



Artículo de investigación Proyecto PI-1524: “Caracterización de los emprendedores de Esquel (Chubut) y de su incidencia en el desarrollo de mercados locales” Resolución R/9 N° 330/2019.
Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. ❖ Recibido: 06.08.2021
Aprobación final: 10.04.2022 ❖ JEL: L26; D21; M13 ❖ Pp: 127-148 ❖ doi: 10.33571/teuken.v13n20a7

Aportes para la caracterización de emprendedores y emprendimientos de Esquel, Chubut, Patagonia argentina.

Silvia M. López - Celeste Ramírez - Juan Pablo Luna
Mariana Gauna - María Victoria Fernández

ARGENTINA

Resumen: en Esquel, Chubut, Argentina, acciones de desarrollo local promueven pequeñas unidades productivas y fomentan a nuevos emprendedores. Este artículo describe emprendedores de bienes y servicios; se identifican sus cualidades partiendo de la hipótesis de que emprenden basados en oportunidades de negocios y se abordan los tipos de emprendimientos que aspiran a generar. Se realizó una encuesta en línea autoadministrada, en julio 2021. Los resultados coinciden con métricas argentinas de emprendimiento: más hombres que mujeres, edad promedio 41,5 años, alto nivel educativo. Sus aspiraciones para el futuro: el 33,9% aumentar sus ganancias anualmente, el 25,8% conducir una empresa competitiva de rápido crecimiento y el 19,40% alcanzar un crecimiento moderado del negocio y seguir administrándolo por su cuenta. Esquel presenta un perfil de emprendimientos valioso por la diversidad, distribución y motivación emprendedora.

Palabras clave: emprendimiento; motivaciones para emprender; desarrollo local.

Contributions to the characterization of entrepreneurs and businesses in Esquel, Chubut, Patagonia, Argentina

Abstract: In Esquel Chubut, Argentina, local development actions promote small production units and encourage new entrepreneurs. This article describes entrepreneurial manufacturers of goods and service providers, identifies their qualities considering hypotheses that they undertake based on business opportunities, and addresses the types of ventures that they aspire to generate. A self-administered online survey was carried out in July 2021. The obtained results coincided with Argentinian entrepreneurship metrics: more men than women, average age of 41.5 years, high educational level. Concerning the future, 33.9% aspire to “increase the level of profits annually”, 25.8% to “lead a fast-growing competitive company”, and 19.4% want to “achieve a moderate growth of the business and continue managing it on their own”. Esquel presents a valuable venture profile regarding diversity, distribution, and entrepreneurial motivation.

Keywords: entrepreneurship; motivations to undertake; local development.



Silvia Mabel López es Magíster Scientiarum agrariorum, Especialista en Desarrollo Rural, Ingeniera Agrónoma, Profesora Adjunta de Planeamiento y Evaluación de Proyectos, Auxiliar docente Estadística en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco y Directora del grupo de investigación PI 1524.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com Código ORCID: 0000-0002-4109-5347



Celeste Ramírez es Licenciada en Administración, Especialista en Docencia Universitaria, Profesora Adjunta de Administración Aplicada, Profesora Auxiliar de Planeamiento y Evaluación de Proyectos en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco e Investigadora del grupo de investigación PI 1524.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com

Código ORCID: 0000-0001-5174-3099

Juan Pablo Luna es Licenciado en Ciencias Sociales y Humanidades, Docente auxiliar en Epistemología y Docente Auxiliar en Lógica y Metodología de las Ciencias en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco e Investigador del grupo de investigación PI 1524.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com

Código ORCID: 0000-0002-6181-0934



Mariana Gauna es Licenciada en Sociología, Profesora Adjunta de Sociología y Sociología de las Organizaciones en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, e Investigadora del grupo de investigación PI 1524.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com

Código ORCID: 0000-0003-2458-8825

María Victoria Fernández es Especialista en Docencia Universitaria, Licenciada en Economía (UBA). Profesora Adjunta de Estadística y de Microeconomía en la Facultad de Ciencias Económicas, Jefe de Trabajos Prácticos de Economía Forestal, de Economía General, y de Diseño y Evaluación de Proyectos Forestales con enfoque emprendedor en la Facultad de Ingeniería e Investigadora categoría IV, en la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.

Contacto: economicas_esquel@yahoo.com

Código ORCID: 0000-0001-5162-8357

Contribuições para a caracterização de empreendedores e negócios em Esquel, Chubut, Patagonia, Argentina

Resumo: em Esquel Chubut, na Argentina, ações de desenvolvimento local promovem pequenas unidades produtivas e incentivam novos empreendedores. Este artigo descreve os empreendedores de bens e serviços, identifica suas qualidades partindo da hipóteses que empreendem baseados nas oportunidades de negócios e aborda os tipos de empreendimentos que aspiram gerar. Uma pesquisa online autoadministrada foi realizada em julho de 2021. Os resultados obtidos coincidiram com as métricas do empreendedorismo argentino: mais homens do que mulheres, idade média de 41,5 anos, alto nível educacional. Quanto ao futuro, 33,9% aspiram “aumentar o nível de lucros anualmente”, 25,80% “liderar uma empresa competitiva em rápido crescimento” e 19,40% “alcançar um crescimento moderado do negócio e continuar administrando-o por conta própria”. A Esquel apresenta um perfil de empreendimento valioso em termos de diversidade, distribuição e motivação empreendedora.

Palavras-chave: empreendedorismo; motivações para empreender; desenvolvimento local.

Introducción

La ciudad de Esquel se fundó a principios del siglo XX, con actividades económicas agrícolas y ganaderas, principalmente, y como resultado de la iniciativa privada y el apoyo estatal en cuanto a venta y reparto de tierras (Oriola, 2009). Actualmente es el centro de servicios más importante



de la zona cordillerana de Chubut, provincia de la Patagonia argentina. Situada en un vasto territorio conformado por poblamientos aislados entre sí, se encuentra rodeada de montañas cubiertas de bosques templados fríos que, junto a imponentes espejos de agua, definen paisajes de singular belleza (Galafassi, 2019). Se ubica a 620 km de Rawson, capital provincial hacia el este; a 1.900 km de Buenos Aires, capital argentina, hacia el norte; a 24 km de la vecina localidad de Trevelin hacia el sur y a 60 km de la frontera con Chile, hacia el suroeste. Su población de 32.758 habitantes (INDEC, 2010) corresponde al 6,4 % del total provincial y se conforma por descendientes de los primeros pobladores (criollos, mapuche y galeses), así como por migrantes provenientes de otros lugares de Argentina que eligieron mudarse a la ciudad en busca de mejores condiciones de vida.

