominio de PyMEs. Se encuestaron empresas del sector manufacturero convencional así como de nuevos sectores vinculados a las nuevas tecnologías y basados en el conocimiento (software, Internet, biotecnología, telemática y otros ramas de ingeniería aplicada).

Definición de las variables y métodos de análisis de la información⁴

Para la estimación de este modelo se partió de un total de 350 variables iniciales, a partir de las cuales se construyó un conjunto de 69 variables e indicadores. Sobre estas 69 variables e indicadores se estimaron diferentes combinaciones de modelos, depurándose y rescribiéndose algunas de ellas hasta llegar al número final de 40 variables.

a) Variable Dependiente

Dado que el objetivo de este trabajo es estimar un modelo sobre los determinantes del surgimiento de nuevas empresas altamente dinámicas, el primer paso fue definir qué se entendía por dinamismo y de que manera se podía operacionalizar. Dentro de la literatura, se verifica un importante debate acerca de cuál es la mejor manera de medir el crecimiento de una empresa (o en otras palabras, su dinamismo). Así, existen modelos que utilizan las variaciones de las ventas, la evolución de los beneficios, el incremento de activos o el cambio en el empleo. En este sentido, Weinzimmer y otros (1998) sugieren la idea de adoptar el crecimiento de ventas como la medida más difundida ya que, ningún otro aspecto de la empresa crece sin un crecimiento previo en las ventas. Sin embargo, tomar indicadores monetarios implica ajustes por inflación y comparaciones entre monedas que dificultan su utilización.

Por otro lado, están aquellos que al hablar de crecimiento, consideran sólo las variaciones absolutas, aquellos que toman sólo las relativas o alguna combinación de ambas. Mientras que las primeras tienden a sobreestimar el crecimiento de las empresas más grandes, las medidas relativas tienen el efecto contrario (Weinzimmer y otros, 1998; Davidsson y Wiklund, 1999). Finalmente, existe otro conjunto de aportes que al hablar de nuevas empresas de rápido crecimiento o "gacelas", hacen referencia a aquellas empresas que alcanzan determinado umbral de tamaño transcurrido cierto tiempo (Storey, 1994; Autio, 2005).

⁴ En esta sección los autores agradecen al importante colaboración y asistencia técnica de Lucas Altube, Christiam Mendez Lazarte y Margarita Diaz.

En resumen, y tal como afirmara E. Penrose (1959), todos los indicadores de crecimiento tiene problemas específicos, debiéndose seleccionar en cada caso aquel que mejor se ajuste y sea más útil de acuerdo a la disponibilidad de información (Davidsson y Wiklund, 1999).

Dadas las dificultades que presenta la utilización de la variable ventas en un trabajo que como éste, involucra a un conjunto heterogéneo de países, cuyos datos fueron relevados en diferentes períodos, se optó por adoptar la variable empleo como medida de crecimiento. Por otro lado, las dificultades que implica la utilización del año inicial como punto de referencia para la comparación, llevaron a que se adoptara alguna definición que no tuviera como base al año inicial. En consecuencia, se consideró como nueva empresa altamente dinámica a aquellas nuevas empresas que al tercer año de vida cuenten con 15 ocupados o más, en tanto que las menos dinámicas son aquellas que no superan los 10 ocupados al tercer año de vida⁵.

b) Variables Independientes

Siguiendo el esquema del modelo conceptual, se agrupó a las variables independientes según correspondan a (i) del tipo de oportunidad identificada y las características del mercado al cual se orienta, (ii) de los recursos disponibles y su utilización, y (iii) de las capacidades y competencias del equipo emprendedor. Dentro del primer grupo se incluyen aquellas variables que se relacionan con el tipo de proyecto y el mercado al que apunta. Entre las primeras, se destaca el tipo de ventaja competitiva (diferenciación, liderazgo de costos, innovación) y la pertenencia a una trama de empresas como subcontratista. Dentro de las variables ligadas al mercado se incluyen el tipo predominante de los clientes iniciales, el sector de actividad, el tamaño de los principales competidores y la orientación exportadora.

El segundo grupo de variables integra aquellas que tienen que ver con los recursos y su utilización. Entre las variables que se incluyen en este grupo se encuentran la inversión inicial, la cantidad de información con que se contaba y la realización de un plan de negocio. Otras variables de este grupo tienen que ver con los recursos financieros y con las redes. Entre las variables de financiamiento se incluyeron indicadores acerca del tipo de financiamiento (bootstrapping, crédito bancario, apoyo público o capital de riesgo) utilizado tanto al momento de lanzar el negocio como en sus primeros años. Entre las variables de redes, se incluyeron variables sobre la densidad de la red (número de contactos), la especificidad y la estabilidad de las mismas en el tiempo. También se incluyó una variable acerca de la utilización de distintos tipos de redes (sociales, comerciales e institucionales) para la solución de problemas.

Finalmente, el tercer grupo de variables se vincula con el equipo emprendedor, sus capacidades y competencias. Aquí se incluyen aspectos personales y *background* de los emprendedores, esencialmente la edad del emprendedor, su pertenencia a una familia de empresarios, su nivel de educación y su experiencia laboral previa. Otras variables incluidas en este primer grupo son la presencia de equipos emprendedores, el tipo de motivación inicial, la presencia de modelos de rol dentro de las motivaciones iniciales, y el reconocimiento que desde una perspectiva subjetiva el mismo emprendedor hace acerca de la contribución de la familia, la universidad y la experiencia laboral, a la adquisición y desarrollo de actitudes, capacidades y competencias útiles para emprender tales como habilidades gerenciales, actitudes emprendedoras y conocimientos técnicos.

⁵ En la presente investigación se han contemplado otras medidas de dinamismo, que fueron descartadas por diferentes razones. Primero se utilizó una variable dicotómica que asuma valores 1 si el tamaño al tercer año era mayor a 15 ocupados y 0 si era menor y luego se construyó una variable multinomial que permitiese tener una medición más exacta del desempeño de las empresas al incluir una categoría más. En este caso, el problema era que incluir una categoría más no redundaba en una mejor clasificación de las empresas, optándose en definitiva por regresar a la variable dicotómica original. También se probó hacer una variable dependiente que refleje no la cantidad de empleados en determinado año, sino su tasa de crecimiento entre los años intermedios. Para ello se tuvo que construir una variable adicional que normalice el desempeño (tasa de crecimiento) y la edad de las empresas ya que se contaba con empresas que iban desde los 2 hasta los 10 años de antigüedad. Finalmente esta variable fue descartada por razones de poca operatividad y complejidad.

