

Emprendimiento, empleabilidad y políticas

Una mirada globalizadora



Editores

Neida Albornoz-Arias | Rina Mazuera-Arias

Emprendimiento,
empleabilidad y políticas:
Una mirada globalizadora

EMPRENDIMIENTO, EMPLEABILIDAD Y POLÍTICAS: UNA MIRADA GLOBALIZADORA

© Rina Mazuera-Arias • Neida Albornoz-Arias • Marisela Vivas-García • María-Antonia Cuberos • Myriam-Teresa Carreño-Paredes • Miguel Ángel Morffe Peraza • Miguel Vera • Antonio Enrique Tinoco Guerra • Magali Alba Niño • Fabián Ricardo Arias Contreras • Mauricio Enrique Sotelo Barrios • Pablo José Pérez Herrera • Andrea Johana Aguilar Barreto • Marcelo Roger Meneghatti • Luciana Oliveira de Fariña • Geysler Rogis Flor Bertolini • Marcel Mauricio Molina Monsalve • Dahyana Carolina Nimo Parra • Mary Carlota Bernal Jiménez

Editores: Neida Albornoz-Arias • Rina Mazuera-Arias

FACULTADES

ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
INGENERÍA

Grupos de Investigación

- Altos Estudios de Frontera (ALEF), Universidad Simón Bolívar, Colombia
Líder: Rina Mazuera-Arias
- Tecnologia de Agregação de Valor em Agroindústrias, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil
- Estratégia e Competitividade, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil
- Ciência e Tecnologia de Alimentos, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil
- Interdisciplinar e Interinstitucional de Pesquisa e Extensão em Desenvolvimento Sustentável, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil
- Pesquisa em Sustentabilidade no Agronegócio – GPSA, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil

Proceso de arbitraje doble ciego

Recepción: Diciembre de 2017

Evaluación de propuesta de obra: Febrero de 2018

Evaluación de contenidos: Marzo de 2018

Correcciones de autor: Mayo de 2018

Aprobación: Junio de 2018

Emprendimiento, empleabilidad y políticas: Una mirada globalizadora

Editores

Neida Albornoz-Arias | Rina Mazuera-Arias

Rina Mazuera-Arias - Neida Albornoz-Arias - Marisela Vivas-García
María-Antonia Cuberos - Myriam-Teresa Carreño-Paredes
Miguel Ángel Morffe Peraza - Miguel Vera - Antonio Enrique Tinoco Guerra
Magali Alba Niño - Fabián Ricardo Arias Contreras - Mauricio Enrique Sotelo Barrios
Pablo José Pérez Herrera - Andrea Johana Aguilar Barreto
Marcelo Roger Meneghatti - Luciana Oliveira de Brito - Geysler Rogis Flor Bertolini
Marcel Mauricio Molina Monsalve - Dahyana Carolina Nimo Parra
Mary Carlota Bernal Jiménez

Emprendimiento, empleabilidad y política: una mirada globalizadora / Editores Neida Albornoz-Arias, Rina Mazuera-Arias; Marisela Vivas-García [y otros 18] -- Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar, 2018.

357 páginas ; cuadros; 17 x 24 cm
ISBN: 978-958-5430-85-3

1. Desarrollo sostenible 2. Desarrollo económico y social 3. Globalización 4. Planificación económica 5. Integración regional 6. Políticas públicas I. Albornoz-Arias, Neida, editor-autor II. Mazuera-Arias, Rina, Editor-autor III. Vivas-García, Marisela IV. Cuberos, María-Antonia V. Carreño-Paredes, Myriam-Teresa VI. Morffe Peraza, Miguel Ángel VII. Vera, Miguel VIII. Tinoco Guerra, Antonio Enrique IX. Alba Niño, Magali X. Arias Contreras, Fabián Ricardo XI. Sotelo Barrios, Mauricio Enrique XII. Pérez Herrera, Pablo José XIII. Aguilar Barreto, Andrea Johana XIV. Meneghatti, Marcelo Roger XV. Oliveira de Fariña, Luciana XVI. Bertolini, Geysler Rogis Flor XVII. Molina Monsalve, Marcel Mauricio XVIII. Nimo Parra, Dahyana Carolina XIX. Bernal Jiménez, Mary Carlota XX. Universidad Simón Bolívar. Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF) XXI. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Grupo de Investigación Tecnología de Agregación de Valor em Agroindústrias XXII. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Grupo de Investigación Estrategia e Competitividade XXIII. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Grupo de Investigación Ciência e Tecnologia de Alimentos XXIV. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Grupo de Investigación Interdisciplinar e Interinstitucional de Pesquisa e Extensão em Desenvolvimento Sustentável Brasil XXV. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Grupo de Investigación Pesquisa em Sustentabilidade no Agronegócio – GPSA XXVI. Título

338.9 E558 2018 Sistema de Clasificación Decimal Dewey 22ª. edición

Universidad Simón Bolívar – Sistema de Bibliotecas

Impreso en Barranquilla, Colombia. Depósito legal según el Decreto 460 de 1995. El Fondo Editorial Ediciones Universidad Simón Bolívar se adhiere a la filosofía del acceso abierto y permite libremente la consulta, descarga, reproducción o enlace para uso de sus contenidos, bajo una licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



©Ediciones Universidad Simón Bolívar

Carrera 54 No. 59-102

<http://publicaciones.unisimonbolivar.edu.co/edicionesUSB/>

dptopublicaciones@unisimonbolivar.edu.co

Barranquilla - Cúcuta

Producción Editorial

Editorial Mejoras

Calle 58 No. 70-30

info@editorialmejoras.co

www.editorialmejoras.co

Agosto de 2018

Barranquilla

Made in Colombia

Cómo citar este libro:

Mazuera-Arias, R., Albornoz-Arias, N., Vivas-García, M., Cuberos, M. A., Carreño-Paredes, M. T., Morffe Peraza, M.Á., . . . Arias Contreras, F. R. (2018). *Emprendimiento, empleabilidad y políticas: Una mirada globalizadora*. Barranquilla, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Capítulo I

Alineación del emprendimiento a las mipymes en el gobierno electrónico de los países miembros del Mercado Común del Sur*

María-Antonia Cuberos¹
Marisela Vivas-García²
Myriam-Teresa Carreño-Paredes³
Rina Mazuera-Arias⁴
Neida Albornoz-Arias⁵
Miguel Vera⁶

* Capítulo de libro producto del proyecto de investigación: Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional del Norte de Santander. Fecha de inicio: enero de 2017. Fecha de finalización: diciembre de 2017. Universidad Simón Bolívar, sede Cúcuta – Colombia.

- 1 Licenciada en Educación, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela. Ingeniero de Sistemas, Universidad Nacional Abierta, Venezuela. Doctor en Ciencias Gerenciales, Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada, Venezuela. Especialista en Sistemas de Información. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. Docente Investigadora de la Facultad de Administración y Negocios, miembro del Grupo Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar Cúcuta, Colombia. Docente e investigadora de la Universidad Católica del Táchira, San Cristóbal, Venezuela.
m.cuberos@unisimonbolivar.edu.co - orcid: <http://orcid.org/0000-0002-5235-552x>
- 2 Licenciada en Educación mención Ciencias biológicas. Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela. Doctor en Innovaciones Educativas, Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada, Venezuela. Magíster en la Enseñanza de las Ciencias Básicas, Universidad Nacional Experimental del Táchira, Venezuela. Especialista en Evaluación Educativa, Universidad Valle del Momboy, Venezuela. Docente investigadora del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas, miembro del Grupo Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar, Cúcuta, Colombia. Docente Asistente de la Universidad Católica del Táchira, San Cristóbal, Venezuela.
m.vivas@unisimonbolivar.edu.co - orcid: <http://orcid.org/0000-0002-8941-4562>
- 3 Licenciada en Educación, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta. Psicóloga en formación, Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Especialista en Orientación Educativa y Desarrollo Humano, Universidad del Bosque, Bogotá. Docente investigadora del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Simón Bolívar – sede Cúcuta. Miembro del Grupo de investigación Altos Estudios de Frontera – ALEF, Universidad Simón Bolívar, Colombia.
m.carreno@unisimonbolivar.edu.co - orcid: <http://orcid.org/0000-0002-7572-5618>
- 4 Abogada, Universidad Católica del Táchira, Venezuela. Doctora en Derecho, Universidad de Zaragoza, España. Especialista en Derecho Administrativo, Universidad Católica del Táchira. Especialista en Derecho Tributario, Universidad Santa María, Venezuela. Docente investigadora de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, miembro del Grupo de investigación Altos Estudios de Frontera – ALEF, Universidad Simón Bolívar, Colombia. Docente e investigadora de la Universidad Católica del Táchira, San Cristóbal, Venezuela.
r.mazuera@unisimonbolivar.edu.co - orcid: <http://orcid.org/0000-0002-9888-5833>
- 5 Licenciada en Contaduría Pública (Universidad Católica del Táchira, Venezuela). Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas (Universidad de Córdoba, España). Especialista en Análisis Bursátil y Gestión de Carteras (IEB Madrid – España). Docente e investigadora de la Facultad de Administración y Negocios de la Universidad Simón Bolívar - sede Cúcuta, Norte de Santander, Colombia, miembro del grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera de la Universidad Simón Bolívar. Docente e investigadora de la Universidad Católica del Táchira, San Cristóbal, Venezuela.
n.albornoz@unisimonbolivar.edu.co - albornoz@ucat.edu.ve - orcid: <http://orcid.org/0000-0001-7851-5985>
- 6 Licenciado en Educación Matemática en la Universidad de Los Andes, Táchira, Venezuela. Doctor en Ciencias Aplicadas de la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela. Magíster en Matemática de la Universidad Nacional Experimental del Táchira, Venezuela. Docente e investigador de la Universidad Simón Bolívar, sede Cúcuta, Norte de Santander, Colombia, miembro del Grupo de investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF), Universidad Simón Bolívar, Colombia.
m.vera@unisimonbolivar.edu.co

RESUMEN

El capítulo presenta los resultados encontrados sobre la información presente en los portales del gobierno en línea de los países miembros del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) que orientan al crecimiento del emprendimiento hacia las mipymes. En el desarrollo del capítulo se siguió la metodología cualitativa a partir de los datos tomados de la interacción entre los investigadores y las plataformas digitales vinculadas en el estudio, con la interpretación de los contenidos afines con el emprendimiento y su alineación a las mipymes mediante procesos inductivos. Los resultados manifiestan que Brasil y Argentina utilizan la información de sus sitios para estimular en los emprendedores comportamientos hacia el desarrollo de su empresa a las mipymes; Uruguay y Paraguay se encuentran en menos avance que los dos primeros países, y Bolivia y Venezuela aún se hallan rezagados en la provisión de información hacia los emprendedores que los conduzcan a continuar creciendo hacia mipymes. No obstante el alcance de los resultados obtenidos, aunque pudiesen ser específicos para el contexto estudiado, pueden representar buenas prácticas en el campo de la temática para motivar el emprendimiento hacia el crecimiento a mipymes.

Palabras clave: emprendimiento, mipymes, crecimiento empresarial, gobierno electrónico, Mercosur.