Si bien el ejido municipal de Esquel es parte de un ámbito territorial caracterizado por las actividades agropecuarias, forestal y turística y el casco urbano concentra una multiplicidad de servicios (de salud, educación, administración pública, comerciales, etc.), ninguna de esas actividades presenta un peso relativo significativamente mayor a las otras en términos de producción, generación de riqueza y empleo (ADRE, 2015). La ciudad se ha caracterizado por protagonizar acciones que propicien el desarrollo local, desde que se implementaron estas políticas a fines de los años noventa. Un ejemplo es el plan Estratégico Esquel SEAS (Social, Económico y Ambientalmente Sustentable) de 1999 y su posterior revisión de 2015 (ADRE, 2015), en el cual se construyó participativamente un marco de referencia que expresa, entre otras consideraciones, que “Esquel promueve la producción de bienes y servicios basados en pequeñas unidades productivas y fomenta sistemáticamente a nuevos emprendedores”.

La creación de empresas es uno de los pilares básicos para el desarrollo económico y social en todo el mundo; los emprendedores, al generar nuevos negocios para satisfacer necesidades de la población, facilitan el desarrollo de los mercados, los incrementos de productividad y generan gran parte de los empleos que se crean en las economías. (Lebendiker *et al.*, 2010; Minniti, 2012, López, 2016; Zamora-Boza, 2018)

Según Vázquez (2007), el desarrollo de una localidad, un territorio o un país ocurre cuando se establece un proceso de transformación continua de la economía y de la sociedad basado en el desarrollo de potencialidades y creatividad de los individuos. Getz *et al.* (2004) plantean que el proceso emprendedor es una interacción de un conjunto complejo, multidimensional y dinámico de factores y circunstancias que surgen de las características y actitudes de los empresarios individuales, motivados como consecuencia de su composición genética y desarrollo social en la cultura de la comunidad de acogida. El desarrollo local se explica en parte por la participación de los emprendedores y el proceso emprendedor y resulta de la interacción del emprendedor con su medio.



La identificación del tipo de emprendedores que se encuentran en Esquel aportará elementos para analizar su influencia en el desarrollo, así como al diseño y optimización de herramientas de apoyo y promoción en función de las necesidades específicas de cada segmento (Luna y Gallo, 2018). El equipo investigador eligió describir a los emprendedores de elaboración de bienes y prestación de servicios de la ciudad de Esquel que se encuentran habilitados formalmente por el Municipio para operar sus negocios, exceptuando al turismo, que ya fue analizado en trabajos anteriores. (Fernández *et al.*, 2019; López *et al.*, 2019)

El objetivo del presente trabajo es identificar las cualidades de estos emprendedores y caracterizarlos en función de los emprendimientos que aspiran a generar, en virtud de la intención de crecimiento que pretenden para los mismos. Las siguientes hipótesis guían este trabajo:

Ha: al momento de iniciar sus emprendimientos en la economía formal, los emprendedores lo hicieron guiados por una oportunidad de negocios.

Hb: contar con emprendedores que aporten dinamismo y puestos de trabajo a la economía, aportará al desarrollo de la localidad.

Hc: los emprendedores de Esquel no centran su objetivo en un ambicioso crecimiento, sino en la búsqueda de un trabajo que les permita aplicar sus conocimientos al producto o servicio, valorando su calidad de vida.

Marco teórico

El desarrollo local constituye un proceso de acumulación de capacidades cuya finalidad es mejorar de manera colectiva y continuada el bienestar económico de una comunidad, con base en los recursos actuales y potenciales con que cuenta la economía territorial: materiales, financieros e intangibles (calificación de los recursos humanos, cultura emprendedora local, etc.). (Albuquerque *et al.*, 2008)

Los emprendedores establecen sus emprendimientos en una localidad determinada que puede tener o no condiciones que los favorezcan. En este sentido, Kantis *et al.* (2017) plantean que una “ciudad para emprender es la que ofrece condiciones cada vez más favorables para que los emprendimientos y empresas jóvenes locales se constituyan en un motor potente de creación de valor, contribuyendo así al desarrollo sostenible de la comunidad”. Definen el *emprendimiento dinámico* como aquellos proyectos y empresas nuevas con potencial de convertirse en pymes competitivas y de seguir creciendo y expresan que es fundamental que exista un ecosistema que posibilite la creación de empresas dinámicas.

Cabe señalar que el dinamismo de los emprendimientos está asociado con la capacidad de rápido crecimiento de esas nuevas empresas (usualmente identificadas como *startups*, o empresa emergente) (Kantis *et al.*, 2017). Si bien el perfil de emprendimiento dinámico, de base tecnológica y apalancado por



capital de riesgo es el que ocupa la atención de la literatura especializada, es el perfil de negocios de base local, de estilo de vida y escala Mipyme¹ el más extendido en los ecosistemas empresariales de los diversos países. En Argentina, según el reporte global publicado por StartupBlink (2022), sólo algunas ciudades presentan condiciones afines al emprendimiento de alto impacto: Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza.

Además de las condiciones externas al emprendimiento, se requiere caracterizar al emprendedor, debido a que juega un rol relevante en el éxito o fracaso del mismo. Para Gartner (1988), el emprendedor es la base para explicar el *emprendimiento* como fenómeno, entendiendo que es el emprendedor el que lo “origina”. Shane *et al.* (2003) se concentran en cómo inciden las motivaciones de las personas al momento de emprender; el proceso emprendedor ocurre porque las personas accionan para seguir las oportunidades y son diferentes en su disposición y sus habilidades para hacerlo porque son diferentes entre sí.

Si bien existe un amplio consenso acerca de la importancia de la creación de empresas como motor de la economía, a la capacidad de emprender se la reconoce como un fenómeno multidimensional en el cual es clave el emprendedor y el contexto en el que actúa (García *et al.*, 2010). Para contextualizar el trabajo, el equipo investigador acordó la siguiente definición con base en investigaciones previas: emprendedor es toda persona que transitó el proceso de identificar, evaluar y aprovechar oportunidades para el desarrollo de nuevos negocios; a partir de sus competencias personales y de interacción con el contexto, en un marco de incertidumbre, logró combinar recursos, superar dificultades y establecer vínculos con actores del entorno. (Cesar *et al.*, 2016)

En relación con las motivaciones de las personas para emprender, Sastre (2013) detecta factores motivadores de orden intrínseco: “en emprendedores/as nacientes, si bien la independencia económica continúa siendo un factor importante, es relevante el desarrollo personal, entendido como la posibilidad de crecimiento en experiencia, aprendizaje y estatus social” (p.5). Por otra parte, es destacable el rol que tiene el emprendedor en la tracción de su negocio al enfrentar la tarea de conseguir y reorganizar más recursos de los que dispone *a priori* para impulsar sus iniciativas (Luna y Gallo, 2018). Cabe preguntarse si la oportunidad de negocios es lo que desencadena la motivación a emprender y si todos los emprendedores aspiran a generar emprendimientos dinámicos.