Todas las variables independientes son categóricas. Una descripción más detallada de las mismas se observa en la tabla siguiente:

Concepto	Variable	Definición
Oportunidad y Mercado	Ventaja competitiva	= 0 si compite por precio, 1 si compite por diferenciación, 2 si compite por innovación
	Subcontratación	= 0 si no es subcontratista, 1 si es subcontratista
	Tamaño del mercado	= 0 países pequeños (según población), 1 países grandes
	Tipo predominante de cliente inicial	= 0 consumidor final exclusivamente, 1 sólo PyMEs, 2 sólo Grandes Empresas, 3 Ambos tipos de clientes
	Tamaño de los competidores	= 0 PyMEs, 1 Grandes Empresas, 2 Ambos tipos de empresas
	Sector de actividad	= 0 manufactura convencional, 1 sectores basados en el conocimiento (software, Internet, electrónica aplicada, biotecnología)
	Orientación exportadora	= 0 no exportó, 1 Exportador ocasional, 2 Orientado a la exportación
Recursos	Inversión inicial	= 0 si fue hasta U\$S 500.000, 1 si fue mayor a U\$S 500.000
	Plan de Negocio	= 0 si no hizo plan de plan de negocio, 1 si hizo plan de negocio
	Información conocida	= 0 poca información conocida (menos de 1 ítem), 1 entre 2 y 5 ítems, 2 más de 5 ítems
	Utilización bootstrapping primeros años	= 0 no utilizó, 1 en caso contrario
	Utilización préstamos bancarios al inicio	= 0 no utilizó, 1 en caso contrario
	Utilización préstamos bancarios en los primeros años	= 0 no utilizó, 1 en caso contrario
	Utilización apoyo público al inicio	= 0 no utilizó, 1 en caso contrario
	Utilización apoyo público en los primeros años	= 0 no utilizó, 1 en caso contrario
	Utilización capital de riesgo al inicio	= 0 no utilizó, 1 en caso contrario
	Utilización capital de riesgo en los primeros años	= 0 no utilizó, 1 en caso contrario
	Utilización redes de contactos para identificación de la idea	= 0 no utilizó, 1 en caso contrario
	Ocupación de los contactos utilizados para identificación de la idea	= 0 Otras, 1 Empresario PyME, 2 Ejecutivo Gran Empresa
	Estabilidad de los vínculos utilizados para identificación de la idea	= 0 Ninguno, 1 Relación comercial, 2 Socio
	Número de personas que facilitaron el acceso a recursos	= 0 Ninguno, 1 Hasta 4, 2 Más de 4
Apoyo externo recibido	= 0 Ninguno, 1 Relaciones personales, 2 Relaciones institucionales, 3 Relaciones comerciales	
Equipo emprendedor	Edad	= 0 si el emprendedor tiene hasta 35 años de edad, 1 si tiene más de 36 años de edad
	Nivel educativo	= 0 si el emprendedor tiene nivel universitario completo o inferior, 1 si tiene nivel universitario completo, 2 si tiene nivel de postgrado
	Experiencia laboral previa	= 0 si fue empleado, 1 si fue empresario
	Ocupación del padre	= 0 si fue empleado, 1 si fue profesional independiente, 2 si fue empresario o ejecutivo de grandes firmas
	Número de socios	= 0 sólo un socio, 1 dos socios, 2 tres o más socios
	Tipo de motivación	= 0 si existían factores negativos (push), 1 si existían factores positivos (pull)
	Modelos de rol	= 0 si su influencia no fue importante o muy importante, 1 si su presencia fue importante o muy importante
	Reconocimiento de la familia a la adquisición de competencias gerenciales	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida
	Reconocimiento de la familia a la adquisición de actitudes emprendedoras	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida
	Reconocimiento de la familia a la adquisición de conocimiento técnico	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida
Reconocimiento de la universidad a la adquisición de competencias gerenciales	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida	

Reconocimiento de la universidad a la adquisición de actitudes emprendedoras	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida
Reconocimiento de la universidad a la adquisición de conocimiento técnico	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida
Reconocimiento de la experiencia laboral a la adquisición de competencias gerenciales	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida
Reconocimiento de la experiencia laboral a la adquisición de actitudes emprendedoras	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida
Reconocimiento de la experiencia laboral a la adquisición de conocimiento técnico	= 0 si no fue reconocida, 1 si fue reconocida

c) Método de análisis de la información

Para la estimación de este modelo se utilizó el método de regresión logística binaria, particularmente adecuado y recomendado para los objetivos de este trabajo. De manera sintética, el modelo logístico binario analiza que características de los emprendedores, sus proyectos y sus recursos afectan la probabilidad de que una nueva empresa sea dinámica, y en qué dirección. En términos esquemáticos el modelo tiene la siguiente forma:

$$p(\text{dinámico}) = f(\alpha, X_1, X_2, X_3)$$

$$p(\text{dinámico}) = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3)}}$$

donde X_1 , X_2 y X_3 corresponden a variables que se relacionan con (i) el tipo de oportunidad identificada y las características del mercado al cual se orienta, (ii) los recursos disponibles y su utilización, y (iii) las capacidades y competencias del equipo emprendedor, respectivamente.

Para capturar las diferencias contextuales que existen entre las tres regiones bajo estudio, se calculó el mismo modelo para cada una de ellas.

Descripción de la muestra

La muestra utilizada para este trabajo incluye unos 1.794 casos, de los cuales 851 (47%) son empresas altamente dinámicas y el resto (53%) son empresas menos dinámicas. Si se considera la distribución por regiones de las empresas de la muestra se observa que la misma se divide casi en partes iguales entre América Latina y el Este de Asia, siendo la participación del Sur de Europa poco más del 13%.

Distribución de la muestra final por región

Región / País	Total	
	Cantidad	%
América Latina	798	44,5
Este de Asia	756	42,1
Sur de Europa	240	13,4
Total	1.794	100

En términos de las empresas altamente dinámicas, lo que se observa es que tanto en América Latina como en el Sur de Europa, el porcentaje de nuevas empresas altamente

dinámicas se acerca al 42% de la muestra, en tanto que en el caso del Este de Asia su participación es cercana al 55%, reflejándose el carácter contextual del fenómeno del dinamismo.

Distribución de la muestra final por región y según dinamismo

Región / País	Empresas Altamente Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
América Latina	335	42,0	463	58,0	798	100,0
Este de Asia	415	55,0	341	45,0	756	100,0
Sur de Europa	101	42,0	139	58,0	240	100,0

El grueso de las empresas incluidas en la muestra desarrolla actividades de manufactura convencional (62%) sin que se destaquen diferencias sectoriales si se divide a las empresas según su dinamismo. Tanto en un caso como en otro, aproximadamente dos terceras partes de las empresas se desempeñaban en sectores de manufactura convencional, como se observa en la tabla siguiente:

Distribución de la muestra por sector de actividad, según grupo y para el total

Sector	Empresas Altamente Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Sectores convencionales	577	61,2	543	63,8	1.120	62,4
Sectores basados en el conocimiento	366	38,8	308	36,2	674	37,6
Total	851	100	943	100	1.794	100

Por el contrario, si se divide la muestra por regiones y se observa su composición sectorial se observan algunas diferencias interesantes para destacar. Tanto para el caso de América Latina como para el Sur de Europa, la presencia de firmas intensivas en conocimiento es menor entre las empresas altamente dinámicas que entre las menos dinámicas. Por el contrario, en el Este de Asia la proporción de nuevas empresas basadas o intensivas en conocimientos entre las empresas altamente dinámicas no sólo es mayor que sus pares menos dinámicas, sino que casi duplica el porcentaje observado en América Latina y el Sur de Europa.

