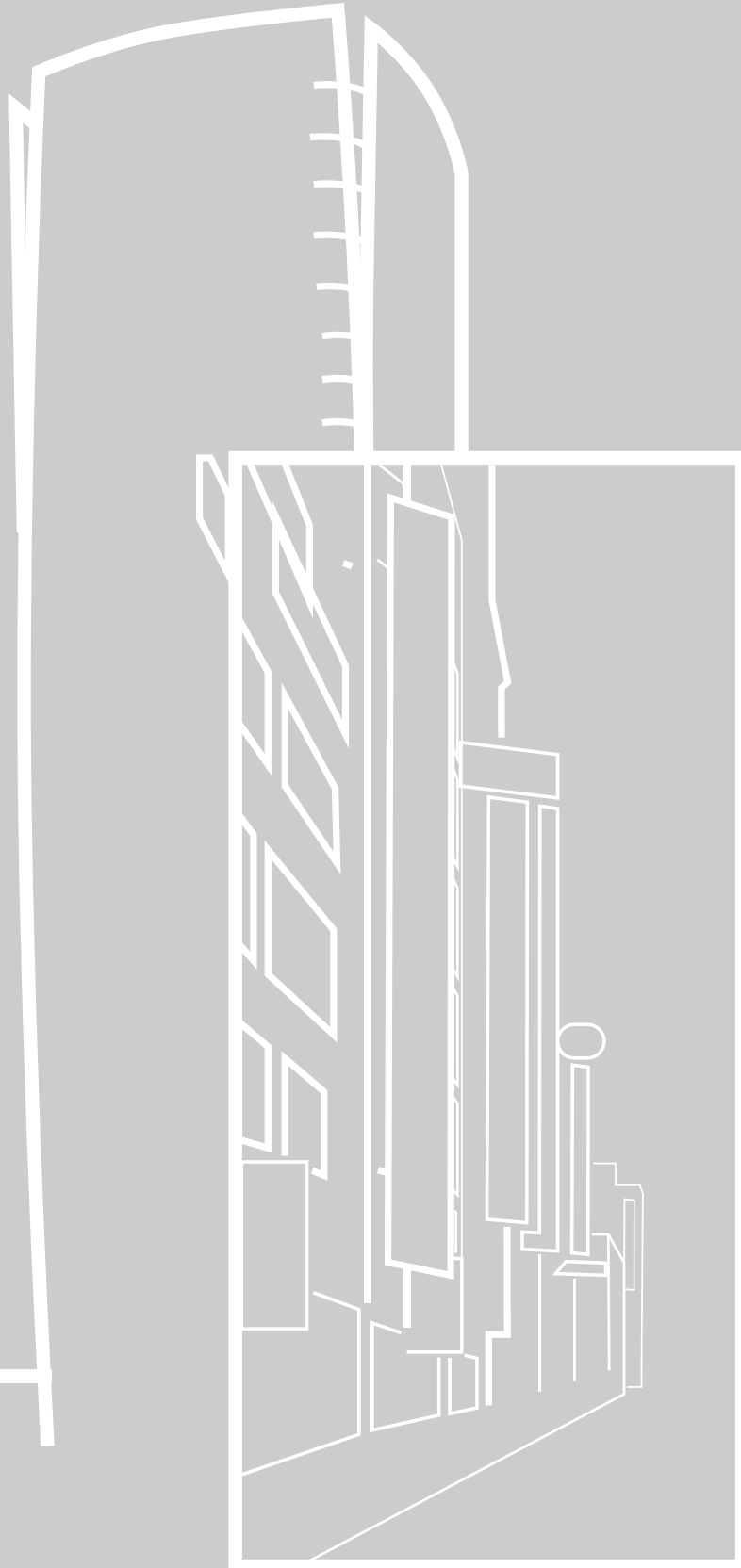


Global *Entrepreneurship* Monitor

PERÚ 2016-2017

Jaime Serida
Carlos Guerrero
Jessica Alzamora
Armando Borda
Oswaldo Morales





Global *Entrepreneurship* Monitor

PERÚ 2016-2017

Jaime Serida
Carlos Guerrero
Jessica Alzamora
Armando Borda
Oswaldo Morales



ESAN/Cendoc

SERIDA, Jaime ; GUERRERO, Carlos ; ALZAMORA, Jessica ; BORDA, Armando ;
MORALES, Oswaldo

Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2016-2017. – Lima : Universidad ESAN, 2017. –69p.

EMPRENDIMIENTO / CRECIMIENTO ECONÓMICO / CREACIÓN DE EMPRESAS /
FINANCIAMIENTO / MUJERES EN LOS NEGOCIOS / PERÚ

HB 615 S47 2016-2017

ISBN 978-612-4110-75-7

© Jaime Serida, Carlos Guerrero, Jessica Alzamora, Armando Borda,
Oswaldo Morales, 2017

© Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor, 2017
Av. Alonso de Molina 1652, Surco, Lima, Perú
www.esan.edu.pe
esanediciones@esan.edu.pe

Primera edición

Lima, septiembre del 2017

Tiraje: 100 ejemplares

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2017-12057

DIRECCIÓN EDITORIAL

Ada Ampuero

COORDINACIÓN EDITORIAL

Carla San Martín Pozú

CARÁTULA

Estéfano Bullón

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Ana María Tessey

REPRODUCCIÓN DE CD

T-Copia S. A. C.

Av. Arequipa 2875, San Isidro

Lima-Perú

PUBLICADO EN SEPTIEMBRE DEL 2017

Si bien los datos utilizados en este reporte son reunidos por el Consorcio GEM,
el análisis y la interpretación de esta información son de exclusiva responsabilidad
de los autores.

ÍNDICE

Presentación	7
Agradecimientos	9
Resumen ejecutivo	10
1. Introducción	13
1.1. El modelo GEM	14
1.1.1. Las etapas del proceso emprendedor	14
1.1.2. La actividad emprendedora y las fases de desarrollo económico	16
1.2. Metodología GEM	16
1.2.1. La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey o APS)	17
1.2.2. La Encuesta Nacional a Expertos (National Expert Survey o NES)	17
1.2.3. Participación de los países	18
2. Valoración del emprendimiento e intención de emprender	19
2.1. Percepción del emprendimiento a nivel internacional	20
2.2. Valoración del emprendimiento en el Perú	21
3. El emprendimiento en el Perú: una mirada al proceso emprendedor	26
3.1. La actividad emprendedora en etapa temprana	27
3.2. Los emprendedores establecidos	30
3.3. Oportunidad versus necesidad	31
3.4. Dimensión del emprendimiento	33
3.4.1. Concentración de la propiedad	33
3.4.2. Capacidad de creación de empleo	37
3.5. Actividad emprendedora por sectores económicos	38
3.6. Actividad emprendedora orientada hacia innovación, internacionalización y tecnología	40
3.6.1. Innovación a nivel producto-mercado	40
3.6.2. Actividad emprendedora orientada a la tecnología	40
3.6.3. Actividad emprendedora con orientación internacional	41
3.7. Descontinuación de la actividad emprendedora	41
3.8. Financiamiento informal de la actividad emprendedora	44

4. El perfil del emprendedor peruano	46
4.1. Características demográficas del emprendedor	47
4.1.1. Edad	47
4.1.2. Género	48
4.1.3. Educación	49
4.1.4. Situación laboral	51
4.1.5. Ingresos	51
4.2. Aspiraciones emprendedoras	52
4.2.1. Expectativas de crecimiento	52
4.2.2. Emprendedores ambiciosos	53
5. El ecosistema emprendedor peruano	54
5.1. La Encuesta Nacional a Expertos (NES)	55
5.2. Las condiciones marco (EFC) del ecosistema emprendedor a nivel global	57
5.3. Las condiciones del ecosistema emprendedor peruano	58
5.3.1. Condiciones que impulsan e inhiben la actividad emprendedora en el Perú	59
5.4. Recomendaciones para promover la actividad emprendedora en el Perú	60
Bibliografía	62
Apéndices	63
1. Diagrama de flujo sobre la operacionalización de variables para obtener el índice TEA 2016-2017	63
2. Glosario sobre los principales indicadores y terminología en el GEM 2016-2017	64
3. Descripción de las nueve condiciones específicas del contexto emprendedor (EFC)	66
4. Ficha metodológica de la Encuesta a la Población Adulta	68

PRESENTACIÓN



En la actualidad, el emprendimiento es uno de los principales motores de crecimiento de la economía. La relevancia que ha tomado el apostar por el desarrollo de emprendedores ha sido determinante para fortalecer el ecosistema emprendedor peruano. No solo el Gobierno ha redireccionado sus políticas hacia el fomento del emprendimiento innovador, también han surgido iniciativas desde la empresa privada, y la propia sociedad les rinde reconocimiento.

Esta situación era totalmente diferente hace poco más de una década. La dimensión de la actividad emprendedora en el Perú era apenas conocida, las iniciativas se enfocaban principalmente en las pymes, y la percepción sobre los emprendedores no era la más positiva. A ello se sumaba la ausencia de datos, así como la gran variedad de fuentes de información, lo que hacía difícil la comparación con otros países.

El interés por contribuir, desde la academia, a mejorar esta situación y por disponer de investigaciones sobre emprendimiento de carácter global que permitieran al país ser comparable con otros ámbitos internacionales motivó que el Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN asumiera el reto y se uniera al proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el año 2003.

Desde esa época, la Universidad ESAN ha impulsado la producción de conocimiento que potencie el emprendimiento, contribuya a la renovación del sector empresarial peruano y fomente el desarrollo a partir de la innovación. A la fecha, se han publicado ya diez reportes sobre la actividad emprendedora en el país, con los cuales se ha demostrado el enorme potencial emprendedor del Perú y también los grandes desafíos que el ecosistema debe superar para alcanzar el anhelado crecimiento económico sostenible.

El acceso a información confiable y comparable, proporcionada por el informe GEM, ha permitido que los formuladores de políticas cuenten hoy con una herramienta valiosa para desarrollar iniciativas que promuevan la actividad emprendedora tradicional y de alto impacto. Dichos resultados también han contribuido a potenciar las acciones de los demás actores que conforman el ecosistema emprendedor peruano: la empresa privada, las organizaciones sin fines de lucro, la academia e, inclusive, la sociedad en su conjunto. Esperamos que este nuevo reporte continúe contribuyendo al debate y la formulación de políticas que promuevan el emprendimiento y la innovación en nuestro país.

AGRADECIMIENTOS

El equipo GEM Perú agradece a todas aquellas personas que brindaron su generosa colaboración para la realización de este estudio y a los más de dos mil peruanos encuestados, por su gentileza y disposición para participar en la investigación.

Asimismo, agradecemos a quienes respaldaron este proyecto y proporcionaron su apoyo en la realización del informe.

Nuestra especial consideración a los expertos nacionales que amablemente aportaron su valioso tiempo y conocimientos en la edición del GEM Perú 2016-2017.

En orden alfabético (por apellido paterno):

Cayetana Aljovín Gazzani	José Oliden Martínez
Alfonso Atanacio Carbajal	Jorge Paredes León
Giovana Babilonia Ríos	Edgar Patiño Garrido
Jorge Barrenechea Cabrera	María Peña Wong
Fernando Bautista Cabrera	Jorge Peralta Nelson
Madeleine Burns Vidaurrázaga	Javier Roca Fabian
Paola Bustamante Suárez	Walter Rojas Echevarría
Miguel Calderón Rivera	Orlando Romero Casildo
Juan Calisto Aguirre	Javier Rosas Del Portal
Jaime Castro Calderón	Gonzalo Ruiz Díaz
Raúl Choque Larrauri	Joaquín Sánchez Chamocho
Aldo Defilippi Traverso	Guido Sánchez Yábar
Walter Eyzaguirre Vásquez	Jorge Solórzano Aróstegui
Marcela Huaita Alegre	Carlos Tamayo Caparó
Rolando Liendo Chicata	Luis Terrones Morote
Erick Mallqui Moreno	Urpi Torrado Hudson
Giancarlo Marchesi Velásquez	Carlos Torres Morales
Angélica Matsuda Matayoshi	Luis Torres Paz
Ana Mendo Llanos	Abraham Vaisberg Wolach
Tula Mendoza Farro	Zeleste Vela Timoteo
Isabel Mendoza Navarro	Teresa Velásquez Bracamonte
Luis Montes Bazalar	Erick Verano Meza
Martin Morante Otoyá	Karen Weinberger Villarán
Mauricio Moscoso Bartra	



Foto: <http://www.iStockphoto.com/es>

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se creó hace 18 años. Actualmente, se ha convertido en un referente internacional para diagnosticar el grado de evolución de los ecosistemas emprendedores en el mundo.