¹ Una mipyme es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: servicios, comercial, industrial, agropecuario, construcción o minero. Puede estar integrada por una o varias personas y su categoría se establece de acuerdo con la actividad declarada, los montos de las ventas totales anuales o la cantidad de empleados. <https://www.argentina.gob.ar/>



Shane y Ventakaram (2010) analizan por qué existen las oportunidades para emprender y cómo algunas personas y no otras son las que las descubren y explotan. Para estos autores, es fundamental la existencia de una oportunidad como desencadenante del proceso emprendedor. De acuerdo con el Informe Global del GEM (2015-16), la mayoría de los emprendedores en todo el mundo están motivados por las oportunidades. Incluso, en las economías impulsadas por la eficiencia, el 69% de los emprendedores declararon que sus motivaciones emprendedoras estuvieron basadas en oportunidades, en vez de partir de necesidades derivadas de no contar con mejores opciones de trabajo.

Lebendiker (2013) distingue a quienes emprenden motivados por la necesidad de quienes lo hacen basados en una oportunidad de negocio. Expresa que los *emprendedores por necesidad* son los desplazados del mercado laboral formal, con pocas redes de contacto y escasa preparación previa. Identifica a los *emprendedores por oportunidad* como los que emprenden porque han detectado un área de vacancia en el mercado que creen poder cubrir y capitalizar. En su mayoría, suelen ser individuos con cierta formación educativa y con algún tipo de red de contactos inicial proveniente de sus estudios, trabajo o familia, que lo alientan y ayudan en las primeras etapas de su proyecto.

Los tipos de emprendimientos que inician resultan muy heterogéneos y pueden ser: primero, emprendimientos de estilo de vida o *lifestyle*, en los cuales el objetivo del proyecto está puesto en la búsqueda de un trabajo que permita a su fundador aplicar el conocimiento incorporado al producto o servicio, más que en un ambicioso crecimiento; segundo, emprendimientos dinámicos, cuyo objetivo es lograr un crecimiento en capital y empleo a una tasa mayor que la del promedio de sus competidores; y, tercero, emprendimientos gacela o de alto impacto, los que se proponen y logran crear una empresa con un alto crecimiento en facturación, capitalización y empleados.

Si, por otra parte, se enfoca el accionar interno del emprendedor, es posible relacionar los tipos de emprendimiento por oportunidad y/o necesidad con los factores motivacionales intrínsecos y extrínsecos respectivamente. En este sentido, siguiendo a Maslow (en Robbins y Judge, 2013), las necesidades de orden superior o intrínsecas son las de autorrealización, entendidas como el impulso para convertirse en aquello que uno es capaz de ser, incluyendo el crecimiento y el desarrollo del propio potencial (social y de estima). Discrimina en "estima" factores internos, como el respeto a sí mismo, la autonomía y el logro, y factores externos como el estatus, el reconocimiento y la atención. A su vez, considera necesidades de orden inferior o extrínsecas a las fisiológicas y de seguridad,

Para Kantis (2014), los emprendimientos con potencial de crecimiento, con propuestas de valor diferenciadas e innovadoras y liderados por equipos emprendedores con vocaciones y capacidades empresariales son los que generan más empleos de calidad y mayor diversificación del tejido productivo.



Kim y Kim (2021) expresan que, si bien la literatura convencional suele sostener que lo que saca a las regiones de la pobreza son empresarios transformacionales que “construyen empresas de rápido crecimiento con ambiciones globales”, estudios de enfoques alternativos documentan que los empresarios cooperan activamente a nivel local para reunir creativamente los recursos locales movilizándolo un compromiso compartido a largo plazo con el lugar. No está claro por qué lograr rápidamente un crecimiento generalizado —*característica por excelencia de los emprendimientos exitosos*— resulta inadecuado en lugares de menor desarrollo económico. (Kim y Kim, 2021, pp. 12-13)

En relación con el tipo de empresas que inician los emprendedores, Morris *et al.* (2016) proponen una tipología que define a las empresas emergentes desde sus inicios hasta que se vuelven sostenibles, período que estiman en cinco años. En función del crecimiento esperado de la empresa, así como su complejidad, alcance en el mercado y principales desafíos de gestión que enfrenta el fundador, las dividen en cuatro categorías, a saber: a) empresas de supervivencia, b) empresas de estilo de vida, c) empresas de crecimiento gestionado o dirigido y d) empresas de crecimiento agresivo (también llamadas gacelas).

Las primeras, *empresas de supervivencia*, proporcionan subsistencia básica para el emprendedor/a y su familia, impulsadas por la necesidad. Las *empresas estilo de vida* brindan un flujo de ingresos relativamente estable para los propietarios basado en un modelo de negocio viable y en una gestión que prioriza su sostenimiento; suelen tener empleados, una única locación y no buscan expansión o crecimiento significativo. Las *empresas de crecimiento gestionado o dirigido* tienen un modelo de negocio viable y buscan un crecimiento estable a lo largo del tiempo que se refleja en el lanzamiento ocasional de nuevos productos, la entrada periódica en nuevos mercados, y el desarrollo de una marca local y regional fuerte. Finalmente, las *empresas de crecimiento agresivo*, denominadas *gacelas*, son típicamente empresas basadas en la tecnología, con una fuerte capacidad de innovación, que buscan un crecimiento exponencial y se financian con capital propio y/o capitales de inversión; su enfoque de mercado es nacional o internacional.

En relación con Esquel, Kantis (2016) concluye que la principal fortaleza la constituye el capital humano emprendedor, a la que se suma una positiva valoración del apoyo institucional local. En trabajos previos sobre emprendedores turísticos de Esquel (Fernández *et al.*, 2019), se menciona que la mayoría son *emprendedores por oportunidad* que desarrollaron emprendimientos de tipo estilo de vida o *lifestyle*, y que su principal objetivo no gira en torno a la obtención de un beneficio extraordinario, sino más bien a la realización de una actividad que los gratifique en lo personal y que cubra sus expectativas en términos del tiempo que le dedican y los conocimientos y experiencia que poseen.



Metodología

El presente trabajo tiene por unidad de análisis a la ciudad de Esquel y por objeto de estudio a los emprendedores que cuentan con habilitación comercial extendida por la Municipalidad de Esquel, dedicados a la elaboración de bienes y prestación de servicios. La población a estudiar se determinó teniendo en cuenta la Ley de Apoyo al capital Emprendedor N.º 27.439 (2007), que define como “emprendedor” a aquella persona humana que dé inicio a nuevos proyectos productivos en la República Argentina, o desarrolle y lleve a cabo un emprendimiento en los términos de esta Ley. Y se define “emprendimiento” como cualquier actividad con o sin fines de lucro desarrollada en la República Argentina por una persona jurídica nueva o cuya fecha de constitución no exceda los siete (7) años. Al considerar, además, la definición de “emprendedor” incluida en el marco teórico, fueron considerados sólo los emprendedores que desarrollan emprendimientos con fines de lucro.