Alignment of entrepreneurship to MSMEs in eGovernment in member countries of the Southern Common Market

ABSTRACT

The chapter presents the results found on the information present in the online government portals of the members of the Common Market of the South (Mercosur) that guide the growth of entrepreneurship towards MSMEs. In the development of the chapter, the qualitative methodology was followed based on the data obtained

from the interaction between researchers and the digital platforms linked in the study, with the interpretation of the contents related to the entrepreneurship and its alignment with the MSMEs through inductive processes. The results show that Brazil and Argentina, use the information of their sites to stimulate in the entrepreneurs, behaviors towards the development of their company to the MSMEs; Uruguay and Paraguay are at a slower pace than the first two countries, and Bolivia and Venezuela are still lagging behind in providing information to entrepreneurs that will lead them to continue to grow towards microenterprises. Notwithstanding the scope of the results obtained, although they may be specific to the context studied, they may represent good practices in the field to motivate entrepreneurship towards growth in MSMEs.

Keywords: entrepreneurship, MSMEs, business growth, electronic government, Mercosur

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento representa para los países desarrollados una iniciativa que deja consecuencias en la economía, abarcando además el desarrollo social; por tal razón, es objeto de interés de las políticas públicas (De Miguel, 2013). En la actualidad, al diseñarse políticas económicas, se considera al emprendimiento ante la importancia para la sociedad como motor de desarrollo, pues representa la clave de la mejora de la productividad de la economía, requiriéndose así el favorecimiento de nuevos emprendimientos y el desarrollo hacia empresas de mayor tamaño (Montes, 2010). En Latinoamérica, se ha considerado necesario el desarrollo de un pujante sector relacionado con la empresa privada innovadora, que actúe con responsabilidad social y se integre a los flujos internacionales de comercio e inversión a fin de que los países del área puedan activar su crecimiento económico y corregir sus condiciones sociales (Kantis, Angelelli & Moori, 2004). En tal sentido, Mercosur posee como objetivo general

propiciar un espacio común para la generación de oportunidades comerciales y de inversiones a través de la integración competitiva de las economías nacionales al mercado internacional.

De este modo, al relacionar las políticas existentes acerca del emprendimiento y su crecimiento en cada uno de sus países miembros, se orienta hacia el propósito del desarrollo de empresas innovadoras que conduzcan a estos países al mejoramiento de su economía y por ende de la sociedad. De allí que se visualice al emprendimiento como un factor de desarrollo y se busquen alternativas para conducir al emprendimiento, o en este caso, al emprendedor hacia la conformación de mipymes. Esto es, impulsar el crecimiento del emprendimiento hacia la mipyme. De este modo, surgen las políticas gubernamentales a favor de este, pues, al potenciar esa evolución se incrementa la productividad, la tasa de empleo, la innovación y así se facilita el desarrollo tan esperado en los países latinoamericanos y en este caso entre los miembros de Mercosur.

Ahora, al estar inmersos en la globalización, las tecnologías de información y comunicación se han convertido en herramientas para la nueva gestión pública desde una perspectiva gerencialista de "orientación al cliente/usuario/ciudadano" (Cejudo, 2013, p.29) y los estados al pretender fortalecer las mipymes han buscado el soporte en ellas para proporcionar información a las personas interesadas con el emprendimiento.

La información pública (Dagron, 2004) tiene propósitos asistencialistas, de mercadeo social, instrumental, al vincularse a programas de desarrollo o de impulsora del cambio social al reconocer el valor del saber local, la tradición y la cultura, afirmando valores, ofreciendo diálogo y participación; por razón de ellos, se busca la interactividad a fin de alcanzarlos. Así, si se pretende fortalecer el camino hacia las

mipymes a partir del crecimiento del emprendimiento, se requiere la existencia de información pública que estimule al emprendedor en sus inicios o que no decaiga en sus esfuerzos al tener su empresa instalada de modo inicial y no se plantee solo su supervivencia sino su evolución.

En este sentido, se ha querido descubrir la información que se proporciona para orientar el emprendimiento a la mipyme en los portales de los países de Mercosur, se buscó responder a ¿qué información está presente en el gobierno en línea de los países de Mercosur que orienta al crecimiento del emprendimiento hacia las mipymes?

Para dar respuesta se efectuó una relación con factores orientadores del crecimiento del emprendimiento a una microempresa identificados en la bibliografía consultada y vinculados con incremento en las ventas, la ampliación de la estructura (organizacional o de infraestructura), recursos presentes para una ampliación de la empresa y elementos existentes en el entorno como la globalización, liberalización financiera, cambio tecnológico continuo, colaboración o cooperación a través de redes, competitividad ante la innovación, presencia de normas y regulaciones, existencia de cadenas productivas, entre otros (Perroux, 1963 citado en Erauskin, Aragón, Garmendia, Iturrioz, Narvaiza, Olasagasti, Zabala & Zubiaurre, 2011; Penrose, 1959 citado en Molina, López & Contreras, 2014; Moreno & Casillas, 2007; Organización de las Naciones Unidas (ONU) y CEPAL, 2001).

En consecuencia, la búsqueda de los datos y el estudio de estos siguió la metodología cualitativa, bajo el paradigma interpretativo haciendo énfasis en la interacción observador-observado, al ingresar a sitios web de los países de Mercosur en donde se presentan contenidos vinculados con el emprendimiento y su alineación a las mipymes, cada uno con sus particularidades y, mediante procesos inductivos, obtener conocimiento de las realidades estudiadas.

Empresa, pymes y mipymes

Una empresa, según Hernangómez (1988), es una organización cuyo objetivo y actividad es económica; en la misma perspectiva, Ossorio (1999) expresa que la empresa es una organización en la que se integran su naturaleza, capital y trabajo. Aguilar (2007) la visualiza como el ente que produce, y Dávalos (2010) la plantea como una actividad que organiza elementos.

De allí que puede interpretarse a una empresa como una estructura física, entidad o actividad, caracterizada por una organización, que se clasifica por su tamaño en grandes, medianas, pequeñas y micro empresas dando importancia a la cantidad de mano de obra que utiliza para el desarrollo de la actividad económica, considerando además aspectos de carácter financiero.

Para Nieto, Timoté, Sánchez & Villarreal (2015), la empresa grande desarrolla su actividad económica con una cantidad de trabajadores que supera los cien y factura elevadas cantidades en ingresos tanto en el sector industrial como en otras secciones de la economía. La Unión Europea (2014) caracteriza a la micro, pequeña y mediana empresa con doscientos cincuenta trabajadores contratados; sin embargo, considera también sus ventas y el balance general anual.

Las pequeñas y medianas empresas han sido reconocidas como pymes: no obstante, según el Portal mipymes del Gobierno de Chile (s.f.), en la actualidad se ha acogido al acrónimo MIPYME para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Ahora bien, son las microempresas las que despiertan el interés para promover el desarrollo económico de los países, otorgándoseles definiciones institucionales que consideran la cantidad de trabajadores que se emplea para realizar la actividad económica y, la de dinero que producen.

En los países de América Latina, según sus características, experiencias, necesidades e intereses se realiza la clasificación más conveniente para las empresas y de acuerdo a ella aplican políticas, medidas y estrategias económicas para fortalecer su desarrollo (Saavedra & Hernández, 2008).

Emprendimiento y mipymes

El emprendimiento, según el Diccionario de la Real Academia (2017a), se expresa como la acción y efecto de emprender, es decir, acometer un negocio, tomando el camino con resolución (Real Academia, 2017b). Para Rodríguez (2009), involucra una dinámica de innovación con elevada motivación y compromiso para realizar un trabajo o tarea, por lo cual se realiza una planificación que para su ejecución considera la incertidumbre y el riesgo y depende de cuatro factores clave: "la idea de negocio, la disponibilidad y obtención de recursos, la habilidad del emprendedor, y su nivel de motivación y compromiso" (Gibb & Ritchie, 1982 citados por Kantis, Angelelli & Moori, 2004, p.27).

Ahora bien, según Rodríguez (2009), del emprendimiento se llegan a constituir microempresas como una manera de crecimiento empresarial y a la vez en las últimas se presentan iniciativas productivas organizadas que se enmarcan dentro de unos parámetros definidos, planes estratégicos, procesos y procedimientos sistémicos para la generación de oportunidades y desarrollos socioeconómicos (Galindo, 2006); de donde se infiere que originan desarrollo en el medio local como mínimo, y que pueden llegar a complementar el trabajo de la gran empresa, generando empleos en pequeña escala como lo plantea Zevallos (2003). Al ser así, su fortalecimiento es fundamental en los países de América Latina pues en la región es necesario reactivar sus motores de crecimiento económico para ace-

lerar los avances contra la pobreza y la desigualdad (Familiar, 2016), siendo una de las áreas claves para su superación el desarrollo productivo y la innovación (OCDE y CEPAL, 2012).

Crecimiento empresarial

En el crecimiento de una empresa se establece una relación firme entre el aumento de la dimensión y el cambio estructural ya que se involucra la ampliación perenne de la dimensión de una unidad económica simple o compleja, producto de cambios de estructura y hasta del sistema seguido de avances económicos variables (Perroux, 1963 citado por Erauskin et al., 2011). De allí que el crecimiento empresarial tiene una mirada organizativa o interna; así, si desde la dirección o gerencia se busca explotar al máximo los factores de producción de que dispone, se causa un proceso dialéctico dinámico que beneficia el crecimiento continuo (Penrose, 1962 citado por Erauskin et al., 2011). Es decir, el crecimiento puede darse como un aumento en cuanto a su actividad en ventas, empleos y otros, o, como un proceso natural y biológico traducido en los cambios internos que aumentan el objeto (Penrose, 1959 citado por Molina, López & Contreras, 2014).

Por consiguiente, si una empresa sobrevive, es decir no crece, se debe a que el objetivo inmediato es el autoempleo o un trabajo autónomo, por ende se obstaculiza el crecimiento. En la situación de sobrevivencia no se forma una dirección hacia el emprendimiento, lo que se da es una administración eficiente de pequeño capital y capacidad mínima, se carece de aptitudes para adaptarse a cambios según las circunstancias, tampoco se mejora el talento empresarial para que con sus decisiones y acciones se presente la diferencia entre las empresas que permanecen, las que crecen y aquellas que se estancan o mueren. Se deriva pues que se requiere mirar hacia dentro de la organización para fortalecer sus recursos y conseguir un crecimiento

acelerado que conquiste el mercado; de este modo puede orientarse al crecimiento en la empresa.

Para la evolución empresarial, el entorno cobra importancia (Organización de las Naciones Unidas (ONU) y CEPAL, 2001), la pyme se ubica en el contexto de la globalización, liberalización financiera y cambio tecnológico continuo, por tanto se discute su sobrevivencia de forma aislada pues necesita de un ambiente de colaboración o de cooperación que puede presentarse mediante redes o integraciones verticales y horizontales. La competitividad se puede incrementar con la creación de redes y subcontratando; promoviendo la presencia de cadenas productivas con el establecimiento de una coordinación que facilite la vinculación de las empresas más débiles a las más competitivas mediante métodos diversos, como por ejemplo, subcontrataciones.

En el nivel micro, la competitividad se fundamenta en la interacción, siendo el aprendizaje por interacción, clave en el proceso de innovación. También, para favorecer la competitividad, ha de estar presente un sistema nacional de normas, reglas, valores e instituciones que especifiquen los incentivos que modelen la actuación de las empresas y en donde el Estado se adjudica el papel decisivo de precisar el desarrollo industrial y la reestructuración productiva de un país, principalmente en las novedosas y emergentes modalidades de gestión pública.