El Perú se sumó a esta iniciativa en el año 2004. Desde entonces, el monitoreo de nuestra actividad emprendedora y de los factores que impulsan o inhiben la dinámica del proceso emprendedor ha servido de base para el desarrollo de diversas iniciativas públicas y privadas. A lo largo de estos años, el Estado ha desarrollado políticas y programas en pro del fortalecimiento de los emprendedores tradicionales y de aquellos reconocidos por su elevado potencial de crecimiento e innovación; mientras que las empresas privadas se han enfocado a impulsar la generación de iniciativas empresariales e innovaciones dentro y fuera de sus organizaciones.

Para esta edición del GEM Perú 2016-2017, uno de los primeros resultados positivos que nos proporciona el estudio es el mantenimiento de la valoración favorable del emprendimiento por parte de la población. En nuestro

país, los puntajes obtenidos para este indicador superan el promedio de las economías basadas en eficiencia y el promedio de los países que conforman la región Latinoamericana.

Las percepciones sobre la existencia de oportunidades para emprender y las capacidades para aprovecharlas también se han mantenido por encima de los niveles de la región. El 71.6% de los emprendedores en etapa temprana considera que el mercado ofrece las oportunidades apropiadas para emprender, mientras que un 87.1% considera que cuenta con la capacidad para aprovecharlas y convertirlas en negocios de éxito. Finalmente, el miedo al fracaso se ha ido reduciendo con el paso del tiempo, y alcanza un 22.1% en esta edición.

El Perú continúa siendo uno de los países más emprendedores de la región y se encuentra entre los primeros cuatro con mayor actividad emprendedora dentro del grupo de las economías basadas en eficiencia. La tasa de emprendimiento en etapa temprana (TEA) alcanza el 25.1%. A nivel global, la economía peruana ocupa la sexta posición. Respecto a los años anteriores, el dinamismo emprendedor se mantiene firme y

se aprecia el desarrollo emergente de un mayor número de iniciativas innovadoras con potencial de crecimiento.

Lamentablemente, la tasa de cierre continúa manteniéndose por encima de la tasa de las economías basadas en eficiencia. Para este año, el porcentaje de discontinuación ascendió a 6.1%. Todo indicaría que las razones más importantes por las cuales los emprendedores peruanos discontinúan un negocio están asociadas a su falta de capacidades, compromiso o conocimiento. Si bien estos resultados pueden considerarse desalentadores, también representan una oportunidad para los formuladores de políticas, pues destacan la relevancia de la educación emprendedora para reducir el nivel en que se encuentra este indicador.

En cuanto a la motivación para emprender, se observa que el 68.6% de los emprendimientos en etapa temprana es el resultado del aprovechamiento de oportunidades, mientras que el 12.8% lo es por necesidad. La evolución de estos indicadores para el caso peruano permite identificar que la naturaleza del emprendimiento está cambiando,

de manera sostenida, en favor del aprovechamiento de oportunidades.

En el caso de los emprendimientos peruanos en etapa temprana, el sector orientado al consumidor posee un marcado predominio. El 63% de todos los emprendimientos en etapa temprana pertenecen a esta categoría.

La novedad o innovación en el producto aún resulta una tarea difícil para los emprendedores. Solo el 15.9% de los emprendedores en etapa temprana y el 10% de los emprendedores establecidos consideran que ofrecen un producto novedoso para todos sus clientes.

El bajo nivel de uso de tecnologías innovadoras también se evidencia como una limitante para nuestros emprendimientos. La mayoría de estos utilizan, dentro de su proceso

de producción, tecnologías con una antigüedad mayor a los 5 años. Esta es la situación del 71.2% de emprendedores en etapa temprana y del 88.3% de los establecidos. El impacto directo de esta realidad se aprecia en los bajos niveles de productividad. Estos ocasionan que los emprendedores sean fácilmente superados por competidores internacionales que cuentan con tecnologías más avanzadas.

El nivel de internacionalización en los emprendimientos peruanos continúa siendo bajo. Más del 80% de empresas en etapa temprana y establecida tienen un negocio orientado exclusivamente a los consumidores locales.

Los emprendedores con expectativas de alto crecimiento (más de 20 empleados en 5 años) representan solo el 24.9% del total de los emprendimientos en etapa temprana. Frente a los

emprendedores establecidos, los emprendedores en etapa temprana se muestran más ambiciosos en términos de innovación en producto-mercado, generación de empleo y uso de tecnologías.

Con relación al ecosistema emprendedor, los factores que potencian la dinámica emprendedora son el apoyo de la sociedad al emprendimiento, y la educación emprendedora a nivel superior, tanto técnica como universitaria.

Por otro lado, según los expertos, las políticas gubernamentales, la transferencia de I + D, el acceso a infraestructura comercial y profesional, así como los costos laborales son las condiciones que continúan actuando en contra de la generación de emprendimientos en nuestro país.

Lima PERUVIAN FOOD

BOO-YA

Lomo Saltado
FLAME-SEARED - \$9.99
FIAT-IRON STEAK

Soco de Pollo
chicken breast
MARINATED IN
WINE CILANTRO
Stew \$7.99



Foto: Archivo ESAN

1. INTRODUCCIÓN

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es considerado como la mayor iniciativa de investigación sobre la actividad emprendedora a nivel mundial (Bergmann, Mueller & Schrette, 2014). El proyecto fue creado en 1997 gracias a un esfuerzo conjunto de Babson College y London Business School. En 1999 se realizó el lanzamiento del primer reporte, con 10 países participantes¹. En esta edición, 65 países provenientes de cinco continentes son los que participan en la investigación.

El GEM fue diseñado con la finalidad de proporcionar información confiable y comparable que permita estudiar la compleja relación entre emprendimiento y crecimiento económico (Reynolds, Hay & Camp, 1999). Asimismo, el proyecto busca promover la formulación de políticas basadas en evidencia que mejoren la actividad emprendedora en los países (Reynolds, Hay & Camp, 2005).

Sus principales objetivos son:

- Comparar las características y los niveles de actividad emprendedora entre los países.
- Determinar cuánto influye la actividad emprendedora en el crecimiento económico de cada país.

1. En un inicio, los países considerados fueron los del grupo G7: Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y los Estados Unidos, más tres países adicionales: Dinamarca, Finlandia e Israel.

- Descubrir los factores que determinan la naturaleza y el nivel de actividad emprendedora en cada país.
- Orientar la formulación de políticas que promuevan el desarrollo de la actividad emprendedora y su ecosistema a nivel nacional.

1.1. EL MODELO GEM

El GEM está basado en un modelo conceptual que relaciona de forma directa el emprendimiento con los mecanismos que afectan el crecimiento económico de un país. El modelo cuenta con tres principios fundamentales: primero, considera el emprendimiento como un proceso que se desarrolla dentro de un contexto político, social e histórico; segundo, reconoce que este proceso es realizado por individuos con actitudes y aspiraciones; y, tercero, explica las principales razones por las cuales algunas economías crecen más rápido que otras.

1.1.1. Las etapas del proceso emprendedor

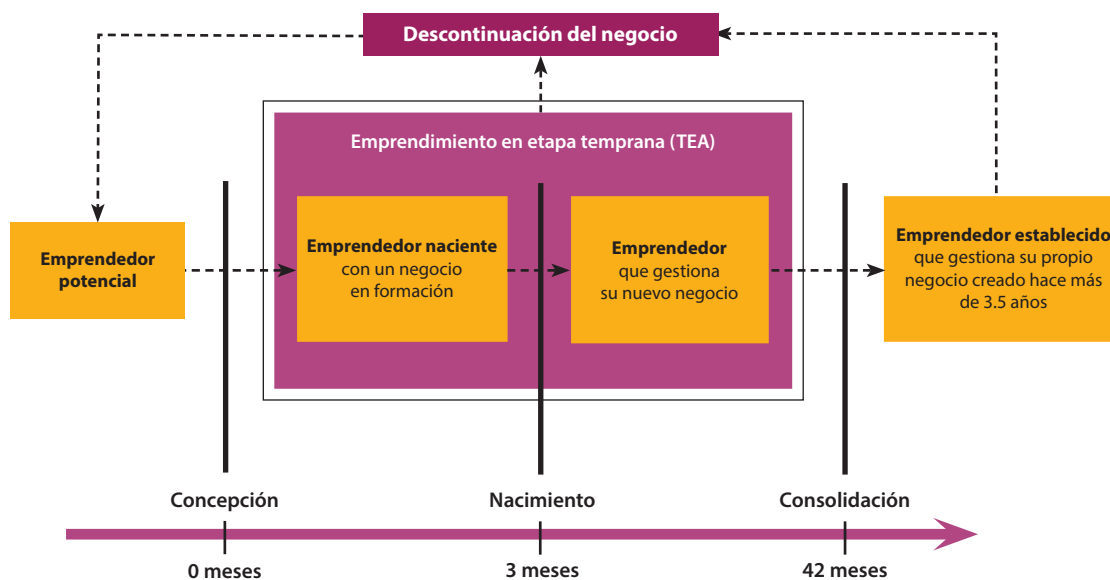
El GEM, a diferencia de otros proyectos de similar temática y envergadura, que basan su medición en el registro de empresas, analiza el emprendimiento bajo una perspectiva cíclica que se inicia, se desarrolla, se consolida y, en algunos casos, se reinventa.

Bajo ese enfoque, el GEM también analiza a aquellas personas que generan emprendimientos sin formar parte del sistema formal (situación frecuente en países en vías de desarrollo) o que cierran los negocios en etapa temprana. Así, el GEM define el emprendimiento como: «Cualquier intento de crear nuevos negocios o nuevas empresas, como por ejemplo, el autoempleo, la creación de una organización empresarial, o la expansión de un negocio existente; llevados a cabo por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido» (Reynolds *et al.*, 2005: 223).

En la figura 1 se muestran las principales etapas del proceso emprendedor bajo la óptica del GEM, y la clasificación de los emprendedores de acuerdo con el nivel y la antigüedad del negocio.

En la primera fase se encuentran los emprendedores potenciales. Estas personas consideran que cuentan con las principales competencias y recursos para poner en marcha un negocio. Su iniciativa es impulsada por alguna de las siguientes razones o por ambas: aprovechar las oportunidades que brinda el mercado o cubrir la necesidad de generar su propio empleo. La mayoría de los emprendedores potenciales continúan el proceso de creación de empresa, es decir, deciden arriesgar recursos y tiempo para desarrollar su emprendimiento. En la segunda

Figura 1. El proceso emprendedor



Fuente: Adaptada de Reynolds *et al.* (2005).

fase están los emprendedores nacientes o en gestación. Aquí se incluye a las personas que están involucradas en la puesta en marcha de una empresa y a quienes recién la están operando (emprendedores que han pagado salarios a sus empleados y/o a ellos mismos hasta por un máximo de 3 meses).

En la tercera fase, se encuentran los emprendedores que poseen y gestionan su nuevo negocio y que han pagado salarios durante un período mayor de 3 meses pero menor de 42 meses. Ellos son los denominados emprendedores nuevos.

El GEM focaliza su atención en la etapa temprana del emprendimiento (*early stage*),

aquella que involucra a los emprendedores nacientes y nuevos. Esta etapa es considerada el componente dinámico de la actividad emprendedora y da origen a una de las medidas claves del GEM: el índice TEA (*total entrepreneurial activity*).

La cuarta fase del proceso emprendedor corresponde a la de los emprendedores establecidos; aquellos propietarios-gerentes que han pagado salarios a sus empleados o a ellos mismos durante más de 42 meses o 3.5 años².

2. El punto de corte de 42 meses para los propietarios de negocios establecidos se ha determinado por una combinación de consideraciones teórico-prácticas (Reynolds *et al.*, 2005).

Dentro de este proceso emprendedor también se encuentran las personas que han discontinuado un negocio en los últimos 12 meses. Es decir, aquellos emprendedores nacientes, nuevos o establecidos que se retiran del negocio que habían iniciado y/o gestionado.

La naturaleza del emprendimiento en etapa temprana no solo permite realizar un análisis desde el enfoque de creación de nuevas empresas, sino también desde las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento, así como desde la propia actividad emprendedora y sus aspiraciones.

Las actitudes y percepciones permiten conocer la visión y

► 1. INTRODUCCIÓN

orientación del emprendedor y de la población en general acerca de las oportunidades existentes en el mercado y la importancia y reconocimiento otorgado al emprendimiento en la sociedad.

La actividad emprendedora mide el número de negocios creados y su naturaleza; finalmente, las aspiraciones emprendedoras indagan sobre la forma como un emprendedor busca competir una vez iniciado su negocio y sobre sus planes de crecimiento o expansión.

1.1.2. La actividad emprendedora y las fases de desarrollo económico

El GEM clasifica a los países (más específicamente, a las economías de los países) de acuerdo con la fase de desarrollo económico en que se encuentran según las categorías usadas en el Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial (Schwab & Sala-

i-Martín, 2012). Esta clasificación se sustenta en el PBI per cápita y la proporción de bienes primarios en las exportaciones, entre otros indicadores. Estas categorías son: economías basadas en recursos, economías basadas en eficiencia y economías basadas en innovación. La figura 2 resume las características y el enfoque clave para el desarrollo de cada tipo de economía.

