

El Emprendedorismo como fuente de crecimiento económico. Análisis de las características de la actividad y del entorno emprendedor argentinos. Año 2018

Mg. Soledad Inés Herrera¹

Resumen.

El presente trabajo tiene como objetivo describir el emprendedorismo argentino y su entorno en base a datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del año 2018. Trata aspectos teóricos de la actividad emprendedora y del crecimiento económico. El análisis empírico versa sobre las características y percepciones del emprendedorismo argentino como así también del contexto para promoverlo. Además, se realiza una comparación con otros países de Sudamérica y del Caribe. Por último, se abordan algunas implicancias en materia de políticas públicas.

Palabras clave

Emprendedorismo- Estadísticas - Crecimiento económico - Políticas Públicas

Abstract

This paper describes the Argentine entrepreneurship and its context based on data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2018. It treats theoretical aspects of entrepreneurship activity and economic growth. The empirical analysis compares characteristics and perceptions of Argentine entrepreneurship with other South American and Caribbean countries as well as the context to promote it. Finally, relevant public policy implications are discussed.

Keys words

Entrepreneurship -Statistics - Economic growth - Public policy

¹ Docente e investigadora. Universidad Nacional del Comahue. Ayacucho y Esandi. Viedma, Pcia de Río Negro. soledad.herrera@curza.uncoma.edu.ar ; soleines99@yahoo.com.ar

Introducción

En la actualidad, hay consenso en que el emprendedorismo es un factor importante en el crecimiento económico de los países. En ese marco, el objetivo de esta investigación de tipo descriptiva, es caracterizar la actividad emprendedora temprana² argentina y su entorno, en base a datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)³del año 2018. Este tipo de análisis cobra relevancia para la formulación, implementación y evaluación de políticas públicas.

Desde fines de la década del '80, numerosos estudios analizaron el efecto de la actividad emprendedora en la economía, sin embargo, "Esta literatura está generalmente restringida a dos unidades de observación: la de la empresa (o establecimiento) y la de la región" (Carree A. y Thurik Roy: 2003: 55). Es así como en una primera instancia, el presente trabajo no se enfoca en esas unidades de estudio, sino que indaga sobre el emprendedorismo y la teoría económica del crecimiento a nivel macroeconómico. Luego, se presenta el análisis empírico para el año 2018, enfocado en las características de la actividad emprendedora temprana y en la evaluación del contexto argentino para su desarrollo. Además, se realiza una comparación con otros países de América del Sur y del Caribe.

En relación a las características del emprendedorismo argentino, las variables consideradas se refieren a la importancia de la actividad emprendedora en el país, a su distribución en sectores productivos, a las expectativas existentes en la generación de empleo, a la percepción de buenas oportunidades para iniciar un negocio, a la innovación y a los motivos del emprendedorismo. En cuanto a los factores del entorno que inciden en la creación de un negocio y en su desarrollo, se indaga sobre el grado de adecuación o suficiencia de algunos condicionantes del contexto como financiamiento empresarial, apoyo y relevancia de las políticas gubernamentales, normas culturales y sociales, barreras o regulaciones de entrada al mercado interno, transferencia de I + D, infraestructura física, comercial y profesional, dinámica del

² La actividad emprendedora temprana, según el Global Entrepreneurship Monitor, incluye la iniciativa empresarial naciente, es decir, cuando el emprendedor participa activamente en la creación de un negocio, y la propiedad - gestión de una empresa con una existencia límite de 42 meses.

³ La encuesta del GEM 2018 abarcó 49 economías y 164,269 adultos.

mercado interno, programas estatales de emprendimiento, políticas públicas impositivas y burocracia, educación emprendedora escolar y post-escolar.

Por último, en las consideraciones finales se tratan algunas implicancias en materia de políticas públicas para la promoción del emprendedorismo y del crecimiento económico.

La actividad emprendedora y los modelos de crecimiento económico

El emprendedorismo es un fenómeno multidimensional⁴, centrado en el proceso de cambio, cuyo estudio abarca diferentes unidades de observación: el individuo, la empresa, la región, el país. (Audretsch D.: 2003:2). Según la corriente de pensamiento económico, pueden plantearse tres roles o tipos de empresario. Schumpeter J. (1883-1950) y sus seguidores le otorgaron el papel de innovador⁵. Para Kirzner I. (1973), de la corriente austríaca, el empresario era un individuo que perseguía oportunidades de lucro hasta ese momento inadvertidas y para Knight F. (1885-1972), de la escuela de Chicago, era aquel que asumía el riesgo asociado con la incertidumbre, es decir que su negocio o producto fuera un fracaso. (Carree A. y Thurik R.: 2003: 566). Al respecto, "... la taxonomía de las teorías empresariales puede ser condensada en tres tradiciones intelectuales principales, cada una de las cuales se remonta a Richard Cantillon (Hébert y Link, 1989). La primera es la tradición alemana de von Thünen, Schumpeter y Baumol, la segunda es la tradición (neo-) clásica de Marshall, Knight y Schultz y la tercera la tradición austríaca de Menger, von Mises y Kirzner. Estas tradiciones comparten una herencia y un lenguaje común, pero apuntan a diferentes aspectos de la función del empresario. Representando diferencias en estilo y énfasis, se pueden resumir de la siguiente manera. Los (neoclásicos) acentúan el papel del empresario en los mercados líderes para lograr el equilibrio a través de sus actividades empresariales. Los austríacos se concentran en las habilidades del empresario para percibir oportunidades de ganancias, generalmente después de un shock exógeno. El empresario "austríaco" combina recursos para satisfacer las necesidades actualmente insatisfechas o para mejorar las ineficiencias o deficiencias