Para otros autores, el crecimiento depende de diversos factores que son individuales, al corresponderse con la educación o la experiencia del fundador, o las mismas aspiraciones al crecimiento, o las estrategias del negocio, sin dejar de vincular los recursos del negocio como factores organizativos y a las condiciones del entorno y del mercado macro como factores exógenos (Bamford Dean & McDougal, 2000;

Baum, J. R., Locke & Smith, 2001; Bruton & Rubanik, 2002; Brush & Chaganti, 1999; Cooper Gimeno-Gascon & Woo, 1994; Eisenhardt & Schoonhoven, 1990; Lee & Tsang, 2001; McDougall, Robinson & Denisi, 1992, Mishina, Pollock & Porac, 2004, Park & Bae, 2004; Robinson & McDougall, 2001; Sapienza & Grimm, 1997; Thornhill, 2006; Wiklund & Shepherd, 2003, citados en Erauskin et al., 2011).

La empresa, al disponer de recursos, busca mejorar la eficiencia; si existen recursos ociosos⁷ y estos son de carácter específico, se facilita el crecimiento en la misma industria, si son de naturaleza general, se facilita el crecimiento en otras industrias diferentes de la tradicional por la vía de la diversificación (Erauskin et al., 2011). Cuando la empresa es un emprendimiento, la existencia de recursos ociosos promueve su crecimiento aunque hay que considerar que mientras más pequeña es la empresa, mayor es el efecto de la indivisibilidad de los recursos y, por ende, la posibilidad de la existencia de recursos ociosos es mayor. De este modo las empresas más pequeñas mostrarán más incentivos a crecer, por lo cual se desprende que factores como el tamaño junto con la existencia de recursos ociosos condicionan el crecimiento empresarial (Moreno & Casillas, 2007).

El Mercado Común del Sur (Mercosur), contexto de la investigación

En Suramérica, Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela se han integrado de modo abierto y dinámico en Mercosur, planteándose como objetivo general propiciar un espacio común para la generación de oportunidades comerciales y de inversiones a través de la integración competitiva de las economías nacionales al mercado

⁷ Los recursos ociosos son efecto de la indivisibilidad de los mismos, que obliga a la empresa a conseguir cantidades mayores de ellos de las estrictamente necesarias.

internacional. Se tiene como principios la democracia y el desarrollo económico para lograr una integración con rostro humano, por lo que se han sumado acuerdos en lo migratorio, laboral, cultural, social y otros que representan para sus habitantes elementos de gran valor, al incorporar las dimensiones ciudadana, social y de integración productiva.

En razón de lo anterior, se hizo necesario adaptar y ampliar la institucionalidad del bloque en toda la región y así atender nuevas demandas, anclando la participación efectiva de la ciudadanía por diferentes medios, así como la entrega de mecanismos de financiamiento solidarios propios como el Fondo para la Convergencia Estructural del Mercosur (Focem) que mediante un aporte superior a los cien millones de dólares, financia proyectos que buscan promover la competitividad, la cohesión social y la reducción de asimetrías entre los integrantes del proceso (Mercosur, 2017).

En cada uno de los países de Mercosur, las mipymes y el emprendimiento son considerados según sus particularidades como lo han planteado Saavedra & Hernández (2008). En el caso de Argentina, se toman en cuenta las ventas anuales y su definición difiere según la naturaleza de la empresa, sea manufacturera, comercial o de servicios. Microempresas son aquellas que están el orden de 0,5 millones de pesos en ventas anuales, las pequeñas empresas alcanzan tres millones de pesos anuales y las medianas empresas logran hasta 24 millones de pesos anuales en ventas. La importancia de las mipymes en esta nación es alta, pues ya para el censo nacional económico de 1994, las pymes representaban el 99,74 %, generando un 80,60 % de empleos por parte de la mipyme.

En Bolivia, los criterios son empleo, ventas y activos; aunque la

definición oficial es por empleo. Así se define como microempresa aquella que posee hasta 10 trabajadores, la pequeña hasta 20 y la mediana hasta 49 empleos. En este país, las microempresas constituyen el 99,68 % del total de empresas existentes y las mipymes, en total representan el 99,95 %. En Brasil existen varias concepciones de micro, pequeña y mediana empresa: según la Ley 9841 (1999) o el Sistema Integrado de Pago de Impuestos y contribuciones de las microempresas y Empresas Pequeñas (SIMPLES) (Ley 9317, 1996), el criterio seguido es el de las ventas brutas anuales, pero en el Ministerio del Trabajo y Empleo (RAIS.MTE) o de SEBRAE es el número de empleados lo que define a la empresa; de este modo la microempresa se define como aquella que posee hasta 19 trabajadores, la pequeña hasta 99, la mediana hasta 199. La magnitud de la micro, pequeña y mediana empresa alcanza el 99,87 % del total de las empresas (Saavedra & Hernández, 2008).

Según la Ley 4457 de la República del Paraguay (2012), las empresas se clasifican por el número de trabajadores ocupados y por el monto de facturación bruta anual. Así, la microempresa está formada hasta por 10 trabajadores, el propietario es uno de ellos así como integrantes de su familia y factura anualmente un máximo de quinientos millones de guaraníes; cuando posee hasta treinta trabajadores y factura anualmente hasta dos mil quinientos millones de guaraníes se clasifica como pequeña empresa; la mediana empresa factura hasta seis mil millones de guaraníes y ocupa hasta cincuenta trabajadores.

Asimismo en Uruguay, (Saavedra & Hernández, 2008), los criterios seguidos son cantidad de trabajadores, ventas anuales y la cantidad de activos; por ende, la microempresa se cataloga con hasta cuatro trabajadores, la pequeña hasta con 19 y la mediana hasta

con 99 empleos, siendo su contribución a la actividad económica del 99,49 % para las mipymes de las cuales el 78,13 % corresponden a las microempresas. En Venezuela, las Pequeñas y Medianas Industrias (PYMI) se definen por el número de empleados y el nivel de ventas en unidades tributarias; de este modo una microempresa puede poseer hasta 10 empleos, la pequeña hasta 50 y la mediana hasta 100 trabajadores; en este país, del porcentaje total de las empresas, el 90,15 % corresponde a las pymes (Saavedra & Hernández, 2008).

Como puede derivarse, en el contexto del Mercosur las mipymes poseen valor al generar un porcentaje elevado de empleo, atenuando el desempleo, constituyendo un mecanismo de movilidad social. Ahora bien, desde el pilar del desarrollo económico que sostiene a Mercosur, no solo basta con que las mipymes contribuyan a la generación de empleo, según Kantis, Angelelli & Moori (2004), para que los países de América Latina aceleren su crecimiento económico y mejoren las condiciones sociales se necesita que el sector privado promueva la innovación con responsabilidad social y se integre a los flujos internacionales de comercio e inversión.

Por consiguiente, como lo plantea Norero (2009), ha de promoverse a la empresa dinámica bajo la interconexión en red de gente, procesos, conocimiento en tiempo real y así transformar las interacciones en oportunidades de negocio. Es mediante la creación de empresas dinámicas que se podría potenciar uno de los pilares básicos para el desarrollo del sector privado; es en este aspecto donde el emprendimiento cobra valor en las economías del siglo XXI, pues al desarrollarse nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, la productividad se incrementa y se logran más puestos de trabajo (Kantis, Angelelli & Moori, 2004).

EMPRENDIMIENTO, MIPYMES Y POLÍTICAS GUBERNAMENTALES

El fomento del emprendimiento en las políticas gubernamentales

El fomento de las pymes tiene puntos de partida de diferentes fuentes: corrientes ideológicas, escuelas económicas, gobiernos, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) a través del Programa de la pequeña y mediana industria privada para los países subdesarrollados (Marcelo & Echevarría, 1999). Los gobiernos poseen el rol de facilitar el desarrollo del sector privado mediante políticas públicas de modo que exista un ambiente de negocios favorable para que "Los emprendedores puedan desarrollar sus actividades y recoger sus beneficios. Estas políticas, para que sean efectivas, deben basarse en información precisa sobre los problemas y la forma en que operan los emprendedores" (Kantis, Angelelli & Moori, 2004, p.3). Al impulsar al emprendimiento se contribuye al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, de allí que se necesita la identificación de los perfiles de los emprendedores para diseñar políticas específicas que se orienten, por ejemplo, a la creación de empleo, al desarrollo local o la innovación tecnológica y así generar las condiciones que faciliten el surgimiento de nuevas empresas.

Ahora bien, como en Latinoamérica las mipymes se definen según las particularidades de los países (Zevallos, 2003), cada institución utiliza su definición para prescribir sus políticas de fomento, creándose leyes de fomento empresarial como señal del interés por la mipyme en un marco legal específico, dimensionando pyme y mipyme en la normatividad genérica y en el programa general. Se generan programas nacionales de fomento, organizaciones públicas especializadas, se descentralizan las políticas de fomento de pymes

y mipymes, los operadores públicos y privados o mixtos para los programas de fomento, sector privado prestador de servicios de apoyo directo a pymes y mipymes, entre otros. Por consiguiente, el Estado se ha ido convirtiendo en promotor, busca eliminar o disminuir los obstáculos del medio para que se produzca mayor competitividad de las empresas y consecuentemente extendiendo el impacto de las gestiones públicas y privadas de apoyo.

A lo largo de los años se ha ido buscando condiciones para el desenvolvimiento de las mipymes en la región, fortaleciendo sus competencias endógenas entre ellas la adopción de tecnología, calificación de sus trabajadores y del empresario para la mejora de la gestión administrativa y de la productividad, pues según Zevallos (2003), esas condiciones le eran desfavorables ante los retos del mundo globalizado en los escenarios institucionales y del entorno. El autor expresa que se han trazado unas líneas de apoyo a las mipymes en Latinoamérica, entre ellas: finanzas, tecnología e información, comercialización y comercio exterior, estructura regulatoria y competencia, organización y cooperación, recursos humanos y otras acciones.

Para las finanzas, el autor menciona préstamos para mipyme, microcréditos (a microempresas/de pequeño monto), otros instrumentos financieros, préstamos para mipymes dirigidas por mujeres, ayuda financiera para nuevos emprendimientos (capital semilla), fondos regionales de inversión, entre otros. En cuanto a tecnología e información, según el autor se halla el apoyo financiero, consejería tecnológica, incubadoras de empresas, parques tecnológicos, otros programas de tecnología o información, programas de reestructuración y apoyo a la gestión de mipyme, programas de calidad, otros programas especiales y fondos de asistencia técnica.

En cuanto a comercialización y comercio exterior, como líneas de

apoyo se relacionan a fondos y programas para nuevos exportadores como programas especiales, información de mercados, apoyo a promoción comercial, asistencia a ferias, servicios de promoción de exportaciones, entre otros. Con respecto a la estructura regulatoria y competencia, (Zevallos, 2003) presenta a la simplificación de trámites para: registro de empresas, pago de impuestos, exportar (reintegro). Para lo relacionado con organización y cooperación se hallan las organizaciones que impulsan los valores emprendedores, a través de foros, documentos, redes empresariales territoriales (*clusters*), fortalecimiento municipal, fomento a la localización territorial, agencias de desarrollo regional que sirvan para aproximar instrumentos nacionales al ámbito local.

