

CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR LATINOAMERICANO, A PARTIR DEL MODELO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM¹

Julio César Acosta Prado², Rodrigo Arturo Zárate Torres³ y Alberto Ibarra Mares⁴

Universidad Externado, Universidad San Buenaventura & Universidad EAN, Colombia - Artículo Tipo 1.
Investigación Científica y Tecnológica -Recibido: 25 de mayo de 2014 - Aceptado: 18 de junio de 2014

RESUMEN

El objetivo de este artículo es caracterizar al emprendedor Latinoamericano, a partir del Modelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Para ello, se integran los frentes de actuación que se ciñen, tanto al marco cultural o educativo, como a la motivación y habilidades del emprendedor. El estudio es de tipo descriptivo, mediante un análisis longitudinal en dos etapas, aplicado con la base de datos GEM 2010. Los resultados obtenidos muestran que el emprendedor latinoamericano se puede caracterizar en cuatro dimensiones (medio o estándar, innovadores, primarios y exportadores), asociadas con el grado de innovación (novedad), el nivel tecnológico, el grado de elaboración de los productos o servicios ofrecidos (valor agregado) y la orientación al mercado externo. Sin embargo, estos esfuerzos y escenarios de oportunidades podrían verse afectados por el diseño e implementación de políticas gubernamentales que pueden generar barreras o incentivos al emprendimiento como dinamizador del crecimiento económico de los países.

Palabras Clave:

Caracterización, Emprendimiento, Global Entrepreneurship Monitor.
JEL: L26, L12, L29

Si va a referenciar este artículo / To quote this article / se for citar este artigo

Acosta, J., Zárate, R. & Ibarra, A. (2014). Caracterización del emprendedor Latinoamericano a partir del Modelo Global Entrepreneurship Monitor - GEM, *Revista Económicas CUC*, 35 (1) 135-155.

¹ Artículo de Investigación Científica y de Innovación, producto de la investigación “Global Entrepreneurship Monitor 2010 (Base de datos Latino América)” de la línea de Emprendimiento e Innovación adscrito a la Universidad Externado de Colombia.

² Doctor en Dirección y Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Madrid. Posdoctor en Administración de la Universidad de Sao Paulo. Profesor investigador de la Universidad Externado de Colombia. Email: julioc.acosta@uexternado.edu.co

³ Doctor en Liderazgo Organizacional de la Universidad Regent. Director del Doctorado en Gestión y Profesor Titular de la Universidad EAN. Email: razarate@ean.edu.co

⁴ Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Barcelona. Director de Innovación y Emprendimiento en la Corporación Universitaria Americana de Medellín. Profesor de postgrados en la Universidad San Buenaventura de Medellín. Email: maresmex@yahoo.com

Characterization of the Latin American Entrepreneur, from Global Entrepreneurship Monitor– GEM model.

ABSTRACT

The aim of this paper is to characterize the Latin American entrepreneur from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) model. For this, the fronts that adhere to both the cultural and educational framework as motivation and entrepreneurial skills are integrated. The study is descriptive, using a two-stage longitudinal analysis, applied to the GEM 2010 data base. Results showed that the Latin American entrepreneur can be characterized in four dimensions (average or standard, innovative primary and exporters) associated with the degree of innovation (novelty), the technological level, the degree of processing of the products or services offered (added value) and external market orientation. However, these efforts and scenarios of opportunities could be affected by the design and implementation of government policies that can create barriers or incentives to entrepreneurship as a catalyst for economic growth of the countries.

Keywords:

Characterization, Entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor, Latin American

Caracterização do Empreendedor latino-americano, a partir do modelo da Global Entrepreneurship Monitor - GEM

RESUMO

O objetivo deste artigo é caracterizar o empreendedor latino-americano a partir do Modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Para isso, integram-seas frentes de desempenho que se aderem tanto ao enquadramento cultural e educacional como à motivação e competências do empreendedor. O estudo é de tipo descritivo, por meio de uma análise longitudinal em duas fases, aplicada com a base de dados do GEM 2010. Os resultados mostram que o empreendedor latino-americano pode se caracterizar em quatro dimensões (médio ou padrão, inovadores, primários e exportadores) associadas ao grau de inovação (novidade), o nível tecnológico, o grau de elaboração dos produtos ou serviços oferecidos (valor agregado) e a orientação para o mercado externo. No entanto, estes esforços e cenários de oportunidades poderiam ser afetados pelo projeto e implementação de políticas governamentais que podem criar barreiras ou incentivos ao empreendedorismo como motor do crescimento econômico dos países.

Palavras-chave:

Caracterização, Empreendedorismo, Global Entrepreneurship Monitor.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento representa una demanda constante en la formulación de estrategias para mejorar el crecimiento y alcanzar un desarrollo sostenible de los agentes intervinientes en los mercados y espacios de la actual economía latinoamericana globalizada, basada en la experimentación y en la generación de nuevos conocimientos, como recurso y agente de producción fundamental en la creación de valor. Actitud emprendedora que se revela, a sí misma, como una necesidad ineludible en los nuevos planteamientos de los sistemas nacionales y regionales de desarrollo. Espíritu o condición que se define como un proceso para consolidar el nuevo tejido empresarial, dada su diversidad y complejidad, en competencia abierta con los sistemas de economías avanzadas como EEUU, Unión Europea y Japón, y ante el desafío de los correspondientes a los países con economías emergentes y con elevado crecimiento, caso, entre otros, de Rusia, China e India.

Desde finales de siglo XX se ha observado un esfuerzo considerable para apoyar el emprendimiento y fortalecerlo e incorporarlo en los sistemas de innovación más dinámicos y avanzados, proceso que ha ido en consonancia con la transformación de la sociedad y la economía, en la que el conocimiento, como se ha indicado más arriba, representa el recurso y agente de producción principal en la creación de valor. Este esfuerzo, en suma, ha impactado en aspectos socioeconómicos de dicha creación de riqueza, como son: el empleo, el desarrollo regional y local, la mejora en la transferencia de la tecnología entre los agentes del sistema, etc.; haciendo, en definitiva, llegar el conocimiento

al mercado o a la sociedad, expresado como innovación en cualquiera de sus categorías o clases. En consecuencia, esta realidad ha concitado que se concilien diferentes intereses y expectativas, tanto del ámbito académico, como empresarial y público para estudiar, motivar y consolidar el fenómeno del emprendimiento latinoamericano.