En primera instancia, se trabajó en una revisión bibliográfica que tuvo como principal objetivo definir los aspectos a rastrear considerando que estos pudieran dar cuenta de los diferentes tipos de emprendedores que se encuentran en la ciudad de Esquel. Con base en este trabajo, se redactó un cuestionario de 28 preguntas y se realizó una investigación de carácter descriptivo. Se solicitó información al Municipio de Esquel acerca de emprendimientos habilitados los últimos siete años y, a partir de esta información, el equipo investigador definió cuatro rubros a analizar, que incluyeron las siguientes actividades económicas:

1. Productos alimenticios: elaboración y venta de panificados, pastas, pollerías, carnicerías, embutidos, braserías, viandas, heladerías, *food trucks* (vehículos con expendio de comida).
2. Industrias: textiles, construcción, carpinterías y aserraderos, fábricas varias, elaboración de bebidas.
3. Servicios de salud, belleza y esparcimiento: belleza, estética, salud, gimnasios, ópticas, arte.
4. Otros servicios: servicios para automotores, transportes, servicios financieros, gráficos, educativos y otros.

Para seleccionar una muestra aleatoria representativa, se definió su tamaño tomando como base las consideraciones de Anderson *et al.* (2008) acerca del cálculo del tamaño de muestra para la proporción y se utilizó la siguiente fórmula:



$$\text{Donde } N = \text{valor poblacional} = n = \frac{N\bar{p}(1-\bar{p})}{N\left(\frac{B^2}{4}\right) + \bar{p}(1-\bar{p})} \quad 357$$

$$\hat{p} = 0,5$$

$$1 - \hat{p} = 0,5$$

$$B = \text{cota del error muestral} = 0,1.$$

La aplicación de esta fórmula arrojó una muestra de tamaño $n = 78$.

Previamente se estratificó a la población por rubros y luego se sortearon a 120 emprendedores con afijación proporcional. A ese sorteo se incorporaron emprendedores considerados destacables a nivel local por alguna de sus cualidades de excelencia (innovadores, reconocidos en la ciudad por su rol como emprendedores, trayectoria, manejo de las redes sociales y compromiso comunitario, entre otras). Los mismos fueron incorporados en el rubro correspondiente a su actividad y encuestados en su totalidad.

El estudio se llevó a cabo entre el 1 de julio y el 31 de agosto de 2021 y, por la situación de pandemia originada por el virus COVID 19, se eligió utilizar un formulario online autoadministrado y alojado en la plataforma Google. En forma previa al envío de los cuestionarios, se realizó la difusión en redes sociales y en medios de comunicación locales para informar a los emprendedores sobre los objetivos y las características del estudio y las fechas de inicio del trabajo de campo.

En 45 días de trabajo e insistente comunicación virtual y telefónica, se logró obtener una muestra de $n = 62$. Situaciones como la desconfianza general de los emprendedores, la proliferación de estafas telefónicas en la ciudad, el desinterés o la falta de tiempo causaron dificultades al momento de lograr la respuesta del cuestionario. Para las preguntas de respuesta dicotómica, se estimó un margen de error considerando el efecto de trabajar con una muestra que supera al 5% de la población. En estas preguntas, aceptando un nivel de confianza del 95% para la estimación por intervalos del parámetro p , el margen de error de estimación se calculó en $\pm 0,11$.

De las 28 preguntas que constituyeron la encuesta, se consideraron para el presente trabajo de caracterización las referidas a: rubro al que pertenece el emprendimiento, edad y género del emprendedor, lugar de nacimiento y máximo nivel de instrucción alcanzado, realización de capacitaciones en los últimos 5 años, descripción de su personalidad con base en los motivos por los que emprende, principal razón que le dio origen a la decisión de emprender y opción que mejor representa las aspiraciones del emprendedor en relación con el futuro de su negocio.



Resultados

En la Tabla 1 se presenta la distribución de los emprendedores encuestados, en relación con el tipo de emprendimiento que actualmente poseen. Los rubros se agrupan en función de cómo clasifica a los emprendimientos la Municipalidad de Esquel.

Tabla 1. Rubro al que pertenecen los emprendimientos de los emprendedores

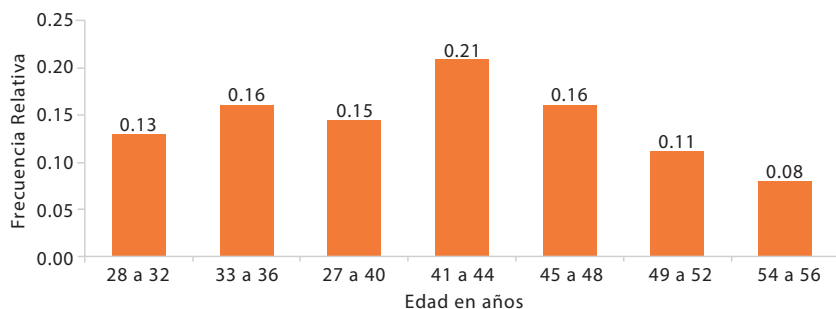
Emprendimientos	Distribución de rubros en la población	Distribución de rubros en la muestra
Rubro 1: productos alimenticios	34 %	37 %
Rubro 2: industrias	13 %	11 %
Rubro 3: servicios relacionados con la salud y emprendimientos artísticos	20 %	24 %
Rubro 4: otros servicios	34 %	27 %
Total	100%	100 %

Fuente: elaboración propia

Edad, género y procedencia de los emprendedores

Como se puede observar en el Gráfico 1, los emprendedores tienen entre 28 y 56 años, la mayoría se encuentra en el rango etario 41 - 44 que representa el 21 % de los encuestados. La distribución observada es bastante simétrica con respecto a la media, que asume el valor 41,5 años, con mediana y moda de 42 años y con una desviación típica muestral de 7,4 años. Y en el Gráfico 2 se observa que, del total de emprendedores encuestados, el 60 % son hombres y el 40 % mujeres.

Figura 1. Distribución de la edad de los emprendedores.