Con respecto a los recursos humanos, entre las líneas de apoyo se encuentran el crédito fiscal para capacitación, capacitación laboral en mujeres/jóvenes, empresarios y trabajadores, programa nacional de capacitación, servicios privados o públicos de capacitación y, otras acciones como mejora en los servicios públicos, sobre todo en lo que respecta a infraestructura, programas especiales de cofinanciamiento o determinado grado de subsidio a la empresa.

Para Labarca (1999), es importante la capacitación en las pequeñas empresas: el factor trabajo puede contribuir a que la productividad se incremente en las industrias de menor tamaño de la región. Bajo esta perspectiva, en el análisis de la capacitación y para sugerir políticas de formación, se está prefiriendo la creación de más productos por unidad de capital, ya que, al optar por la mejora de la producción en menoscabo del empleo por unidad de inversión, se elige crear empleo productivo en deterioro de empleo improductivo y de la contribución que pueden hacer a este proceso las estrategias y decisiones de formación de recursos humanos.

No obstante, la gran mayoría de las pequeñas y medianas empresas por poseer una baja densidad de capital tienden a emplear tecnologías menos específicas que no requiere de especificidad en la capacitación por lo que las inversiones en recursos humanos son deficientes, involucrando así, menos productividad del capital físico, lo que conduce a la disminución de las inversiones en sofisticadas maquinarias y tecnologías y a no crear nueva demanda de capital humano. Igualmente, se requiere considerar la estrecha dependencia que tiene la capacitación con la educación formal; en las pequeñas empresas industriales, la formación general o especial de los trabajadores, anterior a las actividades laborales asoma como un componente condicionante, un elemento facilitador o el peor obstáculo de la práctica productiva y de la formación para el trabajo (Labarca, 1999).

Vinculación del gobierno electrónico

El surgimiento del gobierno electrónico ha producido una tendencia hacia el empleo de recursos tecnológicos a favor del desarrollo económico y social por parte de los gobiernos como una característica de gobernabilidad (*Governance* como lo expresa Alberdi, 2008, citado en Naser, s.f.); de este modo, se usan las Tecnologías de la Información y Telecomunicación (TIC), especialmente Internet, como una herramienta para alcanzar un buen gobierno (Correa & Criollo, 2009).

Mediante el gobierno electrónico se entregan servicios en línea, que permiten gestionar muchos trámites gubernamentales a través de sitios electrónicos, reduciéndose costos y los tiempos de los ciudadanos al existir disponibilidad. Además, promueve facilitar el desarrollo del sector privado mediante el aporte de servicios administrativos y de información a las empresas por Internet, tomando en cuenta el tipo de empresa y sector (Naser & Concha, 2011).

Por otra parte, ante la evolución tecnológica se da importancia a las redes sociales (Johannisson & Monsted, 1997, citados en Kantis, Angelelli & Moori, 2004), no solo de amigos y familia sino además, a las institucionales, entre ellas las asociaciones empresariales, instituciones de conocimiento superior, agencias de desarrollo, y también las comerciales: proveedores, clientes, ya que pueden impulsar el proceso de crecimiento al prestar acceso a los recursos necesarios para este, apoyar en la resolución de problemas y en la provisión de información sobre oportunidades, aunque se necesita tomar en cuenta el grado de desarrollo de las redes y su perfil en los contextos socioeconómicos, así como el significado que representa la construcción de redes de emprendedores para incidir en la creación de una empresa ante su competencia y su interrelación, bien sea por su formación o por el ambiente sociocultural en el que maniobran.

Además, la información que desde los sitios web fluye hacia los emprendedores, podría calificarse de asistencialista si se asume el planteamiento de Dagron (2004): se abre una especie de mercadeo social dirigido a una población objetivo a quienes hay que persuadir para que adopten comportamientos hacia el emprendimiento y el crecimiento; asimismo, podría decirse que es instrumental, si se relaciona con programas de desarrollo al reconocer el valor del saber local, la tradición y la cultura. Igualmente se podría calificar como información para el cambio social al afirmar valores, ofreciendo diálogo y participación. De este modo, al razonar sobre la información que presentan los portales relacionados con el emprendimiento y su alineación hacia las mipymes, habría que preguntarse si busca asistir, servir de instrumento o conducir a un cambio social considerando favorecer el incremento en la actividad de ventas, un cambio en la estructura del emprendimiento a la vez que involucra el entorno específico en donde se inserta y los recursos que posea.

La plataforma del gobierno en línea en los países de Mercosur para emprendimiento y mipymes

Argentina. En <https://www.argentina.gob.ar/>, se inicia el portal de gobierno electrónico en la República de Argentina. Aunque presenta información sobre su estado en desarrollo o construcción, posee enlaces a diversos elementos que constituyen la vida del ciudadano argentino: identidad, trabajar, cuidar la salud, estudiar, emprender, innovar, crecer, adultos mayores, tener un hijo, personas con discapacidad, extranjeros en Argentina, cultura y tiempo libre, hogar, pareja y familia, violencia y abuso, emergencias y transparencia. Al ingresar a los enlaces, se logra entrar de manera sencilla a esos aspectos en los cuales el ciudadano argentino puede tener alguna necesidad⁸.

Bolivia. El sitio del Estado Plurinacional de Bolivia se halla en <https://bolivia.gob.bo/>. En este se presentan opciones a Ministerios, universidades, presidencia, vicepresidencia, congreso e instituciones relacionadas con las entidades públicas bolivianas en un contexto de la Agencia para el Desarrollo de la Sociedad de la información en Bolivia⁹.

Brasil. El Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) es el ente encargado del emprendimiento en la República Federativa de Brasil; es una entidad privada sin fines de lucro,

8 En el caso argentino para ubicarse en la página que se vincula con emprendedores se sigue la ruta: <https://www.argentina.gob.ar/> -----emprender, innovar y crecer <https://www.argentina.gob.ar/tema/emprender> ----- soy emprendedor <https://www.argentina.gob.ar/tema/emprender/soy-emprendedor> ----- Acercáte al PAC emprendedores <http://www.produccion.gob.ar/pac-emprendedores/> ----- Trámites ----- Todos <http://www.produccion.gob.ar/guia-de-tramites/> ----- emprendedores <http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/>

9 La ruta a seguir para situarse en la página que se destina a las micro y pequeñas empresas es: RUTA: ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA: <https://bolivia.gob.bo/>----- MINISTERIOS <https://bolivia.gob.bo/index1.php> ----- Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural <http://www.produccion.gob.bo/> ----- Viceministerios — Micro y Pequeña empresa <http://www.produccion.gob.bo/vmpe>; allí al vincular con programas de apoyo se puede acceder a Fondo emprender (cuyo enlace es http://www.bdp.com.bo/es/fondo_emprender.php) y Programa semilla (vinculado a <http://www.infosemilla.org.bo/>), así como a Planes de Negocio, en el cual se facilita la descarga al plan.

financiada con una contribución social que mensualmente las empresas realizan a través del Instituto Nacional de Seguridad Social (INSS)¹⁰.

Paraguay. La República del Paraguay (<https://www.paraguay.gov.py/>) posee como Órgano consultivo Multi-sectorial a SINAMIOY-MES, cuya finalidad es planificar y ejecutar políticas y acciones de fomento para la competitividad de mipymes desde el Viceministerio de mipymes del Ministerio de Industria y Comercio, el cual es responsable de la dirección y coordinación de las funciones que la ley establece. También se encuentran enlaces a Registro Nacional MIPYMES, Capacitación y a Proyectos¹¹.

Uruguay. El portal de la República Oriental del Uruguay (<https://portal.gub.uy/>), en la opción Temas y Perfiles, presenta en la alternativa Actividad Productiva y Comercio un enlace emprendedores, cuyo sitio es <http://emprendedores.gub.uy/> en donde se plantean varios sitios que se relacionan con el emprendimiento: C-Emprendedor, Incubadora de empresas, Agencia Nacional de Investigación e Innovación y Portal Emprendedor. En ellos se ofrece información de apoyo a los emprendedores que contribuye al impulso para crear empresas con potencial de crecimiento que lleven a generar empleo. Asimismo, se plantean alternativas de incubación, capacitación para la implementación de nuevas empresas que desarrollen productos, procesos, servicios o sistemas de comercialización innovadores.

¹⁰ El portal posee la dirección <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>, allí existe un vínculo "Temas de gestión" (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae#this>) que facilita un conjunto de opciones, entre ellas: "Emprendedorismo o Espíritu empresarial en español" (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo?codTema=2>), en el cual se facilitan alternativa sobre contenido (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo/conteudos>) y cursos eventos (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo/cursos>).

¹¹ El portal de la República del Paraguay posee como dirección <https://www.paraguay.gov.py/>, al enlazar con el EJECUTIVO, la página direcciona a <https://www.paraguay.gov.py/poder-ejecutivo>, allí al seleccionar MINISTERIOS se sitúa en <https://www.paraguay.gov.py/ministerios> y en esa página se halla la opción MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO MIC, la cual, al seleccionarla se vincula a <https://www.paraguay.gov.py/ministerio-de-industria>, en esta dirección se presenta un nuevo enlace a <http://www.mic.gov.py>, que a su vez se sitúa en <http://mipymes.mic.gov.py/index.php>, allí al seleccionar MIPYMES se llega <http://www.mic.gov.py/mic/site/inicio.php>; en ella se encuentra información sobre SINAMIPYMES.

Venezuela. La Pequeña y Mediana Industria (PYMI) se considera un sector de gran impacto para la generación de empleos e inversiones, garantizando además, la diversificación de las actividades productivas del país. De este modo en el año 2001 fue creado el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña Industria (INAPYMI); su objetivo es la ejecución de las políticas de protección, recuperación, promoción y desarrollo en materia de la pequeña y mediana industria que decreta el Ejecutivo Nacional, a través del Ministerio de adscripción. El sitio de INAPYMI (<http://www.inapymi.gob.ve/>) ofrece servicios informativos, asistencia técnica, participación social, adiestramiento y capacitación; al sitio pueden acceder en busca de los servicios mencionados las pequeñas y medianas industrias y unidades de producción social.

METODOLOGÍA

Al plantear la investigación, el abordaje de un fenómeno constituido por el emprendimiento y su alineación a la mipyme, en un contexto del gobierno electrónico (en línea) de los países de Mercosur; el objeto de estudio se corresponde con cada uno de los portales gubernamentales dedicados al emprendimiento a fin de hallar la información que provee a fin de alinearlo a la mipyme.

De allí que se asumió como paradigma de investigación al interpretativista, pues se abordan realidades múltiples con diferencias entre ellas cuya resolución no puede efectuarse por procesos racionales o aumentando los tamaños muestrales (Erlandson, Harris, Skipper & Allen, 1993 citados por Valles, 1999); en esas realidades, se presentan eventos comunicacionales que producen mensajes, que al ser leídos han conducido a significados de cuya interpretación, se descubrió si dirigían o no al crecimiento del emprendimiento hacia mipymes.

