

Emprendedores de origen humilde: ¿cómo incide la estructura social en la creación de empresas en América Latina?

Dr. Hugo Kantis (hkantis@ungs.edu.ar)

Coordinador Técnico del Proyecto BID-FUNDES sobre Empresarialidad en América Latina y la Experiencia Internacional. Editor de los libros "Empresarialidad en Economías Emergentes. La Creación de Nuevas Empresas en América Latina y el Este de Asia" y "Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional." Director de la Maestría en Economía y Desarrollo Industrial con Especialización en PyMEs y del Programa de Desarrollo Emprendedor de la Universidad Nacional de Gral. Sarmiento, Argentina.

1. Introducción

Un estudio reciente de las Naciones Unidas plantea los beneficios asociados a la empresarialidad para dejar atrás la pobreza e incrementar el bienestar de la población (UNDO 2004). Sin embargo, el proceso emprendedor plantea un conjunto de retos a los pobres que deben ser identificados y comprendidos si se desea avanzar hacia la igualdad de oportunidades para emprender con éxito.

El objetivo del trabajo es identificar los principales obstáculos que enfrenta la población perteneciente a las clases bajas para crear empresas formales con cierta capacidad de acumulación y, a la luz de este análisis, dejar planteadas algunas implicancias de política. A lo largo del trabajo se analiza la forma en que un conjunto de factores clave que inciden en el proceso emprendedor afecta a la población perteneciente a segmentos sociales heterogéneos. Para ello se utiliza un enfoque conceptual sistémico que da cuenta de la forma en que intervienen, en función de la extracción social, cuestiones tales como los ámbitos de aprendizaje (p.ej.: la familia, el sistema educativo, el trabajo) o las redes de apoyo de distinto tipo (sociales, institucionales, de producción), además de los recursos, sobre el proceso de nacimiento de empresarios y de empresas.

Este estudio reconoce como antecedente al conjunto de investigaciones realizadas en el marco del Proyecto del BID y Fundes Internacional, en el cual se construyó una base de

datos sobre cerca de 1000 emprendedores que crearon empresas en siete países de América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, El Salvador, México y Perú) cuya información fue utilizada para realizar este trabajo.¹ Los emprendedores fueron agrupados según su extracción social, lo cual permitió definir un grupo objetivo y un grupo de control en función de dicha variable.

Para detectar la existencia de diferencias significativas a nivel estadístico se utilizó el test de chi cuadrado. El trabajo permite identificar por ejemplo que los principales problemas para crear empresas se verifican en la etapa de gestación del proyecto emprendedor. Las debilidades relativas de los ámbitos de aprendizaje para forjar las competencias emprendedoras y facilitar la constitución de equipos se suma al menor desarrollo cualitativo de sus redes de apoyo.

La existencia de "ámbitos incubadores" menos fértiles condiciona, a su vez, el perfil de los proyectos de empresa, cuya escala inicial se verá afectada negativamente además por las restricciones existentes para acceder al financiamiento. A lo largo del tiempo los emprendedores van aprendiendo en base a la experiencia, lo cual se verifica tanto en las estrategias que despliegan para enfrentar la falta de recursos como en el desarrollo de sus redes de contacto. Estos resultados parecen aportar elementos de particular importancia tanto para la definición del target de las políticas de desarrollo emprendedor como así también para establecer áreas de intervención que permitan aliviar el impacto de las restricciones y capitalizar las lecciones de los pobres que han conseguido emprender con éxito.

2. Enfoque adoptado

A continuación se presenta el enfoque adoptado para comprender el fenómeno de la empresarialidad, el cual brinda un marco conceptual adecuado para identificar la problemática del proceso emprendedor en los segmentos pobres de la población.

¹ Los resultados del Proyecto BID/Fundes Internacional acaban de ser publicados en el libro Desarrollo Emprendedor. América Latina y la Experiencia Internacional.

- El Sistema de Desarrollo Emprendedor

En esta sección se presenta el enfoque adoptado en este estudio, el cual se inscribe entre los esfuerzos contemporáneos por avanzar hacia marcos conceptuales más comprehensivos. El mismo se basa en la revisión de la literatura especializada y en las entrevistas cualitativas con emprendedores y con informantes clave que se realizaron en distintos países participantes del proyecto en una fase previa del estudio (Kantis y otros 2002). Si bien la revisión de la literatura hubiera permitido incluir una lista más extensa de factores, la fase preparatoria permitió priorizar aquellos que, a la luz de las entrevistas, que más importancia podían tener para comprender las diferencias existentes en el proceso de creación de empresas dinámicas en las distintas regiones bajo análisis.²

Para la realización del estudio se adoptó un enfoque sistémico centrado en el análisis del proceso emprendedor, el cual se esquematiza en tres etapas. Al interior de las mismas se analizan distintos eventos cuya "salida" (output) son el nacimiento de las emprendedores y de las empresas. Estas etapas son la gestación del proyecto empresario; el lanzamiento de la empresa y su desarrollo inicial.³