Distribución de las empresas según región y sector de actividad

Sector	América Latina				Este de Asia				Sur de Europa			
	Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Sector convencional	251	74,9%	308	66,5%	214	51,6%	187	54,8%	78	77,2%	82	59,0%
Sector basado en el conocimiento	84	25,1%	155	33,5%	201	48,4%	154	45,2%	23	22,8%	57	41,0%
Total	335	100,0%	463	100,0%	415	100,0%	341	100,0%	101	100,0%	139	100,0%

En cuanto al tamaño medio, se observa que las empresas altamente dinámicas empleaban en promedio unas 39 personas al tercer año, en tanto que las menos dinámicas sólo

empleaban unas 6 personas en promedio para el mismo período. Sin embargo debe aclararse que en el caso de las empresas altamente dinámicas este promedio tiene una alta variabilidad, siendo la mediana de 25 ocupados para este grupo.

Asimismo, los valores medios varían según la región que se considere, en especial cuando se focaliza en las nuevas empresas altamente dinámicas. De esta manera, se observa que en el Sur de Europa, el tamaño promedio de las empresas altamente dinámicas al tercer año de vida es inferior al de sus pares localizados en América Latina, y casi la mitad del correspondiente a las empresas del Este de Asia. Por otro lado debe señalarse que si bien las empresas altamente dinámicas del Sur de Europa son más pequeñas, se trata de un grupo más homogéneo, ya que la diferencia entre la media y la mediana es la menor de las tres regiones.

Tamaño medio de las empresas al tercer año de vida, por grupo y región

Tamaño Medio	Empresas Altamente Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas	
	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana
Total de la muestra	39	25	6	6
América Latina	38	25	6	6
Este de Asia	42	28	6	6
Sur de Europa	28	20	5	5

Hasta aquí la descripción de la muestra se focalizó en los aspectos vinculados con las empresas. Los principales resultados que surgen de esta primera presentación son que si bien la cantidad de nuevas empresas altamente dinámicas representa aproximadamente la mitad de la muestra seleccionada para este trabajo, esta participación no es homogénea a lo largo de las tres regiones bajo análisis, reflejando la naturaleza contextual del fenómeno bajo estudio. En efecto, la proporción de nuevas empresas altamente dinámicas es mayor en el Este de Asia que en las demás regiones. En segundo lugar, se destaca el predominio de las empresas de sectores de manufactura tradicional, tanto entre las nuevas empresas altamente dinámicas como entre las menos dinámicas, aunque también con matices según la región. Finalmente se puede afirmar que existe una brecha de tamaño entre las empresas altamente dinámicas y las menos dinámicas. En efecto, al tercer año de vida, las nuevas empresas altamente dinámicas emplean en promedio casi 6 veces más personas que las empresas menos dinámicas, registrándose también diferencias entre regiones.

El resto de esta sección de descripción de la muestra centrará su atención sobre las características de los emprendedores que llevan adelante estas nuevas empresas. En este sentido debe señalarse en primer lugar que las empresas altamente dinámicas se diferencian de las menos dinámicas en que existe una mayor presencia de equipos en lugar de emprendedores individuales. No sólo es mayor la presencia de equipos entre las empresas altamente dinámicas sino que también son más numerosos, tal como se ve en la tabla siguiente.

Presencia de equipos emprendedores y número de socios, por grupo

Socios Fundadores	Empresas Altamente Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Un socio (individual)	258	30,3	368	39,0	626	34,9
Equipos emprendedores	593	69,7	575	61,0	1.168	65,1
<i>Dos socios</i>	236	27,7	314	33,3	550	30,6
<i>Tres o más socios</i>	357	42,0	261	27,7	618	34,5
Total	851	100	943	100	1.794	100

A nivel regional se destaca que la presencia de equipos emprendedores entre las empresas altamente dinámicas es mayor en el Sur de Europa que en el resto de las regiones. Del mismo modo, los equipos emprendedores tienden a ser más numerosos en el Sur de Europa, y en menor medida en el Este de Asia.

Presencia de equipos emprendedores y número de socios, por grupo y región

Número de socios	América Latina				Este de Asia				Sur de Europa			
	Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Un socio	90	26,9%	153	33,0%	152	36,6%	183	53,7%	16	15,8%	32	23,0%
Dos socios	133	39,7%	191	41,3%	73	17,6%	74	21,7%	30	29,7%	49	35,3%
Tres o más socios	112	33,4%	119	25,7%	190	45,8%	84	24,6%	55	54,5%	58	41,7%
Total	335	100,0%	463	100,0%	415	100,0%	341	100,0%	101	100,0%	139	100,0%

Otra de las características personales incluidas en esta descripción de la muestra seleccionada es la edad de los emprendedores. En este sentido, se debe señalar que la mayor parte de las empresas que forman parte de la muestra fue creada por personas que al momento de iniciar la empresa tenían más de 36 de edad. Esa situación se da tanto entre las empresas altamente dinámicas como entre las menos dinámicas.

Distribución de la muestra según edad de los fundadores por grupo y para el total

Edad Fundadores	Empresas Altamente Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Hasta 35 años	113	13,3	171	18,2	284	15,8
Más de 36 años	736	86,7	771	81,8	1.507	84,2
Total	849	100	942	100	1.791	100

La presencia de emprendedores mayores de 36 años entre las empresas altamente dinámicas, toma su valor máximo en el caso del Este de Asia, donde cerca del 92% de los emprendedores dinámicos tenían al momento de crear la empresa más de 36 años. Por el contrario, la presencia de emprendedores dinámicos jóvenes (menores de 25 años de edad)

está en alguna medida más difundida en el Sur de Europa y en América Latina, aunque en ambos casos la misma no alcanza niveles importantes (rondando el 20% de los casos).

Edad de los emprendedores, por grupo y región

Edad	América Latina				Este de Asia				Sur de Europa			
	Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Hasta 35 años	60	17,9%	117	25,3%	31	7,5%	26	7,6%	22	21,8%	28	20,1%
Más de 36 años	275	82,1%	346	74,7%	382	92,5%	314	92,4%	79	78,2%	111	79,9%
Total	335	100,0%	463	100,0%	413	100,0%	340	100,0%	101	100,0%	139	100,0%

Finalmente, se resumen dos últimas características de los emprendedores vinculadas con su background: i) el nivel educativo, y ii) su experiencia laboral previa. Respecto del nivel educativo, debe señalarse que los emprendedores dinámicos se diferencian de los menos dinámicos en que una mayor proporción de ellos culminó sus estudios universitarios. Además entre los emprendedores más dinámicos es mayor la presencia de personas con estudios de postgrado, aunque éste es un fenómeno no muy generalizado.

Nivel educativo de los emprendedores por grupo y para el total

Nivel educativo	Empresas Altamente Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Universitario incompleto o menos	329	38,9	458	48,8	787	44,1
Universitario completo	361	42,7	364	38,8	725	40,7
Postgrado	155	18,4	116	12,4	271	15,2
Total	845	100	938	100	1.783	100

A nivel regional, lo más importante para destacar que en el caso del Sur de Europa la presencia de graduados universitarios y de postgrados es bastante menor que en las otras dos regiones.

