

# Estudio del Proyecto de Emprendedurismo

## Historia de la Microempresa en la República Argentina

La historia de las microempresas en Argentina data de fines del siglo XIX y principios del siglo XX cuando miles de inmigrantes sobretodo provenientes de Europa se instalaron en nuestro país atraídos por las interesantes propuestas que se le ofrecían. Algunos optaban por la agricultura, otros se inclinaban por las artesanías y otros por el comercio. Quién no cuenta entre sus antecedentes familiares con alguna anécdota de un abuelo que habiendo venido desde tierras muy lejanas, sólo con lo puesto, luego de muchos años de trabajo llegaron a progresar convirtiéndose en progresistas microempresarios que luego de haber comenzado con las rudimentarias herramientas, tradicional tecnología e importante experiencia que pudieron traer de su tierra natal fueron adaptando sus pequeñas empresas a la evolución tecnológica que se produjo en esa época.

Con las sucesivas crisis que vivió el país a partir del año 1930 hasta la actualidad, se produjo, con algunos altibajos, un paulatino aumento del desempleo y de la precariedad del empleo existente, que originaron la necesidad de dedicarse a efectuar tareas por cuenta propia, naciendo de esta forma el cuentapropismo apareciendo de esa forma la necesidad del autoempleo que dio origen a una importante cantidad de microempresas.

## La Microempresa en la Actualidad

En los últimos años la influencia de la globalización económica, el aumento de la población económicamente activa, el necesario ajuste de las economías regionales, la evolución tecnológica que disminuyó la cantidad de puestos de trabajo y las constantes políticas de ajuste económico que paulatinamente disminuyeron el número de agentes del estado, prolongaron la edad para que los trabajadores obtengan su jubilación, originaron la mayor tasa de desempleo del país a lo largo de su historia. Ante esta brusca disminución de las posibilidades de empleo reapareció como una esperanza de progreso la posibilidad de emprender mediante la producción y el comercio a través de la microempresa.

La promoción de los microemprendimientos se considera como una herramienta válida para potenciar la generación de autoempleo y, por medio de esto, también potenciar la generación de empleo, posibilitando de esta forma el mejoramiento del nivel de ingresos de sectores que difícilmente puedan incorporarse, al menos en el corto plazo, a las actividades productivas más avanzadas.

Si bien la opción por la microempresa es una alternativa muy positiva en la búsqueda de soluciones para enfrentar al desempleo, debemos tener en cuenta que las estadísticas demuestran que alrededor del 40 % de las microempresas que se inician tienden al fracaso. Y ello ocurre, en gran medida, por falta de la realización de un proyecto a conciencia que permita analizar con cierto grado de seguridad la factibilidad de la microempresa.

## ¿Qué son las microempresas?

En sentido amplio podemos decir que una microempresa es una pequeña unidad económica -productiva que tiene posibilidades de autodesarrollarse, crecer y autosostenerse.

En un sentido más estricto, podemos decir que la microempresa es una pequeña unidad productiva que tiene posibilidades de autodesarrollarse, de autoabastecerse y de crecimiento.

## Microempresa y Autoempleo

El *autoempleo* consiste en la crear el propio puesto de trabajo. Generalmente el camino más común hacia el autoempleo es la *microempresa*. Como veremos más adelante el autoempleo se puede llevar a cabo en forma individual o colectiva.

El autoempleo es una alternativa eficaz para personas que tienen un perfil dinámico y con disposición a asumir los riesgos propios de la actividad empresarial.