Finalmente, el modelo conceptual GEM, que se muestra en la figura 3, ilustra los componentes claves de la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico, así como la interacción entre ellos y los instrumentos utilizados para su medición. Los requisitos básicos, los potenciadores de eficiencia y las condiciones del entorno que afectan el emprendimiento (*entrepreneurial framework conditions* o EFC, por sus siglas en inglés) se miden por medio de la Encuesta Nacional a Expertos (National Expert Survey o NES, por

sus siglas en inglés). Del mismo modo, el perfil emprendedor, que considera las actitudes, percepciones, actividades y aspiraciones emprendedoras, es recogido mediante la Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey o APS, por sus siglas en inglés).

1.2. METODOLOGÍA GEM

El GEM hace uso de métodos estandarizados y armonizados para todos los países que conforman el estudio con la finalidad de hacer posible la comparación entre estos. Su metodología se basa en la aplicación de dos instrumentos con los que se recopila información primaria: la Encuesta a la Población Adulta y la Encuesta Nacional a Expertos. Además, se emplean diversas fuentes secundarias para complementar los indicadores de emprendimiento, entre los que destacan las bases de datos del Banco Mundial, el Fondo

Figura 2. Fases del desarrollo económico

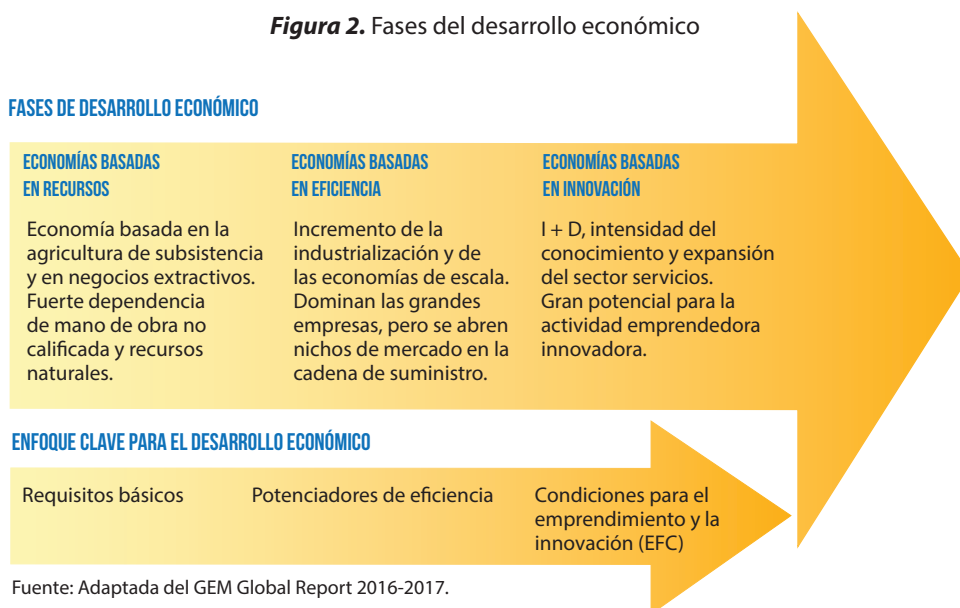
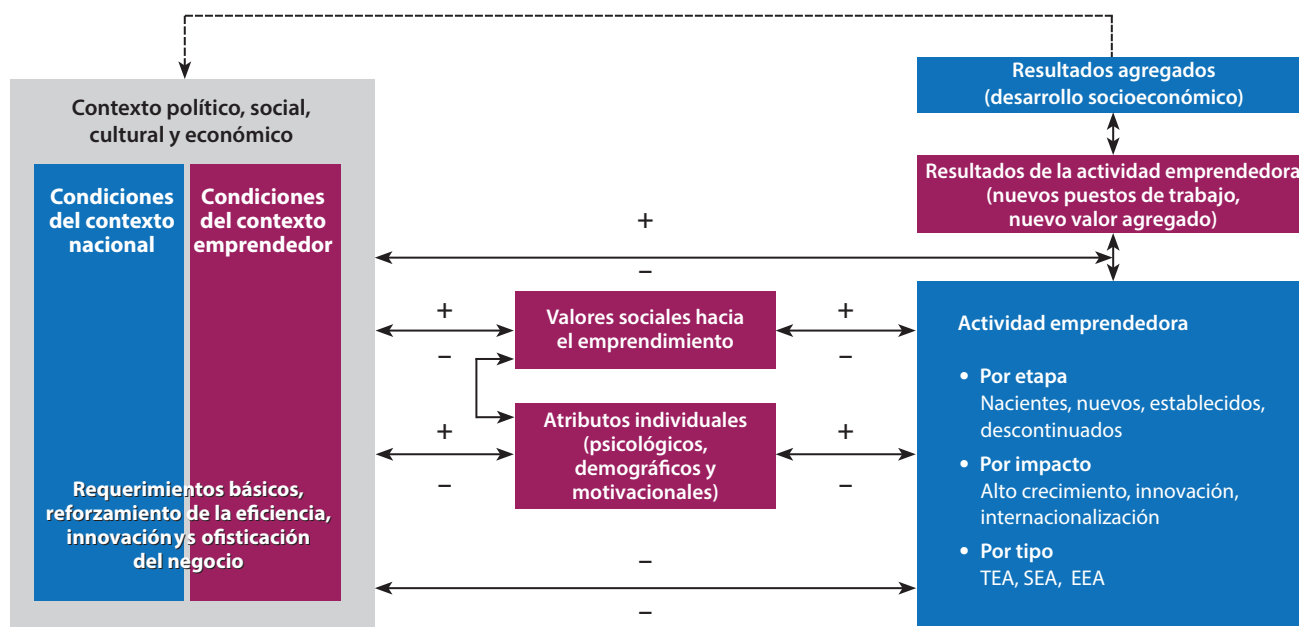


Figura 3. Modelo GEM



Fuente: GEM Global Report 2016-2017.

Monetario Internacional y las Naciones Unidas.

1.2.1. La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey o APS)

El GEM recoge la participación de las personas en iniciativas de emprendimiento, así como sus actitudes y aspiraciones frente a acciones emprendedoras, a través de la Encuesta a la Población Adulta. Los resultados se presentan en forma de indicadores con miras a facilitar la comprensión y la evolución de las características del emprendimiento peruano a lo largo del tiempo.

La encuesta se realiza anualmente en cada país participante y es

aplicada a un mínimo de 2,000 personas de ambos sexos, cuyas edades están comprendidas entre los 18 y los 64 años. La recolección de los datos está a cargo de empresas nacionales de investigación de mercados, seleccionadas por el equipo GEM de cada país. En el caso peruano, esta recolección fue encargada a Imasen, empresa que trabajó con una muestra de 2,080 personas dentro del territorio nacional para esta edición.

Una vez recopilada toda la información proveniente de la muestra, esta es enviada al equipo coordinador central del GEM para que construya los indicadores claves del estudio. El proceso está sometido a rigurosos controles de

calidad, que identifican y corrigen inconsistencias, con la finalidad de obtener resultados confiables y comparables entre los países.

1.2.2 La Encuesta Nacional a Expertos (National Expert Survey o NES)

La Encuesta Nacional a Expertos es aplicada a un mínimo de 36 expertos cada año. Los requisitos de esta muestra son los siguientes: por lo menos el 25% de los expertos debe ser emprendedor y el 50% debe ser profesional. Este grupo es seleccionado por los equipos nacionales de cada país sobre la base de su experiencia y conocimiento en alguna de las nueve áreas principales en las que se categorizan las EFC.

► 1. INTRODUCCIÓN

1.2.3. Participación de los países

Los 65 países participantes del GEM 2016-2017 han sido clasificados, al igual que en años anteriores,

según la fase del desarrollo en la que se encuentran y las regiones geográficas a las que pertenecen. Todo ello permite alcanzar una mejor comprensión de los

indicadores de emprendimiento y facilita su comparación entre naciones (tabla 1).

Tabla 1. Países participantes del estudio GEM 2016-2017

	Economías basadas en recursos	Economías basadas en eficiencia	Economías basadas en innovación
África	Burkina Faso Camerún Senegal	Sudáfrica Egipto Marruecos	
Asia y Oceanía	India Irán Kazajistán	Arabia Saudita China Georgia Indonesia Jordania Líbano Malasia Tailandia Turquía	Australia Catar Emiratos Árabes Hong Kong Israel Japón República de Corea Taiwán
Latinoamérica y el Caribe		Argentina Belice Brasil Chile Colombia Ecuador El Salvador Guatemala Jamaica México Panamá PERÚ Uruguay	Puerto Rico
Europa	Rusia	Bulgaria Croacia Hungría Letonia Macedonia Polonia Eslovaquia	Alemania Austria Chipre Estonia Eslovenia España Finlandia Francia Grecia Irlanda Italia Luxemburgo Países Bajos Portugal Reino Unido Suecia Suiza
América del Norte			Canadá Estados Unidos

Fuente: GEM Global Report 2016-2017.

CHICHARRONES

! Famosa por sus chicharrones!

PRECIOS DEPENDIENDO DE LO QUE
PESE LA PRESA A ESCOGER :

1 Kg. de chicharrón 30.00

(Con camote frito+salsa criolla)

1/2 Kg. de chicharrón 14.00

(Con camote frito+ salsa criolla)

1 Porción de chicharrón 20.00

(Con camote frito+salsa criolla)

Porción de Camote frito 5.00

Porción de salsa criolla 3.00

Tamales de Pollo o Chancho 5.00

(Con salsa criolla)

Porción de Cancha 2.00

SANDWICHES

Chicharrón 7.00

(camote frito+salsa criolla)

Pavo 5.00

(lechuga+salsa criolla)

Asado 5.00

(lechuga+salsa

Pollo

lechuga+to

Peso Sólo Completo

(Sin camote (con camote +

ni Salsa criolla) Salsa criolla)

Nuevos Nuevos

Soles Soles

1000 50.00

900 45.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

500 25.00

Foto: <http://www.istockphoto.com/es>

2. VALORACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO E INTENCIÓN DE EMPRENDER

El GEM analiza la forma como la sociedad en general valora la actividad emprendedora y su predisposición hacia ella. Al respecto, percibir buenas oportunidades en el mercado y considerar tener la capacidad para aprovecharlas, no es suficiente para asegurar el éxito de un negocio. Sin embargo, un ecosistema que desarrolla una imagen favorable sobre los emprendedores y motiva actitudes positivas hacia el emprendimiento sienta las bases para estimular el espíritu emprendedor e incentivar la decisión de iniciar un nuevo negocio. En el presente capítulo se analiza cómo se desarrollan estas percepciones y actitudes hacia el emprendimiento, así como la intención emprendedora, a nivel global y, específicamente, dentro del contexto peruano.

2.1. PERCEPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL

Según McMullen y Shepherd (2006), luego de percibir las oportunidades, las personas reflexionan sobre la conveniencia y la viabilidad de aprovecharlas. Estos autores también afirman que, durante esta etapa, el miedo al fracaso puede convertirse en un factor disuasivo para emprender.

Al respecto, el GEM evalúa las percepciones y actitudes individuales que las personas tienen hacia el emprendimiento. Para ello

trabaja con tres indicadores: i) la consideración que en los próximos seis meses existirán buenas oportunidades para iniciar un negocio, ii) la percepción de contar con las capacidades (conocimientos, habilidades y experiencias) necesarias para emprender, y iii) el miedo al fracaso.

Por otro lado, también se evalúa la valoración del emprendimiento por parte de la sociedad en su conjunto. Para ello se consideran tres indicadores: i) la percepción del emprendimiento como una buena elección de carrera, ii) el estatus y prestigio que otorga iniciar un negocio, y iii) la atención mediática que se le da al emprendimiento en el país. Finalmente, se analiza la intención por emprender que tienen las personas.