Con el fin de caracterizar al emprendedor latinoamericano, en el primer epígrafe se realiza la fundamentación teórica sobre el emprendimiento; en el segundo se considera el Modelo GEM (1999) como el marco conceptual por el que el ámbito académico a nivel internacional viene estudiando el tema de emprendimiento; en el tercero se presentan, tanto la metodología, como instrumentos de medición del Modelo GEM. En el cuarto título se describe la aplicación del modelo en el contexto latinoamericano; en el quinto se examinan los hallazgos del análisis y se realiza una discusión de éstos; y finalmente, se presentan las consideraciones finales.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Diversos autores como Grebel, Grebel, Pyka & Hanusch (2003), Filion (2003) y Kruger (2004) consideran que el concepto de emprendedor tiene su origen en Francia donde se denominaba como “*entrepreneurs*” a las personas que llevaban a cabo actividades importantes para el reino (conquistas, acciones militares, etc). Sin embargo, Cantillon (1755) fue quien primero enfocó este concepto a las actividades económicas, partiendo de la clasificación de los agentes económicos en tres grupos diferenciados: Propietarios de la tierra, Prestamistas y Emprendedores. Según

Grebel, et al. (2003), mientras que los primeros y segundos presentan un papel pasivo en el desarrollo económico, el emprendedor se considera un agente activo que permite la conexión entre la oferta y la demanda. Al mismo tiempo, el emprendedor toma decisiones económicas basadas en la incertidumbre. Vara (2006), con base en la definición de Cantillon (1755), considera que el emprendedor es el que compra una materia prima a un precio cierto para transformarla y venderla a un precio incierto. Por tanto, el emprendedor, como agente económico, se caracteriza por asumir el riesgo de aprovechar una oportunidad para generar una utilidad que le beneficia.

Say (1803), a partir de la teoría dinámica del beneficio, sostiene que el emprendedor es el agente que une todo el medio de producción y quien encuentra en el valor de los productos la restauración del capital que emplea, el valor de los salarios, el interés y el alquiler que paga, así como las ganancias que pertenecen a él. Turgot (1766), a partir de las ideas planteadas por Say (1803), realiza una distinción entre el capitalista y el emprendedor, así como entre el proveedor de capitales y el coordinador del proceso de generación de riqueza. De acuerdo a Filion (2003), Say asocia al emprendedor con la innovación, al distinguirlo como un agente de cambio. Esta asociación ha permitido reconocer a éste último, como el primero en definir el conjunto de parámetros de lo que hace el emprendedor en su sentido actual (por ello muchos lo consideran el iniciador del estudio del emprendimiento).

Hérbert & Link (1988) sostienen que Say construyó su teoría en un proceso

de dos etapas: Primero, se observa el comportamiento del emprendedor desde una perspectiva empírica. Segundo, se reducen las observaciones a un marco teórico que explica los procesos de acuerdo a las circunstancias particulares que conlleva la actividad emprendedora. Por su parte, Kruger (2004) plantea que si bien Cantillon (1755) es el primero en incluir el concepto de emprendedor dentro de la teoría económica, Say fue el primero en darle un papel predominante en el proceso de desarrollo. Aunque para Kruger (2004), el desarrollo del emprendimiento se debe principalmente a Schumpeter (1911), quien asoció de forma importante los conceptos de emprendimiento e innovación enfocados al desarrollo económico.

En torno al concepto propuesto por Cantillon (1755), se dieron posteriormente diversos desarrollos sobre el concepto y características de los emprendedores. Por ejemplo, Turgot (1766) sostiene que el emprendimiento es resultado de una decisión tomada por un capitalista (comprar tierra, prestar o arriesgar). Para Baudeau (1767), el emprendedor es quien tiene la capacidad de procesar información y transformarla en conocimiento, constituyéndose como su principal medio de actuación. Para Say (1803), la función del emprendedor consiste en entender la forma en que actúan los procesos y el mercado, y luego, transferir ese entendimiento a la configuración de productos comercializables que satisfagan las necesidades de la demanda. Por su parte, Schumpeter (1911) propone que el emprendedor es un agente de cambio económico, que introduce innovaciones en los mercados, lo cual origina desequilibrios temporales en los mismos, y esto a su vez

induce a un cambio estructural de las actividades productivas presentes.

Con respecto a la actividad emprendedora con fines de lucro, el emprendimiento es conocido como emprendimiento económico y definido por Selamé (1999) como la combinación de factores productivos para el desarrollo de un proceso que transformará determinados bienes y servicios en nuevos, los cuales serán, de acuerdo a una serie de características, de mayor valor. Todo ello, con la resultante del logro de algún margen de utilidad o ganancia.

Por otro lado, O'Farrel (1986) sostiene que las influencias sociales, culturales e institucionales pueden estimular (o desestimular) las conductas emprendedoras. Tanto Hagen (1962), como McClelland (1960), consideran al emprendedor con una "personalidad creativa" movida por una alta necesidad de logro. Por tanto, la actividad emprendedora incorpora el aspecto social y sus efectos sobre la personalidad.

En ese sentido, North (1990) sostiene que las instituciones se definen como reglas de juego que regulan las relaciones políticas, sociales y económicas, proporcionando estructura y orden a dichos intercambios. Sobre la base de estas consideraciones, es evidente que el emprendimiento requiere de una actitud emprendedora potente ante la realidad del espacio social de que se trate, más o menos favorable, con el fin de concretar y analizar la diversidad y amplitud de factores que influyen y condicionan la decisión de emprender y el proceso emprendedor. De acuerdo a Larroulet & Couyoumdjian (2009), el emprendimiento es una acción humana y que expresa ingenuidad y creatividad y es la fuerza que direcciona el creci-

miento económico. A su vez, el desarrollo económico determina la competitividad de un país (Porter, 1990; Porter, Sachs & McArthur, 2002)

Según Acs & Amorós (2008), existe una gran diversidad en los niveles y tiempos de emprendimiento entre los países, la mejor explicación para esta diversidad es la etapa de desarrollo económico en la cual se encuentran (Acs, Audretsch, & Evans, 1994). El desarrollo económico se define en tres etapas específicas, en la primera están aquellos países impulsados por los factores que generan riqueza, a través de la extracción de materias primas para exportar. En la segunda están aquellos territorios impulsados por la eficiencia, son países que generan riqueza basando su producción de materias primas en economías de escala. Y en la tercera y última etapa, denominada países impulsados por la innovación, están aquellos que generan riqueza basándose en la capacidad de innovar (Larroulet & Couyoumdjian, 2009).

Mientras que los países más desarrollados están en la tercera etapa, es decir son impulsados por la innovación, la mayoría de los que son latinoamericanos están en la segunda, es decir que son impulsados por la eficiencia (López-Claros, Altinger, Blanke, Drzeniek & Mía, 2006). Para pasar de la segunda a la tercera etapa, los países deben invertir en innovación. El desarrollo económico involucra cambio y el emprendedor se convierte en el mejor y principal agente para éste (Acs & Amorós, 2008). De acuerdo con Álvarez, Urbano, Coduras, & Ruiz-Navarro (2011), el modelo GEM (1999) tiene tres propósitos fundamentales: investigar el rol del emprendimiento en la adaptación

y crecimiento económico nacional, entender las diferencias del concepto del nivel nacional y apoyar el desarrollo de políticas eficientes y efectivas para promoverlo.

De acuerdo a Ibarra & Gómez (2006), el objetivo fundamental del GEM es relacionar los contenidos de sus tres principales bases de datos (*Application Population Survey –APS, Expert Questionnaire-EQ* y *Cross National Data-CND*) para obtener evidencia empírica primaria con respecto a las variables que afectan el nivel de actividad empresarial que registran los países y las diferentes regiones del mundo cada año.

El Modelo GEM establece que todos los empresarios (potenciales, nuevos y ya establecidos) actúan con base a dos situaciones puntuales que son: a) por necesidad, se asocia más a aquellos individuos que están desempleados, subempleados, sus ingresos actuales son insuficientes, tienen poca estabilidad e incluso se sienten poco realizados en su actual empleo; y b) por oportunidad, cuando se cree que se tiene un proyecto innovador para un bien o servicio que permite visualizar una ventaja competitiva, o bien, se cuenta con recursos propios para independizarse.