Nivel educativo de los emprendedores por grupo y región

Nivel educativo	América Latina				Este de Asia				Sur de Europa			
	Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Universitario incompleto o menos	120	35,9%	207	44,9%	141	34,4%	167	49,4%	68	67,3%	84	60,5%
Universitario completo	150	44,9%	189	41,0%	186	45,4%	132	39,1%	25	24,8%	43	30,9%
Postgrado	64	19,2%	65	14,1%	83	20,2%	39	11,5%	8	7,9%	12	8,6%
Total	334	100,0%	461	100,0%	410	100,0%	338	100,0%	101	100,0%	139	100,0%

La segunda variable relacionada con el background de los emprendedores que se describirá es la experiencia laboral previa. En este sentido debe señalarse que tanto para el caso de las altamente dinámicas como de las menos dinámicas, predominan los emprendedores cuya experiencia laboral previa fue como empleado en relación de dependencia. Tanto en uno

como en otro grupo la presencia de ex-empresarios corresponde a casi la tercera parte de los casos, con una ligera superioridad en el caso de las nuevas empresas altamente dinámicas.

Experiencia laboral previa de los emprendedores por grupo y para el total

Experiencia Laboral previa	Empresas Altamente Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Empleado	549	64,5	656	69,6	1.205	67,2
Empresario	302	35,5	287	30,4	589	32,8
Total	851	100	943	100	1.794	100

Esta superioridad de la participación de ex-empresarios entre las empresas altamente dinámicas se profundiza en el caso de América Latina y del Sur de Europa, especialmente en éste último. En efecto, poco más del 60% de los emprendedores dinámicos del Sur de Europa ya contaban con alguna experiencia empresarial previa al momento de iniciar la empresa, en tanto que este porcentaje se aproxima al 47% en América Latina y cae al 20% en el Este de Asia.

Experiencia laboral previa de los emprendedores por grupo y región

Experiencia laboral previa	América Latina				Este de Asia				Sur de Europa			
	Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas		Empresas Dinámicas		Empresas Menos Dinámicas	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Empleado	179	53,4%	302	65,2%	331	79,8%	283	83,0%	39	38,6%	71	51,1%
Empresario	156	46,6%	161	34,8%	84	20,2%	58	17,0%	62	61,4%	68	48,9%
Total	335	100,0%	463	100,0%	415	100,0%	341	100,0%	101	100,0%	139	100,0%

En resumen, la descripción de los aspectos vinculados con las características de los emprendedores que llevan adelante empresas altamente dinámicas muestra que en primer lugar se trata de equipos de emprendedores, en general más numerosos que en las empresas menos dinámicas. En relación con este aspecto se observó que en el Sur de Europa, y en menor medida en el Este de Asia, la presencia de equipos no sólo era mayor sino que también eran más numerosos que en el caso de América Latina. En segundo lugar, focalizando en los aspectos personales de estos emprendedores dinámicos, se puede decir que se trata en general de personas mayores de 36 años, con un elevado nivel de estudios, y que previamente trabajaron, en su mayoría, como empleados en relación de dependencia. Sin embargo, este perfil general mostró ciertos matices según la región. Los emprendedores dinámicos del Sur de Europa se caracterizaron por ser un tanto más jóvenes, tener una mayor presencia de ex-empresarios y por haber alcanzado en general un menor nivel educativo. Por su parte, los emprendedores del Este de Asia se caracterizaron por tener mayor edad y una menor proporción de ex-empresarios. Por último, el perfil de los emprendedores dinámicos en América Latina se caracterizó por una mayor presencia de ex-empresarios y de emprendedores menores de 35 años.

PRESENTACION DE RESULTADOS

Como se adelantara en la sección metodológica, para captar las diferencias contextuales entre las tres regiones bajo estudio, se estimó el mismo modelo para cada una de ellas. A continuación, se presentarán los principales resultados obtenidos para cada región,

quedando para el cierre de esta sección, un apartado donde se destacan las diferencias interregionales más relevantes. A continuación se resumirán los principales resultados para América Latina, presentándose al final un cuadro resumen con los resultados de la prueba de hipótesis.

Descripción de los Principales Resultados para América Latina

Siguiendo el esquema conceptual propuesto por este estudio, primero se presentarán los resultados vinculados con el **tipo de oportunidad y las características del mercado** al que se orientan las empresas. En este sentido, los resultados del modelo muestran que el tamaño del mercado tiene una relación positiva con la probabilidad de ser una nueva empresa dinámica (H3). En efecto, aquellos proyectos localizados en los países más grandes de la región (Brasil, México y Argentina) tienen más probabilidades de convertirse en empresas altamente dinámicas, revelando la importancia que tiene el mercado doméstico – principal destino de las ventas de estas empresas – en la determinación de su crecimiento. Del mismo modo, la vinculación temprana con mercados externos, así como la construcción de cuasi-mercados a partir de la inserción en una trama de empresas, como parte de una red de subcontratación, aumentan también las chances de ser altamente dinámicas (H6 y H8). Otras variables del mercado, tales como el tamaño de los competidores o el tipo de clientes, no evidenciaron relaciones significativas.

Respecto del perfil de la oportunidad de negocios, el modelo muestra que para el caso de América Latina, la probabilidad de ser una empresa dinámica es menor para aquellas nuevas empresas de sectores basados en el conocimiento o cuya propuesta comercial está basada en la innovación. Estos resultados, si bien rechazan las hipótesis planteadas en este trabajo (H2 y H7), dan muestras de las dificultades que este tipo de nuevas empresas de alto contenido tecnológico tienen para conseguir establecerse en el mercado y crecer en contextos caracterizados por estructuras industriales donde predominan los sectores tradicionales, basados en la industrialización de recursos naturales o la producción de bienes intermedios. La diferenciación, por su parte, no contribuye a la probabilidad crear una nueva empresa dinámica de modo significativamente diferente que la competencia basada en precios.

El segundo grupo de variables analizadas se refieren a los **recursos y su utilización**. Al respecto, los resultados del modelo evidencian que la inversión inicial afecta de manera positiva las chances de convertirse en una empresa dinámica (H9). En efecto, proyectos que desde sus inicios son más complejos o demandan más fondos, tienen más probabilidades de ser dinámicos. Entre las variables ligadas a la utilización de financiamiento externo, sólo se encontró una relación positiva y significativa entre la utilización de inversores de riesgo y las probabilidades de ser una empresa dinámica, aunque esta relación se verifica sólo para el período de desarrollo inicial, una vez lanzada la empresa al mercado (H18.2). De esta forma, se estaría demostrando el efecto dinamizador de este tipo de financiamiento sobre el crecimiento de las nuevas empresas, una vez que éstas logran establecerse en el mercado.

En cuanto a la utilización de redes de contacto, los resultados muestran que la interacción con personas vinculadas al mundo empresarial, en particular ejecutivos de grandes empresas, en la identificación y validación de la idea de negocios, influye positivamente sobre la probabilidad de crear una empresa dinámica (H13.1). Del mismo, el modelo muestra que contar con contactos más específicos al mundo empresarial en la solución de problemas también incrementa las chances de ser una empresa dinámica (H13.2). Así, estos resultados permiten afirmar que el perfil de los contactos utilizados es una variable relevante para explicar las diferencias en el dinamismo entre las empresas. Las demás hipótesis referidas a las redes no pudieron confirmarse por no hallarse relaciones significativas.