⁴ Al ser un concepto multidimensional no hay una única definición de emprendedorismo o "entrepreneurship" y la que se adopte depende de la perspectiva teórica. (Audretsch D. y Keilbach M:2003)

⁵Schumpeter J. propuso una teoría de la destrucción creativa, donde las nuevas empresas desplazan a las menos innovadoras.

del mercado. En la tradición alemana o schumpeteriana, los economistas se concentran en el empresario como creador de inestabilidad y destrucción creativa...⁶ (Wennekers A. y Thurik R.: 1999:31). En este trabajo se considera que “Los empresarios son aquellas personas (dueños de negocios) que buscan generar valor, a través de la creación o expansión de la actividad económica, identificando y explotando nuevos productos, procesos o mercados. La actividad empresarial es la acción humana emprendedora en la búsqueda de la generación de valor, a través de la creación o expansión de la actividad económica, mediante la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados. El emprendimiento es el fenómeno asociado a la actividad emprendedora” (Ahmand N. y Seymour R.: 2008:9)

Los modelos tradicionales de crecimiento económico, como el de Solow R. (1956) están basados en la teoría neoclásica. Tienen una función de producción macroeconómica de rendimientos constantes de escala, con dos factores de producción: el trabajo y el capital físico. En el largo plazo, el crecimiento económico depende de forma exógena de la población y del cambio tecnológico, vía un aumento de la productividad de los factores. Bajo esta concepción, el emprendedorismo no tiene un rol activo en el crecimiento económico. “Una razón por la cual el espíritu empresarial desapareció de la teoría económica es que no jugó ningún papel en el modelo de crecimiento neoclásico desarrollado por Solow (1957). Una característica importante de este modelo de crecimiento es que las mejoras tecnológicas son exógenas y, por tanto, independientes de incentivos económicos”⁷. (Carree M y Thurik R: 2003:572). Además, “... se ha omitido de la función de producción neoclásica otro factor clave: el capital empresarial” (Audretsch D. y Keilbach M.:2003: 2)

⁶Traducido del inglés “...the taxonomy of entrepreneurial theories can be condensed into three major intellectual traditions, each tracing its origin to Richard Cantillon (Hébert and Link, 1989). The first is the German tradition of von Thünen, Schumpeter and Baumol, the second the (neo-) classical tradition of Marshall, Knight and Schultz and the third the Austrian tradition of Menger, von Mises, and Kirzner. These traditions share a heritage and common language but they point at different aspects of the function of the entrepreneur. Representing differences in style and emphasis, they can be summarized as follows. The (neo-)classicals stress the role of the entrepreneur in leading markets to equilibrium through their entrepreneurial activities. The Austrians concentrate on the abilities of the entrepreneur to perceive profit opportunities, usually after some exogenous shock. The “Austrian” entrepreneur combines resources to fulfill currently unsatisfied needs or to improve market inefficiencies or deficiencies. In the German or Schumpeterian tradition economists concentrate on the entrepreneur as a creator of instability and creative destruction...” (Wennekers A y Turik R: 1999:31)

⁷Traducido del inglés: “One reason that entrepreneurship disappeared from economic theory is that it played no role in the neoclassical growth model developed by Solow (1970). An important characteristic of this growth model is that technological improvements are exogenous and therefore independent of economic incentives” (Carree M y Thurik R :2003 :572)

Entre los modelos pioneros que consideraron que la fuente de crecimiento económico es la acumulación de factores, ya sea físico o humano, se encuentran los de Romer P. (1986) y Lucas R. (1988). Romer P. planteó que al incrementar el acervo de capital, las empresas acumulan conocimientos gracias al “learningbydoing” que permite producir con mayor eficacia y beneficiar a otras empresas al incrementar su productividad. Por su parte, Lucas R. (1988) propuso un modelo enfocado en la acumulación de capital humano. Una persona más educada no sólo es más productiva sino que también incrementa la productividad de todos los factores de producción. Entonces, la tasa de crecimiento del producto está en función de la tasa de crecimiento del capital humano.

En cambio, para otros modelos como el de Romer P. (1990), Grossman G. - Helpman E. (1991) y Aghion P. - Howitt P. (1992), la innovación es la fuente y la base del proceso de crecimiento, donde el progreso técnico se traduce en un incremento del número o de la calidad de productos o bienes⁸. Romer P. (1990) sostuvo que los conocimientos son, en parte, un bien público con características de consumo no rival y casi no excluibles. En ese marco, las empresas que innovan no pueden ser tomadoras de precios y necesitan incentivos para investigar como así también poder apropiarse de los beneficios de sus innovaciones, al menos parcialmente. Por su parte, Aghion P. y Howitt P. (1992), basados en el proceso de destrucción creativa de Schumpeter J., se enfocaron en las innovaciones industriales que mejoran la calidad de los productos e introducen en la teoría del crecimiento endógeno el factor de obsolescencia, ya que mejores productos hacen que los anteriores sean obsoletos. “...Romer (1990) describe un tipo de externalidad de la investigación industrial: a medida que las empresas desarrollan nuevas tecnológicas, a veces realizan descubrimientos científicos que son de una aplicación más general, son difíciles de patentar y de ocultarlo del dominio público. Aghion y Howitt(1992) y Grossman y Helpman (1991^a,ch.4) identifican otro tipo de externalidad : cuando las empresas innovan en sucesivas series de productos similares, el punto de partida de cada una es la innovación precedente...”⁹ (Grossman G. y Helpman E.:1994:16)

⁸ Bienes de capital y/o intermedios.