Al respecto, Larroulet & Couyoumdjian (2009) sostienen que los países latinoamericanos tienen bajos niveles de desarrollo económico, pero altos niveles de emprendimiento. Los autores aclaran que se refieren a emprendimientos de necesidad, lo que representa un 63% de toda la actividad emprendedora. Por otro lado, en Latinoamérica la necesidad es una importante motivación para emprender, que en promedio representa el 35% de la actividad emprendedora. Esta situación permitió a los autores

concluir que la variable clave del impacto del emprendimiento no es el nivel total del mismo, sino el ratio de emprendimiento motivado por la oportunidad. Este análisis sitúa a los países latinoamericanos entre los que están en desarrollo con bajos niveles de emprendimiento, motivados por oportunidad.

Por tanto, en este artículo se considera el Modelo GEM como el marco conceptual por el que el ámbito académico a nivel internacional viene estudiando el tema de emprendimiento, tanto a nivel general como referido al proceso de creación de empresa. Situación que permitirá caracterizar en distintas dimensiones al emprendedor latinoamericano.

MARCO CONCEPTUAL DEL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)

El marco conceptual del Modelo GEM, iniciado a nivel internacional en 1999, integra el análisis de las variables que impactan en el espíritu emprendedor, caso de la oferta de servicios, la educación, la financiación, las normas sociales, etc., generando un escenario de diagnóstico donde se pueden identificar barreras y factores que dinamizan el fenómeno de la creación de empresas (ver figura 1), bien con el objetivo del autoempleo, o con la finalidad de innovar y aprovechar una oportunidad de negocio. Desde el plano del emprendedor, es fundamental para la efectividad de las estrategias nacionales en esta materia, el ejercicio de diferenciación de los perfiles emprendedores, dado que cada condición expone un contexto de necesidades distinto, e incluso, pueden existir colectivos que resulten más atractivos para los objetivos que se persiguen dentro del sistema económico nacional.

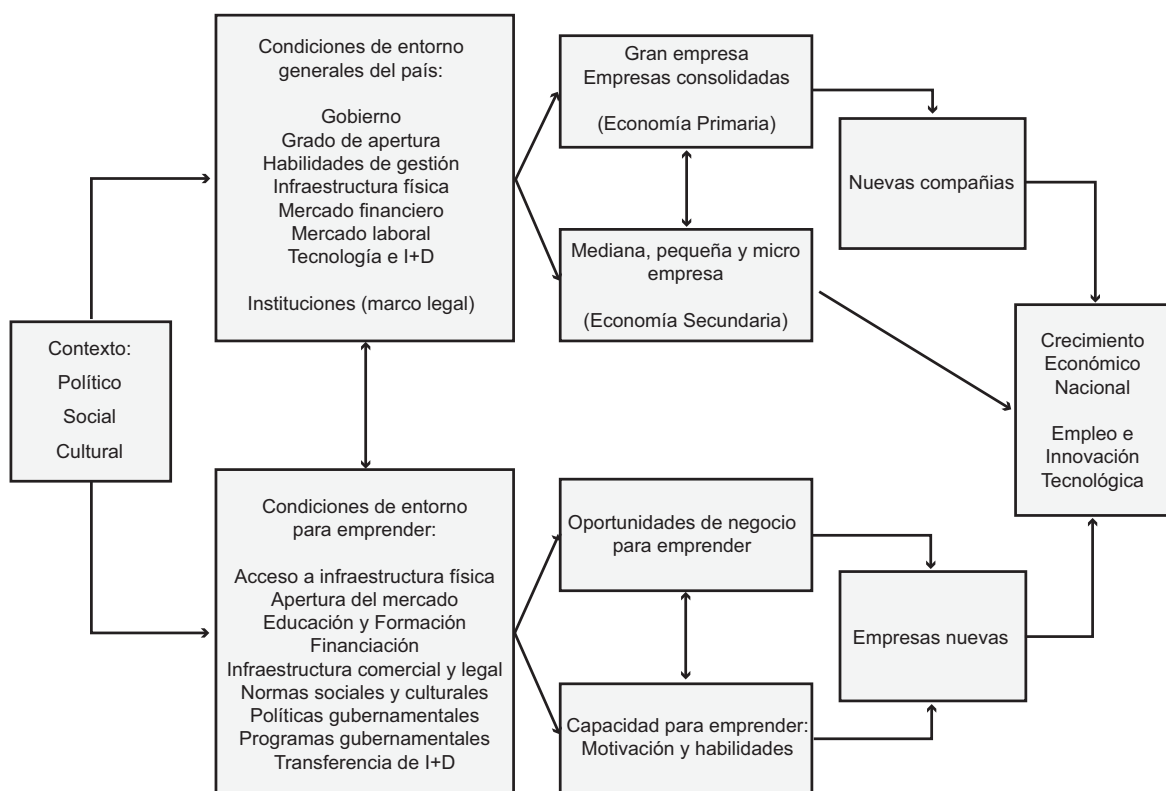


Figura 1. Modelo conceptual del proyecto GEM

Fuente: Modelo GEM (1999)

Partiendo de este argumento inicial, el Modelo GEM asume un primer estadio de clasificación, a saber, “por necesidad” y “por oportunidad”, sin llegar a parámetros de más profundidad, donde quizás se encuentren retos clave para las agendas de los gestores públicos. Estos parámetros claramente se hallan en el discurso innovador como eje que integra los condicionantes necesarios para desarrollar proyectos competitivos.

De esta forma, el modelo conceptual del GEM se particulariza alrededor de su esquema básico de partida, teniendo en cuenta los siguientes argumentos de ajuste: apoyo financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y formación en creación de em-

presas, transferencia de conocimientos e I+D, normas culturales y sociales, acceso a infraestructuras comerciales y profesionales, apertura y comportamiento del mercado interno, y por último, acceso a infraestructuras físicas.

La aparición de condiciones de oportunidad, apropiación y la aplicación sistemática de conocimientos hacen de la actividad emprendedora un verdadero núcleo de valor y de crecimiento económico. En este sentido, la generación de nuevos emprendimientos y consolidación de los existentes constituyen la clave de un nuevo proceso de “industrialización” que permitiría traspasar al mercado empresarial la actividad científica y tecnológica, como mecanismo de desarrollo económico.

METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN DEL MODELO GEM

El modelo GEM, a través de las encuestas, trata de obtener información en tres dimensiones: a) Actividades previas a la creación de una empresa, b) Actividades de creación de nuevas empresas, y c) Actividades emprendedoras en empresas ya creadas. Con respecto a esta última dimensión, se clasifica a los encuestados como: “Propietarios y Gerentes”, que a su vez, los clasifica en: “Empresarios nacientes” y “Empresarios maduros o consolidados”. Estas dos clases de empresarios se monitorean para conocer si han pagado sueldos por más de tres meses, con el fin de no excluirlos de las anteriores clasificaciones y que formen parte de las variables que dan origen al “Índice de Actividad Emprendedora” (*Total Entrepreneurial Activity - TEA*), principal indicador del modelo GEM.