La primera etapa comienza con la adquisición de la motivación para emprender e incluye además la formación de las competencias empresarias, la identificación de la idea de negocio y la elaboración del proyecto. En el lanzamiento del negocio, la preparación del proyecto da paso a la adopción de la decisión final de emprender y el eje central de actividades se concentra en torno al acceso y organización de los recursos. Los primeros años de vida son críticos para la supervivencia de una empresa pues en esta etapa de ingreso al mercado el emprendedor y sus colaboradores deben confrontar el proyecto con la realidad. Buena parte de los emprendimientos no consiguen superar esta fase (Storey 1994). Para cada una de estas fases y eventos se identificaron preguntas clave a indagar acerca de los factores principales que inciden en cada etapa, las cuales fueron definidas en la fase

² En total se entrevistó a cerca de 50 empresarios y a unos 80 informantes clave.

³ En rigor el proceso emprendedor no necesariamente responde a un comportamiento secuencial lineal sino que admite avances y retrocesos a lo largo del mismo. La presentación que se hace del mismo en este trabajo intenta simplificar y facilitar su comprensión por parte del lector.

preparatoria del estudio.

Recuadro 1: Etapas del proceso emprendedor, eventos clave y preguntas de la investigación

Etapa 1: Gestación del proyecto

- La adquisición de la motivación y de las competencias para ser empresario
¿Cuáles son las motivaciones iniciales que llevan a una persona a pensar en ser empresario? ¿Cómo influye el contexto social cercano del emprendedor en el proceso motivacional? ¿Dónde adquieren las motivaciones y competencias para ser empresarios?

- La identificación de la oportunidad de negocio en la que se basa la nueva empresa
¿Cuáles son las fuentes principales de oportunidades de negocios? ¿Cómo identifican los emprendedores estas oportunidades?

- La elaboración del proyecto
¿Qué información y herramientas de planificación usan los emprendedores en la fase previa al lanzamiento del negocio?

Etapa 2: Puesta en marcha de la empresa

- La decisión final de iniciar la actividad empresarial
¿Cómo adoptan los emprendedores la decisión final de comenzar un negocio?

- El acceso y la movilización de los recursos necesarios para comenzar
¿Cómo acceden y movilizan los recursos financieros y no financieros necesarios para el lanzamiento del negocio?

Etapa 3: El desarrollo inicial de la empresa

- La introducción al mercado de bienes y servicios
¿Cuáles son los factores que influyen en el ingreso al mercado?

- La gestión de la empresa en los primeros años
¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan los emprendedores durante esta fase? ¿Cómo financian su operación y crecimiento? ¿Cómo enfrentan estos problemas?

Fuente: Kantis, Ishida y Komori (2002)

En la indagación de estas cuestiones el enfoque adoptado tiene particularmente en cuenta un conjunto de factores que, desde una perspectiva sistémica, influyen en el proceso emprendedor, dando lugar al concepto de **Sistema de Desarrollo Emprendedor**.⁴ Precisamente, el **Sistema de Desarrollo Emprendedor** es definido en este estudio como el conjunto de elementos y factores que inciden sobre el proceso emprendedor contribuyendo / obstaculizando el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de empresas tanto en términos cuantitativos como cualitativos. Estos factores pueden agruparse, en forma simplificada, en las siguientes categorías:

Condiciones sociales y económicas. Definen el contexto en el cual tiene lugar la vida de las familias. En consecuencia, la estructura social incide en el perfil de los hogares de los cuales salen los potenciales emprendedores. En aquellas sociedades en las cuales existe una muy elevada fragmentación social, por ejemplo, cabe esperar que buena parte de la población tenga dificultades para acceder a la educación o a ingresos básicos que le permitan ahorrar para emprender.

Asimismo, sociedades más articuladas tienden a facilitar la existencia de canales de comunicación entre personas de distintos sectores sociales enriqueciendo la interacción, el aprendizaje y el flujo de informaciones relevantes para emprender. Niveles de ingreso per cápita más elevados inciden favorablemente tanto sobre el volumen de la demanda como sobre su perfil, ensanchando el espacio de oportunidades para el surgimiento de nuevas

⁴ Según Ackoff (1961) los sistemas están compuestos de partes que interactúan; cuentan con entradas -inputs- y salidas -outputs- y sus límites son arbitrarios (Simon, 1962), variando según el foco de interés. A partir de un cierto punto, los componentes y su estructura comienzan a ser considerados como una caja negra en la cual se conocen las transformaciones de las entradas en salidas pero no su estructura interna (Ashby, 1956).

empresas basadas en el conocimiento y en la diferenciación de la oferta (Reynolds y otros 1999).