⁹ Traducido del inglés “... Romer (1990) describes one kind of spillover from industrial research: as firms develop new technologies they sometimes make scientific discoveries with more general applicability. Such discoveries may be difficult to patent and difficult to keep from the public domain. Aghion and Howitt (1992) and Grossman and Helpman (1991a,ch4) highlight another type of externality : when innovators bring out successive generations of similar products, each begins where its predecessors left off.”(Grossman G y Helpman E.:1994:16)

Si bien la teoría del crecimiento endógeno creó un nuevo marco para analizar al emprendedorismo, "... centra su atención explícita en las variables intermedias (humano), la formación de capital y la innovación. Sin embargo, el espíritu empresarial sigue siendo en gran parte implícito y esta teoría no arroja luz sobre las condiciones subyacentes de la actividad empresarial necesaria para la formación de capital (humano) y la innovación."¹⁰(Wennekers A y Turik R: 1999:36). Sólo algunos modelos como el de Schmitz J. (1989), Sanders M (2007) y Aghion y Howitt (1992) trataron explícitamente el emprendedorismo como fuente de crecimiento. El de Schmitz J. (1989) fue uno de los primeros intentos de endogeneizar formalmente la actividad empresarial como determinante clave del crecimiento económico. Su modelo hizo hincapié en las actividades de imitación del empresario y en las externalidades que genera. El de Sanders M (2007), se focalizó en la creación de conocimiento científico y en la comercialización de conocimiento empresarial como requisitos previos al crecimiento económico. Estudios posteriores¹¹ plantean un rol decisivo del emprendedorismo como transmisor, difusor y movilizador de conocimientos científicos y de invenciones en el proceso productivo. "El empresario tiene un papel decisivo en la difusión y modificación del conocimiento científico. Es el eslabón perdido de la teoría de los efectos "spillovers" de la teoría del crecimiento endógeno (Audretsch, Keilbach y Lehmann 2006). El proceso de crecimiento se convierte en un proceso creativo donde el empresario usa el conocimiento no utilizado por las empresas presentes en el mercado, para innovar y sostener el proceso de creación de riqueza. No es suficiente entonces invertir en I & D, también es necesario hacerlo en educación empresarial..."¹²(Facchini F.: 2007:2).

¹⁰ Traducido del inglés "...the endogenous growth theory focuses explicit attention on the intermediate variables (human) capital formation and innovation. However, entrepreneurship remains largely implicit and this theory does not shed light on the underlying conditions of the entrepreneurial activity needed for (human) capital formation and innovation-". (Wennekers A y Turik R: 1999:36)

¹¹ Por ejemplo los de Audretsch D. y Keilbach M. (2003); Wennekers S. y Thurik R (1999); Naudé W. (2013); Carree M. y Thurik R. (2003), entre otros

¹² Traducido del francés: "L'entrepreneur a un rôle décisif dans la diffusion et la modification de la connaissance scientifique. Il est le maillon manquant de la théorie des spillover effects de la théorie de la croissance endogène (Audretsch, Keilbach et Lehmann 2006). Le processus de croissance devient un processus de construction créatrice où l'entrepreneur se sert de la connaissance non utilisée par les firmes présentes sur le marché pour innover et entretenir le processus de création de richesse. Il ne suffit pas alors d'investir dans la R & D, il faut aussi investir dans l'éducation entrepreneuriale

riale..."¹²(Facchini F.: 2007:2)

Tabla 1: Modelos de crecimiento económico y rol del emprendedorismo

Teoría	Modelo	Fuente de crecimiento económico	Tratamiento del emprendedorismo como fuente de crecimiento económico
Neoclásica	Solow (1957)	Cambio tecnológico y población. Exógenos	Ninguno
Crecimiento endógeno - Primera corriente -	Romer (1986); Lucas (1988)	Acumulación de factores, físico y/o humano. Endógenos	Implícito
Crecimiento endógeno- Segunda corriente -	Romer (1990); Grossman y Helpman (1991); Aghion - Howitt (1992)	Innovación. Endógena	Implícito
Crecimiento endógeno- Tercera corriente -	Schmitz J. (1989); Sanders M (2007); Aghion y Howitt (1992); Audretsch (1992); Keilbach (2003); Michelacci (2003)	Actividades de imitación del empresario, de creación de conocimientos científicos, de comercialización de conocimiento empresarial. Transmisor, difusor de conocimientos científicos y de invenciones en el proceso productivo	Explícito

Características de la actividad emprendedora temprana argentina, año 2018

Un indicador de la importancia del emprendedorismo es la tasa de actividad empresarial en etapa temprana (TEA), que se refiere al porcentaje de la población de

18 a 64 años que es un empresario incipiente o propietario-gerente de un nuevo negocio. En la tabla 1, puede observarse que Argentina es la economía de América del Sur y Caribe con el menor porcentaje de población emprendedora en edad temprana. Por su parte, Chile es el país que posee una mayor tasa entre los países de ingresos altos.