El TEA es, en términos generales, el indicador del nivel de actividad emprendedora, esto significa que muestra el número o porcentaje de personas en un rango de edad entre los 18 y 64 años que están desarrollando alguna actividad para crear una empresa en el año en que se realiza la encuesta. El TEA muestra dos dimensiones cuantitativas: 1) el número de individuos potenciales que serán empresarios por razones de mayores ingresos, independencia laboral o desempleados que se quieren autoemplear; y, 2) El número de individuos que ya son empresarios, pero que continúan con actividades de emprendimiento empresarial. En los dos casos se tiene en consideración dos tipos de TEA, por necesidad y por oportunidad.

Al hacer una sencilla operación matemática de división entre estos dos tipos de TEA, se obtiene un ratio que tiende a medir la sostenibilidad y calidad de la actividad empresarial en un país, región e incluso en el mundo, de acuerdo a la metodología del GEM. La información se consigue por la conformación de las encuestas y bases de datos con el “*Application Population Survey*” (APS) mediante la aplicación de 2000 encuestas a ciudadanos comunes que tienen intención de poner una empresa, y con el “*Expert Questionnaire*” (EQ), a través de encuestas a un *focus group* de expertos en la materia. Para ello, se cuenta con un cuestionario homologado que aplican cada año todos los países GEM en su territorio a emprendedores y empresarios de la economía formal. Posteriormente, estas encuestas se ingresan a la base de datos de donde se obtienen los resultados para ser analizados y presentados en los reportes, ya sea por regiones o por países.

Componentes o variables que caracterizan al emprendedor

Para iniciar el análisis del presente estudio, se partió de algunos axiomas macroeconómicos que aplicó el Modelo GEM en 2010 con sus respectivas variables endógenas. Para la selección de las variables se tomaron en cuenta los factores endógenos del APS que caracterizan al empresario actual y potencial, y las variables del EQ que presentan los factores exógenos.

Las variables seleccionadas para este estudio, a fin de caracterizar al emprendedor latinoamericano conforme al informe GEM 2010, son las siguientes: Endógenas (APS) “Motivación del empresario” y “Perfil o habilidades del

empresario”. Exógenas (EQ) “Normas culturales y sociales” y “Educación y capacitación”.

Los dos grupos de variables se definen a continuación:

Variables endógenas (APS):

- a. *Motivación del Empresario:* Principal motivo para aprovechar la oportunidad de emprender. Se plantean diversas razones: motivación primaria de emprendimiento o deseo de poner un negocio, existencia de oportunidades, modelo de referencia o haber conocido personalmente a un emprendedor en los dos últimos años, autoempleo, expectativas de ingresos, y miedo al fracaso para emprender, es decir, si en el país o región la mayoría de la gente opina que iniciar un negocio es una opción profesional atractiva.
- b. *Perfil o Habilidades del Empresario:* El perfil lo determina el GEM, de acuerdo a la edad, donde los participantes deben estar en el rango entre 18 y 64 años, según el género, estado civil, nivel de estudios, nivel de ingresos, condiciones laborales (empleado o desempleado), sector productivo en el que trabaja y según la zona a la que pertenece el empresario actual o potencial (rural o urbana).

Variables exógenas (EQ):

- a. *Normas culturales y sociales.* Esta variable analiza la actitud general de cada persona hacia la creación de empresas, las actitudes de los ciudadanos hacia el nivel de riesgo que les gusta asumir, el miedo al fracaso empresarial, las necesidades de

creación de riqueza y su repercusión en el desarrollo empresarial.

- b. *Educación y capacitación.* Se refiere a la medida en que el conocimiento y las habilidades para crear o dirigir emprendimientos (nuevos o en crecimiento) son incorporados dentro del sistema educativo y de capacitación en todos los niveles (primaria, secundaria, técnico y universitario).

CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR LATINOAMERICANO. UN ANÁLISIS A PARTIR DEL MODELO GEM 2010

Para este estudio, se utilizó un análisis estadístico multivariado en dos etapas: Un análisis factorial, con el fin de hacer una reducción de variables, dado el elevado número inicial. Posteriormente, se llevó a cabo una agrupación de los países Latinoamericanos por conglomerados, de acuerdo con las variables que resultaron significativas dentro de cada factor (con una puntuación superior a 0,5 en valor absoluto dentro de la matriz de componentes). Previo al análisis multivariado, se realizó un análisis de correlación para determinar el grado de relación entre variables. El total de variables medidas extraídas de la base de datos GEM 2010 fue de 71. Los datos se procesaron en el paquete PAWS Statistics 19.

Para mayor precisión acerca del estudio realizado, se presenta a continuación la ficha técnica (Tabla 1), condiciones marco para el emprendimiento – países latinoamericanos (Tabla 2) e indicadores de emprendimiento por fase de desarrollo de los países seleccionados (Tabla 3).

Tabla 1.
Ficha técnica del estudio

Población y ámbito de la investigación	Países Latinoamericanos que aplicaron el Modelo GEM 2010 (Brasil, Chile, México, Colombia, Argentina, Ecuador, Bolivia, Guatemala, Uruguay, Costa Rica, Perú)
Ámbito geográfico	Latinoamérica
Método de obtención de la información	Base de datos GEM 2010 Latinoamérica - <i>Application Population Survey (APS)</i> - <i>Expert Questionnaire (EQ)</i>
Perfil	Edad, género, nivel de ingreso, grado de escolaridad.
Motivación	Oportunidad -Necesidad
Técnicas estadísticas	Análisis de correlaciones -Análisis factorial -Análisis de conglomerados
Período de trabajo	2010

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 .
Condiciones marco para el emprendimiento – Países Latinoamericanos

Países	1. Finanzas			4a. Educación - Primaria y secundaria				7a. Mercado interno - Dinámico				
	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9	
	2a. Política nacional			4b. Educación - Pos-secundaria				7b. Mercado interno - Abierto				
	2b. Política nacional - Regulación			5. Transferencia de I+D				8. Infraestructura física				
	3. Programas de gobierno			6. Infraestructura comercial				9. Normas culturales y sociales				
	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Economías basadas en recursos												
Guatemala	-	-	-	-	+	-	+	-	-	-	+	-
Bolivia	-	-	-	-	+	-	-	-	+	-	+	-
Economías basadas en eficiencia												
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	+	+
Chile	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-	+	-
Colombia	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	+
Costa Rica	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-	+	-
Ecuador	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-	+	-
México	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+	-
Perú	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	+	+
Uruguay	-	-	-	+	-	+	-	-	-	-	+	-
Argentina	-	-	-	-	-	+	-	+	-	-	+	-

Fuente: GEM National Expert Survey (NES).