Por otra parte, las condiciones macroeconómicas, tales como el comportamiento de la demanda o el grado de estabilidad económica inciden sobre el contexto en el cual los emprendedores identifican oportunidades y deciden si van a emprender. La estabilidad y el crecimiento económico actúan positivamente sobre las expectativas de las personas que se ven en la situación de decidir si crean o no la empresa que vienen proyectando.⁵

Cultura y sistema educativo. La cultura es el conjunto de normas y valores de una sociedad. Distintos aspectos culturales tales como la valoración social del emprendedor, las actitudes frente al riesgo de fracasar y la presencia de modelos de empresarios ejemplares constituyen factores culturales que inciden sobre la formación de vocaciones para emprender (Wennekers y Thurik 2001, McGrath y otros 1992). En sociedades en las que existen culturas favorables a la empresariedad es más factible que las personas deseen emprender para ganar reconocimiento social, ser independientes o para seguir los pasos de otros empresarios a los que admiran (modelos de rol). La familia, el sistema educativo, las empresas en las que trabajaron antes y los medios de comunicación definen contextos especialmente influyentes sobre la cultura e inciden en la formación de la motivación para emprender.

Estructura y dinámica productiva. El perfil sectorial, regional y de tamaño de las empresas e instituciones en las que trabajan las personas están condicionadas por la estructura productiva existente incidiendo sobre su experiencia laboral. En consecuencia pueden contribuir en diverso grado y forma al desarrollo de competencias emprendedoras

⁵ Ello no equivale a plantear que un mayor crecimiento se traduce automáticamente en un mayor volumen de empresas. Los esfuerzos por vincular el crecimiento económico y la creación de empresas han crecido en los últimos años (GEM 1999 y 2000, Audretsch y Thurik 2001). Asimismo existen evidencias empíricas encontradas en torno al carácter procíclico o contracíclico de la dinámica de creación de empresas. Más allá del debate existente en torno de estas cuestiones, en Argentina, por ejemplo, la expansión del PBI durante los noventa no se reflejó en un incremento directo y lineal de la tasa de creación de empresas, reflejando las limitaciones del proceso emprendedor en este país (Kantis y otros 2003).

en la población trabajadora y en la formación de sus redes de relaciones. Las empresas PyME, por ejemplo, suelen ser consideradas buenos "yacimientos" de emprendedores debido a que en ellas las personas alcanzan una comprensión más global de la función empresarial que en las grandes corporaciones (Mason 1997). Asimismo, la dinámica de los distintos sectores / mercados y la magnitud de las barreras a la entrada existentes influyen en el perfil de las oportunidades para iniciar nuevas empresas y, en consecuencia, en la naturaleza de las firmas que se crean (Audretsch 1997).

Aspectos personales. Esta categoría se refiere al perfil socio-demográfico del emprendedor y a las competencias para emprender (propensión a asumir riesgos, tolerancia al trabajo duro, capacidad de gestión, creatividad, etc.). Por definición, las capacidades emprendedoras inciden sobre los distintos eventos del proceso emprendedor y, tal como se indicó en los párrafos anteriores, están influidas por los ámbitos familiar, educativo y laboral. Los enfoques más reduccionistas del fenómeno emprendedor tienden a concentrarse exclusivamente en este factor.

Redes del emprendedor. La existencia de redes sociales (amigos, familia), institucionales (asociaciones empresarias, instituciones de conocimiento superior, agencias de desarrollo, etc.) y comerciales (proveedores, clientes) puede facilitar el proceso emprendedor, por ejemplo el acceso a la información de oportunidades, a los recursos necesarios para emprender y al apoyo para resolver problemas. La importancia de este factor para el desarrollo emprendedor es reconocida en diversos estudios que destacan su rol en distintas fases del proceso emprendedor (Johannisson y Monsted, 1997).⁶

Las redes pueden ser analizadas desde una doble perspectiva, estructural y procesal. En el primer caso, el grado de desarrollo de las redes y su perfil se ven influidos por la existencia de ambientes socio-económicos diversos. Una estructura social muy inequitativa, por ejemplo, erosiona las bases de confianza y la comunicación entre los distintos segmentos que componen la población, limitando las bases de capital social. Pero el desarrollo de

⁶ Otros autores han destacado su papel en el campo de la economía industrial y de la innovación (Hakan Hakanson, 1990; Lundvall, 1992) y, más recientemente, han analizado sus implicancias para el desarrollo industrial (Lall, 2002).

redes es también una construcción de los emprendedores, pudiendo variar su incidencia en el proceso de creación de una empresa - en un contexto determinado - en función de los esfuerzos y de las competencias de los mismos emprendedores para "tejer relaciones". Ello no significa desconocer que, en realidad, la misma propensión y competencias de los emprendedores para tejer redes pueden verse afectadas por su formación o por el microclima socio-cultural en el que operan.

Mercado de factores. El funcionamiento del mercado de factores influye sobre el acceso a los recursos financieros; a la oferta de trabajadores calificados o de servicios profesionales (contadores, consultores, etc.); a los proveedores de insumos y equipamiento, etc. Estos factores inciden en la etapa de lanzamiento de la empresa y en su desarrollo inicial. En lo que refiere a las actividades orientadas a acceder a los recursos para montar la empresa y para financiar las actividades durante los primeros años de vida es muy relevante conocer el grado de utilización de distintas fuentes de financiamiento y sus implicancias sobre la firma naciente (préstamos bancarios, capital de riesgo, apoyos públicos, "bootstrapping") (Mason 1997 y Wimborg 2000).