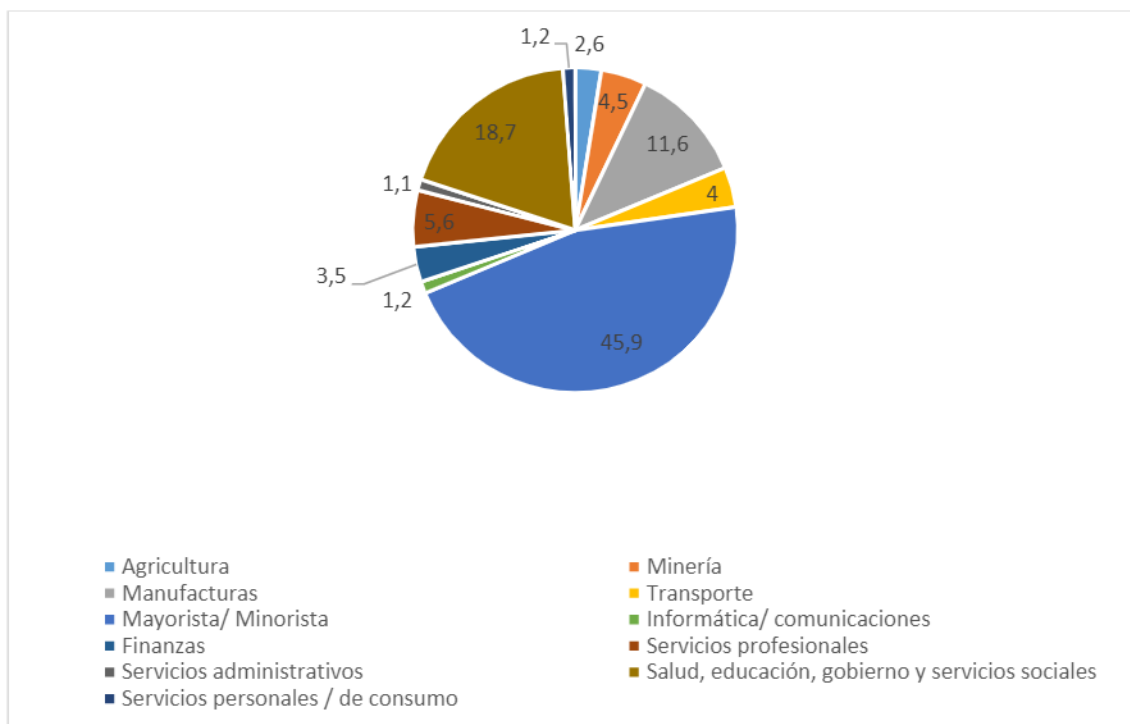
Tabla 1. Tasa de actividad empresarial en etapa temprana (TEA), año 2018. América del Sur y Caribe

País	Nivel de ingresos	TEA 2018 (%)
Argentina	Alto	9.11
Brasil	Medio	17.9
Chile	Alto	25.1
Colombia	Medio	21.2
Guatemala	Medio	27.5
Panamá	Alto	13.8
Perú	Medio	22.4
Uruguay	Alto	15.7

Fuente: datos extraídos del "Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report".

En cuanto a la distribución del emprendedorismo entre los diferentes sectores económicos, el 45,9 % se encuentra en ventas mayoristas / minoristas, el 18,7% en salud, educación, gobierno y servicios sociales mientras que el 11,6 % en manufacturas. (Gráfico 2)

Gráfico 2. Argentina. Distribución de la actividad emprendedora temprana por sector productivo. (% TEA). Año 2018



Fuente: Elaboración propia en base a datos del “Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report”.

El GEM reconoce dos motivos que incitan a la creación o inicio de un negocio. Uno es el de “necesidad”, ligado a la subsistencia y a asegurar un ingreso, como por ejemplo las personas sin empleo que abren un pequeño comercio. El otro es el llamado de “oportunidad”, que incluye motivaciones relacionadas con el desarrollo personal y con mayores niveles de ingresos e independencia. Las distintas motivaciones de la actividad empresarial temprana tienen implicancias en la dinámica de creación del negocio y diferentes impactos en el crecimiento económico, “... los emprendimientos por necesidad se asocian a los países en vías de desarrollo y a condiciones de pobreza (Amorós y Bosma, 2014), pues no se considera que aporten significativamente al crecimiento económico (Acs y Amorós, 2008), sin embargo, ayudan a que una economía se beneficie o se sostenga cuando experimenta crecimiento en su tasa de desempleo (Lohest, 2011; Wagner, 2010) y cuando no es capaz de sostener un gran número de trabajos en sectores de alta productividad (Amorós y Poblete, 2013)” (Díaz de León D y Cancino C:2014: 5). En cambio, “...el emprendimiento por oportunidad clasificado como dinámico guarda una fuerte relación con los países más desarrollados (Reynolds, 2002), tiene un efecto positivo en el desarrollo y el crecimiento económico e introduce un cambio cualitativo en el conjunto de la actividad emprendedora (Acs y Amorós, 2008; Larroulet y Ramírez, 2008). En

este tipo los emprendedores decidieron tomar ventaja de una oportunidad en el mercado y la innovación es el principal motor para iniciar la actividad empresarial (Amorós y Poblete, 2013). En segundo lugar, el emprendimiento por oportunidad categorizado por estilo de vida, si bien no influye directamente en el crecimiento económico, sí hace una contribución fundamental en el capital social, lo que desafía la forma tradicional de emprender en el sentido económico (Morrison, 2006)". (Díaz de León D y Cancino C: 2014: 4).