Tabla 3.
 Indicadores de emprendimiento por fase de desarrollo económico – Países Latinoamericanos

Países	Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Tasa de miedo al fracaso	Tasa de emprendimientos nacientes	Tasa de propietarios-gerentes de nuevos negocios	Tasa de propietarios-gerentes de negocios establecidos	Total tasa de actividad emprendedora en etapa inicial (TEA)	Discontinuidad del negocio	Actividad impulsada por necesidad (% del TEA)	Actividad impulsada por mejora de oportunidad (% del TEA)	Tasa de expectativa de trabajo medio-alto (MHEA)	Tasa de actividad emprendedora por empleado (EEA)	Tasa EEA sector privado (PEEA)
Economías basadas en recursos													
Guatemala	55	71	30	11.9	9.1	2.5	19.3	3.9	15	28	2.7	0.0	0.0
Bolivia	53	76	28	28.8	14.0	18.2	38.86	9.0	17	57	*	*	*
Economías basadas en eficiencia													
Brasil	43	53	35	4.1	11.0	12.2	14.9	5.3	31	46	3.3	0.8	0.7
Chile	57	62	31	14.6	9.6	7.0	23.7	5.6	29	53	9.6	2.6	1.8
Colombia	73	61	33	15.2	6.7	7.5	21.4	5.1	40	41	10.8	1.5	1.0
Costa Rica	46	69	36	10.4	3.6	4.8	13.5	2.0	32	38	*	*	*
Ecuador	50	77	32	10.4	11.5	14.7	21.3	7.2	28	45	*	*	*
México	43	61	33	5.7	4.0	3.0	9.6	5.9	*	*	2.3	0.8	0.4
Perú	70	73	43	17.9	5.4	5.8	22.9	7.2	21	47	7.6	1.2	0.9
Uruguay	54	61	38	11.0	6.0	6.0	16.7	3.5	26	54	5.7	4.4	3.0
Argentina	56	64	31	11.8	9.2	11.8	20.8	3.8	36	43	5.5	2.5	1.5

Fuente: Adult Population Survey and GEM Global Report (2010)

Análisis de correlaciones

Con base en las correlaciones de las variables involucradas en el estudio, se pueden obtener algunos análisis previos a la aplicación de las técnicas multivariadas anteriormente mencionadas. Para efectos de esta investigación empírica se utilizarán el procedimiento de correlación bivariada, que permite el estudio de la relación entre dos variables cuantitativas y el coeficiente de correlación de Pearson. Los valores del coeficiente de correlación van de -1 a 1. El signo del coeficiente indica la dirección de la relación y su valor absoluto muestra la fuerza. Los valores mayores indican que la relación es más estrecha.

Los resultados revelan que existe una fuerte relación positiva entre estar trabajando en este momento y la oportunidad como motivo para emprender (0,932), lo cual se confirma en ambos géneros (hombres y mujeres). También hay una correlación positiva significativa entre individuos con edades entre 18 y 64 años envueltos en emprendimientos y la oportunidad como motivación para emprender (0,929). Existe una correlación negativa entre la oportunidad como motivación inducida para crear empresa y las expectativas pesimistas de los emprendedores sobre crear empresa (-0,746) y consolidarla (-0,850). El autoempleo por oportunidad como motivación para crear empresa, muestra una correlación negativa al considerar que los efectos de la crisis global derivan en pocas oportunidades de negocio (-0,746).

El porcentaje de emprendedores con trabajo se relaciona positivamente con el emprendimiento por necesidad (0,771). Por otra parte, el porcentaje de emprendedores desempleados está estrechamen-

te relacionado con el emprendimiento por oportunidad (0,83). Finalmente, los resultados muestran una relación negativa y significativa entre pertenecer a un sector alto o medianamente intensivo en tecnología y tener un motivo mixto de necesidad y oportunidad para el emprendimiento, siendo esta correlación de -0,743.

Análisis factorial

Para cada ítem se determinó la media y la desviación estándar. Se realizó un análisis factorial exploratorio para conocer la estructura de factores. Este análisis se suele utilizar en la reducción de los datos para identificar un pequeño número de éstos que explique la mayoría de la varianza observada en un número mayor de variables manifiestas. También se puede usar para generar hipótesis relacionadas con los mecanismos causales o para inspeccionar las variables para análisis subsiguientes. En este estudio se empleó para identificar grupos de variables relacionadas que sirvan como criterio de clasificación de los países Latinoamericanos estudiados.

La medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin es 0,833, siendo la relación entre las variables alta. El test de Bartlett ($\chi^2 = 1458,258$; GL = 60; y, $p = 0,000$) rechaza la hipótesis nula de no correlación significativa entre las variables observadas. En conclusión, es adecuada la aplicación del análisis factorial.

La extracción de los factores se llevó a cabo, a través del método de componentes principales, utilizando como criterio de selección que el autovalor correspondiente a cada factor fuera mayor que 1. De esta selección inicial resultaron siete factores, como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4.
Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales		
	Total	% de la varianza	% acumulado
1	28,214	47,023	47,023
2	13,066	21,777	68,800
3	7,468	12,447	81,247
4	4,051	6,752	88,000
5	2,770	4,616	92,616
6	2,616	4,361	96,977
7	1,814	3,023	100,000

Fuente: Elaboración propia

No obstante, al momento de llevar a cabo el análisis, se tuvieron en cuenta los 4 primeros factores de este conjunto, ya que por ser los más robustos, presentaron más variables asociadas. Esos cuatro factores explican el 88% de la varianza total. A continuación se muestran las variables que resultaron significativas dentro de cada uno de los factores con puntuación superior a 0.5, en valor absoluto, dentro de la Matriz de Componentes.

Tabla 5.
Factor 1 (Emprendedores medio o estándar)

% 18-64 pop [7/10] TEA involvement: setting up firm or owner of young firm (SU or BB)	0,99
% 18-64 mal [7/10] TEA (male): setting up firm or owner of young firm (SU or BB)	0,994
% 18-64 fem [7/10] TEA (female): setting up firm or owner of young firm (SU or BB)	0,978
% 18-64 pop [7/10] TEA and Opportunity motive	0,974
% 18-64 pop [7/10] % within TEA: Age category 18-24	0,509
% 18-64 pop [7/10] TEA and Necessity motive (entr because of no better choice for work)	0,806

Factor 1: Emprendedores medio o estándar. Este primer grupo de emprendedores presentan los rasgos más comunes de la muestra, como se evidencia en la Tabla 5. Para efecto de este artículo, se denominarán “emprendedores medio o estándar”, ya que son los más típicos en el análisis realizado en los países seleccionados. Son emprendedores que han ganado experiencia o se forman para desarrollar una idea de negocio con más estabilidad y por oportunidad. También son empleados con experiencia en la administración o desarrollo de algún tipo de negocio que decide abrir su propia empresa, en algunos casos son emprendedores por necesidad. Dentro de estas características cabe mencionar: individuos de ambos sexos que fundaron sus compañías o son propietarios de empresas jóvenes; hombres y mujeres, cuya principal motivación ha sido la oportunidad de hacer empresa, entre 18 y 64 años de edad, con cualquier nivel de ingresos (bajo, medio, alto) y grado de escolaridad entre secundaria y pos-secundaria.

% 18-64 pop [7/10] Age category 18-24: % involved in TEA0,949	0,949
% 18-64 pop [7/10] Age category 25-34: % involved in TEA0,98	0,98
% 18-64 pop [7/10] Age category 35-44: % involved in TEA0,968	0,968
% 18-64 pop [7/10] Age category 45-54: % involved in TEA0,974	0,974
% 18-64 pop [7/10] Age category 55-64: % involved in TEA0,941	0,941
COUNT [7/09] owning-managing baby business (sample)	0,825

Sigue...