Finalmente, el tercer grupo de variables incluidas en este análisis incluye aquellas vinculadas con el **equipo emprendedor y sus capacidades**. En este sentido es importante comenzar por señalar que para el caso de América Latina, la presencia de equipos en lugar de emprendedores individuales, influye positivamente sobre la probabilidad de crear empresas altamente dinámicas (H23). En el plano motivacional se confirma la hipótesis acerca de la

contribución positiva de los modelos de rol sobre la posibilidad de crear una nueva empresa dinámica (H21). Sin embargo, no se ha podido confirmar la influencia de otras motivaciones positivas sobre el dinamismo de las nuevas empresas. Es muy posible, sin embargo, que este resultado esté relacionado con el fuerte predominio de emprendedores que fundaron sus empresas impulsados por motivaciones positivas tanto en el caso de las empresas altamente dinámicas como las menos dinámicas.

Entre las características personales de los emprendedores se destaca que aquellos emprendedores más adultos, con nivel universitario o de postgrado y que hayan tenido alguna experiencia empresarial previa, tienen una mayor probabilidad de crear una nueva empresa dinámica (H24 a H26). Del mismo modo, aquellos emprendedores cuyos padres eran empresarios o ejecutivos de grandes empresas tienen mayores chances de crear una empresa dinámica (H22), confirmando la importancia de la formación, la experiencia y la familia sobre la posibilidad de crear empresas altamente dinámicas.

Sin embargo, la propia evaluación que los emprendedores de los distintos ámbitos en los que adquirieron sus capacidades aportan elementos que no siempre coinciden con estos resultados anteriores. Según la perspectiva de los emprendedores, sólo la experiencia laboral previa se relaciona positivamente con la probabilidad de fundar una empresa dinámica. Su contribución a la adquisición de capacidades gerenciales marca diferencias respecto de los emprendedores menos dinámicos (H29.1). No ocurre lo propio con el papel de la familia donde se observa una relación negativa y significativa entre el reconocimiento de su aporte a la adquisición de competencias gerenciales y la probabilidad de crear una empresa dinámica, rechazando la hipótesis planteada (H27.1). En el caso de la universidad, ninguna de las variables analizadas mostró relaciones significativas, notándose el contraste que existiría entre los resultados que surgen de la percepción de los emprendedores y el hecho de que un mayor nivel educativo favorece la probabilidad de fundar una empresa dinámica. Esta brecha entre el plano de lo objetivo y el de lo subjetivo constituye en sí mismo un resultado que merece ser profundizado en futuras investigaciones.

En síntesis, en el caso de América Latina los resultados indican que de los tres conjuntos de variables del modelo conceptual propuesto, referidos al equipo emprendedor y sus capacidades sería el que juega un rol más destacado – en cantidad de relaciones significativas – a la hora de analizar las chances de crear una nueva empresa dinámica. En efecto, la presencia de equipos, la edad de los emprendedores, su nivel educativo y el hecho de contar con alguna experiencia empresarial previa son variables que influyen positivamente sobre las probabilidades de crear una empresa dinámica. En el mismo sentido deben señalarse el pertenecer a una familia de empresarios o ejecutivos de empresas y la presencia de modelos de rol como factores motivacionales positivos. En el plano de la oportunidad y el mercado, sólo el tamaño del mercado, la orientación exportadora y la pertenencia a una trama de subcontratación aparecen como variables significativas asociadas a una mayor probabilidad de que la empresa sea una nueva empresa dinámica, pero no la innovación ni la diferenciación. Finalmente, en cuanto a los recursos se encontró que el tamaño de la inversión inicial, la especificidad de las redes de contactos utilizadas y la presencia de inversores y empresas de capital de riesgo como fuente de financiamiento de los primeros años de operaciones son variables que influyen positivamente sobre el dinamismo de la empresa.

Descripción de los Principales Resultados para el Este de Asia

En el caso de las nuevas empresas del sudeste asiático, entre las variables relacionadas con la oportunidad y el mercado, sólo la orientación exportadora muestra una relación positiva y significativa con la probabilidad de convertirse en una empresa dinámica (H6). El resto de las variables incluidas tales como el tamaño de los clientes y los competidores, el tamaño del mercado, el sector y el tipo de ventaja competitiva del proyecto no afectan significativamente la probabilidad de convertirse en una nueva empresa dinámica. Estos resultados, sin embargo, podrían estar influenciados por la importante presencia de empresas basadas en el conocimiento tanto en uno como en otro grupo y por el fuerte grado de internacionalización de estas economías.

El conjunto de variables asociadas con los recursos y su utilización muestra una cantidad mayor de relaciones significativas. En primer lugar, se observa que son aquellos proyectos que demandaron un mayor volumen de inversión inicial, los que tienen más chances de convertirse en nuevas empresas altamente dinámicas (H9). En segundo lugar, el contar con un plan de negocios como herramienta de planificación y evaluación del proyecto también influye positivamente sobre el dinamismo de las empresas (H11). Finalmente, respecto de las fuentes de financiamiento, se destaca que la utilización de préstamos bancarios como forma de financiar el lanzamiento de la empresa está asociada positivamente al incremento en la probabilidad de ser una empresa dinámica, aunque esta relación sólo es significativa al 10% (H16.1).

En lo que respecta a las redes de contacto, un resultado que a priori sorprende es que la utilización de redes de contacto en la etapa de identificación y validación de la idea de negocios muestra cierta relación negativa (al 10%) con la probabilidad de ser una nueva empresa dinámica, rechazando la hipótesis planteada al respecto (H12). Entre los factores que contribuyen positivamente al dinamismo, sólo la estabilidad de los contactos aparece como un factor que influye significativamente sobre las chances de ser una nueva empresa dinámica (H14).

Por último, entre las variables vinculadas con el equipo emprendedor y sus capacidades debe mencionarse que, así como en el caso de América Latina, la presencia de equipos emprendedores juega un papel relevante a la hora de explicar las diferencias en el dinamismo entre las nuevas empresas (H23). Del mismo modo, la presencia de emprendedores adultos (mayores de 35 años) dentro del equipo emprendedor mejora las chances de pertenecer al grupo de nuevas empresas altamente dinámicas (H25). En cuanto al nivel educativo de los emprendedores, para el caso del sudeste asiático, no se ha podido comprobar la hipótesis acerca de su contribución a la probabilidad de crear una empresa dinámica (H24). Un resultado interesante para destacar es que en el caso del sudeste asiático, el haber fundado una empresa con anterioridad verifica una relación significativa con la variable dependiente aunque de signo negativo (H26). Si bien este resultado contradice a las hipótesis planteadas guarda cierta relación con la baja participación relativa que los ex-empresarios tienen dentro de la muestra, en especial entre las empresas altamente dinámicas, y que fuera señalada en la sección anterior.