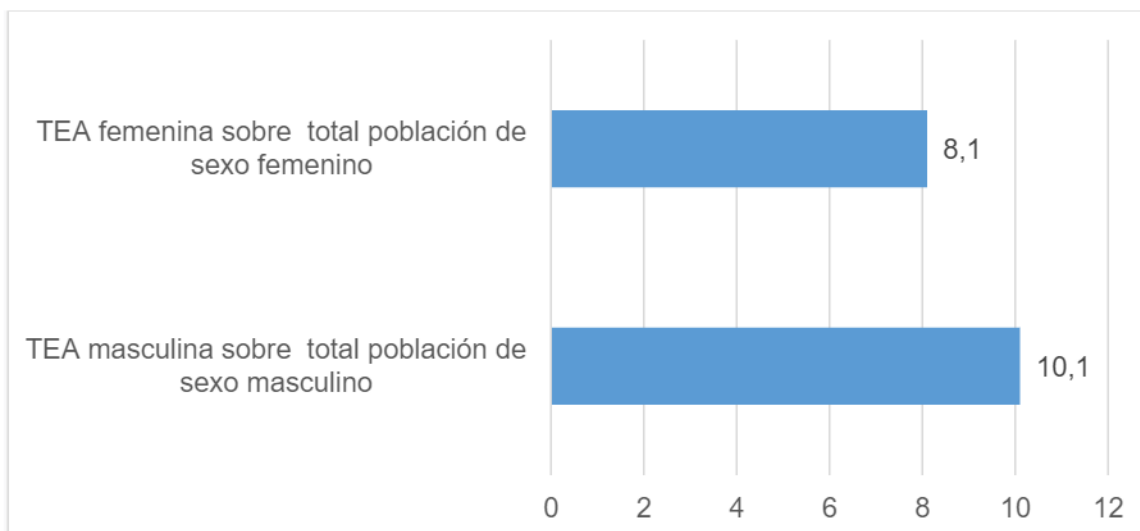
Al respecto, y en función del índice motivacional (tabla 2), puede interpretarse que en Argentina el emprendedorismo de oportunidad supera al de necesidad, pero en términos relativos es menor respecto de otros países como Panamá, Chile y Colombia. Cabe destacar también que Argentina es uno de los países en donde se perciben menos buenas oportunidades para iniciar un negocio (Tabla 3). En materia de género, no sólo la participación de la mujer en la actividad empresarial temprana es menor a la del hombre (Gráfico 3) sino que la motivación por "necesidad" es más importante. (Gráfico 4).

Tabla 2. Índice motivacional. América del Sur y Caribe

País	Oportunidad/Necesidad
Argentina	1.4
Brasil	1.3
Chile	2.5
Colombia	3.6
Guatemala	1.2
Panamá	5.4
Perú	2.3
Uruguay	1.4

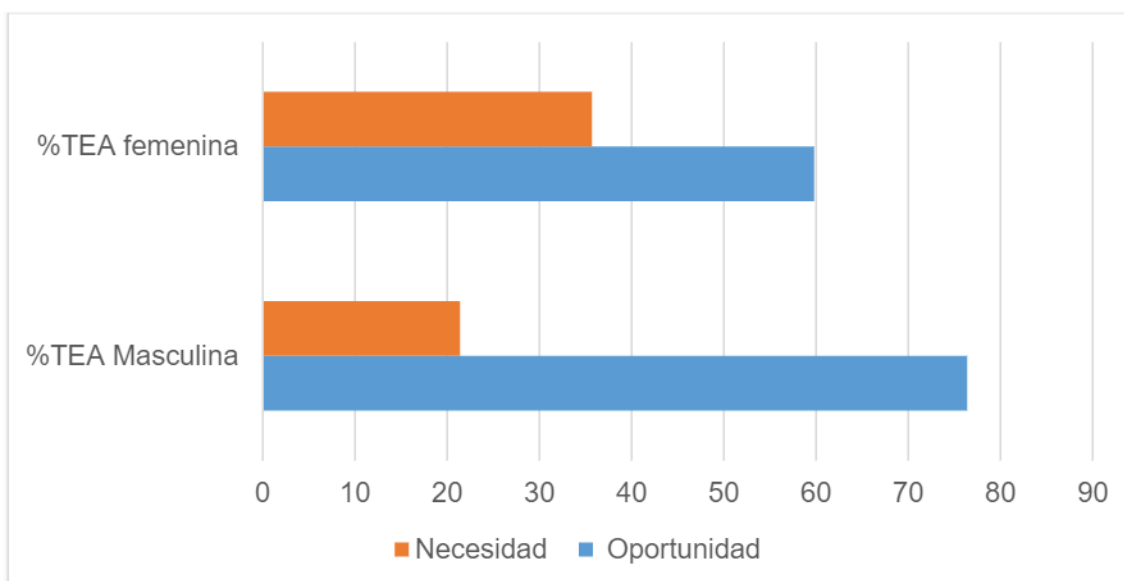
Fuente: Datos extraídos del "Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report".

Gráfico 3. Argentina. Distribución por género de la TEA (%). Año 2018



Fuente: Elaboración propia en base a datos del "Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report".

Gráfico 4. Motivo del inicio de la actividad emprendedora por género, año 2018 (% TEA)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del "Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report".

Tabla 3. Oportunidades percibidas¹³.

País	Percepción de buenas oportunidades (%)
Argentina	35.9
Brasil	31.4
Chile	61.8
Colombia	57.5
Guatemala	54.6
Panamá	39.00
Perú	56.00
Uruguay	28.9

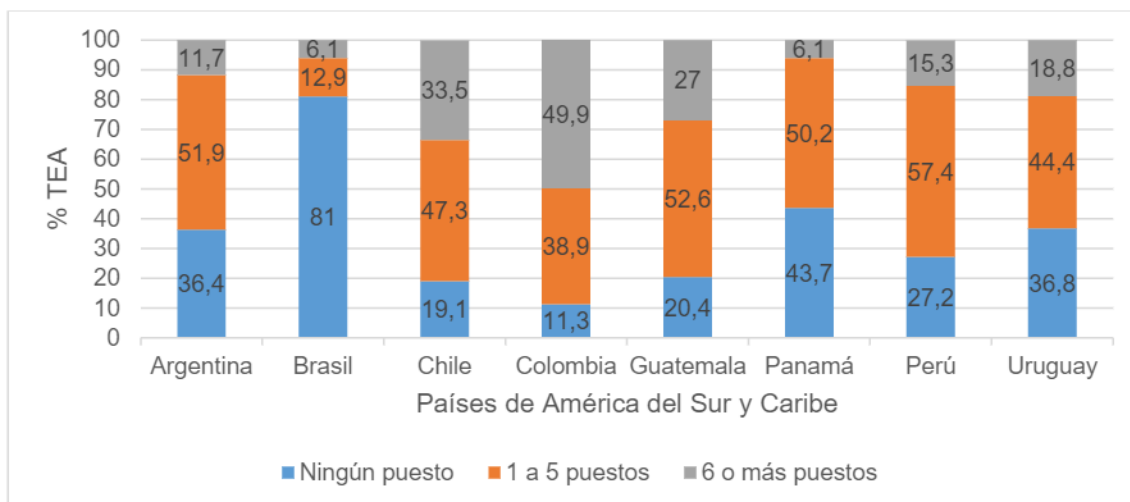
Fuente: Datos extraídos del “Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report”.