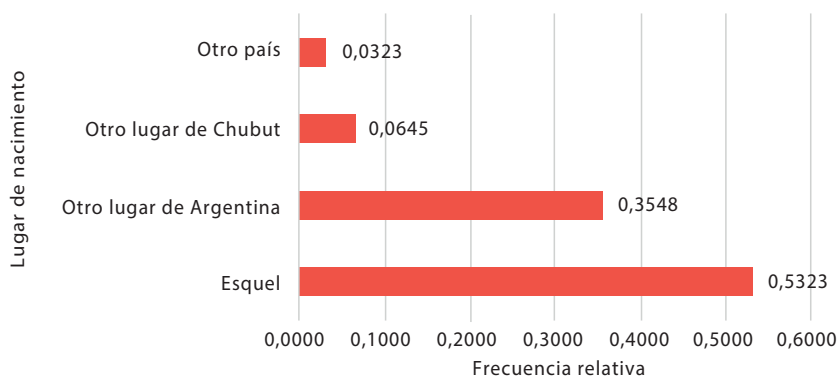


Fuente: elaboración propia



El Informe del GEM para Latinoamérica (2015) muestra que, si bien la proporción de participación masculina en la actividad emprendedora de fase temprana varía considerablemente entre la muestra total de países, se encontró que los hombres son más propensos a participar en la actividad empresarial, independientemente del nivel de desarrollo económico. Esto podría estar relacionado con que las mujeres enfrentan mayores dificultades que los hombres para ser emprendedoras, por obstáculos que incluyen asuntos como los siguientes: mayores niveles de responsabilidad en el hogar, falta de modelos femeninos en el sector empresarial, menos redes orientadas a los negocios en sus comunidades, falta de capital y activos, menor estatus en la sociedad, una falta de asertividad culturalmente inducida y falta de confianza en su capacidad para tener éxito en los negocios. En relación con la procedencia de los emprendedores el Gráfico 3 indica que, de las 62 personas encuestadas, la mitad (53,3 %) nació en Esquel, mientras que del 45,1 % que nació fuera de la ciudad, sólo un 3,2 %, lo hizo en otro país.

Figura 2. Lugar de nacimiento



Fuente: elaboración propia

Nivel educativo de los emprendedores

Al ser indagados sobre el máximo nivel de instrucción alcanzado, el 70,96 % de los encuestados expresó haber finalizado sus estudios en alguno de los niveles educativos. De estos, el 50 % respondió tener estudios superiores o universitarios completos; el 25,81 % no finalizó este nivel de estudios, el 19,35 % completó el secundario y el 1,61 % el nivel primario (ver Tabla 2). El 1,61 % no completó el primario.

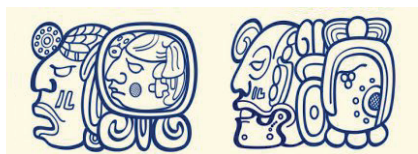




Tabla 2. Nivel de estudio de los emprendedores
(frecuencias absolutas y relativas)

	FA	FR %
Terciario Universitario completo	31	50%
Terciario Universitario incompleto	16	25,81%
Secundario completo	12	19,35%
Secundario incompleto	1	1,61%
Primario completo	1	1,61%
Primario incompleto	1	1,61%
Total	62	100%

Fuente: elaboración propia

En general, el nivel de instrucción máximo alcanzado es superior a la media observada en el departamento de Futaleufú, en el que se encuentra Esquel, en la provincia de Chubut. De acuerdo con los datos proporcionados por el Censo de Población y Vivienda 2010 (INDEC, 2010), apenas el 15,81 % de la población alcanzó un nivel superior al secundario completo, en ese departamento.

También fueron consultados acerca de si realizaron capacitaciones relacionadas con el emprendimiento y/o la gestión de negocios en los últimos cinco años. Los resultados se presentan en el Gráfico 4 y expresan que el 72,60% de los encuestados sí realizaron capacitaciones, mientras que el 27,40% restante no lo hizo.

Al momento de ser indagados acerca de los motivos por los que no habían realizado capacitaciones en los últimos cinco años, los encuestados respondieron: “no hubo ofertas”, por falta de tiempo, “no se dio la oportunidad”, que ya habían realizado otras capacitaciones anteriormente, porque no lo consideraron necesario, y en algunos casos debido a “la baja de la actividad”.

Acerca de los emprendedores y sus emprendimientos

En relación con su experiencia como emprendedor, el 18 % de los encuestados indicó que no tuvo otros emprendimientos previamente al actual, mientras que el 23 % respondió que sí los tuvo. En cuanto a los puestos de trabajo que generan los emprendimientos, se indagó acerca de la cantidad de personas que trabajan en el emprendimiento además del emprendedor, dato que arrojó una media de 3,76, una mediana de 2,5 y desvío estándar de 3,7.

Para conocer un poco más acerca de su personalidad como emprendedor, se solicitó a los encuestados que indicaran con cuál de las afirmaciones se identificaban, pudiendo elegir más de una opción. Los resultados se presentan en la Tabla 3.

**Tabla 3.** Afirmaciones que identifican la personalidad del emprendedor

Opciones	FA	(FR n=62)
"soy un permanente fundador de nuevos negocios"	25	0,4032
"me gusta administrar recursos y dirigir procesos productivos"	25	0,4032
"quiero depender exclusivamente de mis decisiones/acciones"	23	0,3709
"tengo inquietud por mantenerme involucrado con la actividad que realizo y aprovecho el negocio para ello"	19	0,3064
"quiero ser dueño/me gusta administrar mis tiempos"	18	0,2903
"soy muy observador y tengo intuición para los negocios"	11	0,1774
"Otras"	8	0,1290
Total	129	2,0806

Fuente: elaboración propia

Existe una tendencia a la búsqueda de la autonomía como una de las características más seleccionadas por el emprendedor al identificarse con las siguientes opciones: "quiero depender exclusivamente de mis decisiones/acciones" (23), "quiero ser dueño/me gusta administrar mis tiempos" (18). También prevalecen aspectos relacionados con el logro y la autorrealización tales como: "soy un permanente fundador de nuevos negocios" (25), "soy muy observador y tengo intuición para los negocios" (11); y en las expresiones ofrecidas por los emprendedores en la categoría "otros" quienes compartieron lo siguiente:

- ❖ Soy emprendedor porque me gusta tener mi mente activa, no me gusta realizar una tarea repetidamente. Trato de evolucionar como persona, aprendiendo y desarrollando mis propias ideas.
- ❖ Me gusta innovar, la creatividad y los desafíos.
- ❖ Llevo adelante un sueño que empezó como un hobby y se transformó en algo más grande de lo que imaginé.
- ❖ Quiero generar recurso económico genuino en mi comunidad.

En la Tabla 4 se presentan los resultados acerca de la principal razón que dio origen a la decisión de iniciar el emprendimiento por el cual respondieron a la encuesta.