## Características de la Microempresa

- *Generalmente son de propiedad de pocas personas*: no más de 10 personas
  - *Se concentran en determinadas ramas de actividad*: Su actividad generalmente está centrada en la producción y/o comercialización de productos artesanales, o servicios personalizados.
  - *No tienen más de dos niveles jerárquicos en sus estructuras organizacionales*
  - *Por lo común tienden a crecer* : Cuando la microempresa logra una adecuada combinación de factores de producción y un posicionamiento comercializador, comienza una etapa de crecimiento que en muchos casos permite dejar de ser microempresas para pasar a ser pequeñas o medianas empresas
  - *No poseen más de 10 empleados*: Así como tienen un número pequeño de propietarios, las microempresas operan con un pequeño número de empleados.
  - *Sus ventas anuales son limitadas en cuanto al monto y al volumen*: El monto y el volumen de las ventas anuales para calificar a una empresa como microemprendimiento es limitado y está determinado por disposiciones legales e impositivas.
  - *Fuerte adaptabilidad de las unidades productivas*: Ante la falta de recursos, la microempresa tiene creatividad suficiente para adaptar los escasos recursos disponibles a cada una de las nuevas situaciones que le plantea la realidad, principalmente desde el punto de vista tecnológico.
  - *Su capital está destinado ,principalmente, a la satisfacción de necesidades de supervivencia.*
  - *La superficie afectada a la actividad no supera los 200 m<sup>2</sup>*: Se desenvuelven en espacios reducidos con bajos costos de alquiler y de propiedad.
- Sin embargo, se puede afirmar que el factor cualitativo –ligado a las características del empresario- es el que esencialmente permite remarcar características que diferencian a la microempresa de la pequeña y mediana empresa, más allá que el factor cuantitativo.

## Microemprendimiento: concepto

Se denomina microemprendimiento a diversos tipos de microempresas que generan ganancias, que son de propiedad y administración de los propios emprendedores que trabajan ellos mismos en estas empresas y que en general no tienen empleados, si no que se trata de emprendimientos individuales o familiares que requieren una muy baja inversión y su forma jurídica puede encuadrarse casi siempre (según la legislación económica de cada estado o según los criterios diversos de los economistas) dentro de la llamada economía informal.

### Clasificación de la Microempresa

#### **a) Según la actividad que desarrollan pueden ser:**

- **Microempresas Productivas:** Se dedican a la transformación de materias primas convirtiéndolas en productos terminados
- **Microempresas Comerciales:** Se dedican a la venta de bienes o servicios

en el mismo estado en que los adquieren

#### **b) Según la propiedad del capital:**

- **Microempresas Familiares:** Cuando el propietario del capital de la microempresa es el grupo familiar, en consecuencia la familia es quien se apropia de los beneficios que genere la empresa.
- **Microempresas Asociativas o Societarias:** Surge de un acuerdo entre dos o más personas que aportan el capital básico para la puesta en marcha de la microempresa. Por lo tanto los beneficios que genere la empresa se distribuirán entre los asociados.
- **Microempresas Unipersonales o Individuales:** Cuando el propietario del capital de la microempresa es una sola persona, y en consecuencia es el que se apropia de los beneficios que genere el microemprendimiento.

#### **c) Según el Tipo de Población Involucrada:**

- **Microempresas de Subsistencia:** Su característica mas destacada es que poseen un bajo nivel de productividad, de manera que sólo le permite generar ingresos que posibiliten la subsistencia del microemprendedor y su familia mediante la adquisición de bienes y servicios de consumo indispensables.
- **Microempresas de acumulación simple:** las rentas que generan sólo permiten superar los costos de producción, pero no logran excedentes importantes que les faciliten realizar inversiones en bienes de capital.
- **Microempresas de Acumulación Ampliada o "Micro-Top":** Su característica principal es la capacidad que tienen de generar una elevada productividad que posibilita al microemprendedor acumular excedentes, de manera que puede utilizarlos en la inversión para el crecimiento de la microempresa. Generalmente tienen un nivel muy fuerte de competidores, que les exige un permanente incremento de su productividad, actualización tecnológica y mejora en la calidad de los bienes y servicios que produce.

#### **d) Según la cantidad de funciones que desarrolla:**

- **Microempresas de función única:** Desarrollan una sola actividad que es el centro de su accionar.
- **Microempresas de dos funciones:** Desarrollan dos funciones raramente tienen la misma importancia, porque generalmente una supera en importancia a la otra.
- **Microempresas de función múltiple:** Incorporan varias funciones. Su gestión suele ser mas complicada.