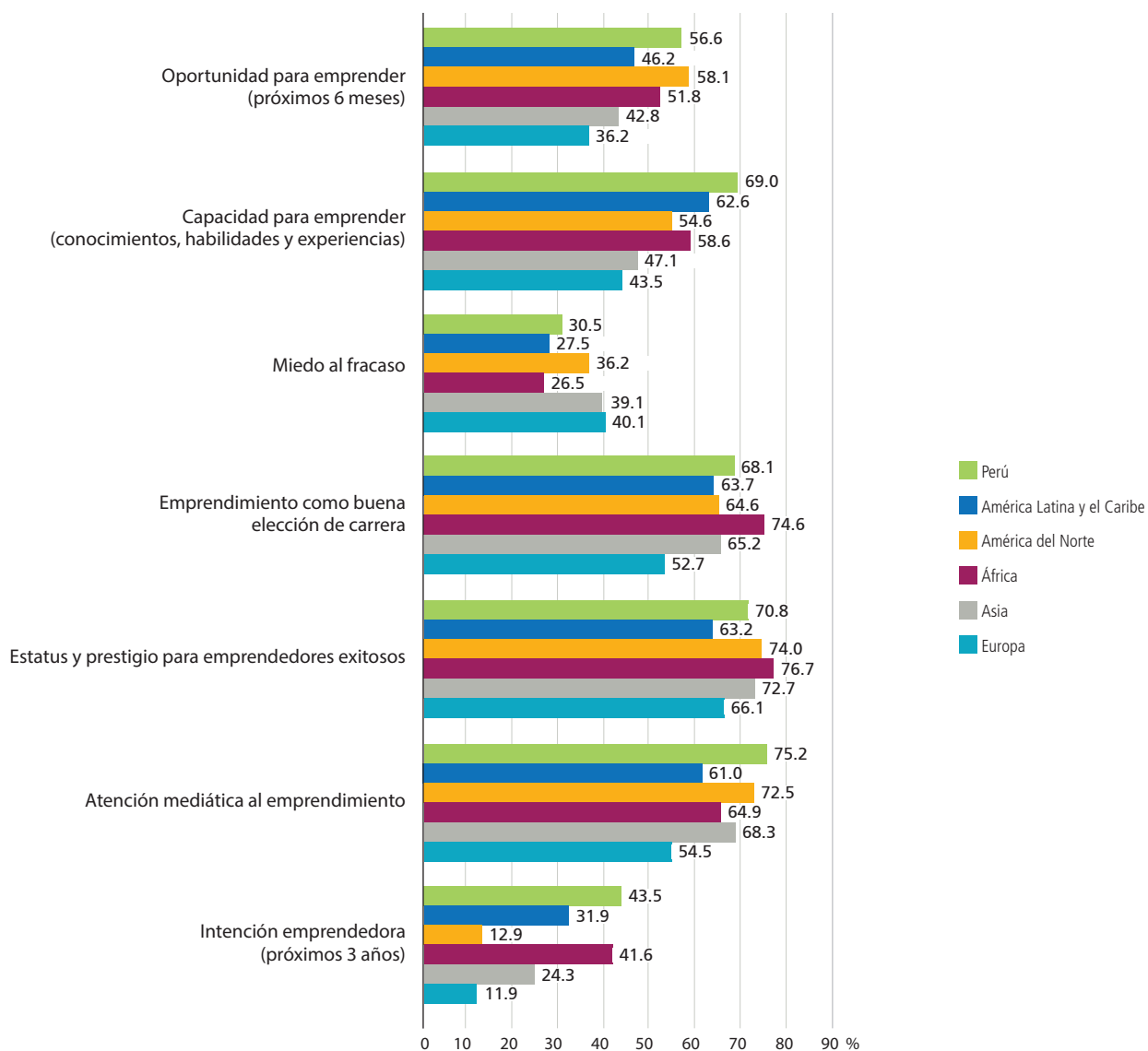
La tabla 2 presenta estos indicadores para los países participantes del estudio GEM en esta edición. Si bien estos indicadores varían de manera importante de un país a otro, se identifican algunos patrones relacionados con el nivel de desarrollo económico. Por ejemplo, la capacidad percibida para emprender se incrementa conforme se pasa de una economía basada en recursos a una basada en innovación. En cambio, el miedo al fracaso, la percepción de estatus y prestigio que ofrece el emprender un negocio, y la intención de emprender tienen un comportamiento opuesto, y son

mayores en las economías basadas en recursos.

La figura 4 presenta estos indicadores por regiones geográficas. De acuerdo con ella, la población de América del Norte destaca por percibir altas oportunidades para emprender en los próximos seis meses (58.1%), por considerar que el emprendimiento genera prestigio y estatus (74.2%), y creer que los medios de información ofrecen una alta atención a temáticas vinculadas con el emprendimiento (72.5%). La población de América Latina sobresale por considerar que cuenta con las capacidades necesarias para emprender (62.6%) y por poseer un bajo miedo al fracaso (27.5%). La población de África cuenta con altos puntajes en todos los indicadores. La población de Asia se distingue, principalmente, por considerar que el emprendimiento genera estatus y prestigio (72.7%). Por su parte, la población de Europa no destaca en ningún indicador. Los puntajes de la región europea se encuentran dentro del promedio.

Las variaciones encontradas en los indicadores previamente analizados guardan una mayor relación con la región geográfica antes que con las fases de desarrollo económico. Esto demostraría que las percepciones y actitudes emprendedoras responderían más a aspectos culturales y políticos propios de una región antes que a modelos económicos y al nivel de desarrollo de los países.

Figura 4. Percepciones, valoraciones e intención de emprender, por región geográfica, GEM 2016-2017



Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

2.2. VALORACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN EL PERÚ

En el Perú, los puntajes obtenidos para los indicadores de percepción, actitud y valoración hacia el emprendimiento (con excepción

del miedo al fracaso) superan al promedio de las economías basadas en eficiencia y al promedio de los países que conforman la región Latinoamericana. Pese a ello, en los últimos ocho años, estos indicadores muestran una marcada tendencia a disminuir.

Tal como se observa en la figura 5, la percepción de oportunidades para emprender y la capacidad para emprender pasaron de 61% y 74%, respectivamente, en el año 2009, a 56.6% y 69%, respectivamente, en esta última edición.

► 2. VALORACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO E INTENCIÓN DE EMPRENDER

Tabla 2. Percepciones, valoraciones e intención de emprender por país y fase de desarrollo económico, GEM 2016-2017

	Países	PERCEPCIONES HACIA EL EMPRENDIMIENTO					
		Oportunidad para emprender (próximos 6 meses)		Capacidad para emprender (conocimientos, habilidades y experiencias)		Miedo al fracaso	
		Posición	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición	Puntaje
Economías basadas en recursos	Burkina Faso	6	61.9	3	76.7	65	17.9
	Camerún	5	63.8	4	75.8	61	23.0
	India	27T	44.3	41T	44.0	30	37.5
	Irán	46	34.4	15	59.3	12	43.8
	Kazajistán	29	44.2	30	50.0	48T	30.5
	Rusia	64	17.9	63	28.4	10	44.8
	Total		44.4		55.7		32.9
Economías basadas en eficiencia	Argentina	27T	44.3	12T	61.2	58	25.8
	Belice	3	71.8	1	84.6	55T	26.1
	Brasil	35	40.2	24	53.6	34	36.1
	Bulgaria	63	21.0	53	39.7	59	25.1
	Chile	17	50.4	12T	61.2	55T	26.1
	China	42	37.3	62	29.8	6	49.1
	Colombia	16	51.4	10	67.9	63	21.0
	Croacia	61	24.6	29	50.2	35	35.8
	Ecuador	24	45.5	5	71.3	57	25.9
	Egipto	14	53.5	38	46.4	51.0	27.6
	El Salvador	38	38.9	7	70.6	47	30.8
	Georgia	50T	29.5	48	41.6	53T	26.5
	Guatemala	23	48.2	11	61.6	39	34.1
	Hungría	49	30.1	54	38.4	13	43.2
	Indonesia	30	43.1	19	55.1	26	38.8
	Jamaica	4	64.4	2	83.5	60	24.5
	Jordania	48	30.5	33	48.4	11	44.3
	Letonia	47	31.9	31	49.9	16	41.1
	Líbano	7	59.6	9	68.0	62	22.5
	Macedonia	39	38.4	21	54.5	38	34.4
	Malasia	58	25.4	64	28.3	33	36.7
	México	37	39.4	52	40.7	53T	26.5
	Marruecos	26	45.0	16	56.1	42	32.9
	Panamá	31	42.4	34T	48.0	52	27.4
	PERÚ	11	56.6	8	69.0	48T	30.5
	Polonia	36	39.5	14	60.2	8	47.6
	Arabia Saudita	1	81.5	6	70.7	23	39.4
	Eslovaquia	62	23.0	41T	44.0	21	39.7
Sudáfrica	45	35.0	55	37.9	44T	31.2	
Tailandia	40	37.7	44	43.5	3	52.1	
Turquía	19	49.6	22	54.2	46	30.9	
Uruguay	52T	28.6	17	55.6	50	29.7	
Total		42.4		54.5		33.2	
Economías basadas en innovación	Australia	20	49.3	26	52.3	14	42.9
	Austria	33	42.2	32	49.6	32	37.1
	Canadá	8	59.0	23	54.1	24	39.0
	Chipre	43	35.9	25	52.4	4	50.2
	Estonia	15	52.3	43	43.7	15	41.2
	Finlandia	21	49.1	58	35.8	29	37.6
	Francia	52T	28.6	57	36.3	20	40.3
	Alemania	41	37.6	56	37.4	17T	41.0
	Grecia	65	13.0	47	41.7	2	52.7
	Hong Kong	10	56.8	60	32.4	31	37.3
	Irlanda	25	45.2	40	44.9	22	39.6
	Israel	13	53.7	50	41.1	7	48.7
	Italia	52T	28.6	61	31.2	5	49.4
	República de Corea	44	35.3	39	45.1	43	31.5
	Luxemburgo	18	49.8	51	40.8	9	45.8
	Países Bajos	12	54.3	49	41.2	28	37.9
	Portugal	50T	29.5	46	42.4	27	38.1
	Puerto Rico	60	25.1	36	47.9	64	20.1
	Catar	22	48.4	28	50.6	36	35.4
	Eslovenia	59	25.3	27	51.8	40	33.8
	España	57	25.6	37	46.7	25	38.9
	Suecia	2	78.5	59	35.5	19	40.8
	Suiza	34	41.4	45	43.3	44T	31.2
	Taiwán	55	26.5	65	25.2	17T	41.0
	Emiratos Árabes	56	25.8	18	55.2	1	54.4
	Reino Unido	32	42.3	34T	48.0	37	35.2
	EE. UU.	9	57.3	20	55.0	41	33.3
Total		41.3		43.8		39.8	

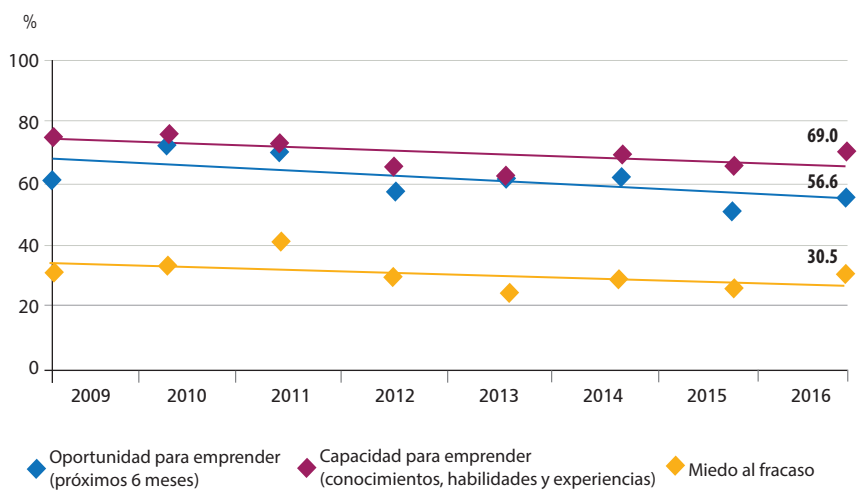
Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

► 2. VALORACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO E INTENCIÓN DE EMPRENDER

VALORACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DENTRO DE LA SOCIEDAD						Intención emprendedora (próximos 3 años)	
Emprendimiento como buena elección de carrera		Estatus y prestigio para emprendedores exitosos		Atención mediática al emprendimiento			
Posición	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición	Puntaje
6	80.6	1	90.6	22	67.2	2	63.7
40	57.3	32	69.2	33	60.2	15	34.4
57	44.4	61	46.7	61	39.7	40	14.9
52	52.4	10	80.5	37	57.9	5	45.3
10	74.3	9	82.0	10	75.0	33	16.8
31	63.4	39	65.6	52	48.9	65	2.1
	62.1		72.4		58.2		29.5
36	61.7	58	50.4	35	58.5	18	28.0
24T	65.6	26	71.3	48	51.3	8	42.9
-	-	-	-	-	-	19	27.7
50	52.9	35	66.9	59	40.7	61	7.1
24T	65.6	40	63.8	32	60.3	6	44.7
19	70.3	18	77.8	4	79.3	27	21.3
23	67.2	20	76.2	44	54.2	3	49.6
34	62.2	62	45.6	53	47.2	32	18.2
37	59.5	45	61.1	19	69.5	13	36.7
3	83.4	2	87.1	26	62.1	1	63.8
16	71.5	55	52.6	50T	49.6	16	33.4
17	71.4	12	79.7	39	57.6	44	12.8
1	95.2	16	78.3	25	63.7	12	37.0
51	52.8	27	71.0	60	40.6	39	15.1
20	69.0	13	79.3	7	77.1	25	23.2
2	85.2	4	84.5	1	87.2	11	37.9
12	73.5	7T	82.3	11	74.7	35T	16.4
45	55.2	52	57.8	42	56.3	31	18.9
-	-	-	-	-	-	9	40.5
27	64.8	51	58.5	30T	60.7	23	24.9
58	44.1	59	50.3	41	56.4	64	4.9
56	44.5	60	47.2	58	41.0	49	11.1
7	79.3	50	58.7	30T	60.7	14	36.2
33	63.2	49	59.7	54	46.8	54	9.7
22	68.1	28	70.8	9	75.2	7	43.5
35	61.9	53	56.2	38	57.7	28	20.8
4	81.3	15	78.7	8	75.9	24	23.9
54	50.6	48	60.1	29	60.9	58	8.0
15	72.6	17	78.1	13	74.2	52T	10.1
11	73.7	22	73.6	5	78.3	26	22.6
5	80.8	24	72.1	43	55.8	17	30.3
39	58.7	54	55.8	34	58.8	22	25.5
	66.9		66.9		61.1		26.4
46	54.2	25	71.5	12	74.3	45	12.3
-	-	-	-	-	-	50T	10.4
26	65.5	23	73.5	14	72.6	41	14.0
14	72.7	38	65.7	57	42.4	34	16.7
49	53.2	41	63.6	46	52.7	35T	16.4
60	40.3	6	83.0	17	71.4	50T	10.4
41	57.1	33T	69.0	56	45.2	38	15.7
53	51.8	14	78.9	49	50.5	62	6.2
30	63.6	37	65.9	62	38.5	57	8.1
44	55.4	42T	63.4	18	70.8	37	16.3
43	56.3	5	83.1	16	72.2	43	12.9
28	64.2	3	85.5	45	53.8	29	20.6
32	63.3	30	69.7	47	52.3	52T	10.1
55	45.3	46T	60.2	21	67.8	20	27.5
59	42.1	31	69.6	55	45.9	46	11.9
8	77.9	46T	60.2	40	57.3	60	7.4
21	68.8	42T	63.4	20	68.8	42	13.3
62	21.5	57	50.5	6	77.5	30	19.4
18	71.2	11	80.4	23	66.7	10	38.9
42	56.8	33T	69.0	24	65.9	48	11.4
47	53.7	56	50.7	50T	49.6	63	5.1
48	53.6	29	69.9	27	62.0	56	8.4
61	38.9	36	66.0	36	58.3	59	7.9
13	73.2	44	62.2	2	83.9	21	25.8
9	75.1	7T	82.3	3	83.8	4	48.3
38	58.8	19	77.2	28	61.1	55	9.1
29	63.7	21	74.4	15	72.4	47	11.7
	57.6		69.6		62.2		15.4

► 2. VALORACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO E INTENCIÓN DE EMPRENDER

Figura 5. Evolución de los indicadores de percepción hacia el emprendimiento en el Perú, GEM Perú 2009-2016

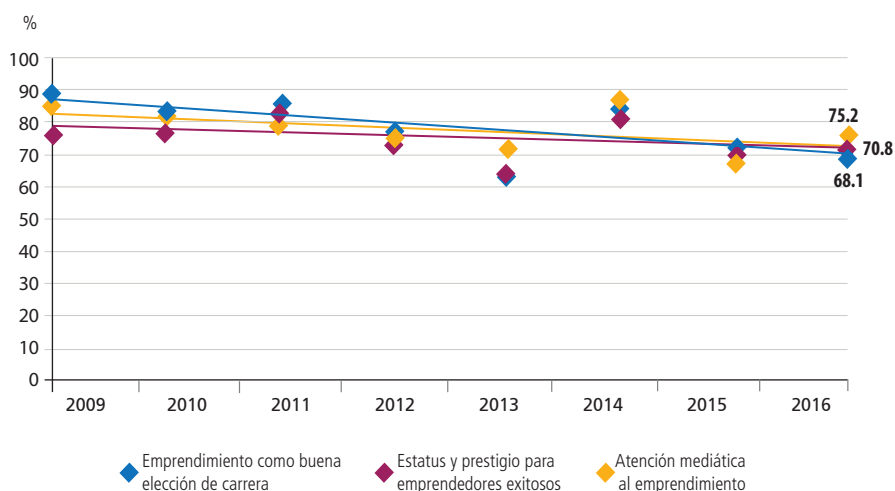


Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

De igual forma, en la figura 6 se observa que la valoración del emprendimiento como buena elección de carrera, el emprendimiento como fuente de prestigio y estatus, y la atención

mediática al emprendimiento también cuentan con una clara tendencia a la baja. Por otra parte, un hecho positivo es que el miedo al fracaso mantiene una reducción constante.

Figura 6. Evolución de los indicadores de valoración hacia los emprendedores dentro de la sociedad, GEM Perú 2009-2016



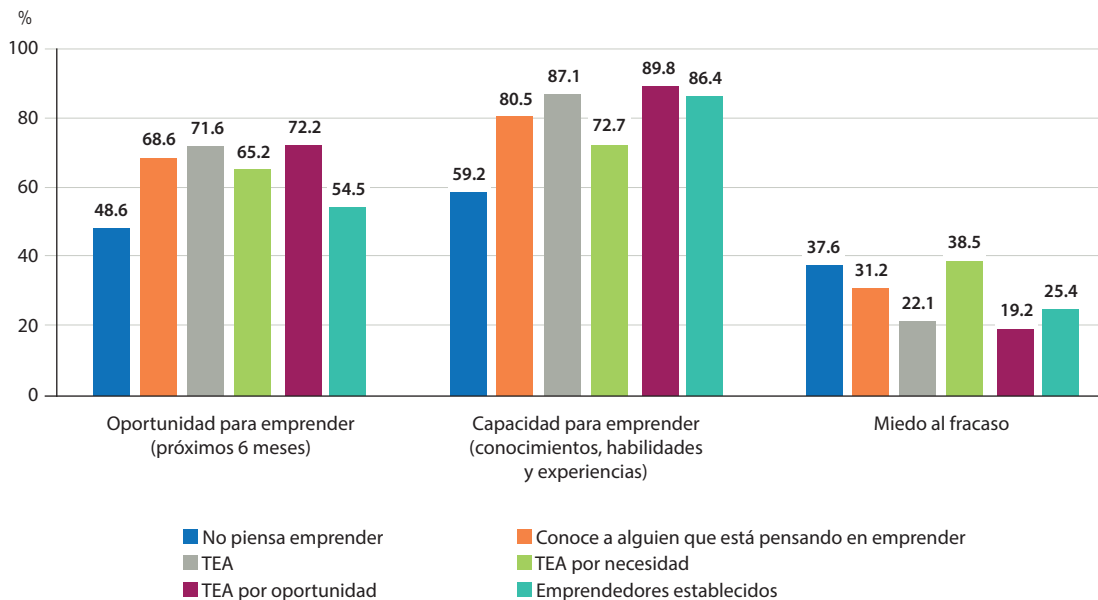
Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Un análisis más detallado de estos indicadores para el caso peruano se presenta en la figura 7. En ella se analizan los puntajes obtenidos para seis perfiles de individuos con diferentes niveles de vinculación hacia el emprendimiento. Estos perfiles son: i) personas que no piensan emprender próximamente, ii) personas que conocen a alguien que está pensando en emprender, iii) emprendedores en etapa temprana, iv) emprendedores en etapa temprana motivados por necesidad, v) emprendedores en etapa temprana motivados por oportunidad, y vi) emprendedores con negocios establecidos. Tal como se puede apreciar, existen diferencias importantes por perfil.

Las personas que no tienen interés por emprender presentan los niveles más bajos en cuanto a percepción de oportunidad para emprender (48.6%) y a percepción de contar con la capacidad para emprender (59.2%). Asimismo, cuentan con uno de los niveles más altos en lo que respecta a temor al fracaso (37.6%). Estos valores se deberían al poco interés que les genera la idea de poner en marcha un negocio.

El segundo segmento está conformado por personas que cuentan con algún conocido que ha puesto en marcha un negocio en los últimos seis meses. Como se puede apreciar, los indicadores son más altos con respecto al primer segmento. La percepción de oportunidad para emprender es

Figura 7. Percepción hacia el emprendimiento, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

de 68.6% y la percepción de contar con la capacidad para emprender es de 80.5%. El miedo al fracaso se reduce a 31.2%. Estos valores más favorables muestran cómo las relaciones personales pueden influir en la intención de emprender.

El tercer segmento está conformado por emprendedores en etapa temprana. En ellos, la percepción de oportunidad para emprender aumenta ligeramente respecto al segmento anterior: alcanza un puntaje de 71.6%. Por su parte, con respecto al segmento anterior, la percepción de contar con la capacidad para emprender mejora y el miedo al fracaso se reduce, ya que obtienen puntajes de 87.1%

y 22.1%, respectivamente. Estos valores favorables se deberían a la experiencia con la que cuenta este segmento al estar vinculado a una actividad emprendedora en sus primeras etapas.

El cuarto y quinto segmento se refieren a los emprendedores motivados por necesidad y a los motivados por oportunidad, respectivamente. En general, los emprendedores por oportunidad logran puntajes más altos en todos los indicadores analizados, en comparación con los emprendedores por necesidad; incluso, obtienen los mejores puntajes en relación con los otros cinco segmentos. Esto refleja su

alta predisposición a poner en marcha nuevos negocios, y, con ello, su potencial para continuar desarrollando nuevas iniciativas.

Finalmente, los emprendedores establecidos presentan una moderada percepción de oportunidad para emprender (54.5%), una alta percepción de contar con las capacidades necesarias para emprender (86.4%) y un alto miedo al fracaso (25.4%). Debido a su experiencia, consideran que poseen las capacidades necesarias para poner en marcha nuevos negocios, pero se encuentran enfocados en continuar desarrollando el actual.



Foto: <http://www.istockphoto.com/es>

3. EL EMPRENDIMIENTO EN EL PERÚ: UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR

En la última década, la actividad emprendedora ha evolucionado rápidamente y el ecosistema emprendedor se ha fortalecido a nivel mundial. Pese a ello, se observan diferencias marcadas entre los países que forman parte del estudio GEM, dependiendo de la fase de desarrollo económico y de la región en la que se encuentren. En este capítulo se presentará la más reciente actualización de esta dinámica bajo la perspectiva de las etapas del proceso emprendedor.

En la tabla 3 se presentan los principales indicadores para los países involucrados en el estudio GEM 2016-2017, según la fase de desarrollo económico en la que se encuentran. En conjunto, estos indicadores muestran un panorama general de la actividad emprendedora de cada país. En las siguientes secciones de este capítulo, se analizan al detalle estos indicadores, poniendo énfasis en el contexto emprendedor nacional y en la posición que ocupa el Perú a nivel internacional.

3.1. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPA TEMPRANA

La tasa de emprendimiento en etapa temprana (TEA, por sus siglas en inglés) es el indicador más relevante del estudio GEM. Está definida como el nivel de prevalencia de los individuos entre 18 y 64 años activamente involucrados en la creación de

una iniciativa emprendedora, ya sea en la fase previa al nacimiento del negocio (emprendedores nacientes) o en la fase en que poseen y gestionan su propia iniciativa empresarial y pagan remuneraciones durante menos de 42 meses (emprendedores nuevos).

La TEA cobra mayor relevancia que otros indicadores debido a que es considerada la etapa crucial para la mayoría de los emprendedores. La mayor cantidad de riesgos internos y externos que amenazan la supervivencia de los emprendimientos se producen en esta fase. Una vez concluida, se espera que el emprendimiento esté lo suficientemente consolidado como para ser considerado estable.

En la figura 8 se observa el índice TEA de los países participantes de la presente edición agrupados según las tres fases de desarrollo económico³. Este índice tiende a ser mayor en los países cuyas economías están basadas en recursos y eficiencia en comparación con aquellos que tienen economías basadas en innovación. Este hecho se explica, principalmente,

3. Los intervalos de confianza ayudan a interpretar la diferencia entre las tasas de los países. Las barras verticales indican la precisión estadística de la estimación con un nivel de confianza del 95%. Cuando estas barras se superponen, como es el caso de Chile y Perú, no se puede afirmar que hay una diferencia de tasas entre estos países. Del mismo modo, la tasa para Burkina Faso resulta ser significativamente mayor a la del resto de países del grupo que conforman las economías basadas en recursos.

porque en las economías con mayores ingresos per cápita existen más oportunidades de conseguir empleo y, por ende, los emprendimientos tienden a disminuir, especialmente aquellos que fueron impulsados por necesidad (Kelley, Bosma & Amorós, 2011; Bosma *et al.*, 2009).