**Tabla 4.** Razón principal que dio origen a la decisión de emprender

Principal razón que impulsó la decisión de emprender	Frecuencias absolutas	Frecuencias relativas (%)
Detecté una necesidad no satisfecha que podía satisfacer	14	22,58%
Observé que el rubro elegido podría representar una oportunidad de negocio	12	19,35%
Era una actividad que realizaba como hobby y decidí transformarlo en un negocio	8	12,90%
Quise fundar un negocio en el cual aplicar lo que estudié	7	11,29%
Fue mi deseo vincularme con gente con quien compartir mi pasión y poder intercambiar experiencias	4	6,45%
Quería poner en valor mi experiencia laboral previa	4	6,45%
Estaba desocupado/a y no conseguía un trabajo remunerado	3	4,84%
Necesitaba complementar los ingresos en el hogar para cubrir gastos	3	4,84%
Busqué una opción que me permita ocupar mi tiempo libre	1	1,61%
Quería mejorar mi estatus social a través del crecimiento de mi empresa	0	0,00%
Otros	6	9,68%
Total	62	1

Fuente: elaboración propia

Las respuestas consignadas en “Otros”, fueron:

- ❖ Aproveché la oportunidad para cambiar de ambiente.
- ❖ (Es un) Complemento a la actividad productiva.
- ❖ Oportunidad de comprar una sala que surgió a partir de la búsqueda de subsidios.
- ❖ Cuando abrí (nombre de la empresa) en Esquel no había actividades para niños de 3 años, fuimos la primera escuela en recibirlos.
- ❖ En principio, por una enfermedad de mi padre, me hice cargo parcialmente de la empresa y con el paso del tiempo inicié emprendimientos de manera individual o asociado con otras personas.



Se observan 6 respuestas (9,68 %) que se vinculan con “ser emprendedor por necesidad” y son las correspondientes a las opciones: “Estaba desocupado/a y no conseguía trabajo remunerado” y “Necesitaba complementar los ingresos en el hogar para cubrir gastos”. Impulsados estrictamente por una oportunidad se encontraron el 41,93 % de los emprendedores, algunos de los cuales dijeron “Detecté una necesidad no satisfecha que podía satisfacer” (22,58%) y “Observé que el rubro elegido podría representar una oportunidad de negocio” (19,35%). Esto marca una tendencia respecto a que, quienes logran identificar en el mercado necesidades insatisfechas, pueden llevar adelante su emprendimiento en el marco de la economía formal.

En segundo orden, puede observarse la preferencia por satisfacer sus necesidades personales de desarrollo, al responder: “Quise fundar un negocio en el cual aplicar lo que estudié” (11,29 %) y “Quería poner en valor mi experiencia laboral previa” (6,45 %), vinculadas a la categoría de autorrealización planteada por Maslow (en Robbins y Judge, 2013). La respuesta “Fue mi deseo vincularme con gente con quien compartir mi pasión y poder intercambiar experiencias” (6,45 %) se relaciona con la satisfacción de necesidades sociales, representando una preferencia por las motivaciones de carácter intrínseco, ya que en esta categoría también se clasifican factores extrínsecos que no fueron seleccionados por los encuestados, tal como “Quería mejorar mi estatus social a través del crecimiento de mi empresa”. A su vez estas tres respuestas (que suman 24,19 %) se vinculan con emprendedores que crean emprendimientos *lifestyle* o estilo de vida. En cuanto a la segmentación y diferenciación de producto, establecen una relación social – cultural con el cliente, antes que material.

En relación con la toma de decisiones, se consultó a los emprendedores cuáles decisiones priorizan al momento de administrar sus empresas (Tabla 5) y a cuáles opciones consideran más apropiadas destinar los beneficios que generan sus negocios (Gráfico 7).

Tabla 5. Decisiones que priorizan los emprendedores en la administración de sus empresas

Decisiones prioritarias	Frecuencias absolutas	Frecuencias relativas
Mejorar la calidad/diseño/prestación del bien o servicio que ofrezco al mercado	44	0,7097
Lograr una gestión más profesional de mi negocio	20	0,3226
Generar estrategias de crecimiento del negocio, a partir de la incorporación de mano de obra	14	0,2258
Mantener un nivel de ingresos que me permitan sostener mi estilo de vida	13	0,2097



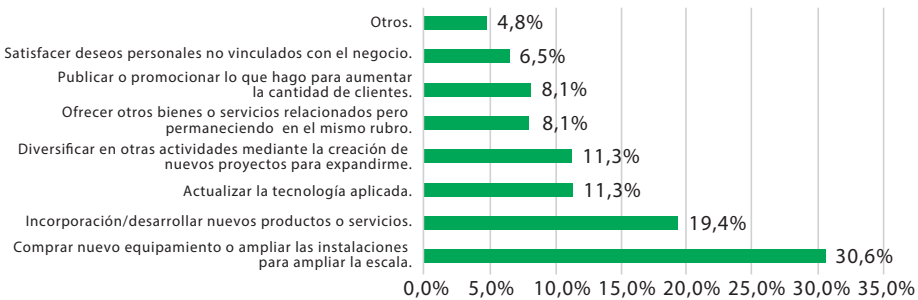
Decisiones prioritarias	Frecuencias absolutas	Frecuencias relativas
Generar redes o contactos que me vinculen con otros emprendedores	12	0,1935
Adoptar mejoras orientadas a un público muy especializado	11	0,1774
Generar productos que aporten valor cultural o diversifiquen la cultura local	11	0,1774
Total	125	2,0161

Fuente: elaboración propia

La cantidad de respuestas promedio por emprendedor fue de 2,01. La opción más elegida por los emprendedores en relación con la toma de decisiones para la administración de sus negocios fue: “Mejorar la calidad/diseño/prestación del bien o servicio que ofrecen” (44 respuestas), que fue seguida por la opción “lograr una gestión más profesional del negocio” (20 respuestas). En tercer lugar, seleccionaron “generar estrategias de crecimiento del negocio a partir de la incorporación de mano de obra” (14). Las respuestas elegidas se vinculan con una expectativa de crecimiento de los emprendimientos.

Figura 3. Opciones a las que prefiere destinar los beneficios que genera su negocio

Quando obtiene beneficios los destina a...



Fuente: elaboración propia

En cuanto a las decisiones que toman los emprendedores con los beneficios que le genera su negocio, se observa en el gráfico 5 que el 30,6 % los destina para “comprar nuevo equipamiento o ampliar las instalaciones para ampliar la escala”, un 19,4 % lo utiliza para “incorporar/desarrollar nuevos productos o servicios”. El 11,30 % seleccionó las categorías “actualizar la tecnología aplicada y “diversificar en otras actividades mediante la creación de nuevos proyectos para expandirme” respectivamente. También se repite el mismo porcentaje de 8,1 % para destinarlo en “publicitar o promocionar lo que hago para aumentar



la cantidad de clientes” y “ofrecer otros bienes o servicios relacionados, pero permaneciendo en el mismo rubro”. Un 6,5 % manifestó que los destina a “satisfacer deseos personales no vinculados al negocio”. El 4,8 % de los emprendedores seleccionó la categoría otros y expresaron en común que elegirían más de una de las opciones propuestas. Las respuestas más elegidas se vinculan con una vocación de crecimiento de los emprendimientos.