Uno de los impactos potenciales del emprendedorismo es sobre el empleo y la innovación. Puede observarse en el gráfico 5 que en Argentina, el 36,4 % no anticipa contribuir a incrementarlo en los próximos 5 años, el 51,9 % estima que generará entre uno y cinco puestos de trabajo y el 11,7 % seis o más. En cuanto a innovación¹⁴, el 32,20 % de los emprendimientos argentinos son innovadores. (Gráfico 6)

Gráfico 5. Expectativas de creación de empleo en 5 años. Año 2018. (% TEA)

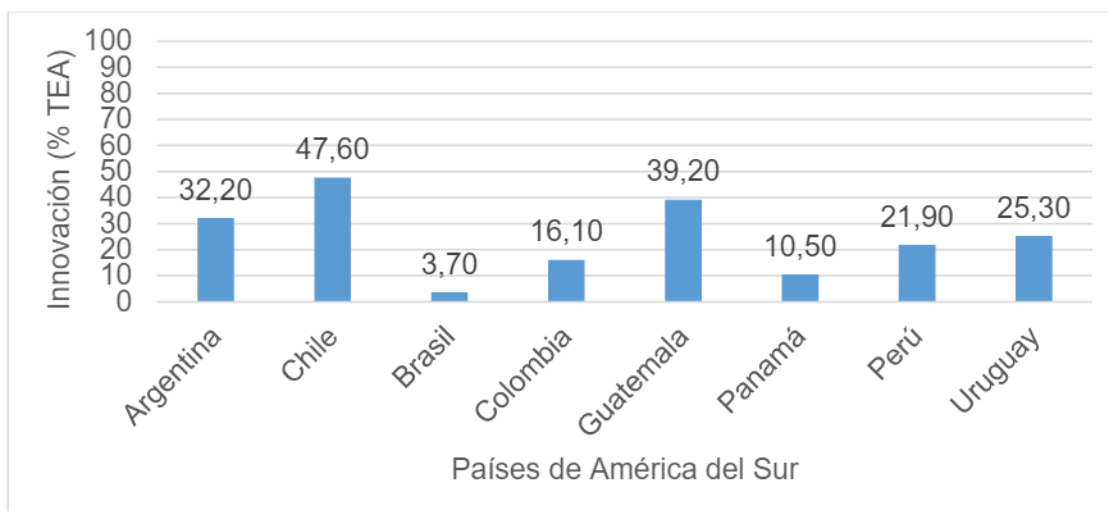
¹³ Población de 18 a 64 años que considera la existencia de buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde vive

¹⁴ El GEM considera como innovación a los emprendimientos en edad temprana que inician un negocio donde el producto es nuevo para todos o algunos clientes y además pocas empresas o ninguna ofrecen el mismo producto



Fuente: Elaboración propia en base a datos del “Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report”.

Gráfico 6. Innovación por países de América del Sur y Caribe. Año 2018. (% TEA)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del “Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report”.

Evaluación del entorno argentino para el emprendedorismo

Un contexto favorable a la empresa es una fuerza dinamizadora del emprendedorismo (Audretsch D. y Keilbach M.: 2003) y además “... estudios empíricos recientes coinciden en señalar las condiciones del entorno como factor clave en el estímulo a la creación de empresas y al desarrollo de las existentes, cualquiera que sea su

dimensión. Por lo tanto, la consecución de un ambiente propicio para el establecimiento y la actividad de las empresas, especialmente de aquellas más innovadoras, constituye una línea de actuación estratégica de singular relevancia para la política de fomento empresarial, que además tiene la virtud de superar el planteamiento de confrontación PYME versus gran empresa. Un entorno empresarial adecuado estimula la aparición de nuevas empresas y la adopción, por las ya establecidas, de comportamientos dinamizadores, como el crecimiento, la innovación, la internacionalización o la formación de redes, al mismo tiempo que eleva el atractivo del territorio como destino de inversiones de grandes empresas de origen externo y contribuye a la retención de las previamente instaladas en él.”(Romero Luna I.: 2006: 47).

El informe GEM 2018/2019 incorpora el Índice Nacional de Contexto de Emprendimiento (NECI), que se construye en función de la Encuesta Nacional de Expertos GEM¹⁵ y se basa en doce condiciones marco referidas a :

- Financiamiento empresarial: accesibilidad y funcionamiento eficiente de los mercados y disponibilidad de canales de financiamiento típicos para los empresarios.
- Apoyo y relevancia de las políticas gubernamentales: apoyo del Estado Nacional al empresariado.
- Normas culturales y sociales: existencia en la sociedad de una cultura – comportamientos, creencias, costumbres – que promueva la aceptación, apoyo y alta estima por la actividad empresarial.
- Barreras o regulaciones de entrada al mercado interno: ausencia de barreras a la entrada o existencia de regulaciones que faciliten el ingreso al mercado.
- Dinámica del mercado interno: presencia de un mercado libre y competitivo.
- Transferencia de I + D: transferencia de I + D de instituciones de Ciencia y Técnica al sector empresarial y grado de comercialización de los resultados por parte de investigadores hacia el mercado.
- Infraestructura comercial y profesional: oferta y asequibilidad de profesionales y empresas que prestan servicios a empresarios, para ayudarlos a iniciar y administrar nuevos negocios.
- Infraestructura física: de comunicaciones y de transporte.
- Programas estatales de emprendimiento: presencia y efectividad.