Cont...

% 18-64 mal [7/10] TEA (male) and Opportunity motive	0,978	% 18-64 pop [7/10] Working: % involved in TEA	0,833
% 18-64 fem [7/10] TEA (female) and Opportunity motive	0,959	% 18-64 pop [7/10] Not working: % involved in TEA	0,764
% 18-64 fem [7/10] TEA (female) and Necessity motive	0,832	% 18-64 pop [7/10] Students / retired: % involved in TEA	0,615
% 18-64 pop [7/10] TEA and Improvement Driven Opportunity motive	0,818	% 18-64 pop [7/10] some secondary degree: % involved in TEA	0,968
% 18-64 pop [7/10] TEA and no market expansion (TEA09MEM=1)	0,826	% 18-64 TEA [7/10] % within TEA: None businesses offer same product	-0,62
% 18-64 pop [7/10] TEA and some market expansion, no tech (TEA09MEM=2)	0,704	% 18-64 pop [7/10] secondary degree: % involved in TEA	0,949
% 18-64 pop [7/10] TEA and some market expansion, with tech (TEA09MEM=3)	0,811	% 18-64 pop [7/10] post-secondary degree: % involved in TEA	0,962
TEA [7/10] exports: more than 50% customers outside country	0,713	% 18-64 pop [7/10] graduate experience: % involved in TEA	0,861
TEA [7/10] any jobs now or in 5 years	0,963	% 18-64 pop [7/10] lowest household 33 ptile: % involved in TEA	0,885
TEA [7/10] growing a business now compared to one year ago: more difficult	-0,542	% 18-64 pop [7/10] middle household 33 ptile: % involved in TEA	0,968
		% 18-64 pop [7/10] highest household 33 ptile: % involved in TEA	0,835

Fuente: Base de datos GEM 2010 y elaboración propia.

Tabla 6.

Factor 2 (Emprendedores innovadores)

TEA [7/10] average number of owners (expected/current) in the firm	0,704	% 18-64 TEA [7/10] % within TEA: product new to some customers	0,907
% 18-64 pop [7/10] TEA and some market expansion, no tech (TEA09MEM=2)	0,661	% 18-64 TEA [7/10] % within TEA: product new to none customers	-0,986
% 18-64 pop [7/10] TEA and profound market expansion (TEA09MEM=4)	0,931	% 18-64 TEA [7/10] % within TEA: Uses very latest technology (only available since last year)	0,854
% within TEA [7/10] export: 1-25% of customers outside country	0,611	% 18-64 TEA [7/10] % within TEA: Uses new technology (1 to 5 years)	0,933
% within TEA [7/10] export: 76-100% of customers outside country	0,639	% 18-64 TEA [7/10] % within TEA: Uses no new technology	-0,923
% within TEA [7/10] % High job expectation (10+ jobs and over 50% in 5 years)	0,791	% 18-64 pop [7/10] % within TEA: Age category 25-34	-0,756
% within TEA [7/10] % New product market combination (customer, competitor)	0,984	% 18-64 pop [7/10] % within TEA: Age category 45-54	0,626
% 18-64 TEA [7/10] % within TEA: product new to all customers	0,967	% 18-64 pop [7/10] % within TEA: Age category 55-64	0,862

Fuente: Base de datos GEM 2010 y elaboración propia.

Factor 2: Emprendedores innovadores (exitosos). Este factor que se muestra en la Tabla 6, agrupa emprendedores que crean productos innovadores y con capacidad para identificar oportunidades de mercado. Los productos tienen una alta tasa de expansión del mercado, así como una alta propensión a ser exportados. Son individuos de entre 45 y 64 años.

Factor 3: Emprendedores primarios (improvisadores, base tecnológica baja). Este factor identifica emprendedores que están motivados principalmente por la necesidad de incrementar sus ingresos, como se muestra en la Tabla 7. Los bienes que producen son de tipo extractivo, sin mayores transformaciones y bajo valor agregado. Son bienes y servicios poco intensivos en tecnología. Generalmente estos emprendimien-

tos no se consolidan con el tiempo. De acuerdo con los empresarios, cada vez hay menos oportunidades de negocio en el mercado como consecuencia de la crisis global. Su nivel de exportaciones tiende a ser muy bajo. No se define un rango específico de edad ni género.

Factor 4: Emprendedores exportadores (independientes). Este factor agrupa emprendedores, cuya principal motivación es la independencia, como se muestra en la Tabla 8. La actividad principal se concentra en la prestación de servicios de exportación del sector extractivo, lo que representa que un alto porcentaje de sus clientes estén fuera del país. Situación que es aprovechada como una oportunidad para incrementar sus ingresos. Son individuos de entre 35 y 44 años.

Tabla 7.
Factor 3 (Emprendedores primarios)

% within TEA [7/10] Opportunity motive: independence	-0,522
% within TEA [7/10] Mixed motive: (necessity and opportunity - answers 3 and 4 in Q2g)	0,873
% within TEA [7/10] Non-opportunity motive: necessity/maintain income	-0,733
% within TEA [7/10] : Extractive sector	0,535
% within TEA [7/10] : Transforming sector	-0,739
% within TEA [7/10] : Business oriented services	-0,853
% within TEA [7/10] : Consumer oriented services	0,852
% within TEA [7/10] export: 1-25% of customers outside country	0,587

% within TEA [7/10] export: 26-75% of customers outside country	0,81
TEA [7/10] % Active in technology sectors (high or medium)	-0,763
% within TEAOPP [7/10] Opportunity Type: Independence	-0,537
% within TEAOPP [7/10] Opportunity Type: Increase Income	0,806
% TEA [7/10] starting a business now compared to one year ago: more difficult	0,582
% TEA [7/10] growing a business now compared to one year ago: more difficult	0,74
% TEA [7/10] effect global crisis: fewer business opportunities	0,682

Fuente: Base de datos GEM 2010 y elaboración propia.

Tabla 8.
Factor 4 (*Emprendedores exportadores*)

% within TEA [7/10] Opportunity motive: increase income	-0,596	% 18-64 pop [7/10] highest household 33 ptile: % involved in TEA	0,524
% within TEA [7/10] Opportunity motive: independence	0,667	% within TEAOPP [7/10] Opportunity Type: Independence	0,675
% within TEA [7/10] export: 76-100% of customers outside country	0,508	% within TEAOPP [7/10] Opportunity Type: Other (incl family business), no answer	0,675
% 18-64 pop [7/10] % within TEA: Age category 35-44	0,603		

Fuente: Base de datos GEM 2010 y elaboración propia.

Análisis de conglomerados

El análisis de conglomerados es una técnica exploratoria de estudio estadístico de datos, diseñada para revelar concentraciones en los datos (o variables) y que sugiere modos útiles de agrupar observaciones. Esta investigación, divide las observaciones en grupos basándose en la proximidad o lejanía de unas con otras. Así, las que están muy cercanas serán agrupadas dentro del mismo conglomerado y las muy lejanas en unos diferentes, de modo que éstas dentro de un conglomerado, sean homogéneas y lo más diferentes posible de las contenidas en otros.