#### **e) Según la novedad de su producción:**

- **Microempresas de producción por copia:** Producen bienes o servicios que ya están en el mercado, tratando de marcar alguna diferencia en el marketing para absorber demandantes.
- **Microempresas de producción innovadora:** Producen nuevos bienes o servicios, o producen bienes o servicios existentes a los que se les introduce alguna modificación para posicionarlo.

## Ventajas y Desventajas de las Microempresas

### Ventajas

- En general:

- Permite una distribución mas democrática de los ingresos.
- Facilita una mayor transparencia de los mercados
- Permiten el desarrollo estable de las economías regionales
- Generan fuentes de empleo
- Se adaptan con mayor facilidad a los cambios económicos

- En particular:

- Permite una dirección mas centralizada, y, en consecuencia, agiliza la toma de decisiones.
- Simplifica y disminuye los costos de la estructura administrativa
- Incentiva la colaboración entre quienes la integran
- Posibilita la creatividad e inventiva personal
- Tiene posibilidades de expansión en capital y espacio

### Desventajas

- Aislamiento
- Dificultades en la gestión de créditos
- No poseen poder de decisión en el medio.
- Limitaciones para acceder a la información y a la investigación.
- Excesiva dependencia hacia el / los propietarios.
- Limitaciones para acceder al mercado externo.
- Dificultades en la inserción en mercados competitivos

## ¿Qué es un emprendedor?

### Perfil del emprendedor



Emprender un negocio no es para cualquier persona. Para poner en marcha un emprendimiento hay que reunir ciertas cualidades imprescindibles. Algunos nacen con ellas, otros deben potenciarlas. Un emprendedor es un hacedor, alguien con fuerte impulso para hacer cosas, que

también es optimista pero no iluso y que además tiene que tener confianza en sí mismo. "En un tren de seres humanos, el emprendedor es la locomotora".

Existe una gran relación entre el carácter del emprendedor y el éxito de su emprendimiento. De numerosas investigaciones sobre aquellas personas que atravesaron con éxito la puesta en marcha de un emprendimiento, se realizó un listado de 10 conductas que se repiten en los emprendedores.

## Un buen emprendedor tiene las siguientes características:

- 1) busca oportunidades: es decir que actúa antes de que las circunstancias lo obliguen.
  - 2) es persistente: no lo detienen fácilmente los obstáculos
  - 3) cumple con los compromisos: recurre a sacrificios personales, con tal de terminar el trabajo a tiempo.
  - 4) exige eficiencia y calidad: se esmera por hacer las cosas mejor, más rápidas, trabaja para garantizar normas de excelencia.
  - 5) corre riesgos calculados: no se apresura, calcula los riesgos y evalúa alternativas. Busca reducirlos riesgos.
  - 6) fija Metas: se pone objetivos a corto plazo y tiene una visión clara del largo plazo.
  - 7) busca información: personalmente, busca los datos necesarios sobre clientes, proveedores y competencia.
  - 8) planifican sistemáticamente: divide grandes tareas en sub áreas con tiempos establecidos, revisa los planes frecuentes y tiene registros contables.
  - 9) es persuasivo y construye redes de apoyo: se vale de estrategias para influenciar y persuadir a otras, desarrolla y mantiene redes de contacto.
  - 10) confía en sí mismo: se atribuye a sí mismo y a su conducta las causas del éxito y fracaso. Expresa confianza en su propia habilidad para hacer frente a las dificultades.
- Muy pocas personas reúnen todas estas cualidades, pero muchas cumplen con algunos de estos requisitos y pueden lograr potenciar los otros.

## **Las competencias del emprendedor**

Además de la búsqueda de oportunidades, el producto que se ofrece y el mercado meta elegido, el factor más desequilibrante a la hora de iniciar un emprendimiento es el de las características del emprendedor. Puede que exista un muy buen plan de negocios, ideas u oportunidades, pero si no hay buenos emprendedores, es decir, alguien con la capacidad para plasmarlas y llevarlas a la práctica, muy probablemente no se logrará un emprendimiento con éxito en el largo plazo. Hay tres grupos de competencias emprendedoras:

### 1) Competencias vinculadas a los logros:



- Búsqueda de oportunidades
- Tener perseverancia
- Tomar riesgos de forma calculada

### 2) Competencias vinculadas a los compromisos:



- Fijación de objetivos
- Búsqueda de información
- Búsqueda de recursos
- Planificación y seguimiento

### 3) Competencias vinculadas al liderazgo:



- Construcción de redes
- Capacidad de persuasión
- Capacidad de trabajo en equipo
- Capacidad de solucionar problemas
- Capacidad de negociación
- Iniciativa, autoconfianza y excelencia

## La idea de negocio

La idea es el factor que justifica la creación de una empresa y consiste en la producción de un determinado bien o servicio. Todo proyecto de microempresa se desarrolla en torno a una idea que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio.