Regulaciones y políticas. Esta categoría incluye el conjunto de normas y políticas que inciden sobre la creación de empresas (impuestos, trámites necesarios para formalizar una nueva firma, iniciativas y programas de fomento a la empresarialidad, etc.) afectando, por ejemplo, la existencia de oportunidades de negocios y el acceso a las mismas, la adquisición de vocaciones y competencias y el ingreso al mercado. Allí donde existe adecuado apoyo para emprendedores y para quienes desean hacer crecer sus empresas la empresarialidad se ve favorecida (Birch 1999). El interés en el estudio de las políticas e instituciones que fomentan la empresarialidad ha crecido significativamente en los últimos años a medida que también va aumentando el número de países que implementan iniciativas para estimular la creación de empresas (Lunstrom y Stevenson 2002, Urbano y otros 2002). La segunda parte de esta publicación se focaliza precisamente en la presentación de distintas experiencias internacionales.

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, incidiendo sobre la formación de la motivación y las competencias para

emprender, la existencia e 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.

3. Cuestiones metodológicas básicas

El objetivo de este trabajo es identificar las características particulares que asume el proceso emprendedor para las personas que provienen de hogares de bajos recursos. Las preguntas orientadoras de esta investigación son:

- ¿Cuál es el perfil social de los fundadores que crearon empresas formales relativamente exitosas en los últimos años en América Latina? ¿Cuál es el grado de acceso de las personas de bajos ingresos a las oportunidades para crear empresas exitosas?
- ¿Cuáles son los factores que distinguen el proceso de creación y desarrollo de empresas formales fundadas por emprendedores de hogares de bajos ingresos en relación a otros emprendedores de segmentos medios altos y altos de la sociedad?
- ¿Qué lecciones deja el análisis para decisores de políticas y cuáles para los mismos emprendedores?

Para avanzar en el conocimiento de estas cuestiones se utilizó información de la base de datos del Banco Interamericano de Desarrollo sobre empresariedad, construida en base a encuestas realizadas a cerca de 2000 emprendedores en 13 países (7 de América Latina: Argentina, Brasil, Costa Rica, Chile, Perú y México; 4 de Este de Asia: Japón, Corea, Taiwán y Singapur y 2 del Sur de Europa: Italia y España). A los efectos de este estudio se utilizó la información correspondiente a los países latinoamericanos, quedando planteada en una agenda de investigación próxima la posibilidad de realizar comparaciones con las otras regiones acerca de las cuales se dispone información de modo de contextualizar la problemática latinoamericana.

La empresariedad es entendida como la capacidad de crear y desarrollar emprendimientos formales que han sobrevivido los tres primeros años de vida y logrado distintos grados de dinamismo.

Las empresas analizadas nacieron a partir de los noventa, tienen al menos 3 años de vida y entre las mismas predominan aquellas que consiguieron transformarse en PyMEs, es decir

que se trata de un segmento de empresas no representativo del universo de nuevas empresas sino que refleja la realidad de aquellas más exitosas, tanto por el hecho de haber conseguido superar la etapa más crítica de los primeros años sino por el grado de dinamismo de la mayor parte de ellas. A los efectos de responder los interrogantes planteados el total de 1000 empresas fue clasificado según extracción social. De este modo fue posible efectuar una comparación entre el grupo de emprendedores que provenían de hogares de clases bajas y aquellos de familias de clase media alta y alta. El haber restringido el análisis a ambos grupos limitó la base de comparaciones a unas 300 empresas, 100 fundadas por emprendedores de familias pobres y 223 de familias acomodadas. Las empresas de la base pertenecen en alrededor del 70% a sectores de manufactura tradicional y el 30% restante a actividades basadas en el conocimiento (p.ej.: software). Se localizan predominantemente en áreas metropolitanas pero cerca de un tercio opera en ciudades de menor tamaño en las cuales existe un tejido de empresas pequeñas y medianas.

4. Principales resultados de la investigación

a) Las barreras a la entrada de la empresarialidad para los pobres

La investigación del BID revela que la mayor parte de los emprendedores (70%) provienen de la clase media (Kantis y otros 2002 y Kantis y otros 2004). Un procesamiento especial de la información de esa misma fuente permite comprobar además que las personas de bajos ingresos participan mucho menos en la empresarialidad que en la población en general. Apenas el 10% de las nuevas empresas estudiadas fueron fundadas por personas nacidas en hogares de clase baja.

b) El contacto de los pobres con el mundo empresarial es limitado

Contar con padres empresarios o gerentes de empresa suele facilitar cierto aprendizaje vivencial que ayuda a internalizar la existencia del mundo empresarial desde la temprana infancia. En el caso de los fundadores de empresas nacidos en hogares de clases acomodadas el 49% tuvo padres empresarios y el 18% padres ejecutivos. Es decir, que dos tercios estuvieron expuestos a este tipo de experiencias, frente a menos del 10% en el caso de los emprendedores pobres.

c) Los ámbitos de gestación del proyecto emprendedor de los pobres son menos fértiles

Los principales ámbitos de formación de las vocaciones y competencias emprendedoras son la familia, el sistema educativo y la experiencia laboral.