En este caso, se implementará el análisis de conglomerados jerárquico. Este procedimiento intenta identificar grupos relativamente homogéneos de casos (o variables) basándose en las características seleccionadas, mediante un algoritmo que comienza con cada caso (o variable) en un conglomerado diferente y los combina hasta que sólo queda uno. En esta ocasión, se utilizó como método de aglomeración la vinculación Inter-grupos. Así mismo, como medida de intervalo, se empleó la Distancia Euclídea al Cuadrado. A continuación se muestran los resultados de este análisis.

Factor 1: *Emprendedores medio o estándar.* Los países más similares de acuerdo con este factor, se agrupan en tres duplas de conglomerados: 1) Brasil, Chile; 2) México, Argentina; 3) Perú, Ecuador. Estas duplas de países tienden a tener niveles de desarrollo similares, así como ingresos per cápita parecidos. También se evidencia el crecimiento sostenido de Brasil, Chile y México, así como incremento de renta per cápita de Perú y Ecuador.

Factor 2: *Emprendedores innovadores (exitosos).* En este factor se identifican tres conglomerados: 1) México, Costa Rica, Colombia, Guatemala y Ecuador; 2) Bolivia, Argentina y Uruguay; 3) Perú y Chile. La base de estos emprendimientos es la oferta de productos y servicios con un grado elevado de innovación y de tecnología incorporada. Al respecto se identifica el desarrollo del sector servicios, basado en tecnología media-alta.

Factor 3: *Emprendedores primarios (improvisadores, base tecnológica baja).* En este factor el análisis arrojó tres conglomerados: 1) Brasil, Colombia, Argentina; 2) Chile; 3) Costa Rica y Ecuador. Esta clasificación agrupa países que comparten características comunes en lo que respecta a su sec-

tor primario. La base de los emprendimientos es de sectores tradicionales con baja tecnología. Aunque la tasa de actividad emprendedora es alta, el grado de establecimiento o permanencia de los emprendimientos es bajo. Esta situación se traduce, principalmente, en alta temporalidad del mismo motivado por la necesidad de autoempleo.

Factor 4: Emprendedores exportadores (independientes). Para el caso de los exportadores, se identificaron tres conglomerados: 1) México, Uruguay y Colombia; 2) Perú, Chile, Argentina y Ecuador; y 3) Brasil, Bolivia y Guatemala. Por una parte, México, Uruguay y Colombia tienen niveles similares de crecimiento en los últimos 5 años. Brasil, Bolivia y Guatemala tienen como característica común una fuerte dependencia de la industria extractiva en el aparato productivo. Como se mostró en el factor 4 del análisis factorial, existe una correlación elevada entre poseer ingresos elevados y la capacidad de exportación en el caso de los emprendedores.

En resumen, la Tabla 9 muestra los resultados del análisis de conglomerados.

Análisis discriminante

Como variable de agrupación se tomaron las categorías en las que se encontraban distribuidos los países, las cuales estaban denotadas por números del 1 al 4. Como variables de agrupación se seleccionaron todas las variables de la base de datos de tipo escala.

La Tabla 10, muestra los autovalores de las dos funciones discriminantes que resultaron significativas, al igual que los valores de sus correspondientes correlaciones canónicas. El autovalor es el cociente entre la variación, debida a las diferencias entre los grupos (medida mediante la suma de cuadrados inter-grupos) y la variación que se da dentro de cada uno combinada en una única cantidad (medida mediante la suma de cuadrados intra-grupos). Una correlación canónica alta indica que las variables discriminantes permiten establecer diferencias entre los mismos.

Tabla 9.
Conglomerados de Países por Factores

Factor	Países
F1. Emprendedores medio o estándar	1) Brasil, Chile; 2) México, Argentina; 3) Perú, Ecuador
F2. Emprendedores innovadores (exitosos).	1) México, Costa Rica, Colombia, Guatemala y Ecuador; 2) Bolivia, Argentina y Uruguay; 3) Perú y Chile
F3. Emprendedores primarios (improvisadores, base tecnológica baja)	1) Brasil, Colombia, Argentina; 2) Chile; 3) Costa Rica y Ecuador
F4. Emprendedores exportadores (independientes)	1) México, Uruguay y Colombia; 2) Perú, Chile, Argentina y Ecuador; 3) Brasil, Bolivia y Guatemala

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.
Autovalores

Función	Autovalor	% de varianza	% acumulado	Correlación canónica
1	78,780 ^a	96,5	96,5	,994
2	2,827 ^a	3,5	100,0	,859

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 10, se han empleado las 2 primeras funciones discriminantes canónicas en el análisis. En este caso, tanto los autovalores, como las correlaciones canónicas son elevados, por lo que se puede suponer que las variables discriminantes utilizadas se permiten distinguir muy bien entre los cuatro grupos.

Para mayor precisión, se extrajo el estadístico lambda de Wilks, que expresa la proporción de variabilidad total, no debida a las diferencias entre los grupos. Este estudio permite contrastar la hipótesis nula de que las medias multivariantes (los centroides) son iguales. Para los datos del GEM, los valores de Lambda son relativamente pequeños, lo cual indica que existe un solapamiento mínimo entre ellos, como se muestra en la Tabla 11. Sin embargo, al mirar la significancia, es difícil rechazar la hipótesis nula para la segunda función, ya que las agrupaciones comparadas tienen promedios iguales en las variables discriminantes.

Además se extrajeron los coeficientes estandarizados de la función canónica discriminante. Estos coeficientes estan-

darizados son independientes de la métrica original de las variables discriminantes, por tanto, son preferibles los coeficientes brutos cuando las variables poseen una métrica distinta. En este sentido, las variables “% 18-64 mal [7/10] TEA (male): setting up firm or owner of young firm (SU or BB)” Función 1 = -24,079 y Función 2 = 0,872 y “% 18-64 pop [7/10] TEA and Opportunity motive” Función 1 = 26,327 y Función 2 = 1,763; son las que muestran mayor importancia a la hora de predecir la categoría a la cual pertenecen los países Latinoamericanos de la muestra. La matriz de estructura presenta las variables ordenadas por su grado de correlación (de mayor a menor) con la función discriminante.

HALLAZGOS

Del análisis de factores, se puede inferir que hay algunas dimensiones asociadas con el emprendimiento, de las cuales depende el éxito del mismo: Grado de innovación (novedad) de los productos, nivel tecnológico de los productos o servicios ofrecidos, grado de elaboración de los productos (valor agregado) y orientación al mercado externo.

Tabla 11.
Lambda de Wilks

Contraste de las funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1 a la 2	,003	17,164	10	,071
2	,261	4,026	4	,402

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos muestran que hay una correlación entre los cuatro factores identificados: Factor 1: Emprendedores medio o estándar; Factor 2: Emprendedores innovadores, y la motivación de los emprendedores: incrementar sus ingresos, lograr independencia, necesidad. Por otra parte, los factores del entorno, como la concentración de la riqueza y la pobreza, constituyen trampas que limitan las posibilidades de expansión de las empresas nacientes en los países estudiados (Factor 4). No obstante, estas limitaciones, al parecer, pueden ser superadas gracias al poder asociación, a los procesos fructíferos que agregan valor a los productos (Factor 3) y a la aplicación de nuevas tecnologías, así como el desarrollo de resultados innovadores (Factor 4).