¹⁵Los equipos del GEM encuestan al menos a treinta y seis expertos en sus economías, incluidos empresarios y personas involucradas en el espíritu empresarial.

- Políticas públicas impositivas y burocracia: efecto de los impuestos en las empresas en crecimiento y de la burocracia en los procesos de negocios.
- Educación emprendedora escolar: inclusión curricular de la temática y promoción de valores empresariales en los estudiantes.
- Educación emprendedora post-escolar: efectividad de los sistemas educativos post-escolares en la construcción de habilidades y valores de emprendimiento.

En relación al NECI, Argentina ocupó el puesto 21 de un total de 54 países¹⁶ y comparativamente con los países de América del Sur y Caribe estudiados, el contexto argentino para el emprendedorismo es uno de los más favorables (Tabla 4). En cuanto a la valoración de los factores del contexto, los más inadecuados o insuficientes para influir en el desarrollo emprendedor corresponden a “educación emprendedora escolar”, “financiamiento empresarial” y “políticas públicas impositivas y burocracia” (Gráfico 6). En cambio, los que tuvieron una mejor puntuación fueron “Apoyo y relevancia de las políticas gubernamentales”, “Dinámica del mercado interno” e “Infraestructura física”.

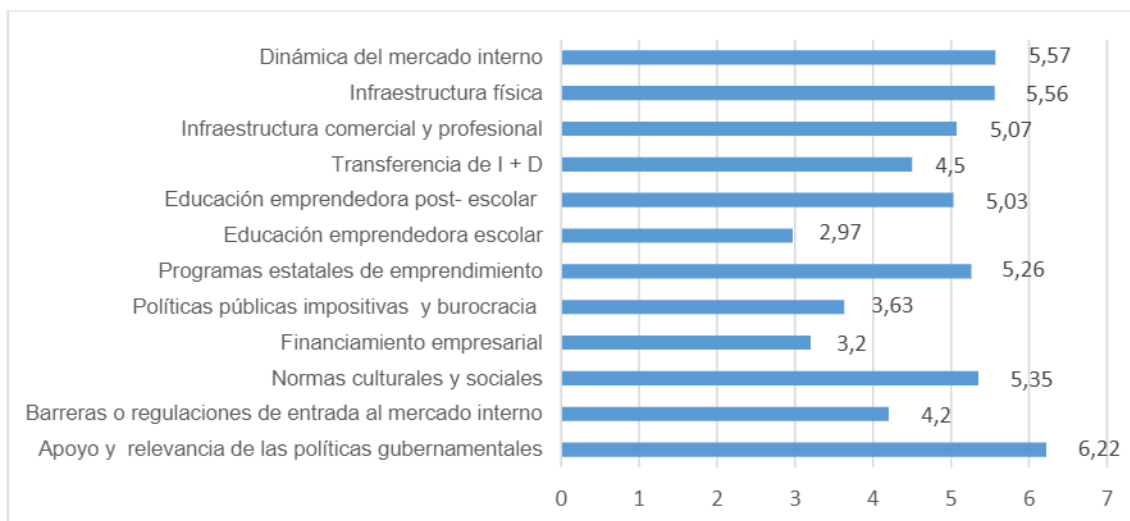
Tabla 4. Índice Nacional de Contexto de Emprendimiento (NECI). América del Sur y Caribe. Año 2018

País	Puntuación NECI (sobre 10)
Argentina	5.2
Chile	5.1
Colombia	4.8
Uruguay	4.7
Perú	4.5
Brasil	4.2
Guatemala	4.33
Panamá	4.01

Fuente: Datos extraídos del GEM 2018/2019 basados en la Encuesta Nacional de Expertos de GEM (NES).

¹⁶En el mundo, las mejores puntuaciones fueron para Qatar -6.7 -, Indonesia - 6.6 - y Holanda - 6.5 -.

Gráfico 6. Valoración de factores del contexto relevantes para el emprendimiento. Argentina. Año 2018



Fuente: Datos extraídos del GEM 2018/2019 basados en la Encuesta Nacional de Expertos de GEM (NES).

Nota: Escala de EFC: 1 = estado insuficiente muy inadecuado, 9 = estado suficiente muy adecuado.

Consideraciones finales.

En el año 2018, la actividad emprendedora temprana argentina fue baja en comparación con otros países de América del Sur y Caribe y se concentró en el sector servicios. Si bien hubo una mayor proporción de emprendimientos originados en una oportunidad de mejora, en términos relativos y comparativos tiene menos que otras economías estudiadas. En materia de empleo, un tercio aproximadamente anticipó no contribuir a aumentarlo en los próximos cinco años y sólo el 32,2 % de la actividad empresarial temprana generó innovación.

Factores sociales, económicos, culturales e institucionales influyen en el desarrollo de una empresa desde sus inicios. Al respecto, el entorno argentino en el año 2018 fue uno de los más favorables de América del Sur y Caribe para promover el emprendedorismo. Sin embargo, las mayores debilidades percibidas estuvieron en

“educación emprendedora escolar”, “financiamiento empresarial” y “políticas públicas impositivas y burocracia”, mientras que sus fortalezas fueron en “Apoyo y relevancia de las políticas gubernamentales”¹⁷, “Dinámica del mercado interno” e “Infraestructura física.