Según puede intuirse del resultado inmediato anterior, la contribución de las familias de los emprendedores de menores ingresos es muy inferior que en el caso de los de hogares más acomodados. La mitad de estos últimos reconoció haber forjado su vocación empresarial en el ámbito familiar frente a apenas el 20% en el caso de los más humildes. Inclusive otras habilidades clave para emprender fueron mucho más aprendidas en las familias de clase media alta y alta que en las pobres (negociar: 29% vs 19%; relacionarse: 39% vs 24%).

Otra limitación muy importante del proceso de formación de competencias está relacionado con el distinto nivel de instrucción que completan unos y otros emprendedores, limitación que afecta en particular el grado de adquisición de conocimiento técnico específico convertible en ideas de negocios más innovativas. El estudio del BID destaca la importancia que tiene en los países de América Latina la universidad como fuente de este tipo de conocimiento técnico.

En el caso de los emprendedores de familias pobres alrededor de un tercio logró acceder a la universidad y graduarse, frente al 80% en el caso de los que nacieron en familias acomodadas de la sociedad. Por otra parte, al comparar los graduados universitarios de una y otra extracción social se percibe que la valorización que unos y otros hacen de ese proceso formativo es muy dispar. Más de dos tercios de los emprendedores de familias acomodadas reconocieron la importancia del conocimiento técnico adquirido en la universidad frente a menos de la mitad en el caso de los emprendedores humildes. En otros términos, los pobres acceden menos al conocimiento técnico que se aprende en la universidad. En consecuencia, su fuente de conocimiento técnico principal es el trabajo (60% vs 45%) quedando su aprendizaje más condicionado por el perfil de negocios que ya llevan a cabo las empresas en las que trabajaron.

d) Emprender por necesidad es una motivación más importante para los pobres

Si bien casi todos los emprendedores (90%), más allá de su extracción social, destacaron la importancia de emprender para el logro de su desarrollo personal, los emprendedores pobres se vieron más impulsados por factores de desplazamiento negativos mientras que los de familias más acomodadas se guiaron más por motivaciones positivas.

El desempleo, el temor a perder el trabajo, la insatisfacción en el empleo o no haber podido estudiar fueron factores mucho más importantes entre los emprendedores humildes, revelando que la necesidad fue, en su caso, un motor para emprender más importante. Este perfil de respuesta también parece indicar que el perfil de puestos de trabajo de unos y otros (p.ej.: calidad/precariedad/salarios) era muy distinto, reforzando las conclusiones anteriores en relación a la calidad de los ámbitos formadores de unos y otros.

Cabe considerar que los estudios internacionales suelen demostrar que los emprendedores por necesidad, una categoría más frecuente en América Latina que en otras regiones más desarrolladas, fundan empresas cuyo dinamismo posterior es menos importante en relación con quienes emprenden por motivaciones positivas.

Tabla 1

Principales Motivaciones para ser Empresario, por grupo		
Motivaciones	Clase baja	Clase media-alta y alta
Autorrealización	89	90
Para mejorar su ingreso	83	68
Ser su propio jefe	53	63
Para enriquecerse	25	38
Seguir la tradición familiar	12	25
Porque estaba desempleado	21	8
Porque temía perder el puesto de trabajo	43	21
Por insatisfacción con el trabajo	55	21
Porque no pudo estudiar	18	2

e) Las fuentes de información de oportunidades de los pobres son más limitadas

La variedad de fuentes de información que aprovecharon para captar y elaborar la idea de negocio es muy inferior en el caso de los emprendedores pobres. Las redes de contacto, las

ferias, las revistas, los artículos en medios de comunicación y la internet son utilizados en forma más intensiva por los emprendedores de familias acomodadas.

Tabla 2

Fuentes de identificación de oportunidad del negocio por grupo		
Fuentes	Clase baja	Clase media-alta y alta
Ámbito laboral	77	78
Redes de contacto	68	77
Ferias	28	43
Revistas	20	42
Artículos	15	28
Internet	4	28

Por otra parte, los pobres acceden a redes de contacto más pequeñas y la calidad de sus redes de contacto es menor pues incluyen en menor medida relaciones con actores del mundo de las empresas (p.ej.: ejecutivos de grandes firmas, profesionales).

Tabla 3

Redes de contacto que ayudaron a identificar la idea de negocio		
Tamaño de la red	Clase baja	Clase media-alta y alta
Hasta 3 contactos	66	47
Más de 8 contactos	12	22
Perfil de la red (ocupación y nivel social)		
Ejecutivos de grandes empresas	28	41
Profesionales	27	45
Empleados	42	17
Nivel social más elevado al de su familia	50	15

El esfuerzo de los emprendedores pobres en el desarrollo de sus redes es mayor pues deben establecer contactos con personas de segmentos sociales superiores, es decir, que deben ensanchar las fronteras de entorno para acceder a la información de oportunidades de negocio. En sociedades tan jerárquicas como las latinoamericanas la tarea de los emprendedores pobres para desarrollar sus redes es sin lugar un desafío complejo.

b) Emprender en equipo es menos común entre los pobres

Además del menor tamaño que logran alcanzar en términos de cantidad de empleados es posible identificar algunos rasgos que los diferencian de los proyectos empresariales llevados a cabo por los emprendedores de familias acomodadas.