La IDEA es el punto de partida del micro emprendimiento empresarial. El modo de encontrar ideas puede ser consultado en la zona donde desea poner en marcha su microempresa e intentar descubrir oportunidades.

El descubrimiento de la oportunidad es el primer paso que debe dar un emprendedor y ello se logra cuando se visualiza o percibe una insatisfacción de una necesidad o una satisfacción superable evidenciada por un grupo de personas que pueden ser considerados como clientes potenciales.

El segundo paso para iniciar una microempresa es tratar de encontrar un satisfactor – producto o servicio- que sea capaz de satisfacer esa necesidad. A ese satisfactor lo denominamos “ LA IDEA”. La idea es el factor que justifica la creación de una empresa y consiste en la producción de un determinado bien o servicio. Todo proyecto se desarrolla en torno a una idea que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio. La idea surge en la mente de una

persona o grupo de personas que conciben la posibilidad de creación de la microempresa a partir de la idea de producir un bien o servicio para satisfacer una o más necesidades –existentes o con posibilidades de existir- de las personas. Generalmente la idea surge de la observación de la sociedad en que nos movemos.

### **ALGUNOS FACTORES QUE ORIGINAN IDEAS**

El origen de una idea para crear una microempresa está relacionado con factores que pueden llevar a una/s a inclinarse por un negocio concreto.

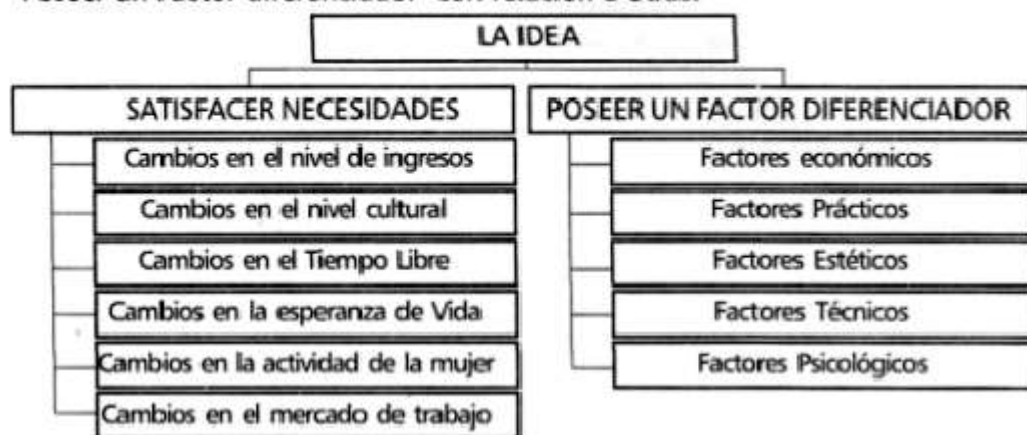
A título de ejemplo se pueden enunciar algunos:

- Descubrimiento de un producto o servicio innovador
- Compra de un saber hacer específico
- Repetición de ideas ajenas: es un efecto reflejo que surge cuando aparecen negocios nuevos, aunque se pueden “copiar” ideas que ya existen, tratando de mejorarlas subsanando los puntos débiles de las ya existentes.
- Conocimiento de necesidades no satisfechas en el mercado en el que se desea comercializar
- Deficiencia en la oferta de productos o servicios (productos escasos, de mala calidad o que no satisfacen plenamente las necesidades para las que fueron creados)
- Conocimiento técnico sobre mercados, sectores o negocios concretos
- La alta rentabilidad de la actividad a emprender
- Cuando se trata de negocios o actividades de escasa complejidad que permiten a cualquier persona establecerse por cuenta propia en tal actividad.