En el proceso interpretativo, se buscó entender el objetivo de la acción de comunicación virtualizada en el sitio web, la magnitud del propósito del contenido presentado y la intención de la acción humana plasmada por la entidad gubernamental; así se llegó a declarar la realidad encontrada, construyéndola en cuanto a una faceta encauzadora favorable para el crecimiento a mipymes de los emprendimientos.

De este modo, siguiendo a Corbetta (2007), la metodología de la investigación fue de enfoque cualitativo al establecerse una interacción observador-observado; en procesos inductivos al emerger el conocimiento de la realidad estudiada, la literatura se convirtió en un apoyo para conducir los ciclos de interpretación-entendimiento, pues se tomaron de fuentes secundarias elementos teóricos para efectuar ese proceso interpretativo. La recolección de los datos se hizo directamente de los sitios web, se correspondieron con información plasmada como contenido digital dispuesto en las páginas analizadas, representando ideas de autores, palabras, imágenes, audios, concebidos como mensajes para personas y cuyo significado se buscó descifrar en el campo de la orientación o guía, por tanto, no podía cuantificarse. La técnica empleada para recolectar los datos fue la observación catalogada como participante ya que existió la intervención directa del investigador, quien se introdujo en el contexto de los sitios web, buscando encontrar una visión desde dentro que facilitase la comprensión.

Para la recolección de los datos se relacionaron factores orientadores del crecimiento del emprendimiento a una microempresa identificados en la literatura que sirvió de apoyo, los cuales se correspondieron con:

- (a) el crecimiento de la empresa puede darse por el incremento en las ventas (Penrose, 1959 citado en Molina, López & Contre-

ras, 2014), así en el abordaje de los emprendimientos hacia un proceso evolutivo a mipymes puede considerarse la actividad de sus ventas desde el enfoque de apertura a mercados internacionales y la existencia de cadenas productivas; considerándose que en el caso del presente estudio, tal actividad desde las políticas gubernamentales puede ser apoyada;

- (b) otra posibilidad de crecimiento empresarial se puede dar desde la ampliación de la dimensión de la unidad económica, bien sea simple o compleja, considerando en este caso lo organizacional y la infraestructura (Perroux, 1963 citado en Erauskin et al., 2011). Tal ampliación puede presentarse al existir cooperación mediante integraciones horizontales y/o verticales o redes o ante la existencia de cadenas productivas. De allí que se indagó sobre la presencia de información en los sitios que promoviesen ambos aspectos;
- (c) se tomó en cuenta que cuando la empresa posee recursos va en busca de la eficiencia; en el caso de los emprendimientos al existir recursos ociosos de carácter específico, se propende a su crecimiento en la misma industria (Erauskin et al., 2011), pues ante el pequeño tamaño de la empresa, la indivisibilidad de los recursos hace que estos se inviertan en ella condicionando su crecimiento (Moreno & Casillas, 2007). De allí que si en las políticas gubernamentales se promueve la existencia de recursos para el emprendimiento ya activado puede darse la posibilidad de que estos sean factor para su crecimiento hacia una mipyme;
- (d) el entorno posee valor para el crecimiento empresarial, la globalización, liberalización financiera y cambio tecnológico continuo, los cuales representan tres aspectos del entorno que inciden en la empresa (Organización de las Naciones Unidas

(ONU) y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2001). El ambiente de colaboración o de cooperación a través de redes o integraciones verticales y horizontales –como ya se expresó– influyen para el crecimiento de la estructura, también en la competitividad con la creación de redes y subcontrataciones que pueden conducir a cadenas productivas a partir de un trabajo coordinado que lleve a la vinculación de las empresas más débiles a las más competitivas mediante métodos diversos.

Cuando las empresas son pequeñas, la interacción es esencial para la competitividad, convirtiéndose el aprendizaje emergente en fundamental para la innovación. Además, la competitividad se favorece ante la existencia de un sistema nacional de normas, reglas, valores e instituciones que especifiquen los incentivos que modelen y organicen la actuación de las empresas, siendo el Estado a quien le corresponde generar las bases para el desarrollo industrial y la reestructuración productiva de un país a través de su gestión.

El transcurso de recolección de los datos, se efectuó de modo interactivo con cada uno de los sitios web considerados en el estudio; a medida que se realizaba la lectura de los contenidos, se iban relacionando con los factores considerados, llevando a cabo procesos reflexivos bajo un enfoque interpretativo, tratando de encontrar la vinculación a cada factor en investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Primer factor de crecimiento involucrado: Actividad en ventas

En la Tabla 1 se evidencia la información que se encontró en los sitios web observados de los países del Mercosur con respecto al estímulo hacia la actividad de ventas, considerando el acceso a mercados internacionales, pues, al ser objetivo general de Mercosur, respaldar un espacio común para la generación de oportunidades comerciales y de inversiones a través de la integración competitiva de las economías nacionales al mercado internacional (Mercosur, 2017), uno de los factores que podrían hacer crecer un emprendimiento es un incremento en sus ventas a través de exportaciones.

Tabla 1. Primer factor de crecimiento involucrado: Actividad en ventas. Promoción de acceso a mercados internacionales.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	La información sobre el Sello de buen diseño argentino plantea que los productos al obtener el mismo, ayudará a acceder a más oportunidades comerciales, ganar mayor visibilidad en ferias sectoriales y catálogos y de este modo podrían abrirse mercados internacionales, pues tal distinción podría llevar a la empresa a formar parte de una exposición anual y participar de rondas de negocios nacionales e internacionales.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	Se informan los procedimientos de control administrativo y aduanero de las exportaciones para preparar la empresa a actuar en el comercio exterior. Para las empresas existe un autodiagnóstico del nivel de internacionalización.
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	La información que se presenta en sitios de interés del portal emprendedor, vincula Exporta fácil, programa financiado por el BID, que es un sistema sencillo, económico y con trámites fáciles que se pueden realizar desde el computador del emprendedor; es un ejemplo de la posibilidad de incrementar ventas y por ende de crecer.
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

Como se observa en la Tabla 1, al estimular Argentina con el sello del buen diseño promueve oportunidades comerciales tanto a nivel local, nacional, como internacional. Por su parte, Brasil ofrece información que puede facilitar la tramitación, aportando motivación al emprendedor hacia el comercio exterior y Uruguay, facilita el enlace hacia un programa con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo que promueve la exportación. Sin embargo, en los sitios de Bolivia, Paraguay y Venezuela no se encontró información al respecto.

La existencia de cadenas productivas es otro elemento que conduce al incremento de la actividad de ventas. En Argentina y Brasil, como se muestra en la Tabla 2, se promueven estas; en el caso argentino y en el de Brasil, se informa sobre apoyo e intermediación para la generación de vínculos entre pequeñas y grandes empresas.

En Bolivia, Paraguay y Venezuela no se encontró información que impulse las actividades de ventas hacia el comercio internacional. En estos países, incluido Uruguay, no se halló información sobre cadenas productivas, por lo que si existen, no se dan a conocer.

Tabla 2. Primer factor de crecimiento involucrado: Actividad en ventas. Promoción de cadenas productivas

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	Mediante ciudades para emprender, se proporciona información que involucra ayudas para fortalecer y desarrollar un ecosistema emprendedor en los municipios mediante un plan de trabajo conjunto con incubadoras, clubes de emprendedores, gobiernos, universidades, empresas, emprendedores y agencias de desarrollo. La posibilidad del desarrollo de esos ecosistemas puede favorecer las cadenas productivas por lo cual se podrían incrementar las ventas y así evolucionar a una mipyme. Igualmente, se presenta información sobre cadenas de valor con impacto social mediante las cuales se busca insertar en las cadenas de valor de grandes empresas de servicios y/o productos de emprendedores sociales; se pretende con ello apoyar un circuito innovador para favorecer el intercambio comercial entre emprendedores sociales, consumidores y grandes empresas.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/Sites/Portal-Sebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	Se presenta información acerca de apoyo e intermediación para la realización de vínculos de negocios entre pequeñas y grandes empresas con lo cual se puede favorecer la generación de cadenas productivas. También se promueve la disseminación del espíritu empresarial y del conocimiento necesario para que las empresas puedan desarrollarse y conquistar espacios en las cadenas productivas y en la economía del país. En un elemento de información (Destaque) están los núcleos sectoriales, el desarrollo de productos locales y los vínculos productivos entre grandes y pequeñas empresas.
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

Segundo factor de crecimiento involucrado: Cambios de estructura

El estudio permitió conocer información con impulso y fortalecimiento al cambio de estructura; así se observa en la Tabla 3, en la cual se insinúan formas de comportamiento a seguir a través de la cooperación entre emprendedores, entidades públicas, mercados colaborativos, incubadoras, cooperativas, entidades de formación y capacitación, incentivan a cambios de tipo organizacional o de instalaciones.

Tabla 3. Segundo factor de crecimiento involucrado: Cambio de estructura. Promoción de un ambiente de colaboración o de cooperación mediante redes o integraciones verticales y horizontales.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	La información sobre los clubes de emprendedores, las cadenas de valor con impacto social puede favorecer el ingreso del emprendedor y conducir a un cambio en la estructura del emprendimiento hasta ser una mipyme
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	Se presenta información acerca de la Dirección General de Desarrollo Productivo a Pequeña Escala, que establece estrategias generales de apoyo, fomento y desarrollo del sector productivo artesanal, micro y pequeñas empresas y organizaciones económicas campesinas, asimismo de la Unidad de Amypes (Acuicultura de las Micro y Pequeñas Empresas) que da apoyo, fomento y desarrollo del sector artesanal y de las Micro y Pequeñas Empresas, asimismo la Unidad OECYSC cuyas actividades se dirigen al apoyo, fomento y desarrollo de las Organizaciones Económicas Comunitarias, Campesinas y Social Cooperativas (OECYSC).
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	Se presenta información para promocionar cursos de capacitación, estímulo al asociacionismo, desarrollo territorial y acceso a mercados con los sectores público y privado.
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	Se proporcionan enlaces que conducen a instituciones que apoyan el espíritu emprendedor y creativo y desarrollar tanto competencias y habilidades de liderazgo gerenciales, como emprendedores y las empresas como actores claves del desarrollo económico del país. Asimismo a programas para empresarios con emprendimientos en marcha, y cualquier persona con ideas innovadoras, además, a capacitaciones virtuales gratuitas para mujeres líderes de pymes.
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	Vínculo denominado enlaces de interés que dirige a diversas empresas como Exporta fácil, Ingenio, una incubadora de empresas, la cual ofrece apoyo a emprendedores con proyectos de base tecnológica, de manera que al finalizar el proceso de incubación sean empresas innovadoras, rentables y escalables; a KHEM-PTP que es otra incubadora, a la Confederación uruguaya de entidades cooperativas, a la Federación de Cooperativas de Producción del Uruguay, a la Asociación de bancarios del Uruguay, a C emprendedor que es el sitio de promoción del emprendimiento, a Anmype, entre muchas más.
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros del Mercosur.

Asimismo, se detectó que mediante información presentada acerca de espacios de trabajo colaborativo (como en el caso del Club de emprendedores de Argentina y Paraguay), formación y promoción de acceso a tecnologías, innovación y mercados, instituciones vinculadas al emprendimiento y su desarrollo se busca el fortalecimiento de cadenas productivas. No obstante, en el sitio de Venezuela no se evidenció información con respecto a este aspecto del factor. En la Tabla 4, se presenta lo encontrado.