De este modo, las economías basadas en recursos presentan, en promedio, los niveles más altos de TEA (16.8%). Les siguen aquellas economías basadas en eficiencia (14.2%) y en innovación (9.1%). Sin embargo, es importante resaltar que los niveles de dispersión resultan menores en este último grupo. Al respecto, Canadá, el país con la TEA más alta entre las economías basadas en innovación, cuenta con un valor de 16.7%, mientras que Italia, la economía con la tasa más baja del mismo grupo, muestra un valor de 4.4%. El promedio del grupo es de 9.1%.

En el caso de las economías basadas en recursos, Burkina Faso lidera el grupo con una TEA de 33.5%, mientras que Rusia alcanza un valor de 6.3%, lo que evidencia una amplia dispersión. Un escenario similar puede encontrarse en las economías basadas en eficiencia. En este grupo, el país con mayor TEA, Ecuador, alcanza un valor de 31.8%; mientras que Malasia llega apenas al 4.7%. Estas variaciones pueden deberse a la mayor relevancia que cobran factores diferentes al económico.

► 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

Tabla 3. Actividad emprendedora según etapas del proceso emprendedor por país y fases de desarrollo económico, GEM 2016-2017

	Países	Porcentaje de emprendedores nacientes		Porcentaje de emprendedores nuevos		
		Ranking de 65 países	%	Ranking de 65 países	%	
Economías basadas en recursos	Camerún	5	17.8	7	10.9	
	Burkina Faso	2	21.2	2	13.5	
	India	49T	3.9	15	6.8	
	Irán	25T	6.9	18T	6.2	
	Kazajistán	25T	6.9	45	3.4	
	Rusia	56T	3.2	52T	3.0	
	Total			10.0		7.3
Economías basadas en eficiencia	Sudáfrica	49T	3.9	46	3.3	
	Arabia Saudita	52T	3.7	12	7.7	
	Argentina	14T	8.9	23T	5.7	
	Belice	4	18.7	8	10.7	
	Brasil	29	6.2	1	14.0	
	Bulgaria	60	2.6	61T	2.2	
	Chile	7	15.6	10	9.3	
	China	44	4.5	20T	6.1	
	Colombia	6	16.3	5	11.3	
	Croacia	30T	6.1	59	2.5	
	Ecuador	1	22.4	6	11.0	
	Egipto	20	8.2	17	6.6	
	El Salvador	21	8.0	16	6.7	
	Eslovaquia	27T	6.4	47T	3.2	
	Georgia	42T	4.6	36T	4.3	
	Guatemala	8	12.2	11	8.6	
	Hungría	40	4.8	47T	3.2	
	Indonesia	49T	3.9	9	10.4	
	Jamaica	47T	4.1	22	5.8	
	Jordania	47T	4.1	31	4.6	
	Letonia	12	9.7	26	4.9	
	Líbano	13	9.5	4	12.1	
	Macedonia	55	3.4	50T	3.1	
	Malasia	63	2.0	56	2.8	
	Marruecos	64T	1.3	36T	4.3	
	México	30T	6.1	43T	3.6	
	Panamá	18	8.6	28T	4.7	
	PERÚ	3	19.9	23T	5.7	
	Polonia	42T	4.6	20T	6.1	
	Tailandia	35T	5.2	3	12.6	
Turquía	14T	8.9	13	7.6		
Uruguay	10	10.1	38	4.2		
Total			8.0		6.5	
Economías basadas en innovación	Alemania	59	2.9	65	1.7	
	Australia	17	8.8	18T	6.2	
	Austria	32	6.0	40T	3.7	
	Canadá	11	10.0	14	6.9	
	Catar	45T	4.3	43T	3.6	
	Chipre	22	7.6	32T	4.5	
	Emiratos Árabes	64T	1.3	34T	4.4	
	Eslovenia	37T	5.1	50T	3.1	
	España	61T	2.3	54T	2.9	
	Estonia	9	11.7	27	4.8	
	Finlandia	45T	4.3	57	2.7	
	Francia	58	3.1	60	2.3	
	Grecia	56T	3.2	58	2.6	
	Hong Kong	39	5.0	28T	4.7	
	Irlanda	23T	7.0	34T	4.4	
	Israel	23T	7.0	32T	4.5	
	Italia	61T	2.3	61T	2.2	
	Luxemburgo	27T	6.4	54T	2.9	
	Países Bajos	34	5.7	25	5.4	
	Portugal	41	4.7	40T	3.7	
	Puerto Rico	19	8.5	63	2.0	
	Reino Unido	35T	5.2	40T	3.7	
	República de Corea	52T	3.7	52T	3.0	
	Suecia	33	5.8	64	1.8	
	Suiza	37T	5.1	47T	3.2	
	Taiwán	54	3.6	28T	4.7	
	EE. UU.	14T	8.9	39	4.0	
	Total			5.5		3.7

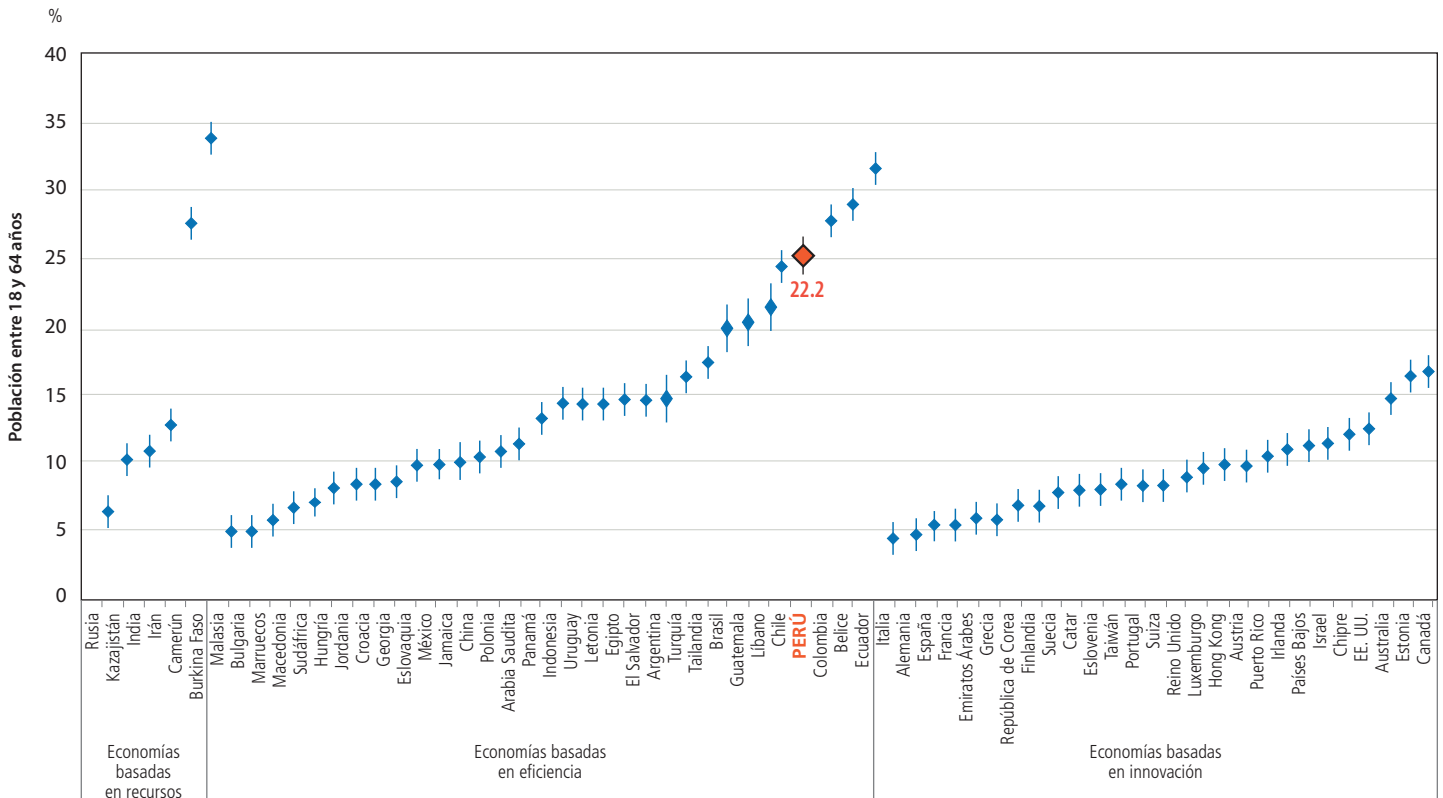
Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

► 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

Porcentaje de actividad emprendedora en etapa temprana (TEA)		Porcentaje de emprendedores establecidos		Porcentaje de discontinuación de negocios en los últimos 12 meses (con base en el total de la TEA)	
Ranking de 65 países	%	Ranking de 65 países	%	Ranking de 65 países	%
4	27.6	6	15.2	2	10.9
1	33.5	1	28.0	5	8.3
31	10.6	51	4.6	20T	4.6
23	12.8	9	11.6	7	7.7
34	10.2	62	2.4	45	3.0
56	6.3	47T	5.3	52T	2.1
	16.8		11.2		6.1
52	6.9	61	2.5	22T	4.5
26	11.4	63	2.3	12T	6.1
16	14.5	24	7.9	15T	5.6
3	28.8	47T	5.3	1	12.9
10	19.6	4	16.9	20T	4.6
62	4.8	39T	6.2	58T	1.9
7	24.2	23	8.0	10	6.4
32T	10.3	27T	7.5	37T	3.5
5	27.4	18	8.9	6	8.2
43	8.4	56	4.2	25	4.3
2	31.8	7	14.3	3	9.5
17T	14.3	41T	6.1	4	9.1
17T	14.3	10	11.5	9	6.8
38	9.5	41T	6.1	26T	4.2
42	8.6	20	8.6	30	4.0
9	20.1	17	9.1	34T	3.6
49	7.9	46	5.5	52T	2.1
20T	14.1	5	15.3	50T	2.3
35	9.9	21T	8.2	18	5.2
44T	8.2	60	2.7	15T	5.6
19	14.2	14	9.5	41T	3.3
8	21.2	3	20.1	8	7.3
55	6.5	32	7.2	52T	2.1
63	4.7	50	4.7	61	1.7
59	5.6	27T	7.5	34T	3.6
36T	9.6	27T	7.5	34T	3.6
22	13.2	53T	4.4	48	2.6
6	25.1	41T	6.1	12T	6.1
30	10.7	33T	7.1	32	3.8
11	17.2	2	27.5	22T	4.5
14	16.1	15	9.4	17	5.3
20T	14.1	30	7.4	12T	6.1
	14.2		8.6		5.0
64	4.6	35	7.0	62T	1.6
15	14.6	11	11.3	37T	3.5
36T	9.6	19	8.8	41T	3.3
12	16.7	36	6.8	11	6.3
50	7.8	59	3.0	19	5.1
25	12.0	21T	8.2	28T	4.1
57T	5.7	64	1.9	33	3.7
48	8.0	37	6.7	56T	2.0
61	5.2	39T	6.2	62	1.6
13	16.2	25	7.8	26T	4.2
53T	6.7	31	7.3	56T	2.0
60	5.3	55	4.3	52T	2.1
57T	5.7	8	14.1	28T	4.1
39	9.4	41T	6.1	37T	3.5
29	10.9	53T	4.4	44	3.1
27	11.3	57	4.0	24	4.4
65	4.4	49	5.2	65	1.2
40	9.2	58	3.2	43	3.2
28	11.0	13	10.2	47	2.7
44T	8.2	33T	7.1	58T	1.9
32T	10.3	65	1.6	49	2.5
41	8.8	41T	6.1	50T	2.3
53T	6.7	38	6.6	64	1.5
51	7.6	52	4.5	46	2.8
44T	8.2	12	11.1	60	1.8
44T	8.2	26	7.7	31	3.9
24	12.6	16	9.2	40	3.4
	9.1		6.7		3.0

▶ 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

Figura 8. Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA) por país, GEM 2016-2017



Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Entre estos se encontrarían el nivel de desarrollo del ecosistema, el entorno cultural para el emprendimiento y las políticas y regulaciones existentes en cada país.