En primer lugar cabe destacar que el perfil de los equipos emprendedores es diferente en uno y otro caso. Las empresas fundadas por emprendedores de hogares humildes aprovechan menos las ventajas del trabajo en equipo y cuando lo hacen sus socios son por lo general familiares.

Más de la mitad (54%) son empresas fundadas por una sólo persona, contrastando con el 78% de los emprendedores de segmentos medios-alto y altos que lo hicieron con otros socios. Es muy posible que la menor presencia de equipos esté relacionada con la existencia de proyectos de baja escala, es decir, que prometen generar ingresos sólo para una familia. Pero también es posible que conseguir socios les resulte más complicado debido a la menor propensión a emprender propios de los ámbitos en los que se mueven.

Adicionalmente, en el primer caso los socios se limitaron en una medida mucho mayor al propio contexto familiar mientras que en el caso de las familias acomodadas es más frecuente la presencia de socios provenientes de otros círculos (77% vs 50%). Completan este perfil más limitado el menor nivel de instrucción de sus socios, que profundiza la brecha detectada entre los encuestados y que fuera comentada más arriba. Apenas el 23% de los socios de los emprendedores humildes son graduados universitarios (frente al 67% de los segmentos socio-económicos más altos). En otros términos, al considerar al equipo emprendedor en lugar del emprendedor individual las diferencias en las plataforma de capacidades reunidas por unos y otros tienden a ser mayores.

c) Los proyectos empresarios de los pobres son menos ricos

Distintas variables aportan evidencias coherentes al respecto. Por un lado las escalas de los proyectos son menos ambiciosas, la presencia de emprendimientos basados en el conocimiento es poco frecuente así como también es menor su orientación exportadora.

Además sus bases competitivas se sustentan más intensivamente en ofrecer precios bajos y en atender mercados de consumidores individuales, mientras que los emprendedores de segmentos más acomodados explotan más las fuentes de la innovación, las oportunidades de negocios en el exterior y se articulan a través de sus ventas con otras empresas, es decir, que se insertan en mercados más sofisticados.

Este perfil diferenciado de los proyectos identificados por los emprendedores de distinta extracción social parece ser un buen indicador que resume la menor calidad del proceso de gestación de los emprendedores humildes, tal como se ha venido comentando en los párrafos anteriores.

Tabla 4

Perfil de proyectos por grupo		
Sector de actividad	Clase baja	Clase media-alta y alta
Manufactura tradicional	82	50
Basados en el conocimiento	18	50
Escala inicial (ocupados)	6	16
Orientación exportadora		
Nunca exportaron	85	69
Exportan	14	30
Fuentes de competitividad		
Basan su oferta en precios más baratos	41	29
Basan su oferta en innovación nacional	17	38
Basan su oferta en innovación internacional	6	17
Tipo de clientes iniciales		
Consumidores individuales	52	34
Otras empresas	48	66

d) Los proyectos y su lanzamiento

Los emprendedores de menores recursos elaboran sus proyectos sobre la base de menor información y utilizan menos herramientas de planificación y evaluación de proyectos.

Tabla 5

Información y herramientas de gestión por grupo		
Información	Clase baja	Clase media-alta y alta
Técnica	36	52
Comercial	76	84
Herramientas de gestión de proyectos		
Plan de Negocio	38	63
Flujo de Caja	30	60
Período de repago del capital	34	60
Ventas y costos estimados	62	88

Por otra parte, al igual que en etapas más tempranas del proceso emprendedor, su plataforma de relaciones para facilitar el acceso a los recursos es más limitada que en el caso de los que provienen de familias de segmentos más elevados. Sus redes de contactos en esta fase son menos numerosas, observándose en particular un uso menos intensivo de las relaciones con proveedores (locales y extra-locales) para facilitar el acceso a la tecnología. Es decir, que su articulación en redes de producción no sólo es menor por el lado del perfil de los clientes a los que atienden sino también por la menor interacción con quienes posteriormente se transformarán en proveedores.

Debe destacarse que este aspecto parece principalmente ligado al perfil de los proyectos que emprenden (menos complejos, menos intensivos en conocimiento) dado que a la hora de buscar financiamiento se destacan por su mayor capacidad para gestionar adelantos de clientes y, principalmente, postergaciones de proveedores, es decir que no parece deberse a una actitud introvertida de los emprendedores.

Además, la menor interacción tecnológica con proveedores parece deberse al tipo de mercados de bienes de capital de los que muchos de ellos se abastecen. No sólo mitigan los mayores problemas de financiamiento (derivados de la menor disponibilidad de ahorros propios como de capital ajeno) a través de clientes y proveedores sino que es mucho más frecuente entre estos emprendedores la adquisición de maquinarias usadas.