Tabla 4. Segundo factor de crecimiento involucrado: Cambio de estructura. Promoción de flujos de información y de interrelaciones entre los actores comunes de los sistemas de desarrollo emprendedor e innovación para fomentar la existencia de cadenas productivas.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	La información sobre clubes de emprendedores como líneas de apoyo para la apertura de espacios de trabajo colaborativo a nivel local; además de la referente a cadenas de valor con impacto social para potenciar el intercambio comercial entre emprendedores sociales, consumidores y grandes empresas también puede contribuir a que la estructura del emprendimiento pueda modificarse hacia una mipyme.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	Se difunde información acerca de formación y promoción del acceso a tecnologías, innovación y mercados como mecanismos para fortalecer las cadenas productivas y aumentar la competitividad.
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	Mediante los enlaces de interés se obtiene información del club de emprendedores que posee como uno de sus objetivos la creación de espacios y medios de relacionamiento entre sus miembros para construir una red de contactos útiles y convenientes.
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	La posibilidad de vinculación mediante enlaces de interés a instituciones relacionadas con el emprendimiento, su desarrollo y pymes como por ejemplo la Agencia Nacional de Desarrollo, DinaPyme, Anll, entre otras, podrían conducir a cadenas productivas.
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

Tercer factor de crecimiento involucrado: Recursos

En la Tabla 5, se evidencia solo la existencia de una oferta diversificada de instrumentos para facilitar recursos como capital de riesgo, inversores ángel, préstamos simplificados en el sitio web de Brasil, allí se plantean opciones sobre aceleradoras, *crowdfunding*, Inversores ángel y socios como maneras para la obtención de capital para el negocio e inversionistas.

Tabla 5. Tercer factor de crecimiento involucrado: Recursos. Oferta diversificada de instrumentos como capital de riesgo corporativo y de «inversores ángel», préstamos simplificados, entre otros.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	En el vínculo capital emprendedor se proporciona información sobre alternativas de aceleradoras, <i>crowdfunding</i> , Inversores ángeles y socios como fórmulas para obtener capital para el negocio e inversionistas
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

No obstante, como se muestra en la Tabla 6, en los sitios web de Argentina, Bolivia, Brasil y Venezuela, se ofrece información acerca del financiamiento que se otorga para apoyar al emprendimiento en su operación y crecimiento; en estos países se informa sobre los programas que existen con el objetivo de financiar, además se presentan instituciones que facilitan este apoyo junto con el de acompañamiento y asistencia técnica. Sin embargo, no se observó tal información en los sitios de Paraguay y Uruguay.

Tabla 6. Tercer factor de crecimiento involucrado: Recursos. El financiamiento de su operación y crecimiento

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	La información sobre PAC emprendedores, plantea la ayuda que desde las incubadoras puede recibir un proyecto productivo en marcha con financiamiento hasta de 400.000 pesos (el 85 % del total) no reembolsable. Se proporciona información sobre el rol de la incubadora como una organización que asiste, acompaña en todo momento y ayuda a crear y hacer crecer empresas jóvenes inscritas en el programa, a través de financiamiento, asesoramiento, capitalización y capacitación. Asimismo, se proporciona información del programa Fonapyme Monotributo mediante el cual se pueden solicitar créditos con un plazo de 60 meses a una tasa de 12 % para: comprar bienes de capital nuevos o usados, instalar, construir o ampliar tu planta productiva, comprar materias primas e insumos para la producción, adquirir otros recursos destinados a la actividad productiva. Otra información que se presenta es la del Fondo Aceleración, mediante el cual se puede acceder a Aportes No Reembolsables (ANR) a fin de dar cubrimiento a costos operativos y asistencia financiera para invertir en emprendimientos con potencial de crecimiento a escala global y con un alto grado de diferenciación e innovación. Otra información existente es sobre el Fondo de Capital Emprendedor que reúne recursos de inversores públicos, privados y mixtos, y cuyo principal objetivo es el financiamiento y desarrollo de emprendimientos de alto impacto, con potencial de crecimiento a escala global y un alto grado de diferenciación e innovación.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	Se informa sobre el Banco de Desarrollo Productivo Sociedad Anónima Mixta (BDP SAM) como entidad de intermediación financiera de segundo piso para el financiamiento y asistencia técnica, se ofrece el link. Además, se proporciona información sobre todas las entidades financieras de primer piso que disponen Productos Financieros para el sector de las MIPyMES, ofreciendo la dirección electrónica. Igualmente sobre el Fondo Nacional de Desarrollo Alternativo – FONADAL que es una institución pública promotora de procesos de desarrollo integral, financiando proyectos priorizados por actores locales y beneficiarios del área de influencia de los cultivos de hoja de coca del país, en los ámbitos de desarrollo económico, social, medio ambiente e institucional. Asimismo se informa sobre fondos de garantía (PROPYME – UNION y BDP) con sus respectivas direcciones electrónicas. Además, se provee información de la Asociación de Entidades Financieras Especializadas en Microfinanzas (ASOFIN) que son entidades financieras especializadas en financiamiento de microcrédito para MIPyMES.
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/Portal-Sebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	En el enlace capital emprendedor se suministra información mediante textos, videos, acerca de cómo conseguir capital para el negocio e inversionistas mediante aceleradoras, crowdfunding, Inversores ángeles y socios
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	Se informa sobre el proceso que se realiza desde el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña Industria (INAPYMI) de modo constante para financiar, acompañar y asistir técnicamente a cada una de las unidades productivas que así lo requieran en cualquiera de los sectores que forman parte del aparato productivo industrial de la nación.

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

Cuarto factor de crecimiento involucrado: Entorno

En la Tabla 7 se denota cómo en Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay se enfatiza sobre flujos de información e interrelaciones conducentes a trabajos colaborativos cuyos resultados podrían ser cadenas productivas. Sin embargo, en los sitios de Bolivia y Venezuela no se encontró información con respecto a este aspecto.

Tabla 7. El cuarto factor de crecimiento involucrado: Entorno. Promoción de cadenas productivas mediante la mejora de flujos de información e interrelaciones entre los actores comunes de los sistemas de desarrollo emprendedor e innovación.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	Aparece información sobre clubes de emprendedores que representan líneas de apoyo para la apertura de espacios de trabajo colaborativo a nivel local. Además se ofrece información sobre cadenas de valor con impacto social para potenciar el intercambio comercial entre emprendedores sociales, consumidores y grandes empresas.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	La información sobre Sebraetec al ofrecer servicios en innovación y tecnología permite a las empresas acceder a conocimientos tecnológicos, la Bolsa de Negocios Sebrae facilita a través de Internet el cierre de negociaciones, el programa de Internacionalización de Micro y Pequeñas Empresas y el de Agentes locales de Innovación (ALI), que ofrece asesoría especializada y gratuita, son ejemplos para mejorar flujos de información e interrelaciones entre los actores comunes de los sistemas de desarrollo emprendedor e innovación.
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	Mediante los enlaces de interés se obtiene información del club de emprendedores que posee como uno de sus objetivos la creación de espacios y medios de relacionamiento entre sus miembros para construir una red de contactos útiles y convenientes. Asimismo se ofrece el enlace al Club de ejecutivos, el cual predica ser el escenario para el desarrollo de los socios y protagonistas en el mejoramiento del mundo empresarial.
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	La información de enlaces de interés genera posibilidades de mejorar flujos de información e interrelaciones entre los actores comunes de los sistemas de desarrollo emprendedor e innovación y fomentar la existencia de cadenas productivas.
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

Además, al analizar los sitios web de los países de Mercosur, se encontró, como se muestra en la Tabla 8, que se proporciona información sobre la promoción de oportunidades de interacciones de la empresa favoreciéndose la competitividad en Argentina, Brasil, y Uruguay, no así en Bolivia y Venezuela. Al plantear información sobre club de emprendedores, cadenas de valor con impacto social para emprender, las capacitaciones, encadenamientos productivos, eventos como ferias, accesos a puntos de venta, son modos de plantear oportunidades para favorecer la competitividad. Caso contrario se hallan Bolivia y Paraguay, en donde no se visualizó información que promueva oportunidades para interacciones entre empresas.

Tabla 8. El cuarto factor de crecimiento involucrado: Entorno. Promoción de oportunidades de interacciones de la empresa favoreciéndose la competitividad.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	La información sobre clubes de emprendedores, cadenas de valor con impacto social y ciudades para emprender puede considerarse como oportunidades de interacciones de la empresa favoreciéndose la competitividad.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	Se informa que a través de capacitaciones se abren nuevos e importantes mercados para las pequeñas empresas que deseen actuar como proveedores de grandes demandas, aumentando la productividad y competitividad de todos. Existe Información sobre un programa de encadenamientos productivos para incrementar la competitividad mediante la cooperación entre grandes y pequeños negocios.
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	Se presenta información en agenda de eventos en donde se ofrece un calendario sobre ferias y accesos a puntos de venta y capacitaciones puntuales para emprendedores y empresarios. En enlaces de interés se ofrecen los vínculos a diversas empresas e instituciones que se relacionan con programas de competitividad que fortalecen el desarrollo empresarial. El video de Provas, en redes proporciona información para fortalecer a emprendimientos de bienes y servicios con valor social.
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

Asimismo, en la Tabla 9 se aprecia que en los sitios web de Argentina y Brasil se presenta información que promueve la creación de redes y subcontrataciones, con lo cual se incrementa la competitividad. No así en Bolivia, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

Tabla 9. El cuarto factor de crecimiento involucrado: Entorno. Promoción de creación de redes y subcontrataciones para incrementar la competitividad.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	La información sobre clubes de emprendedores, cadenas de valor con impacto social y ciudades para emprender pueden generar redes y subcontrataciones que favorecen la competitividad.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/typoconteudo/empreendedorismo	Se presenta información acerca de apoyo e intermediación para la realización de vínculos de negocios entre pequeñas y grandes empresas con lo cual se da pie para incrementar la productividad
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

En la Tabla 10 están los sitios web de los países de Mercosur en cuanto al fundamento en un sistema nacional de normas, reglas, valores e instituciones, con normativas existentes en Argentina, Brasil, Uruguay y Venezuela; aunque no es tan completa como la de Bolivia. Se plantean aquellas normativas más esenciales; sin embargo en el sitio de Paraguay no se evidenció este tipo de información.