Consultados acerca del mercado hacia el que orientan sus productos, el 79 % respondió que trabajan orientados al mercado local. En cuanto a las aspiraciones futuras de los emprendedores; los resultados se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6. Opción que mejor representa las aspiraciones del emprendedor en relación con el futuro de su negocio

Aspiraciones futuras	Frecuencias absolutas	Frecuencias relativas
a. Aumentar el nivel de ganancias año a año	21	0,3387
b. Conducir una empresa que se destaque por su rápido crecimiento, competitividad e innovación	16	0,2580
c. Alcanzar un crecimiento moderado del negocio para poder seguir administrándolo por mi cuenta	12	0,1935
d. Gestionar una empresa con un rápido crecimiento para luego reinvertir las ganancias en un nuevo negocio	7	0,1129
e. Lograr un capital suficiente que me permita el día de mañana dejar de trabajar y vivir de rentas	3	0,0483
f. Venderlo dentro de unos años como un negocio en marcha	2	0,0322
g. Que se mantenga tal como está en el presente	1	0,0161
Total general	62	1

Fuente: elaboración propia

Al momento de pensar en el futuro de su negocio el 33,9% de los emprendedores aspira a “aumentar el nivel de ganancias año a año”, un 25,8 % a “conducir una empresa que se destaque por su rápido crecimiento, competitividad e innovación” y un 19,4 % en “alcanzar un crecimiento moderado del negocio para poder seguir administrándolo por mi cuenta”, tal como se observa en la Tabla 6. Se observa, además, que el 11,3 % aspira a “gestionar una empresa con un rápido crecimiento para luego reinvertir ganancias en uno nuevo”, el 4,8



% desea “lograr un capital suficiente que me permita el día de mañana dejar de trabajar y vivir de rentas” y el 3,2 % aspira a “venderlo dentro de unos años como un negocio en marcha”; en cambio el 1,6 % quiere “que se mantenga tal como está en el presente”.

Si observamos las categorías siguientes a la más elegida (a. Aumentar las ganancias año a año) podemos ver que las respuestas b y d que suman un 37,09 % se vinculan con la intención de los emprendedores de generar emprendimientos dinámicos; mientras que la respuesta c refiere a la expectativa de que el emprendimiento sea de estilo de vida.

Conclusiones

Con base en los resultados presentados, se observa que el 60 % de los emprendedores de Esquel son hombres y el 40 % mujeres con margen de error de 0,11; el promedio de edad es de 41,5 años, con desvío estándar de 7,4 años, nacidos en la ciudad de Esquel (53,3 %) o en Argentina (42 %). En cuanto al nivel educativo, el 50 % ha finalizado sus estudios universitarios, un 25,81 % cuenta con estudios terciarios/universitarios incompletos y el 76,3 % ha realizado capacitaciones en los últimos 5 años, lo que denota alto nivel educativo y expectativas de seguir capacitándose. Además del emprendedor, trabajan en promedio 3,76 personas por emprendimiento, con mediana de 2,5 y desvío estándar de 3,7.

Los resultados locales fueron coincidentes con las métricas nacionales de emprendimiento de la encuesta nacional realizada en 2021 por la consultora Analogías, según la cual la mayoría de quienes emprenden en Argentina tienen más de 30 años, han realizado estudios superiores y constituyen emprendimientos basados en una oportunidad con proyección de crecimiento moderada.

Considerando las hipótesis que guiaron este trabajo, se observa que el 41,93 % de los emprendedores encuestados lo hicieron guiados por una oportunidad de negocio, mientras que el 9,68 % lo hizo a partir de necesidades. En relación con la segunda hipótesis, Esquel cuenta con emprendedores que proveen dinamismo y aportan puestos de trabajo a su economía (promedio de 3,75 puestos/emprendimiento). Se observa que están comprometidos con el desarrollo de su emprendimiento: el 50 % responde que prefiere destinar los beneficios de sus negocios a ampliar la escala y a desarrollar nuevos productos; un 35,2 % prioriza en sus decisiones mejorar la calidad, diseño y/o prestación del bien o servicio y un 11 % prioriza generar estrategias de crecimiento del negocio a partir de la incorporación de mano de obra. Se proponen continuar creciendo, vinculándose con sus clientes y readaptando la oferta a las necesidades locales.

Con respecto a la tercera hipótesis, si se consideran las aspiraciones a futuro de los emprendedores, las respuestas vinculadas con autopercepciones relacionadas con las empresas dinámicas: “Conducir una empresa que se



destaque por su rápido crecimiento, competitividad e innovación” (25,80 %) y “Gestionar una empresa con un rápido crecimiento para luego reinvertir las ganancias en un nuevo negocio” (11,29 %) son mayoritarias que la opción que refiere a empresas *lifestyle*: “Alcanzar un crecimiento moderado del negocio para poder seguir administrándolo por mi cuenta” (19,35 %). Sin embargo, los emprendimientos estudiados corresponden a rubros productivos y de servicios tradicionales, casi un 80 % orientados al mercado local, y no se observan respuestas que indiquen decisiones de escalar hacia otros mercados. Al consultarlos sobre opciones a las que destinará los beneficios del negocio, sólo un 11,3 % mencionó actualizar la tecnología aplicada.

Estaríamos en presencia de emprendedores que no centran su objetivo en un ambicioso crecimiento. Esto coincide, de algún modo con las observaciones de Kim y Kim (2020), quienes plantean que en lugares de menor desarrollo económico muestran potencial los emprendimientos que se caracterizan por un crecimiento gradual.

También desde el seno de los ecosistemas de emprendimiento tecnológico más pujantes del mundo, emergió el debate sobre el perfil de emprendimientos que resulta deseable para consolidar los tejidos económicos productivos regionales. Alexandre Lazarow (2020) publicó un artículo señalando la necesidad de prestar más atención a las que denominó ‘empresas camello’: resilientes, adaptables, orientan su crecimiento de manera sustentable, con ingresos genuinos por facturación. Este perfil de empresas se asemeja más a pequeñas y medianas empresas convencionales (con estrategia de crecimiento paulatino y sostenido) que a las *startups* o empresas de crecimiento agresivo (Morris *et al.*, 2016) que aspiran a un crecimiento y capitalización externa exponencial en sus primeros años de vida.

Si, a la luz de estos debates contemporáneos y del estudio local realizado en esta investigación, se valora positivamente a las empresas de perfil pyme con aspiración al crecimiento en el mercado local y regional, Esquel presenta un perfil de emprendimientos valioso en términos de diversidad, distribución y motivación emprendedora. Sin renunciar al objetivo de, en paralelo, generar condiciones ecosistémicas para el emprendimiento dinámico, resulta clave enfocarse en las particularidades del perfil actual de nuevas empresas locales para aportar valor a su promoción y fortalecer de esa manera el tejido emprendedor regional.