En el Perú, el índice TEA para esta edición alcanzó un valor de 25.1%. La tendencia negativa de este indicador en contraposición al crecimiento del PBI per cápita se mantuvo (figura 9), lo cual lleva a pensar que gracias al crecimiento experimentado por el país,

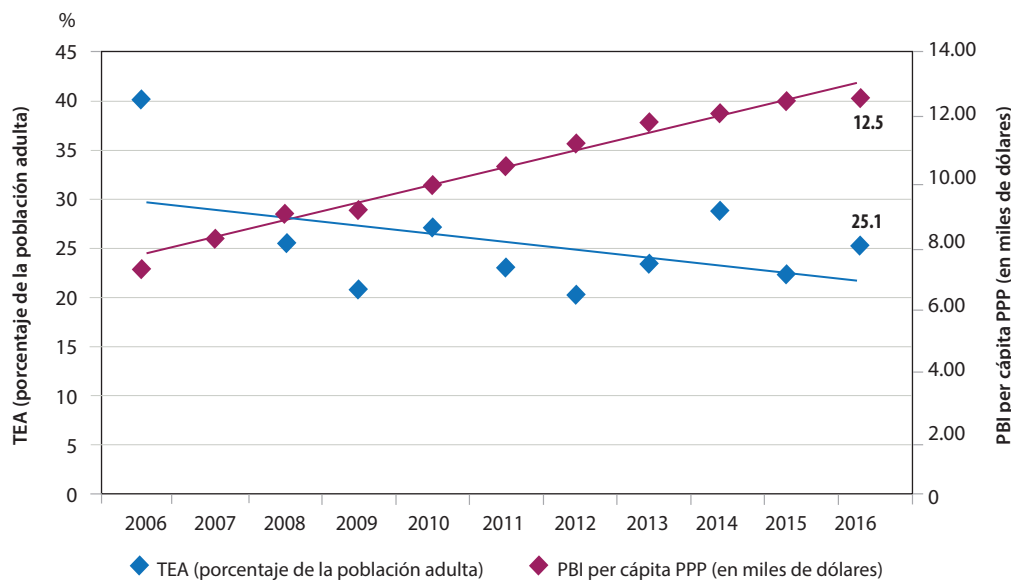
la mayor oferta laboral absorbe parte de la actividad emprendedora de subsistencia.

El nivel de TEA permite al Perú ocupar el cuarto lugar como país con mayor actividad emprendedora en el grupo de economías basadas en eficiencia. Dentro de este grupo también se encuentran Ecuador (31.8%), Belice (28.8%), Colombia (27.4%) y Chile (24.2%). A nivel global, la economía peruana ocupa la sexta posición.

3.2. LOS EMPRENDEDORES ESTABLECIDOS

El GEM define a los emprendedores establecidos (EB, por sus siglas en inglés) como el porcentaje de la población, entre 18 y 64 años, que posee y gestiona un negocio en funcionamiento, y ha pagado sueldos, salarios u otro tipo de remuneración a sus empleados, proveedores y propietarios por más de 42 meses (3.5 años). Estos emprendedores también cumplen un rol importante en la economía,

Figura 9. Evolución de la TEA en Perú comparada con el PBI per cápita, GEM Perú 2006-2016



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

debido a que contribuyen a la sostenibilidad de un país.

La figura 10 presenta la proporción de emprendedores establecidos respecto a los emprendedores en etapa temprana; es decir, muestra cuántos emprendedores establecidos hay por cada emprendedor en etapa temprana. Obtener un ratio mayor que 1 significa que en el país existen mejores condiciones para la consolidación de las empresas; por el contrario, un ratio menor que 1 indica que una proporción importante de nuevos emprendimientos desaparece antes de lograr su consolidación.

En el caso de las economías basadas en recursos, Irán encabeza el grupo con un ratio de 0.91, es

decir, por cada 100 emprendedores en etapa temprana existen 91 emprendedores establecidos. En contraste, Kazajistán presenta un ratio de solo 0.24, es decir, por cada 100 emprendedores en etapa temprana solo existen 24 emprendedores establecidos. Para las economías basadas en eficiencia, el rango oscila entre el 0.18 de Belice y el 1.60 de Tailandia. Finalmente, entre los países con economías basadas en innovación, destaca Grecia, con un ratio de 2.47, frente a Puerto Rico, cuyo ratio es de 0.16.

En el caso peruano, este ratio es de 0.24. Es decir, por cada 100 emprendimientos en etapa temprana existen solo 24 emprendimientos establecidos. Este índice viene reduciéndose desde el

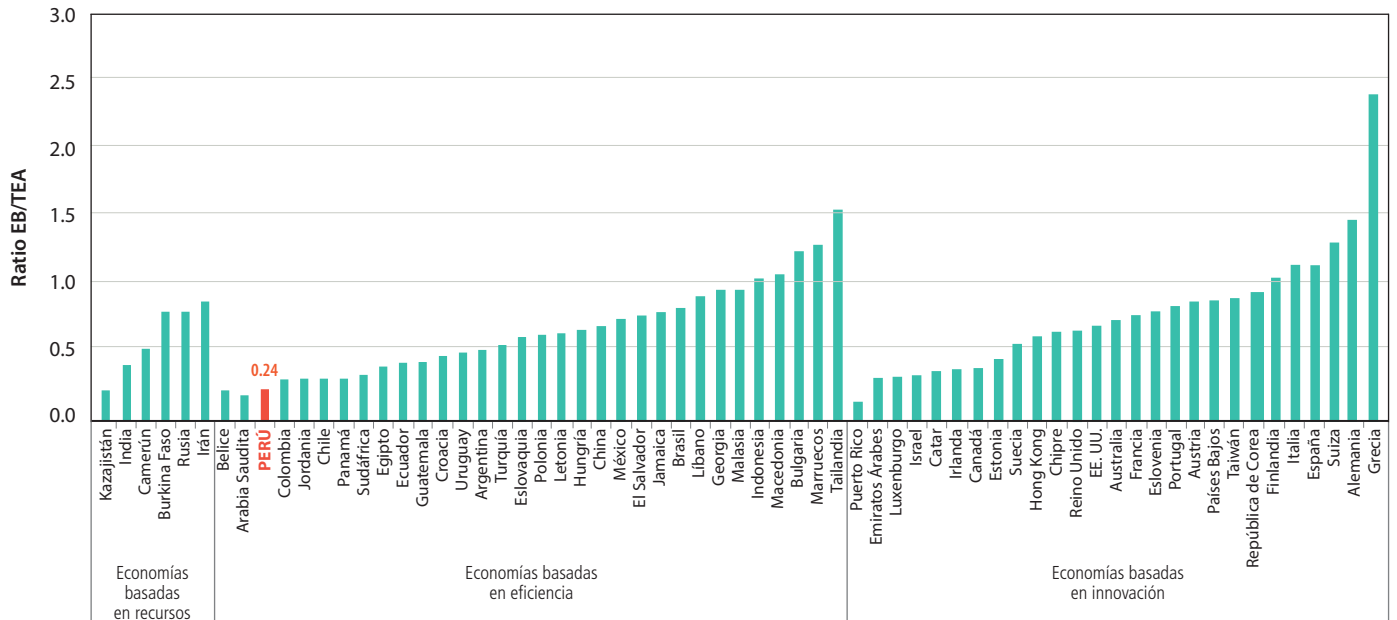
año 2014, como muestra la figura 11. Esto implica que, dentro de las condiciones que actualmente ofrece el contexto empresarial, una menor cantidad de emprendimientos logra consolidarse.

3.3. OPORTUNIDAD VERSUS NECESIDAD

De acuerdo con el GEM, una persona puede decidir emprender un negocio por dos razones: necesidad u oportunidad. En el primer caso, la persona busca generar sus propios ingresos para subsistir ante la escasez de oportunidades laborales, es decir, debido al desempleo existente en una economía o por la disconformidad con las condiciones que le ofrece un trabajo como dependiente.

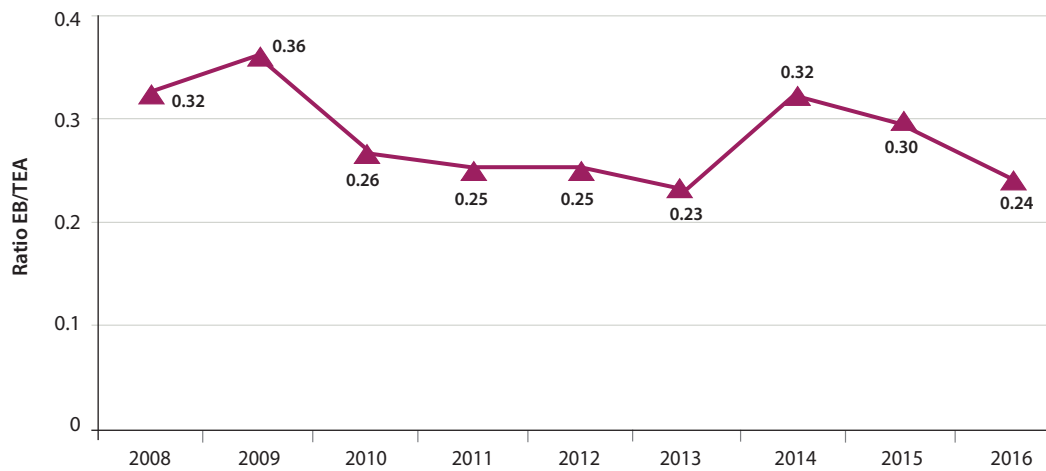
► 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

Figura 10. Ratio emprendedores establecidos (EB)/TEA, GEM 2016-2017



Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 11. Evolución del ratio emprendedores establecidos (EB)/TEA en el Perú, GEM Perú 2008-2016



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Mientras que, en el segundo caso, la persona actúa motivada por la identificación de oportunidades en el mercado y su interés por aprovecharlas o por el deseo de cumplir aspiraciones personales.

Al respecto, se ha observado que la proporción de los emprendimientos por necesidad es más alta en países cuyas economías se basan en recursos, debido a los bajos niveles de especialización que impiden identificar y aprovechar nuevas oportunidades. La participación de este tipo de emprendimientos se reduce conforme los países evolucionan hacia un modelo económico basado en eficiencia o innovación.

Precisamente, en la tabla 4 se presenta el índice TEA según las motivaciones que impulsan a las personas a emprender y la posición que cada país ocupa a nivel global. En las primeras dos columnas se muestra la actividad emprendedora en etapa temprana de cada país; la tercera y cuarta columna presentan la motivación para emprender por necesidad como porcentaje de la TEA; mientras que en la quinta y sexta columna se encuentra la motivación para emprender por oportunidad como porcentaje de la TEA. Finalmente, las últimas dos columnas presentan el ratio entre el porcentaje de los emprendimientos por oportunidad y el porcentaje de los emprendimientos por necesidad, el cual refleja el predominio motivacional del emprendimiento en una nación.

A pesar de la existencia de altos niveles de emprendimientos por necesidad en las economías basadas en recursos, destacan casos como los de India, Irán y Burkina Faso, donde más del 40% de los emprendedores aprovechan oportunidades. En el grupo de economías basadas en eficiencia destacan Belice, Arabia Saudita, Perú y Letonia por presentar, al menos, cuatro veces más emprendedores por oportunidad que por necesidad; en cambio, Georgia, Jamaica, Brasil y Eslovaquia muestran la mayor participación de emprendedores por necesidad (más del 40% de los emprendimientos).

Un panorama diferente se aprecia en los países cuyas economías se basan en innovación. En ellos los emprendimientos por oportunidad son los que predominan en todos los casos. En este tipo de economías, destacan Suecia, Finlandia, Estados Unidos, Francia y Catar, donde la proporción de emprendedores por oportunidad y sus pares por necesidad es más de seis a uno.

Analizados los resultados por regiones geográficas, Norteamérica (compuesta por Canadá y Estados Unidos) presenta en promedio los niveles más altos de emprendimientos motivados por oportunidad (61.1%). Le siguen Europa (51.1%), Latinoamérica y el Caribe (49%), Asia y Oceanía (48.6%), y, finalmente, África (39.4%). La evolución de estos indicadores para el caso peruano permite identificar que la naturaleza del

emprendimiento está cambiando en favor del aprovechamiento de oportunidades, de manera sostenida (figura 12).

El GEM investiga dos aspectos claves del emprendimiento por oportunidad, los cuales permiten comprenderlo en mayor profundidad: si la iniciativa fue llevada a cabo como resultado de un deseo de independencia laboral o por el interés de incrementar los ingresos personales. Como se muestra en la figura 13, la principal motivación del emprendedor por oportunidad en etapas iniciales es el incremento de ingresos (63.4%). Mientras tanto, en los emprendedores ya establecidos, el deseo de independencia y la búsqueda de mayores ingresos tienen similar nivel de importancia.

3.4. DIMENSIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

3.4.1. Concentración de la propiedad

En la figura 14 se puede apreciar que los emprendedores en etapa temprana tienen una mayor predisposición a desarrollar sus iniciativas de negocio junto con otros socios, en comparación con los emprendedores establecidos. Aun así, en ambos grupos, la gran mayoría de iniciativas de negocio en el país son llevadas a cabo por un solo propietario. Esta situación representa el 63.9% de los casos en emprendedores en etapa temprana; y el 80.8%, en emprendedores establecidos.