A diferencia de los modelos neoclásicos, la teoría endógena plantea un rol activo del Estado en el crecimiento económico de largo plazo. En relación al emprendedorismo, la presencia de fallas de mercado debido a la existencia de información imperfecta que incide en el financiamiento como así también de externalidades producidas por la actividad empresarial temprana, justifica la intervención del Estado para potenciar el crecimiento económico. El análisis expuesto pone en evidencia que en materia de políticas públicas para la promoción del emprendedorismo argentino, se requiere no sólo incentivar una mayor actividad empresarial temprana sino también orientarla hacia los emprendimientos llamados de oportunidad y a los de alto impacto. Además, es importante mejorar los factores que influyen en la existencia de oportunidades de negocios. Para algunos autores, “...El subdesarrollo no se debe a una oferta insuficiente de emprendedores, sino a debilidades institucionales que resultan en una “falta de oportunidades de ganancias vinculadas a actividades que generan crecimiento económico” (Coyne y Leeson, 2004: 236).”¹⁸ (Naudé W: 2003:5). Por último, se desprende de trabajos como el de Wennekers y Thurik (1999), la importancia de las políticas públicas de generación y de promoción del espíritu empresarial para el crecimiento económico.

Bibliografía

Aghion P. y Howitt P. (1992) A model of growth through creative destruction. *Econometrica*, Vol. 60, No. 2, 323-351. Recuperado de <https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/12490578/A%20Model%20of%20Growth%20through%20Creative%20Destruction.pdf>

¹⁷En el año 2017 se sancionó la Ley de iniciativa empresarial que permite la creación de una empresa en 24 horas, otorga incentivos fiscales para los inversores y facilidades administrativas

¹⁸ Traducido del inglés: “... Underdevelopment is not due to an insufficient supply of entrepreneurs, but due to institutional weaknesses that result in a “lack of profit opportunities tied to activities that yield economic growth” (Coyne and Leeson 2004:236). (Naudé W: 2003:5)

Ahmad N. y Seymour R.G. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection* OECD Statistics Working Paper, 5-6. Recuperado de https://www.oecd-ilibrary.org/economics/defining-entrepreneurial-activity_243164686763.

Arazi Cohen M y Alonso A. L (2016). *La actividad emprendedora en Argentina*. Instituto de Estudios sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana (IERAL) de Fundación Mediterránea. Recuperado de http://www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/3298La%20actividad%20emprededora%20en%20Argentina.pdf

Audretsch D. (2003). *Entrepreneurship. A survey of the literature*. Enterprise Directorate-General European Commission. Recuperado de <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/2977/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>

Audretsch D. y Keilbach M. (2003). *Entrepreneurship Capital and Economic Growth*. Centre for European Economic Research. Discussion paper No.3678. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/ed26/70b65cc3e3ae36ce9153af73030a6b510258.pdf>

Bosma N. y Kelley D. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>

Carree M y Thurik R (2003) The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. En Acs y Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*. Kluwer Academic Publishers. Recuperado de <https://cris.maastrichtuniversity.nl/portal/files/541671/guid-91a649e4-af71-4756-b662-45cfc67765e8-ASSET1.0>

Díaz de León D. y Cancino Ch. (2014). *De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: casos rurales exitosos*. Centro de Innovación para el Desarrollo. Universidad de Chile. Documento de trabajo 2014-02. Recuperado de <http://www.cid.uchile.cl/wp/WP-2014-02.pdf>

Kantis H, Federico J e Ibarra García S (2018). *Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: las brechas abiertas de América Latina: convergencia o divergencia?* Recuperado de <https://prodem.ungs.edu.ar/>

Facchini F. (2007). Entrepreneur et croissance économique: développements récents. *Revue d'économie industrielle* 119, 1-28. DOI: 10.4000/rei.2033 /. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/23530169_Entrepreneur_et_croissance_economique_developpements_recents

Grossman G. y Helpman E. (1994). *Endogenous Innovation in the Theory of Growth. The Journal of Economic Perspectives*. Volume 8, Issue 1, 23-44. Recuperado de https://www.jstor.org/stable/2138149?seq=1#page_scan_tab_contents

Lucas R. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22. Recuperado de <http://people.bu.edu/chamley/HSFref/Lucas-citiesJME88.pdf>

Minniti M. (2004) Entrepreneurship and network externalities. *Journal of Economic Behavior & Organization* Vol. 57, 1–27. Recuperado de http://igup.urfu.ru/docs/Bank%20English_Translated%20Articles/English/Enterprenurship/Entrepreneurship%20and%20network%20externalities.pdf

Naudé Wim (2013). *Entrepreneurship and Economic Development: Theory, Evidence and Policy*. Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit Institute for the Study of Labor. Discussion Paper No. 7507. Recuperado de <http://ftp.iza.org/dp7507.pdf>

Rivas G. (2014). *El fomento al emprendimiento dinámico en países del Cono Sur de América Latina. Análisis de experiencias y lecciones de política*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications>

Romer P. M. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. *The Journal of Political Economy*, Vol. 94, No. 5, 1002-1037. The University of Chicago Press. <http://dxie.people.ust.hk/OnlineMacro/romerjpe1986.pdf>

Romer P. M (1990). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, Vol 98, No 5, 71-102. The University of Chicago Press. Recuperado de http://web.stanford.edu/~klenow/Romer_1990.pdf

Sanders M. (2007). Scientific Paradigms, Entrepreneurial Opportunities and Cycles in Economic Growth. *Small Business Economics* 28: 339–354. DOI 10.1007/s11187-006-9038-6. Recuperado de <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11187-006-9038-6.pdf>

Wennekers S. y Thurik R (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Business Economics* 13: 27–55. Kluwer Academic Publishers. Recuperado de <https://personal.eur.nl/thurik/Research/Articles/Linking%20entrepreneurship%20and%20economic%20growth.pdf>