Referencias bibliográficas

1. Agencia de Desarrollo Regional Esquel – ADRE (2015). *Agenda estratégica para el desarrollo local de Esquel. Programa de mejora de la gestión municipal* [Documento de Trabajo N° 1]. https://www.academia.edu/15322423/El_Plan_Director_Una_Agenda_Estrat%C3%A9gica_del_Desarrollo_Local_de_Esquel_Documento_de_Trabajo_No_1_1_9_2015



2. Alburquerque, P., Costamagna, P. y Ferraro, C. (2008). *Desarrollo económico local, descentralización y democracia: Ideas para un cambio*. UNSAM, Universidad Nacional de San Martín.
3. Analogías (2021). *Encuesta Nacional a Emprendedores y Emprendedoras*. www.analogiasconsultora.com
4. Anderson D., Sweeney D. y Williams T. (2008). *Estadística para administración y economía* (10.ª ed.). Cengage Learning Editores, S.A.
5. Cesar, R., López, S., Ramírez, M., Fernández, M., Gauna, M., Gajardo, R., Domínguez, C., Felipe, J. y Garrido, T. (2016). Aportes al análisis del proceso emprendedor en el sector turístico de Esquel (Ponencia). *VII Jornadas Patagónicas de Investigación y II de Extensión en Ciencias Económicas*. Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. http://web2.sistemasfce.com.ar/home/images/stories/Jornadas_Inv-Ext_2016/Investigacion/013-Aportes_al_analisis.pdf
6. Fernández, M., Ramírez, M., López, S., Gauna, M. y Cesar, R. (2019). Caracterización de los emprendedores y emprendimientos del sector turístico de la localidad de Esquel, Argentina. *Teuken Bidikay*, 10(15), 159-181. <https://doi.org/10.33571/teuken.v10n15a7>
7. Galafassi, G. (2019). Paisaje y territorio en la construcción histórica de la región Andino- Patagónica. *Terra. Nueva Etapa*, 35(58), 19-35. http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_terr/article/view/20455
8. García, C., Martínez, A. y Fernández, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 31-48. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3185118>
9. Gartner, W. (1988). "Who is an entrepreneur?" Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 13(2), 47-67. <https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
10. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), (2015). Global Report. Informe para América Latina y El Caribe. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-2016-global-report>
11. Getz, D., Carlsen, J. & Morrison, A. (2004). *The Family Business in Tourism and Hospitality*. CABI.
12. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INDEC. (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010*. República Argentina. <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-41-135>
13. Kantis, H. (Coord.). (2014). *¿Emprendimientos dinámicos en América del Sur?: la clave es el (eco)sistema*. RED MercoSur.
14. Kantis, H., Federico, J., Menéndez, C. e Ibarra, S. (2017, 7 de julio). *Nuevo índice para medir ecosistemas en ciudades y su aplicación*. PRODEM. <https://prodem.ungs.edu.ar/nuevo-indice-para-medir-ecosistemas-en-ciudades-y-su-aplicacion-2/>



15. Kim, S. & Kim, A. (2021). Going Viral or Growing Like an Oak Tree? Towards Sustainable Local Development through Entrepreneurship. *The Academy of management Journal*, 65(5), <https://doi.org/10.5465/amj.2018.0041>
16. Lazarow, A. (2020, 27 de abril). The New Hot Startups Will Be Camels, Not Unicorns. *Marker*. <https://marker.medium.com/the-new-hot-startups-will-be-camels-not-unicorns-53d480535916>
17. Lebediker, A. (2013). Emprender, ¿sí o no? Cómo conocer el propio potencial emprendedor. En G. Svarzman (Coord.). *Claves para emprendedores: conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto* (pp. 11-28). Ministerio de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
18. Lebediker, M., Zevallos E., Alonso, E. y Petry, P. (2010). *Diagnóstico sobre la situación del emprendedurismo en Centroamérica*. Banco Centroamericano de Integración Económica. https://www.bcie.org/fileadmin/bcie/espanol/archivos/novedades/publicaciones/varios/Diagnostico_sobre_la_Situacion_del_Emprendedurismo_en_Centroamerica.pdf
19. Ley de Apoyo al capital Emprendedor N.º 27.439 (2007, 29 de abril). Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. Boletín oficial 33604. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/270000-274999/273567/norma.htm>
20. López, S., Gauna, M., Fernandez, M., Ramirez, M. y Cesar, R. (2019). Factores que inciden en el proceso emprendedor local. Apreciaciones de emprendedores turísticos de Esquel, Argentina. *Teuken Bidikay*, 10(14), 171-192. <https://doi.org/10.33571/teuken.v10n14a8>
21. López, Z. (2016). *Los Ecosistemas de emprendimiento como parte de la. Estrategia de Desarrollo de una Región* [Tesis de Maestría, Universidad Eafit]. Archivo digital. https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11496/ZairaMei-ling_LopezAgudelo_2016.pdf?sequence=2&isAllowed=y
22. Luna, J. y Gallo, G. (2018). *Incremental: una visita guiada al mundo emprendedor*. Teseo
23. Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones, *Economía Industrial*, (383), 23-30. <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Mar%C3%ADa%20Minniti.pdf>
24. Morris, M., Neumeyer, X., Yongseok, J. & Kuratko, D. (2016). Distinguishing types of entrepreneurial Ventures: An Identity-Based Perspective. *Journal of Small Business Management*, 56(3), 453-474. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12272>.
25. Oriola, J. (2009). La construcción de la historia local en Patagonia: el caso de Esquel. *XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche*. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche. <https://www.aacademica.org/000-008/899>



26. Robbins S. y Judge T. (2013). *Comportamiento Organizacional* (15.ª ed.). Editorial Pearson.
27. Sastre, R. (2013). La Motivación Emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, (1), 1-10 <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/586>
28. Shane, S., Locke, E. & Collins, J. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, (13), 257-279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2)
29. Shane, S. & Ventakaram, S. (2010). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <http://www.jstor.org/stable/259271>.
30. StartupBlink (2022). *The Global Startup Ecosystem Index Report*. <https://www.startupblink.com>.
31. Vázquez, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y Políticas de Desarrollo Territorial Investigaciones Regionales, (11), 183-210. https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/30390/desarrollo_vazquez_IR_2007_N11.pdf?sequence=1&isAllowed=y
32. Zamora-Boza, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7), 15-27. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

Para citar
este artículo:

López, S., Ramírez, C., Luna, J., Gauna, M. y Fernández, M. (2022). Aportes para la caracterización de emprendedores y emprendimientos de Esquel, Chubut, Patagonia argentina. *Teuken Bidikay*, 13(20). 127-148
doi: 10.33571/teuken.v13n20a7

GE*: LFrías