Esta habilidad de los emprendedores de bajos recursos para disminuir las necesidades de capital (“bootstrapping”) aporta lecciones de interés para los emprendedores de bajos recursos pues les permite vislumbrar una conducta financiera alternativa para viabilizar sus proyectos, a pesar de la ausencia de fuentes de apoyo externo. De todas formas, esta opción implica la necesidad de comenzar con una escala más pequeña y con un menor nivel tecnológico al deseado

Tabla 6

Fuentes de financiamiento iniciales por grupo Comparación con América Latina		
Fuentes	Clase baja	Clase media-alta y alta
Internas	84	89
Ahorros personales de los fundadores	80	79
Parientes y amigos	23	27
Tarjeta de crédito personal (fundadores)	8	12
Externas	32	40
Inversores privados	5	12
Empresas de capital de riesgo	0	5
Bancos – Préstamos	17	21
Bancos – Sobregiro en cuenta corriente	13	13
Préstamos Instituciones públicas nacionales	4	1
Subsidios Instituciones públicas nacionales	2	1
Préstamos Gobiernos Locales	0	0
Subsidios Gobiernos locales	1	0
Otras	62	43
Clientes (adelantos)	22	14
Proveedores (crédito comercial)	41	23
Factoring	5	3
Atraso en el pago de impuestos	8	7
Atraso en el pago de servicios	4	3
Atraso en el pago de salarios	4	3
Compra de máquinas y equipos usados	40	22

Tabla 7

Consecuencias de la restricción financiera por grupo		
Consecuencia	Clase baja	Clase media-alta y alta
Comenzó con menor escala	67	45
Comenzó con menor nivel tecnológico	55	36
Debió pedir apoyo a proveedores	52	35

e) Los problemas y el aprendizaje una vez que están en el mercado

Los primeros tres años de vida de las empresas son críticos para su supervivencia. Es en ellos en los que se comprueba la viabilidad de sus proyectos y sus capacidades empresariales para llevarlos adelante. A los efectos de considerar el contexto de estos años la encuesta aporta información sobre los problemas y la capacidad de los emprendedores para resolverlos así como también sobre su desempeño.

Tabla 8

Principales problemas (y tasa de resolución) por grupo				
Problemas	Clase baja		Clase media-alta y alta	
	Tuvo	No resolvió	Tuvo	No resolvió
Conseguir nuevos clientes	61	20	60	31
Financiar y gerenciar el flujo de fondos	66	56	67	38
Contratar empleados calificados	68	41	64	32
Gerenciar la empresa	34	42	39	28
Conseguir proveedores apropiados	50	22	41	23
Gerenciar las operaciones de planta	39	42	36	30
Obtener información del mercado	47	16	37	25
Contratar gerentes	23	43	21	33
Certificar estándares de calidad	47	53	32	39
Manejar las relaciones con clientes	32	17	32	13
Adaptar los productos a las Necesidades del cliente	45	17	40	17
Conseguir equipamiento apropiado	65	33	38	15

Los emprendedores de menores recursos revelaron un mayor grado de aparición de problemas así como también una menor tasa de resolución de los mismos. Este patrón de respuestas parece reflejar la existencia de una menor plataforma de capacidades empresariales (p.ej. por la menor presencia de equipos y/o una composición societaria más limitada) y de proyectos empresariales menos potentes para incursionar en mercados cada vez más competitivos. De hecho su tamaño medio es menor que la mitad del que alcanzan los emprendimientos creados por quienes nacieron en hogares más acomodados.

Tabla 9

El papel de las redes de apoyo en los primeros años

Redes para resolver problemas	Clase baja	Clase media-alta y alta
% que usó	55	57
Se apoyó en proveedores y clientes	35	29
En colegas	12	17
En parientes y amigos	24	23
En entidades empresariales	10	15
En instituciones públicas	4	14
En consultoras	10	16
Redes comunicacionales		
Tamaño (hasta 3 contactos)	59	50
Perfil (ocupación y vínculo)		
Ejecutivo de gran empresa	29	35
Empresario PyME	30	38
Pariente	29	47
Efectividad		
Conseguir clientes	74	54
Conseguir buenos empleados	62	51
Conseguir información del contexto	84	76

Para enfrentar estos problemas los emprendedores suelen utilizar sus redes de contacto, más allá de su extracción social. En este aspecto la investigación arrojó un resultado sorprendente dado que a la luz de lo observado en etapas anteriores del proceso emprendedor, una vez en el mercado, su utilización de redes se hace más intensa y sus conductas en este plano tienden a asemejarse a las de los demás emprendedores, a pesar de que los emprendedores de mayores recursos tienen más accesibles sus relaciones con parientes y familiares que están en el mundo empresario. Tanto sus redes de apoyo ante problemas como sus redes comunicacionales no presentan diferencias significativas con respecto a los emprendedores de mayores recursos. Incluso la valorización del aporte de las mismas para la gestión de la empresa ha sido mayor en el caso de los emprendedores de familias humildes.