### **CONDICIONES PARA LA APLICABILIDAD DE LA IDEA**

Para que la idea sea aplicable debe reunir las siguientes condiciones:

- **Satisfacer necesidades.**
- **Poseer un Factor diferenciador con relación a otras.**



#### **SATISFACER NECESIDADES**

Para que una idea prospere debe satisfacer necesidades de la clientela potencial y hacia allí deben dirigirse los esfuerzos, especialmente hacia necesidades no satisfechas en el mercado en el que vamos a participar.

Estas necesidades surgen generalmente como consecuencia de cambios que se producen en el mercado generando nuevas oportunidades de negocios que debemos aprovechar.

- Cambio en el nivel de ingresos: Cuidado de vehículos, viviendas prefabricadas, ventas de productos sueltos, institutos de estética personal, cuidado de vehículos, empresas de vigilancia, paseadores de perros, etc.
- Cambios en la tecnología: Estaciones de GNC, instalación de televisión satelital, reparación de microondas etc
- Cambios en el tiempo libre: Gimnasios, personal trainer, gimnasia sin esfuerzo, turismo aventura, etc
- Cambios en las prestaciones de la salud: Servicios de emergencia, médicos de cabecera, servicios de medicina laboral, medicamentos a domicilio, delivery de trámites de obra social y farmacia etc

- Cambios en la esperanza de vida: Residencia para ancianos, hogares de día para ancianos, viajes para la tercera edad, cuidado de ancianos a domicilio etc
- Cambios en el trabajo de la mujer: Guarderías infantiles, lavaderos automáticos, comidas para llevar, servicio de planchado rápido, etc.
- Cambios en la forma de vida: Viajes para solos y solas, paseadores de perros, agencias de remis, etc
- Cambios en la seguridad de la población: Rejas, puertas blindadas, empresas de seguridad privada, sistemas de alarmas, portones eléctricos, etc.
- Cambios en el mercado laboral: Trabajo a domicilio, cooperativas de trabajo, redacción de currículum, cursos de marketing.

### POSEER UN FACTOR DIFERENCIADOR

Es al factor que hace que los individuos prefieran un vendedor a otro, un lugar a otro. Esto no es casual, sino que tiene un origen en un elemento que se denomina factor diferenciador que hace que el mismo producto o servicio sea distinto a los ojos del demandante por la presentación, la forma en que es atendido, la publicidad, etc.

Estos factores pueden ser:

- Factores económicos: cuando un producto llega a más personas por su precio por ej. Segundas marcas
- Factor de practicidad: cuando la decisión de comprar está influenciada por cuestiones prácticas por ej. Pequeños almacenes de barrio
- Factores estéticos: cuando se influencia en la decisión de comprar introduciendo a los productos elementos estéticos en la presentación: el packaging.
- Factores técnicos: Cuando se influencia a los compradores introduciendo innovaciones técnicas.
- Factores psicológicos: cuando la decisión de comprar está afectada por factores intangibles como la marca, la moda o la preferencia colectiva.

### SELECCIÓN DE LA IDEA

El microemprendedor deberá realizar una serie de estudios mínimos para asegurarse la viabilidad de la idea de negocio que ha seleccionado. En especial deberá asegurarse que el tamaño de la microempresa es el apropiado para la actividad, si el producto o servicio que va a ofrecer tiene mercado seguro, si sus costos son inferiores a los de los competidores, etc.

LA ORIGINALIDAD DE LA IDEA ES LA QUE BRINDA MAYORES POSIBILIDADES DE ÉXITO AL PROYECTO DE MICROEMPRESA, PERO ESTO EXIGE UN ANÁLISIS MÁS PROFUNDO PARA NO EQUIVOCARNOS.

No se debe dudar en renunciar a una idea cuando se piensa que no va a dar los resultados esperados. Es preferible cambiar la idea a tiempo, antes de tener que seguir con una actividad cuyo futuro es no deseado por los integrantes de la microempresa.