En el plano motivacional, no se pudieron confirmar las hipótesis referidas a la influencia de motivaciones positivas y en particular, la presencia de modelos de rol. Sin embargo, sí se verifica la relación positiva esperada entre la profesión de los padres y el dinamismo de las empresas. En efecto, aquellos emprendedores que provienen de hogares de profesionales, empresarios o ejecutivos de grandes firmas tienen más chances de crear una nueva empresa dinámica. Esta relación virtuosa entre la familia y el dinamismo de la empresa se materializa en la contribución de ésta a la adquisición de actitudes y competencias emprendedoras. En este sentido, los resultados del modelo para el sudeste asiático muestran una relación positiva y significativa entre el reconocimiento del aporte de la familia a la adquisición de actitudes y competencias emprendedoras y la probabilidad de crear una empresa dinámica (H27.2). No ocurre lo mismo con la experiencia laboral, donde se observa que aquellos emprendedores que reconocieron el aporte de la experiencia laboral previa a la adquisición de la motivación y otras actitudes emprendedoras tienen menor probabilidad de crear empresas altamente dinámicas, rechazando la hipótesis planteada en ese sentido (H29.2).

En resumen, en el caso del Este de Asia, los resultados del modelo muestran que las principales variables que influyen sobre la probabilidad de pertenecer al grupo de las empresas altamente dinámicas son la orientación exportadora en el caso de las variables ligadas al mercado, y el volumen de inversión inicial, la realización de un plan de negocios, la utilización de préstamos bancarios al inicio y la estabilidad de las redes de contacto, entre las variables asociadas a los recursos y su utilización. Finalmente, entre las variables vinculadas al equipo emprendedor y sus capacidades, aparece nuevamente la presencia de equipos como una variables que influye positivamente sobre el dinamismo de las empresas, del

mismo modo que la edad de los emprendedores y el hecho de pertenecer a un hogar cuyos padres sean profesionales, empresarios o ejecutivos de grandes empresas.

Descripción de los Principales Resultados para el Sur de Europa

Los resultados del modelo para el caso del Sur de Europa evidencian en comparación con las otras regiones una mayor importancia – en términos de relaciones significativas – de las variables relacionadas con la oportunidad y el mercado. En primer lugar, aparece el tamaño del mercado variable que juega un papel significativo y positivo en la determinación de las probabilidades de ser una nueva empresa dinámica (H3). En segundo lugar, se verifica que el hecho de tener clientes corporativos, tanto grandes empresas como PyMEs como clientes iniciales contribuye positivamente al dinamismo de las empresas (H4). En cuanto a los competidores, quienes compiten sólo con grandes empresas ven incrementadas sus chances de pertenecer al grupo de las nuevas empresas altamente dinámicas (H5). Finalmente, aquellos proyectos orientados a la exportación ven también incrementadas sus chances de convertirse en una empresa dinámica (H6).

El perfil sectorial de la oportunidad, por su parte, vuelve a registrar una relación inversa a la esperada (H7). Tal como en el caso de América Latina, aquellos proyectos basados en el conocimiento tienen menor probabilidad de ser una empresa dinámica. Sin embargo, no se pudieron confirmar las hipótesis planteadas acerca del tipo de ventaja competitiva y su relación con el dinamismo de las empresas.

En cuanto a las variables ligadas con los recursos y su utilización, debe señalarse que en el caso del Sur de Europa, también se verifica la relación positiva entre el volumen de inversión inicial y el dinamismo de las nuevas empresas (H9). Del mismo modo, el hecho de contar con un plan de negocios influye positivamente sobre la probabilidad de que una empresa se convierta en dinámica (H11). En el caso de las redes de contacto, el número de personas contactadas para facilitar el acceso a recursos que viabilizaron el desarrollo del proyecto, aparece como la única variable que muestra una relación significativa con la probabilidad de ser dinámica (H15). Otras hipótesis ligadas al tema las redes de contacto no pudieron ser confirmadas. Por último dentro de este conjunto de variables debe señalarse que aquellos emprendedores que reconocieron haber utilizado en gran medida estrategias de bootstrapping como alternativa para financiar el lanzamiento de la empresa, evidencian mayores chances de convertirse en empresas altamente dinámicas (H17). No ocurre lo mismo con aquellas que continúan utilizando esta fuente de financiamiento durante los primeros años de operación. En este caso la relación es contraria a la planteada en las hipótesis (H19). Del mismo modo, la utilización de préstamos bancarios para financiar los primeros años de vida de la empresa registra una relación negativa con las chances de convertirse en dinámica (H18.1).

Un resultado particular del caso europeo es que ni la presencia de equipos emprendedores, el perfil motivacional, la presencia de modelos de rol, ni las variables vinculadas al *background* del emprendedor (edad, nivel educativo, experiencia laboral previa) se encuentran asociadas significativamente con la probabilidad de crear una nueva empresa dinámica. Por el contrario, el reconocimiento de los ámbitos de adquisición de capacidades y competencias emprendedoras, muestran que tanto la familia, como la universidad y la experiencia laboral previa juegan un rol en la determinación de la probabilidad de crear una empresa dinámica. En el caso de la familia y de la experiencia laboral previa, el reconocimiento se focalizó en la adquisición de competencias gerenciales (H27.1 y H29.1), en tanto que el reconocimiento al aporte de la universidad se orientó a la adquisición del conocimiento técnico para el desarrollo del proyecto (H28.3). Nuevamente la brecha entre el valor percibido por los emprendedores de los distintos ámbitos de formación de competencias, actitudes y capacidades emprendedoras y los datos más objetivos de edad, nivel educativo y experiencia empresarial previa abre un conjunto de interrogantes que merece ser profundizado en futuras investigaciones.

En síntesis, los resultados del modelo para el caso del Sur de Europa muestran una mayor importancia relativa del conjunto de variables que tienen que ver con el mercado y los

recursos que aquellas ligadas con el equipo emprendedor y sus capacidades. El tamaño del mercado, la presencia de clientes corporativos, la orientación externa y la presencia de grandes competidores son variables del primer grupo que influyen positivamente sobre la probabilidad de ser una empresa dinámica. Entre las variables vinculadas con los recursos, la inversión inicial, el contar con un plan de negocios, el número de personas contactadas en el acceso a nuevos recursos, y la utilización de estrategias de bootstrapping para hacer frente a los requerimientos de fondos del inicio del negocio. Finalmente, debe señalarse que a diferencia de las otras regiones ninguna de las variables correspondientes con los aspectos personales del equipo emprendedor evidenciaron relaciones significativas con el dinamismo de las empresas.