También se puede vislumbrar que hay cierta correlación entre las perspectivas de crecimiento de una empresa con su potencial exportador (Factores 2 y 3), que a su vez depende, en gran medida, como se ha mencionado, del grado de elaboración del producto (valor agregado) y de la tecnología implícita en su fabricación.

CONCLUSIONES

Esta caracterización del emprendedor Latinoamericano basada en un estudio longitudinal (2010) se realizó mediante un estudio empírico, que integra los frentes de actuación que se ciñen, no sólo al marco cultural o educativo, sino también a la motivación y habilidades del emprendedor. En este caso, aparece de forma general un enfoque de análisis centrado en el emprendimiento, específicamente, tanto en el autoempleo, como en la regeneración empresarial, a partir del Modelo GEM, como una constante en los nuevos planteamientos estratégicos que buscan mejorar la competitividad de los países y regiones.

Después de examinar los resultados obtenidos del estudio empírico, es posible considerar que el impulso emprendedor en Latinoamérica, en su mayoría, lo da el escenario de crisis global; la percepción generalizada sobre la existencia de oportunidades, a nivel mundial, es baja en tiempos difíciles. Sin embargo, en Latinoamérica ocurre lo contrario y los jóvenes resultan haciendo emprendimiento por necesidad cuando pierden sus empleos. Cuando se quiere hacer un emprendimiento de bajo costo se puede contar con la inversión informal que es la que generalmente otorga el capital semilla a los emprendedores. Por otro lado, se observan escasos esfuerzos de capital riesgo, (*Venture capital*) necesario para apoyar los emprendimientos de alto impacto en Latinoamérica.

Los emprendimientos por necesidad requieren un menor capital inicial, los de alto impacto son los que crean mayor cantidad de empleo. La tendencia de éxito o posibilidad de éxito del emprendimiento por necesidad es incierta en países Latinoamericanos, donde la tasa de actividad emprendedora es alta, sin embargo esos emprendimientos podrían subsistir, pero con poco impacto en el PIB (Amorós, 2011).

Dentro de las políticas de Estado que se necesitan para impulsar proyectos emprendedores están las de generar un clima de negocios favorable al desarrollo de nuevos empresarios, entendiendo al emprendedor como cimiento de una actividad empresarial. que tienda a eliminar las barreras, cargas burocráticas y administrativas, reducir la pesada carga sobre el sistema laboral, que promueva flexibilidad para que estos nuevos emprendedores que hoy, a diferencia de otras épocas, tengan acceso a nuevas tecnologías. Estos nuevos emprendedores que son los que están transformando industrias, con cambio en las políticas de Estado, podrían

desarrollarse libremente. No se trata de que los Gobiernos den subsidios, sino la facilidad de crear nuevas empresas. Que las políticas favorezcan el acceso a toda la infraestructura física y comercial que un emprendimiento necesita. Se podrían tener fondos que protejan el capital privado para asumir parte del riesgo que todo emprendimiento tiene y que promuevan el alto impacto que tienen en los países que tanto lo necesitan.

Es evidente que existen enormes oportunidades y hay que capturarlas, pero esto dependerá de la política de los gobiernos. Los Latinoamericanos, en general, son naturalmente emprendedores, creativos e innovadores, sea producto de historia o crisis. En definitiva, cuando los Gobiernos de América Latina entiendan el potencial que tendría el actuar como grupo regional y no como países por separado, se podría ir facilitando, articulando, consolidando políticas y regulaciones que tendrían un enorme impacto, (empresas multinacionales nacidas de países emergentes latinoamericanos, también denominadas multilatinas) para la vocación de los emprendedores, que es integrarse regionalmente.

REFERENCIAS

- Acs, Z. & Amorós, J. (2008) Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31, 305-322.
- Acs, Z; Audretsch, D; & Evans, D. (1994). *The determinants of variation in self-employment rates across countries and over time*. London, UK: Centre for Economic Policy and Research.
- Álvarez, C; Urbano, D; Coduras, A. & Ruiz-Navarro, J. (2011) Environmental conditions and entrepreneurial activity: A regional comparison in Spain. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18, (1), 120-140.
- Amorós, J. (2011) El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 1-15.
- Baudeau, N. (1767). *Première introduction à la philosophie Économique ou analyse des états policés*. A. Dubois. Paris: (Ed.) P. Geuthner.
- Cantillon, R. (1755) *Essai sur la nature du commerce en general*. London (reprinted for Harvard University Press, Boston, G.H. Ellis, 1892).
- Filion, L. (2003) *Réaliser son projet d'entreprise*, 3ème édition. Collection Entreprendre. Québec, Canada: Les éditions Transcontinental Inc.
- Global Entrepreneurship Monitor (1999). *Global Entrepreneurship Monitor Project*. London Business School & Babson College, London-Boston.
- Global Entrepreneurship Monitor (2010). *Global Report*. Babson College & Universidad del Desarrollo, Boston-Santiago de Chile.
- Grebel, T; Pyka, A. & Hanusch, H. (2003). An Evolutionary Approach to Theory of Entrepreneurship. *Industry and Innovation*, 10 (4), 493-415.
- Hagen, E. (1962) *On the theory of Social Change*. Homewood, IL: Dorsey.

- Hérbert, R. & Link, A. (1988). *The entrepreneur Mainstream Viewus and Radical Critiques*, 2nd New York: Praeger, pp 155.
- Ibarra, A. & Gómez, L. (2006) Hacia un diagnóstico latinoamericano para la creación de empresas con la aplicación del Modelo GEM 2006. *Pensamiento y Gestión*, 22, 86-138
- Kruger, M. (2004) *Creativity in the entrepreneurship domain*. Unpublished PhD thesis in Entrepreneurship, University of Pretoria.
- Larroulet, C. & Couyoumdjian, J. (2009) Entrepreneurship and Growth: A Latin American Paradox? *The Independent Review*, 14 (1), 81-100
- López-Claros, A., Altinger, L., Blanke, J., Drzeniek, M. & Mía, I. (2006). Assessing Latin American competitiveness: Challenges and opportunities. (In A. López-Claros (Ed.), *The Latin America competitiveness review 2006* (pp. 3-36). Geneva: World Economic Forum).
- McClelland, D. (1960). *The achieving society*. Princeton, NJ. Van Nostrand.
- North, D.C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- O'Farrel, P. (1986). Entrepreneurship and regional development: Some conceptual issues. *Regional Studies*, 20, 565-574.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press.
- Porter, M., Sachs, J. & McArthur, J. (2002). Executive summary: Competitiveness and stages of economic development. (In M. Porter, J. Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur & K. Schwab (Eds.), *The global competitiveness report 2001-2002* (pp. 16-25). New York: Oxford University Press).
- Say, J.B. (1803). *Traite d'economie politique*. New York: Kelley.
- Schumpeter, J.A. (1911) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Selamé, T. (1999). *Emprendimiento juvenil*. Santiago de Chile. Instituto Nacional de la Juventud.
- Turgot, A.R.J. (1766). *Réflexions sur la formation et la distribution des richesses*. In G. Schelle 1913-1923, vol II.
- Vara, A. (2006) *Evolución de las aptitudes emprendedoras de los estudiantes de la Facultad de Administración y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres*. Perú: Universidad de San Martín de Porres,