**Escucha a los que saben:** A continuación, te comentamos cuáles son los consejos de los emprendedores más famosos de estos tiempos y cuál fue la clave que los llevó a la cima de su negocio:

- Apple: Su creador y fundador Steve Jobs siempre estuvo a favor de seguir su instinto, sin prestarle mucha atención a lo que los consumidores supuestamente buscan en un producto. Sostenía que los consumidores no podían saber lo que querían sin conocer un producto tan innovador como el que él les podía brindar.
- Microsoft: Reconocida marca por su creador Bill Gates, sinónimo del creador de la computadora personal. Desde sus inicios fundó su empresa trabajando sólo con empleados del más alto nivel académico. Se esforzó para que el proceso de selección de los candidatos fuese exigente a los fines de conseguir a los profesionales más sobresalientes del mercado. Por otro lado, otra estrategia fundamental de su negocio fue generar pequeños grupos de trabajo para la resolución de grandes problemas.
- Google: Los creadores de Google, el mayor buscador en Internet, comenzaron a idear este monstruo de los negocios con tan sólo 23 años de edad. La clave del éxito se basó en la innovación y en el desarrollo del capital humano de su empresa.

- Facebook: Otro emprendedor que a sus 20 años, siendo un estudiante universitario, logró revolucionar la forma de relacionarse entre las personas. Su inteligencia y obsesión por los negocios lo llevaron derecho a la cima sin escala.

### Actividad

Para cada "usina de ideas", agregue una personal, diferente de las ya ejemplificadas:

• Nuevas Necesidades:

➤ Cambios en el nivel de ingresos:

.....  
➤ Cambios en la tecnología:

.....  
➤ Cambios en las prestaciones de salud:

.....  
➤ Cambios en el Tiempo Libre:

.....  
➤ Cambios en el trabajo de la mujer

.....  
➤ Cambios en la esperanza de vida

.....  
➤ Cambios en la forma de vida

.....  
➤ Cambios en la seguridad de la población:

.....  
➤ Cambios en el mercado laboral

• Factor Diferenciador:

➤ Factores Económicos:

.....  
➤ Factores Prácticos

.....  
➤ Factores Estéticos

.....  
➤ Factores Técnicos

.....  
➤ Factores Psicológicos

## Actividad

a) Confeccionar un listado de diez ideas de Microempresas que sean interesantes, realizables y posibles buenos negocios:

1.....  
2.....  
3.....

4.....  
5.....  
6.....  
7.....  
8.....  
9.....  
10.....

b) Analizar las mismas. Luego seleccionar las dos ideas más aceptables, es decir aquellas que cubran en mayor medida las necesidades no satisfechas del mercado en el que van a participar.

1º- .....  
2º- .....

c) Analizar los puntos a favor y en contra que implicaría la aplicación de cada idea.  
IDEA N°

1:.....