Resultados de la Investigación. Cuadro Resumen

Concepto	Hipótesis	América Latina	Este de Asia	Sur de Europa
La oportunidad y el mercado	H.1	No confirmada	No confirmada	No confirmada
	H.2	Rechazada	No confirmada	Rechazada
	H.3	Comprobada	No confirmada	Comprobada
	H.4	No confirmada	No confirmada	Comprobada
	H.5	No confirmada	No confirmada	Comprobada
	H.6	Comprobada	Comprobada	Comprobada
	H.7	Rechazada	No confirmada	Rechazada
	H.8	Comprobada	No confirmada	No confirmada
Los recursos y su utilización	H.9	Comprobada	Comprobada	Comprobada
	H.10	No confirmada	No confirmada	No confirmada
	H.11	No confirmada	Comprobada	Comprobada
	H.12	No confirmada	Rechazada	No confirmada
	H.13	Comprobada	No confirmada	No confirmada
	H.13.1	Comprobada	No confirmada	No confirmada
	H.13.2	Comprobada	No confirmada	No confirmada
	H.14	No confirmada	Comprobada	No confirmada
	H.15	No confirmada	No confirmada	Comprobada
	H.16	No confirmada	Comprobada	No confirmada
	H.16.1	No confirmada	Comprobada	No confirmada
	H.16.2	No confirmada	No confirmada	No confirmada
	H.16.3	No confirmada	No confirmada	No confirmada
	H.17	No confirmada	No confirmada	Comprobada
	H.18	Comprobada	No confirmada	Rechazada
	H.18.1	No confirmada	No confirmada	Rechazada
	H.18.2	Comprobada	No confirmada	No confirmada
H.18.3	No confirmada	No confirmada	No confirmada	
H.19	No confirmada	No confirmada	Rechazada	
El equipo emprendedor y sus capacidades	H.20	No confirmada	No confirmada	No confirmada
	H.21	Comprobada	No confirmada	No confirmada
	H.22	Comprobada	Comprobada	Rechazada
	H.23	Comprobada	Comprobada	No confirmada
	H.24	Comprobada	Comprobada	No confirmada
	H.25	Comprobada	Comprobada	No confirmada
	H.26	Comprobada	Rechazada	No confirmada
	H.27	Rechazada	Comprobada	
	H.27.1	Rechazada	No confirmada	Comprobada
	H.27.2	No confirmada	Comprobada	No confirmada
	H.27.3	No confirmada	No confirmada	Rechazada
	H.28	No confirmada	No confirmada	Comprobada
	H.28.1	No confirmada	No confirmada	No confirmada
	H.28.2	No confirmada	No confirmada	No confirmada
	H.28.3	No confirmada	No confirmada	Comprobada
	H.29	Comprobada	Rechazada	Comprobada
	H.29.1	Comprobada	No confirmada	Comprobada
H.29.2	No confirmada	Rechazada	No confirmada	
H.29.3	No confirmada	No confirmada	No confirmada	

COMENTARIOS FINALES Y REFLEXIONES ACERCA DE LAS DIFERENCIAS ENTRE REGIONES

La investigación permitió obtener interesantes resultados con relación a los factores que incrementan la probabilidad de crear una empresa altamente dinámica. Algunos de estos resultados se verifican a un nivel muy general en todas las regiones analizadas.

Este nivel general confirma la relevancia de las tres grandes áreas de variables seleccionadas para la investigación. En efecto, el perfil de la oportunidad y el mercado objetivo, la plataforma de recursos tangibles e intangibles y las características de los equipos emprendedores inciden en la probabilidad de crear una empresa dinámica. Sin embargo, más allá de estas definiciones poco originales, la investigación aporta elementos acerca de la especificidad que asumen las distintas variables en cada uno de los contextos regionales.

Un primer resultado bien llamativo se refiere a la disímil importancia de los antecedentes familiares de los emprendedores. En el caso de los asiáticos las probabilidades de crear una empresa dinámica son mayores entre quienes reconocieron el aporte de su familia al desarrollo de capacidades actitudinales favorables para emprender y entre los del sur de Europa ocurre algo similar pero relacionado con la adquisición de habilidades más ligadas a la gestión de la empresa. La fuerte presencia de empresas familiares con tradición en los negocios y bases competitivas parecen explicar este tipo de contribución de las familias en estos contextos.

Distinto es el caso de los emprendedores latinoamericanos. En este caso, la variable significativa es haber nacido en un hogar en el cual el padre es un empresario o ejecutivo⁶. Es muy posible que este hallazgo se relacione con el papel que, según la investigación, juegan los modelos de rol cercanos a los emprendedores. Pero también refleja la existencia de diferentes estructuras sociales en las distintas regiones incluidas en el estudio dado que los emprendedores latinoamericanos no reconocieron una contribución positiva específica de la familia al desarrollo de sus capacidades empresariales. En otros términos, nacer en una familia vinculada al mundo empresarial o no acaba incidiendo en el grado de dinamismo de la empresa que uno consigue crear.

La presencia de fuertes brechas sociales y la menor densidad empresarial colocaría en ventaja a quienes se forman en hogares en los cuales el contacto con el mundo empresarial ya viene dado. Del otro lado, ello puede ser interpretado en el sentido de la existencia de mayores barreras a la creación de empresas altamente dinámicas para aquellas personas que no parten de esas experiencias familiares. Esta interpretación parece confirmarse al constatar que estas situaciones no se observan en las más homogéneas e integradas sociedades del Este de Asia y del Sur de Europa. La familia juega un papel diferente en estos casos.

Otro tanto ocurre con el nivel educativo. Sólo en América Latina se confirma que los emprendedores con estudios universitarios de grado o postgrado completos tienen mayores chances de crear una empresa dinámica que aquellos que no cumplen con esa condición. Ello no se verifica en el Este de Asia y en el Sur de Europa donde, por el contrario, la condición de graduado universitario no es suficiente para incrementar la probabilidad de fundar una empresa altamente dinámica. Para que ello ocurra debe verificarse la existencia de un aporte reconocido por el emprendedor hacia el rol de la universidad en la adquisición del conocimiento técnico en el que basaron su emprendimiento.

En la misma dirección argumental, pudo comprobarse que sólo en América Latina el haber fundado una empresa con anterioridad contribuye a aumentar las chances de fundar una empresa de alto dinamismo. Las “barreras a la entrada” para la creación de una empresa de

⁶ En el Este de Asia, también contar con padres profesionales contribuye a la creación de una empresa de alto dinamismo.

alto dinamismo también parecen ser más elevadas por el lado de la experiencia empresarial previa en el caso latinoamericano.

Distinto es el caso de la experiencia laboral previa. Tanto en América Latina como en el sur de Europa, haber adquirido capacidades gerenciales en la empresa en la que trabajaron con anterioridad incrementó significativamente las probabilidades de crear una empresa altamente dinámica.

Para concluir con los comentarios relacionados a los emprendedores y sus antecedentes puede mencionarse que tanto en América Latina como en el Este de Asia la presencia de equipos emprendedores aumenta significativamente las chances de fundar una empresa de elevado dinamismo.

En todas las regiones las variables relacionadas con el perfil del proyecto marcan contribuciones significativas. Un mayor nivel de inversión inicial y vender en mercados internacionales son denominador comunes entre las diferentes regiones. A ello se suma, en el caso de los latinoamericanos y europeos el estar en mercados de mayor tamaño o articulados comercialmente con otras empresas en lugar de vender a consumidores individuales.

Una cuestión identificada por la investigación que resulta de particular interés se refiere a las menores chances de lograr un elevado dinamismo en los primeros años de vida por parte de los emprendedores innovadores y en sectores basados en el conocimiento en comparación con aquellos que se fundan en actividades convencionales, tanto en América Latina como en el sur de Europa. Estos resultados revelan las mayores dificultades que enfrentan estos emprendedores en estructuras en las cuales los negocios tecnológicos aún tienen un bajo peso relativo en la estructura productiva. Por tal motivo, deben afrontar la doble condicionalidad de ser nuevos actores económicos en nuevos sectores.