Tabla 10. El cuarto factor de crecimiento involucrado:
Entorno. El fundamento en un sistema nacional de normas, reglas, valores e instituciones.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	Información fundamentada en las normas sobre emprendimiento, Pymes, RUMP (Anexo II de la Res. 150/2016, Resolución, Resolución R.U.M.P Anexo I Anexo II – Términos y condiciones. Informe Técnico RUMP). También ofrece información sobre las Casas de la producción, que informan y asesoran sobre las herramientas y políticas del Ministerio de Producción para garantizar su efectiva aplicación y alcance.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	Información legal: Constitución Política del Estado, Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social: "Plan Nacional de Desarrollo: Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien -Lineamientos Estratégicos", el Decreto Supremo 29894, de Organización del Órgano Ejecutivo de febrero 7 del 2009, Ley 3525-Producción Ecológica, Decreto Supremo 28667 Miembro del Comité Técnico del Consejo Nacional de Alimentación y Nutrición, Decreto Supremo 29086 Registro Único Nacional de Confederaciones, Federaciones, Cámaras y otras formas de organizaciones, que agrupan al sector productivo conformado por los pequeños productores urbanos rurales, Decreto Supremo 27579-Programa de Maquicentros y Encadenamientos Productivos, Emisión de Certificados de Micro y Pequeña Empresa, Decreto Supremo 29460 Emisión de Formularios de Control en Zonas de Riesgo, Productos con restricción Temporal de Exportación, Decreto Supremo 0181 Normas Básicas de Administración de Bienes y Servicios, Resolución Ministerial 200/2009-Acreditación y Registro de Unidades Productivas.
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	Información para la promoción de políticas públicas que faciliten el acceso de mercados, al crédito y a la tecnología. Se informa el trabajo que se realiza para la modernización del marco legal que garantiza tratamiento especial para los pequeños negocios. Cada norma técnica se publica exclusivamente por la ABNT-Asociación Brasileña de Normas Técnicas, como el único foro para la normalización del país. Existencia de un enlace sobre leyes y normas, en donde se ofrecen cursos en línea, textos y videos para su conocimiento por el empresario
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria; plantea en su artículo 31 que el objetivo del Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña Industria (INAPYMI) es ejecutar las políticas de fomento, recuperación, promoción y desarrollo en materia de la pequeña y mediana industria que dicte el Ejecutivo Nacional, a través del Ministerio de adscripción.

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

Otro de los aspectos que se vinculan con el entorno es la información para promover la construcción de alianzas entre instituciones para agregar valor y complementar las capacidades empresariales y experiencias en torno de una visión estratégica compartida. En la Tabla 11 se nota que en Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, este aspecto es considerado vital. Hay información sobre incubadoras (instrumentos para fortalecer y desarrollar un ecosistema emprendedor), presencia de expertos que orientan y estimulan el crecimiento, vínculos a diversas instituciones que dan valor y complementan las capacidades de los emprendimientos. En Bolivia y Venezuela no hay información.

Tabla 11. El cuarto factor de crecimiento involucrado: Entorno. Promoción para la construcción de alianzas entre instituciones capaces de agregar valor y complementar sus capacidades y experiencias en torno de una visión estratégica compartida.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	Se pretende fortalecer y desarrollar un ecosistema emprendedor en los municipios utilizando un plan de trabajo conjunto con clubes de emprendedores, gobiernos, universidades, empresas, emprendedores y agencias de desarrollo. La existencia de una matriz diagnóstica que identifica el grado de desarrollo del ecosistema emprendedor local permite avanzar en el plan conjunto y participativo entre el gobierno local, el Ministerio de Producción y los otros actores.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	Equipo formado por miles de consultores en Brasil, preparados para analizar cada negocio en los puntos de atención o directamente en la empresa. Se explica la existencia de expertos para guiar e incentivar el crecimiento. Se ofrece contenido y herramientas para que se innove en el negocio, se perfeccione la gestión administrativa y financiera, se expanda el emprendimiento y se incremente la competitividad de la empresa. Se informa sobre los beneficios de asociarse a otros negocios. También en el enlace cooperación, se presenta información para fortalecer emprendimientos colectivos, sus beneficios, Se ofrecen videos, cursos presenciales, a distancia y consultorías, además de material de apoyo. También se presenta información sobre la dinámica para la organización.
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	Se informa en enlaces de interés de diversas instituciones que pueden coadyuvar a agregar valor y complementar las capacidades de los emprendimientos en función del desarrollo del país como visión estratégica compartida.
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	La información que se desprende del portal emprendedor desde enlaces de interés para vincular a empresas e instituciones orienta a la adición de valor y de capacidades y experiencias con programas de desarrollo, créditos, capacitación y asistencia técnica, investigación e innovación, competitividad, articulación de recursos conducentes a una visión estratégica compartida hacia el desarrollo empresarial.
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

La Tabla 12 muestra otro de los aspectos referente a la información que se da sobre programas de entrenamiento, asistencia técnica y tutoría, hechos a la medida de las necesidades de las empresas e implementados por redes de organizaciones para atender a las empresas en sus etapas tempranas. En Bolivia, como se aprecia en la Tabla 12, no se detectó información de programas de entrenamiento, asistencia técnica y tutoría *ad hoc* para las nuevas empresas.

Tabla 12. El cuarto factor de crecimiento involucrado: Entorno. Sobre nuevos programas de entrenamiento, asistencia técnica y tutoría, hechos a la medida de las necesidades de las nuevas empresas e implementados por redes de organizaciones con capacidades para atender a las empresas en sus etapas tempranas de desarrollo.

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	Información sobre Academia Pyme. Se ofrecen herramientas para potenciar el negocio, fundamentadas en cursos, talleres, charlas, conferencias y seminarios virtuales desde cualquier dispositivo, para lo cual utiliza el correo electrónico de los interesados para hacer saber la agenda semanal; se incentiva el ingreso al aula virtual e información de Capacitación Pyme y Argentina Emprende.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	Se ofrecen cursos presenciales y a distancia. Son cursos y conferencias, presenciales y online, para quien quiere abrir, mejorar o innovar su negocio. Uso de videos, audios.
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	Se informa de Cursos, talleres, seminarios, ferias, foros, conversatorios y otros que aporten insumos para mejorar el desempeño y capacidad de sus miembros y colaboradores en sus empresas.
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	Se presenta un buscador de cursos que proporciona información acerca del nombre de la institución, el Programa/Curso, mes, costo, tipo de apoyo, tema, departamento y en más información se presenta la dirección electrónica del observatorio de información financiera del departamento. Hay la posibilidad de conocer los cursos y emprendimientos individuales, cooperativos de bienes y servicios con valor social a través del correo electrónico.
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	Formación de los miembros de las Pymis y Unidades Productivas Sociales (UPS), de acuerdo a su actividad económica; se informan los talleres de capacitación en conjunto con todos los entes adscritos al Ministerio del Poder Popular para la Economía Comunal (MINEC). Información del marco legal que rigen las Pymis y Ups. Se da a conocer la existencia de charlas para mejorar la formación de la gestión administrativa y socio-política. Se informa sobre la atención a la demanda de las necesidades presentadas por las Pymis y Ups en cuanto a formación y capacitación. La información de los cursos de capacitación incluye la de las instituciones que los imparten. Se presenta una definición de términos relacionados con la formación socio-política y técnico-productiva, e información sobre planes con las universidades en las áreas de gestión social.

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

La Tabla 13 presenta información vinculada con la promoción de interconexiones en red de gente, procesos, conocimiento en tiempo real para estimular las interacciones en oportunidades de negocio. En los sitios de Bolivia, Uruguay y Venezuela no se ofrece esta información; en Argentina, Brasil y Paraguay sí: en Argentina con los nodos de innovación social; en Brasil en los cursos, talleres y consultorías para apoyar el entendimiento del mercado, identificar oportunidades y ampliación de los negocios; información del Sistema de Gestión de Consultoría Tecnológica (Sebraetec) que da servicios en innovación y tecnología, y la Bolsa de Negocios Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae). Paraguay, el Centro de información y Recursos para el Desarrollo (CIRD).

Tabla 13. El cuarto factor de crecimiento involucrado: Entorno. Promoción de interconexiones en red de gente, procesos, conocimiento en tiempo real para estimular la transformación de las interacciones en oportunidades de negocio

País	Dirección electrónica	Lo observado
Argentina	http://www.produccion.gob.ar/tramites-de-emprendedores/	Programa de nodos de innovación social que busca fortalecer entramados productivos, prioritarios para las economías regionales, al identificar sus barreras y afrontándolas desde la razón de la innovación social buscando respuestas alternativas de producir, comercializar y consumir que tiendan a la integración y participación de las comunidades para la sustentabilidad económica y generación de impacto social y/o medio ambiental en su entorno.
Bolivia	http://www.produccion.gob.bo/vmpe	
Brasil	http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo	Cursos, talleres, formación y consultorías en Brasil para entender mejor el mercado e identificar oportunidades para ampliar los negocios. Información sobre Sebraetec (servicios en innovación y tecnología para acceder a la tecnología), y de la Bolsa de Negocios Sebrae que facilita los negocios vía Internet. Presenta al workshop Emprete para mejorar la competitividad, así como al programa Negocio Certo que mejora la gestión de la empresa, el programa de Internacionalización de Micro y Pequeñas Empresas y el de agentes locales de Innovación (ALI), que ofrece asesoría especializada y gratuita.
Paraguay	http://mipymes.mic.gov.py/	Se vincula al Centro de información y Recursos para el Desarrollo (CIRD), de donde se puede realizar una interconexión con Empretec, un programa desarrollado por la ONU y Harvard Bussines School para fortalecer el comportamiento emprendedor.
Uruguay	http://oif.ccee.edu.uy/portal-emprendedor/	
Venezuela	http://www.inapymi.gob.ve/	

Fuente: Datos obtenidos de los sitios web de el emprendimiento de los países miembros de Mercosur.

CONCLUSIONES

Estimular el incremento de las ventas mediante la provisión de información desde la perspectiva de ampliar a mercados internacionales es un elemento importante en los sitios de Argentina, Brasil y Uruguay; se denota apoyo al emprendedor para que posea metas elevadas hacia lo que produce, asimismo le indica los procedimientos que se pueden seguir para comercializar sus productos en el exterior.

Igualmente, al considerar la promoción de cadenas productivas como otro elemento importante para el incremento de ventas, se ha encontrado que en los sitios de Argentina y Brasil, se enfatiza en ellas, pues se provee información al respecto, cuestión que no sucede en los sitios de Bolivia, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

De allí que se concluye que de los países de Mercosur que proporcionan información hacia el emprendedor orientando al crecimiento de su empresa a una mipyme a través del incremento de sus ventas solo Argentina y Brasil están a la vanguardia, pues aunque Uruguay suministra alguna información sobre trámites, esta se vincula en un enlace de interés, y no de modo directo, pudiendo ocurrir que el emprendedor no la visualice. Bolivia, Paraguay y Venezuela, desde los sitios web revisados no promueven el aumento de ventas en el mercado internacional y en específico en el ámbito de Mercosur; de este modo, no se fortalece en estos últimos países el crecimiento del emprendimiento a la mipyme.

En los sitios de Argentina, Bolivia, Brasil, Paraguay y Uruguay vinculados al emprendimiento, se observó la presencia de información que puede conducir al cambio de estructura organizacional o de instalaciones. El emprendedor, al recibir la información, conoce que si ingresa al club de emprendedores o a las cadenas de valor con impacto social, o al acudir a diversas instituciones de apoyo se

generan contextos de colaboración o de cooperación mediante redes o integraciones verticales y horizontales con lo cual se pudiese orientar a su crecimiento por medio del cambio de estructura y de allí evolucionar a una mipyme.