Puntos a Favor	Puntos en contra

IDEA N°

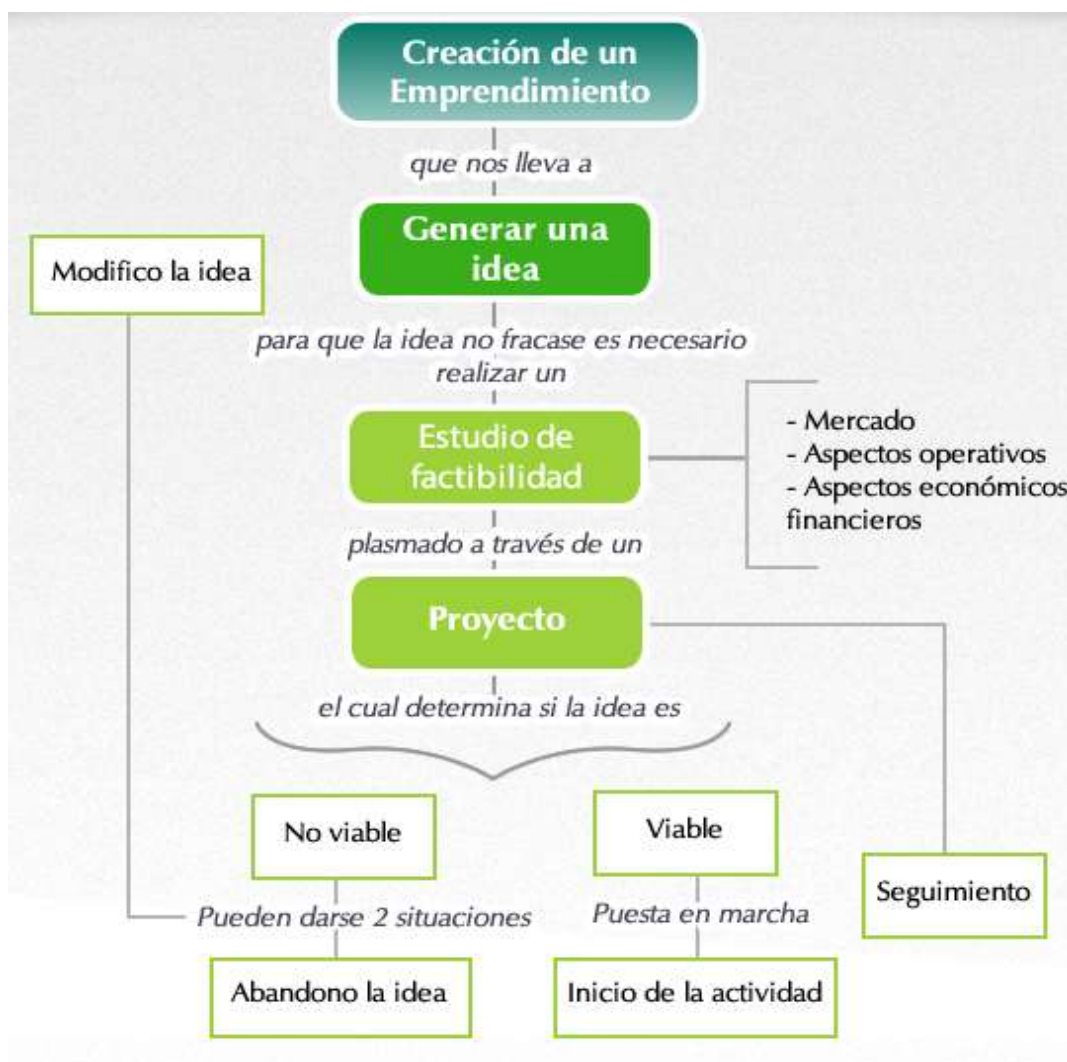
2:.....

Puntos a Favor	Puntos en contra

Finalmente seleccionar la idea que presenta el mayor número de ventajas y el menor número de inconvenientes.

## El desarrollo de una idea

- Comenzar una empresa desde cero es uno de los proyectos más importantes en la vida de una persona, y a su vez, el que más miedo despierta, por el riesgo de fracasar que implica.  
La realidad que nos muestra el mercado es que el 70 % de los emprendimientos que surgen no pasa el primer año de vida y solo el 22% llega al tercero.  
El resultado no es casual, sino que es el reflejo de las decisiones tomadas; son muy pocos los que asumen la responsabilidad por los resultados. Es por eso que una estrategia acertada en la planificación del emprendimiento es lo que marca la diferencia.
- Todo negocio nace de una IDEA; cuando a esa idea se le da una ventaja diferencial sobre lo que ya existe y, a su vez, se logra crear valor agregado desde el consumidor, estamos ante un nuevo concepto, que tendrá nuevas posibilidades de transformarse en un negocio.  
Lo cierto es que buenas ideas hay muchas y, generalmente, se cree que cualquiera puede desarrollarlas. La realidad nos muestra que, en muchos casos, los fracasos empresarios se deben a que esas buenas ideas estuvieron mal realizadas.  
Las ideas de negocios no pueden gestarse de manera aislada, sino que deben responder a una necesidad real y genuina del mercado.





4

**Organización interna:** estructura legal y administrativa, costos de administración y organización, etc.

5

**Finanzas:** flujo de fondos, cuadro de resultados, punto de equilibrio financiero y económico, financiamiento, estudios de viabilidad, etc.