Para desarrollar y concretar sus proyectos los emprendedores se apoyan en recursos internos o externos. Las redes de contacto constituyen en tal sentido un recurso monetario que suele ser destacado en la literatura sobre el proceso emprendedor. También en este campo se encontraron contrastes de interés entre las regiones. En América Latina es relevante la calidad o el perfil de los contactos. Contar en la red personal con ejecutivos de grandes empresas y la vinculación con instituciones del sector público contribuye a marcar la diferencia. Distinto es en el Este de Asia en donde lo más significativo es la construcción de vínculos estables con contactos diversos que luego se transforman en socios de la empresa. En el sur de Europa, por el contrario la clave no es tanto el perfil de los contactos sino contar con una red más extensa que contribuya a conseguir recursos. Nuevamente, estos contrastes parecen reflejar la mayor importancia que adquiere el relacionarse de manera selectiva en estructuras socioeconómicas más segmentadas, como es el caso de los países latinoamericanos.

En lo que se refiere a los recursos monetarios no debe olvidarse que en todas partes la principal fuente de financiamiento son los ahorros personales y de la familia de los emprendedores, aspecto que refuerza el argumento acerca de la importancia de los factores socioeconómicos estructurales. La capacidad de ahorro está mucho más concentrada en América Latina.

En este marco, la investigación permite destacar que el acceso a financiamiento externo contribuye significativamente a aumentar las probabilidades de crear una empresa dinámica en los casos de América Latina y del Este del Asia. Sin embargo, en el primer caso se trata de los muy pocos casos de emprendedores que acceden al capital de riesgo, una porción marginal en la región, en tanto que en el segundo se refiere al financiamiento bancario, es decir una oferta mucho más amplia y desarrollada, especialmente a partir de distintas iniciativas públicas.

Por último y teniendo en cuenta las distintas variables consideradas en la investigación es posible concluir que en los países del Este de Asia y, especialmente, de Europa predominan aquellas ligadas al perfil de los proyectos mientras que en los países latinoamericanos

también cuentan muy particularmente aquellas variables ligadas a los antecedentes y condiciones socioeconómicas de los emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z. y Audretsch, D. (1989); "Small Firm Entry in US Manufacturing". *Economica*, vol. 56, pp. 255-265.
- Almus, M. (2002): "What characterizes a fast-growing firm?" *Applied Economics*, 34: 1497 – 1508.
- Aranguren, M.(1999); "Determinants of Economic Units Creation in the Period 1985-93: The Case of the Manufacturing Industry in CAPV". *Small Business Economics*, vol. 12(3), pp. 203-215.
- Audretsch, D. (1995); *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Audretsch, D. y Mahmood, T. (1994); "The rate of hazard confronting new firms and plants in U.S. manufacturing". *Review of Industrial Organization*, vol. 9(1), pp. 41-56.
- Audretsch, D. y Thurik, R. (2001); "Linking entrepreneurship to growth", OECD Directorate for Science, Technology and Industry Working Paper 2001/2.
- Autoio, E. (2005): "Report on High-Expectation Entrepreneurship". *Global Entrepreneurship Monitor Report*.
- Bager, T. y Shott, T. (2002): "Growth of young firms- Determinants revealed by analysis of registries in Denmark". LOK Research Conference, Diciembre.
- Birch, D. (1987): "Job creation in America: how our smallest companies put the most people to work", Nueva York: The Free Press.
- Birley (1985);: "The role of networks inn the entrepreneurial process", *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Babson College.
- Brüderl, J., y Preisendörfer, P. (2000): "Fast growing businesses: Empirical evidence from a German study". *International Journal of Sociology*, 30: 45-70.
- Coase, R. (1994); *La empresa, el mercado y la ley*. Madrid: Alianza Editorial.
- Davidsson P. y Henrekson M. (2002): "Determinants of the Prevalance of Start-ups and High-Growth Firms". *Small Business Economics* 19(2): 81-104.
- Davidsson, P. y Wiklund, J. (1999): "Theoretical and Methodological Issues in the Study of Firm Growth". Jönköping International Business School Working Paper Series: 99-6.
- Fayolle, A. y Bruyat, C. (2002); "A Conceptual and Methodological Framework to Study, Using the Modelling of Complex System, the Foundation and the Development Processes of Innovative Business Activities". Trabajo presentado en la First European Summer University on Entrepreneurship Research, Valencia, Septiembre.
- Gartner, W. (1988); "Who is an Entrepreneur? That is the wrong question". *American Journal of Small Business*, vol. 12(4), pp. 11-32.
- Geroski, P. (1991); *Market Dynamic and Entry*. Oxford: Basil Blackwell.
- Gibb, A. y Ritchie, J. (1982); "Understanding the process of starting small business" *European Small Business Journal*, Nro. 1, pp. 26-46.
- Global Entrepreneurship Monitor (1999); *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership/Babson College/London Business School.
- Hitt, M. Ireland, D. Camp, M. y Sexton, D. (2001): "Guest editor's introduction to the special issue on strategic entrepreneurship; entrepreneurial strategies for wealth creation" *Strategic Management Journal*, 22, pp. 479-491.
- Johannisson B.(1991) "Entrepreneurship -the managemente of ambiguity- Lund/Vaxjo University.
- Jovanovic, B. (1982); "Selection and the Evolution of Industry". *Econometrica*, vol. 50(3), pp. 649-670.
- Kantis, H, Angelelli, P y Moori Koenig, V. (2004); *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional*. Editorial Nomos, Colombia. Editorial Temas, Argentina.

- Kantis, H. Angelelli, P. y Gatto, F. (2000); "Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿De qué depende su creación y supervivencia?", trabajo presentado en la V Reunión de la Red PyME Mercosur, Córdoba.
- Kantis, H. Ishida, M. y Komori, M. (2002); *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo, Departamento de Desarrollo Sostenible, División de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
- Klepper, S. (1996); "Entry, Exit, Growth and Innovation over the Product Life Cycle". *American Economic Review*, vol. 86(3), pp. 562-583.
- Malerba, F. y Orsenigo, L. (1995); "Schumpeterian patterns of innovation". *Cambridge Journal of Economics*, vol. 19(1), pp. 47-65.
- McClelland, D. (1971); "The achievement motive in economic growth" en Kilby, P (ed.) *Entrepreneurship and economic development*. New York: The Free Press, pp. 109-122.
- OCDE (2001); "Entrepreneurship, Growth and Policy", OECD DSTI/IND (2001)1.
- Orr, D. (1974); "The Determinants of Entry: A Study of the Canadian Manufacturing Industries". *Review of Economics and Statistics*, vol. 56(1), pp. 58-66.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Basil Blackwell and New York: John Wiley & Sons.
- Rabetino, R. (2005): "Factores determinantes del crecimiento en el empleo de las nuevas empresas en Latinoamérica", trabajo de investigación, Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Economía y Empresa.
- Shapiro, A. (1984); "The entrepreneurial event" en Kent (ed.) *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington Press.
- Storey, D. (1994): "Understanding the Small Business Sector", London: Routledge.
- Timmons, J.(1999); *New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st century*. Babson College.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. y Thurik, R. (2001); "An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture". Tinbergen Institute Discussion Paper TI2001-030/3.
- Weinzimmer, L. Nynstrom, P. y Freeman, S. (1998): "Measuring Organizational Growth: Issues, Consequences and Guidelines". *Journal of Management*, vol. 24(2) pp. 235-263.