Además, la existencia de esta información no solo puede ser considerada para el crecimiento desde la perspectiva del cambio de estructura sino también como elemento del factor entorno, pues denota el apoyo que desde el ámbito de acción: Estado y sociedad se puede brindar para favorecer el desarrollo del emprendimiento y su evolución a mipyme. Asimismo, al fortalecerse flujos de información y de interrelaciones entre los actores comunes de los sistemas de desarrollo emprendedor e innovación, se robustecen las cadenas productivas que igualmente pueden orientar el crecimiento hacia mipymes a los emprendimientos involucrados; esta información se encontró en los sitios de los países de Mercosur ya mencionados, excepto Bolivia. En el sitio de Venezuela no se evidenció información que pueda vincularse como promotora del crecimiento del emprendimiento a mipyme desde la perspectiva del cambio de estructura.

En cuanto al factor estudiado de los recursos como favorecedor del crecimiento, se detectó que es en el sitio brasilero en donde se proporciona información al emprendedor acerca de opciones de capital de riesgo corporativo, inversores ángel, préstamos simplificados que conducirían a la existencia de recursos con los cuales poder avanzar en la empresa hacia una mipyme. Sin embargo, en los sitios de Argentina, Bolivia, Brasil y Venezuela se ofrece información acerca del financiamiento para su operación y crecimiento. En los sitios de Paraguay y Uruguay, no se evidenció información sobre estos aspectos.

Al contemplar la promoción de oportunidades de interacciones de la empresa favoreciéndose la competitividad, el factor entorno también

contribuye al crecimiento hacia la mipyme; en los sitios de Argentina, Brasil y Uruguay, se encontró contenido informativo que busca la generación de interacciones como los enlaces al club de emprendedores, Sebraetec, vínculos de interés que se dirigen a sitios con los cuales se presentan oportunidades que propician la competitividad moldeándose una evolución hacia mipyme. No obstante, en los sitios de Bolivia y Venezuela estos contenidos no se ofrecen.

Argentina y Brasil plantean en sus contenidos la promoción de redes y subcontrataciones que producen un efecto positivo hacia la competitividad con lo cual se estimula el crecimiento del emprendimiento a la mipyme; sin embargo, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Venezuela no poseen información en sus respectivos sitios acerca de este aspecto.

Sobre la fundamentación en normas, reglas, valores e instituciones, se presentan contenidos de lo más esencial, aunque en el sitio de Paraguay no se encontró información acerca de este elemento.

Desde el factor entorno se encontró la provisión de información relacionada con la creación de alianzas entre instituciones a modo de agregar valor y complementar las capacidades empresariales y experiencias en torno de una visión estratégica compartida en los sitios de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay; no siendo así en Bolivia y Venezuela.

Con respecto a información de nuevos programas de entrenamiento, asistencia técnica y tutoría, hechos a la medida de las necesidades de las nuevas empresas, que se implementan por redes de organizaciones con capacidades para atender a las empresas en sus etapas tempranas de desarrollo, se encuentra disponible en los sitios de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay; sin embargo en los sitios correspondientes a Bolivia y Venezuela no se evidencia la presentación de contenido informativo acerca de este aspecto.

El factor entorno también tiene injerencia al considerar las posibilidades de interconexión en red de gente, procesos, conocimiento en tiempo real a fin de que las interacciones se transformen en oportunidades de negocio; este tipo de contenido informativo se pudo evidenciar en los sitios de Argentina, Brasil y Paraguay; no así en Bolivia, Uruguay y Venezuela.

En consecuencia, de acuerdo a los factores considerados en el estudio, en los sitios involucrados correspondientes a los países de Mercosur, es en Brasil en donde más apoyo se ofrece al emprendedor para que su empresa se alinee con una mipyme en los diversos aspectos vinculados a los factores analizados, en todos se denotó información en el sitio brasilero; le sigue Argentina en cuyo sitio no se evidenció información sobre opciones de instrumentos para financiamiento, pero sí en los demás aspectos analizados. Uruguay y Paraguay, aunque sí poseen ciertas buenas prácticas aún no pueden compararse con los dos primeros países mencionados en cuanto a la provisión de información que oriente al emprendimiento hacia una mipyme. Bolivia y Venezuela se encuentran en una posición de rezago, por lo cual deberían hacer uso de los modelos de Argentina y Brasil a fin de procurar información valiosa a los emprendedores a objeto de motivarles a orientar su empresa a una mipyme y que no permanezcan en estado de sobrevivencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, V. R. (2007). La Empresa. *Revista Mexicana de Derecho*, (9). México: Editorial Porrúa. Recuperado de: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/mexder/cont/9/cnt/cnt8.pdf>
- Cejudo, G. (2013). La nueva gestión pública. Una introducción al concepto y a la práctica. En Guillermo Cejudo (Comp.). *Nueva gestión pública*, 17-4. México: Siglo XXI editores, S.A. Recuperado de: http://www2.df.gob.mx/virtual/evaluadf/docs/estudios/i_ngp_eap.pdf

- Corbetta, P. (2007). *Metodología y Técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Correa, M. R. & Criollo, G. P. A. (2009). Gobierno electrónico para la modernización de la administración pública. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/846/Caracteristicas%20de%20la%20Nueva%20Gestion%20Publica.htm>
- Dagron, A. G. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación y Desarrollo*, 2(1), 2-23. Recuperado de: http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38125349/Cuarto_Mosquetero__Invest__Desarrollo_.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3AyExpires=1496182679ySignature=UjgOWdZlGuD%2B9Sl8UkWprdpVN5U%3Dyresponse-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEL_cuarto_mosquetero_la_comunicacion_par.pdf
- Dávalos, M. (2010). *Manual de Introducción al Derecho Mercantil*. Primera Edición. México: Nostra Ediciones.
- De Miguel Sanz, Á. (2013). *Políticas públicas para emprendedores: Análisis del proyecto de ley de apoyo al emprendedor*. Recuperado de: http://buengobierno.usa.es/revista/docs/46_2013_Angela_Miguel.pdf
- Erauskin Iurrita, I., Aragón Amonarriz, C., Garmendia Lazkano, A., Iturrioz Landart, C., Narvaiza Cantín, L., Olasagasti, O., Zabala Berriozabal, K. y Zubiaurre Goena, A. (2011). *Avance del proyecto Crecimiento y Competitividad*. Recuperado de: <https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2012/04/5762-Report-01-Competitividad.pdf>
- Familiar, J. (2016). *¿Podremos ganar la lucha contra la pobreza en América Latina y el Caribe?* Recuperado de: <http://www.bancomundial.org/es/news/opinion/2016/10/17/podremos-ganar-la-lucha-contra-la-pobreza-en-america-latina-y-el-caribe>
- Galindo, F. E. (2006). *Emprendimiento de las Mipymes vinculadas a la recreación y el deporte-diagnóstico y caracteriza-*

- ción. Recuperado de: <http://siscred.scrd.gov.co/biblioteca/bitstream/123456789/265/1/EMPREDIMIENTO%20DE%20LAS%20MIPYMES%20VINCULADAS%20A%20LA%20RECREACI%C3%93N%20Y%20EL%20DEPORTE%3A%20DIAGN%C3%93STICO%20Y%20CARACTERIZACI%C3%93N.pdf>
- Gobierno de Chile (s.f.) *Mipyme, Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. Recuperado de: <http://www.mipymescl/mipyme>
- Hernangómez, B. J. J. (1988). La empresa como organización: una propuesta de delimitación de su concepto. *Anales de Estudios Económicos y Empresariales*, (3). 225-238. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/revista/64/A/1988>
- Kantis, H., Angelelli, P. & Moori, K. V. (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/442/Desarrollo%20emprendedor.pdf?sequence=2>
- Labarca, G. (1999). Capacitación en pequeñas empresas en América Latina. *Revista de la CEPAL*, (67). Recuperado de: www.oei.es/historico/etp/capacitacion_pequenas_empresas_AL_labarca.pdf
- Marcelo, L. y Echeverría, O. U. (1999). El mayor problema de las PYMES: Su propio tamaño Cuba: *Investigación Económica*, (2). Recuperado de: https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/economia/marcelo_echeverria1_301200.htm
- Mercado Común del Sur (MERCOSUR) (2017). *En pocas palabras. ¿Qué es el MERCOSUR?*. Recuperado de: <http://www.mercosur.int/innovaportal/v/3862/2/innova.front/en-pocas-palabras>
- Molina, R., López, A. y Contreras, R. (2014). El emprendimiento y crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 14(1), 59-72. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=7a9094bd-0e35-4cd6-ad46-15fedad24160%40sessionmgr104>
- Montes, V. J. (2010). *Las fuerzas del desarrollo económico: Un enfoque institucional sobre la prosperidad de las naciones con especial referencia a África* (Tesis de doctorado). Universidad Compluten-

- se de Madrid, Madrid, España. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/12022/1/T32400.pdf>
- Moreno, A. M. & Casillas, J. (2007). High-growth MSMEs Versus Non-High-Growth SMEs: a Discriminant Analysis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19, 69-88.
- Naser, A. & Concha, G. (2011). *El Gobierno electrónico en la gestión pública*. CEPAL. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7330/1/S1100145_es.pdf
- Naser, A. (s.f.). *Gobierno Electrónico: Indicadores*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) e Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Recuperado de: http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/0/40660/alejandra_naser_INDICADORES.pdf
- Nieto, V. M., Timoté, J. A., Sánchez, A. F. & Villarreal, S. (2015). La clasificación por tamaño empresarial en Colombia: Historia y limitaciones para una propuesta. *Archivos de Economía*, 434. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/434.pdf>
- Norero, M. (2009). La empresa dinámica. *Revista Gerencia*. Recuperado de: <http://emb.cl/gerencia/articulo.mvc?xid=1054>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2001). *Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del istmo centroamericano*. Recuperado de: <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2007/01046.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2012). *Perspectivas Económicas de América Latina 2012. Transformación del Estado para el Desarrollo*. Recuperado de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1443/1/S1100548_es.pdf
- Ossorio, M. (1999). *Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales*. Buenos Aires: Editorial Heliasta.

- Real Academia Española (2017a). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Esj9hsT>
- Real Academia Española (2017b). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=Esip2Nv>
- República del Paraguay (2012). *Ley 4457 para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)*. Poder Legislativo. Recuperado de: http://mipymes.mic.gov.py/application/files/1214/5521/2798/Ley_4457_de_Las_Micro_Pequeñas_y_Medianas_Empresas.pdf
- Rodríguez, R. A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*, (26), 94-119. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/864/508>
- Saavedra, G. M. L. & Hernández, C. Y. (2008). *Caracterización de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2527677.pdf>
- Unión Europea (2014). *Reglamentos (UE) N° 651/2014 de la Comisión de 17-06-2014*. Diario Oficial de la Unión Europea. 26 de junio de 2014. L 187. 1-78. Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0651&from=ES>
- Valles Martínez M. S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Zevallos, V. E. (2003). Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina. *Revista Comisión Económica para América Latina y el Caribe*, 79, 53-70. Recuperado de: http://www.alide.org/Data-Bank2007/Reclnformation/3APP_Enterprise/51MicroPYMRZevallos.pdf

Cómo citar este capítulo:

Cuberos, M. A., Vivas-García, M., Carreño-Paredes, M. T., Mazuera-Arias, R., Albornoz-Arias, N., & Vera, M. (2018). Alineación del emprendimiento a las mipymes en el gobierno electrónico de los países miembros del Mercado Común del Sur. En R. Mazuera-Arias y N. Albornoz-Arias (Edits.), *Emprendimiento, empleabilidad y políticas: Una mirada globalizadora* (pp.17-63). Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.