Este resultado parece encerrar dos lecciones. Por un lado, que a lo largo del proceso de creación de la empresa los emprendedores aprendieron a través de la experiencia y consiguieron desarrollar aquellas redes de las que carecían en la etapa de gestación. Por otra parte, que una vez en el mercado estas redes son de una importancia inclusive superior para los emprendedores más humildes pues no sólo su plataforma personal de recursos es más limitada sino que también es más estrecha la capacidad interna a las empresas que fundaron.

5. Breves conclusiones y algunas implicancias de políticas

El artículo permitió comprobar que la empresarialidad, definida como la capacidad de crear empresas formales de cierto dinamismo, es un fenómeno menos accesible para las personas de menores recursos.

Los ámbitos de gestación y formación son menos fértiles, sus fuentes de motivación están más guiadas por la necesidad de emprender que por una inclinación y vocación emprendedora positiva y sus redes de contacto mucho más limitadas. Los recursos para emprender también son más limitados por la falta de ahorros personales, principal fuente de financiación de la gran mayoría de los proyectos empresariales, como del menor acceso al capital ajeno.

En este contexto menos favorable que enfrentan, sus proyectos y la plataforma de capacidades empresariales que los sustentan son menos potentes, lo cual se traduce en mayores problemas durante los primeros años de vida y en una mayor persistencia de los mismos en el tiempo.

Sin embargo, con el tiempo los emprendedores de menores recursos aprenden a desarrollar redes de contacto, a lograr condiciones más ventajosas de crédito comercial y a disminuir las barreras a la entrada derivadas de la falta de financiamiento (bootstrapping). De esta forma, a pesar de la menor sofisticación y dinamismo de sus empresas consiguen crear y desarrollar sus proyectos emprendedores.

Las principales implicancias de estos resultados son la necesidad de nivelar el terreno para que las personas de clase baja puedan acceder a la carrera empresarial y para que quienes lo hacen cuenten con la capacidad de gestión, las redes de contacto y con proyectos empresariales capaces de lograr un desempeño mayor. Las principales restricciones parecen estar del lado de la cultura, de la formación de competencias, especialmente para identificar oportunidades de negocio con potencial de crecimiento, del fomento a la formación de equipos emprendedores y de vinculaciones con otros emprendedores y empresarios. De esta forma será posible que haya más emprendedores que consigan crear empresas formales

dinámicas y que aquellos que lo hagan deban enfrentar procesos de aprendizaje menos costos.

Bibliografía

Ackoff, R. (1961) «Systems, organizations and interdisciplinary research», in Donald P. Eckamn (ed.) *Systems: research and design*. Proceedings of the First Symposium on Systems, held at the Case Institute of Technology. John Wiley & Sons, New York.

Ashby, W. Ross (1956) *An introduction to cybernetics*. London: Chapman & Hall.

Audretsch, D. (1997) Notas de Clase. Maestría en Economía y Desarrollo Industrial con Especialización en PyME. Mimeo. Instituto de Industria, Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina.

Birch, D. (1979) *The Job Generation Process*. Cambridge, MA: MIT Press.

GEM-Global Entrepreneurship Monitor (1999) *Executive Report*. Babson College/ London Business School.

GEM-Global Entrepreneurship Monitor (2002) *Executive Report*. Babson College/ London Business School.

Kantis H. (Ed.) con la colaboración de Angelelli P. and Moori V. (2004); Desarrollo Emprendedor. *América Latina y la Experiencia Internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo. FUNDES Internacional. Washington D.C.

Kantis, H. (coord.) (2003) *Estudios sobre el desarrollo empresarial en Argentina*. JICA/UNGS. Buenos Aires.

Kantis, H., Ishida, M., and Komori, M. (2002) *Empresarialidad en economías emergentes. Creación de empresas en América Latina y el Este de Asia*. Inter-American Development Bank. Washington. [English version: *Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Firms In Latin America and East Asia*.

Lall, S. (2002) *Social Capital and Industrial Transformation*. Working Paper n° 84, Oxford University.

Lundström, A., and Stevenson, L. (2002) *On the Road to Entrepreneurship Policy*, vol. 1. Swedish Foundation for Small Business Research, Stockholm.

Mason, C. (1998) «El financiamiento y las pequeñas y medianas empresas», in Kantis, H. (ed.), *Desarrollo y gestión de PyMEs. Aportes para un debate necesario*. Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires..

McGrath, R., Mc Millan, I., and Scheimberg, S. (1992) «Elitists, Risk-Takers, and Rugged Individualists? An Exploratory Analysis of Cultural Differences Between Entrepreneurs and Non-Entrepreneurs», *Journal of Business Venturing*, vol. 7: 115-135.

Storey, D. (1994) *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge.

UNDO (2004) *Unleashing Entrepreneurship. Making Business work for the poor*. United Nations Development Programme. New York, NY 10017, USA

Wennekers, S. and Thurik, R. (2001) «Institutions, Entrepreneurship and Economic Performance», in Lundström, A., and Stevenson, L., 2001.