► 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

Tabla 4. Motivación para emprender por país según etapas del proceso emprendedor y fases de desarrollo económico, GEM 2016-2017

	PAÍS	Porcentaje de actividad emprendedora en etapa temprana (TEA)		Motivación para emprender por necesidad (% de la TEA)	
		Ranking de 60 países	%	Posición	Puntaje
Economías basadas en recursos	Burkina Faso	1	33.5	19	29.9
	Camerún	4	27.6	12	32.3
	India	31	10.6	9	35.0
	Irán	23	12.8	11	33.9
	Kazajistán	34	10.2	28	25.4
	Rusia	56	6.3	17	30.6
	Total		16.8		31.2
Economías basadas en eficiencia	Argentina	16	14.5	14	31.0
	Belice	3	28.8	62	8.3
	Brasil	10	19.6	3	42.4
	Bulgaria	62	4.8	15	30.9
	Chile	7	24.2	32	22.7
	China	32T	10.3	24	26.7
	Colombia	5	27.4	55	13.0
	Croacia	43	8.4	18	30.5
	Ecuador	2	31.8	22	28.0
	Egipto	17T	14.3	13	31.3
	El Salvador	17T	14.3	8	36.2
	Georgia	42	8.6	1	51.1
	Guatemala	9	20.1	7	38.4
	Hungría	49	7.9	38	20.1
	Indonesia	20T	14.1	50	14.5
	Jamaica	35	9.9	2	44.7
	Jordania	44T	8.2	26	26.4
	Letonia	19	14.2	53	13.9
	Líbano	8	21.2	5	39.4
	Macedonia	55	6.5	6	38.9
	Malasia	63	4.7	45	16.1
	México	36T	9.6	40	18.1
	Marruecos	59	5.6	23	27.4
	Panamá	22	13.2	49	15.0
	PERÚ	6	25.1	56	12.8
	Polonia	30	10.7	25	26.6
	Arabia Saudita	26	11.4	63	7.5
	Eslovaquia	38	9.5	4	40.2
	Sudáfrica	52	6.9	31	23.6
	Tailandia	11	17.2	39	19.5
Turquía	14	16.1	42	17.6	
Uruguay	20T	14.1	21	28.2	
	Total		14.2		26.3
Economías basadas en innovación	Australia	15	14.6	44	16.5
	Austria	36T	9.6	46T	15.6
	Canadá	12	16.7	51	14.3
	Chipre	25	12.0	29	24.2
	Estonia	13	16.2	41	17.7
	Finlandia	53T	6.7	64	7.1
	Francia	60	5.3	59	11.1
	Alemania	64	4.6	34T	21.8
	Grecia	57T	5.7	10	34.0
	Hong Kong	39	9.4	43	17.0
	Irlanda	29	10.9	46T	15.6
	Israel	27	11.3	48	15.2
	Italia	65	4.4	60	10.9
	República de Corea	53T	6.7	30	23.9
	Luxemburgo	40	9.2	58	11.2
	Países Bajos	28	11.0	36	21.1
	Portugal	44T	8.2	37	20.8
	Puerto Rico	32T	10.3	16	30.8
	Catar	50	7.8	61	10.5
	Eslovenia	48	8.0	34T	21.8
	España	61	5.2	27	26.0
	Suecia	51	7.6	65	4.5
	Suiza	44T	8.2	52	14.1
	Taiwán	44T	8.2	33	22.3
	Emiratos Árabes	57T	5.7	20	29.2
	Reino Unido	41	8.8	54	13.5
	EE. UU.	24	12.6	57	11.4
		Total		9.1	

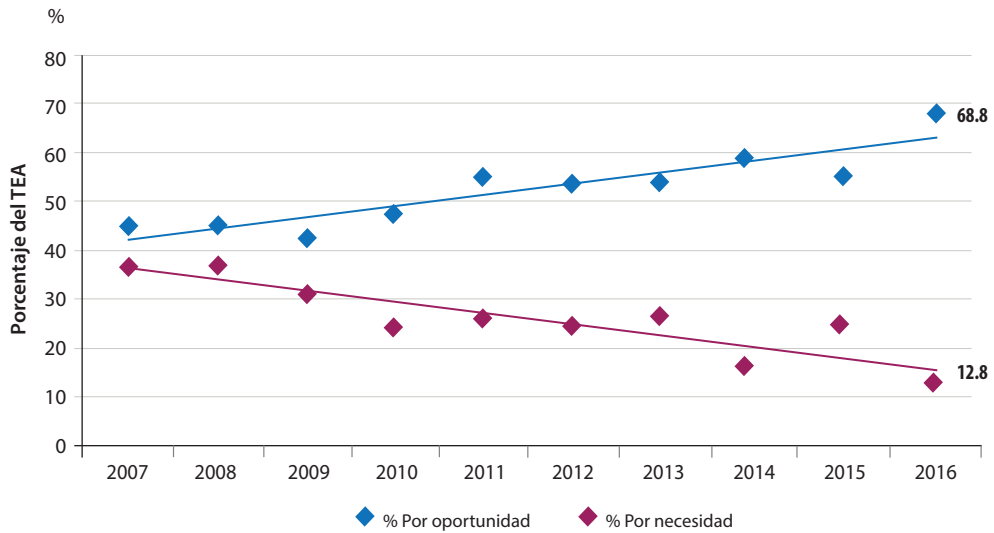
Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

► 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

Motivación para emprender por oportunidad (% de la TEA)		Índice de motivación	
Posición	Puntaje	Posición	Puntaje
41T	42.9	45T	1.4
62	31.1	58T	1.0
40	43.3	52T	1.2
32	49.3	43T	1.5
65	21.4	62T	0.8
52	39.5	48T	1.3
	37.9		1.2
30	49.7	42	1.6
27	51.8	5	6.2
43	42.3	58T	1.0
57T	35.0	54T	1.1
11	63.1	26	2.8
54	39.0	43T	1.5
21	54.6	12	4.2
51	39.8	48T	1.3
59	34.0	52T	1.2
63	30.8	58T	1.0
37	47.2	48T	1.3
57T	35.0	64T	0.7
41T	42.9	54T	1.1
25	52.6	32T	2.6
60	33.3	34	2.3
55	37.7	62T	0.8
33	49.0	37T	1.9
20	55.2	13	4.0
39	43.6	54T	1.1
64	25.4	64T	0.7
14	59.4	17T	3.7
22	54.4	24T	3.0
29	50.3	40T	1.8
16	58.3	14T	3.9
5	68.8	7T	5.4
26	52.0	35T	2.0
47T	40.8	7T	5.4
45	41.8	58T	1.0
44	41.9	40T	1.8
6	68.7	19	3.5
61	32.8	37T	1.9
50	40.2	45T	1.4
	46.0		2.3
10	64.6	14T	3.9
38	46.4	24T	3.0
35	48.5	20	3.4
36	48.0	35T	2.0
15	59.1	21	3.3
7	68.6	2	9.7
4	69.6	4	6.3
17T	58.1	27T	2.7
56	36.1	54T	1.1
1	74.3	11	4.4
31	49.4	22T	3.2
53	39.2	32T	2.6
49	40.3	17T	3.7
9	65.7	27T	2.7
23	54.1	10	4.8
8	67.5	22T	3.2
19	55.8	27T	2.7
46	41.2	48T	1.3
12	62.8	6	6.0
17T	58.1	27T	2.7
34	48.6	37T	1.9
24	53.5	1	11.8
3	72.1	9	5.1
13	60.3	27T	2.7
47T	40.8	45T	1.4
28	50.8	16	3.8
2	73.6	3	6.4
	55.8		3.9

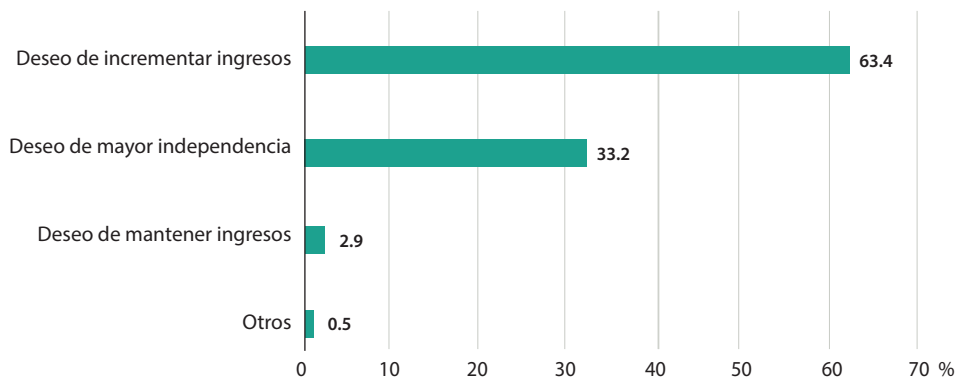
► 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

Figura 12. Evolución del emprendimiento en etapa temprana por oportunidad y necesidad, GEM Perú 2007-2016



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 13. Motivaciones del emprendimiento por oportunidad en emprendedores en etapa temprana (TEA), GEM Perú 2016-2017



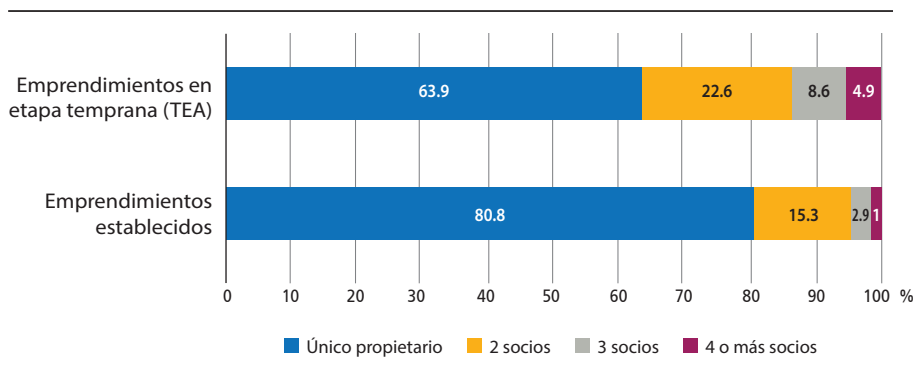
Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.4.2. Capacidad de creación de empleo

El GEM considera la capacidad del emprendedor para crear nuevos puestos de trabajo adicionales al suyo como un indicador clave que permite evaluar su potencial de crecimiento e impacto en la sociedad. La figura 15 muestra estos resultados. Como se puede apreciar, el 84% de los emprendedores en etapa temprana no ha creado ningún puesto de trabajo adicional al suyo; mientras que el 13% contrata entre 1 y 5 empleados; y el 3% restante, a más de cinco. Esta situación puede explicarse debido al poco tiempo en el que se encuentran operando en el mercado. En el caso de los emprendedores establecidos, los resultados son más positivos debido a su mayor consolidación en el mercado. El 47% de los emprendedores que se encuentra dentro de este grupo cuenta con un negocio unipersonal; el 45.8% ha contratado entre 1 y 5 empleados; y el 7.2% restante, a más de cinco.

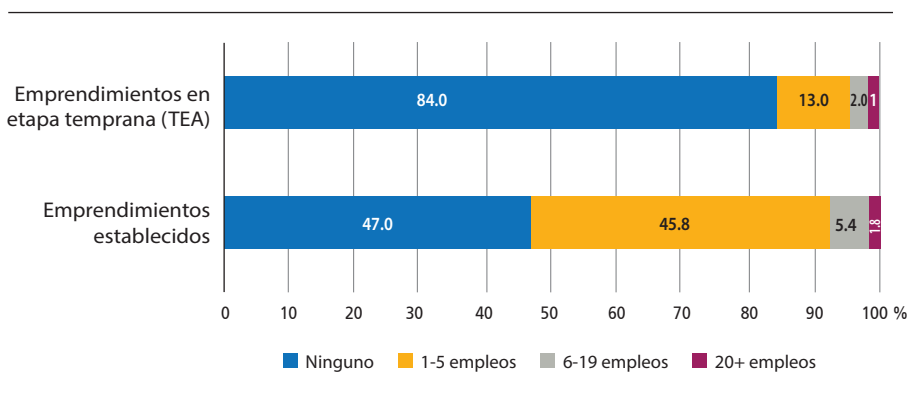
Al analizar en mayor profundidad este indicador para el caso de los emprendedores en etapa temprana, según la motivación que los lleva a emprender, encontramos resultados distintos. Al respecto, la figura 16 muestra que en los emprendimientos impulsados por oportunidad se tiende a emplear a un mayor número de personas (el 66.9% de los emprendedores en etapa temprana motivados por el aprovechamiento de oportunidades contrata a 1 empleado o más, comparado con el 33.3% de aquellos motivados por necesidad).

Figura 14. Tamaño del emprendimiento según número de propietarios por etapa del proceso emprendedor, GEM Perú 2016-2017



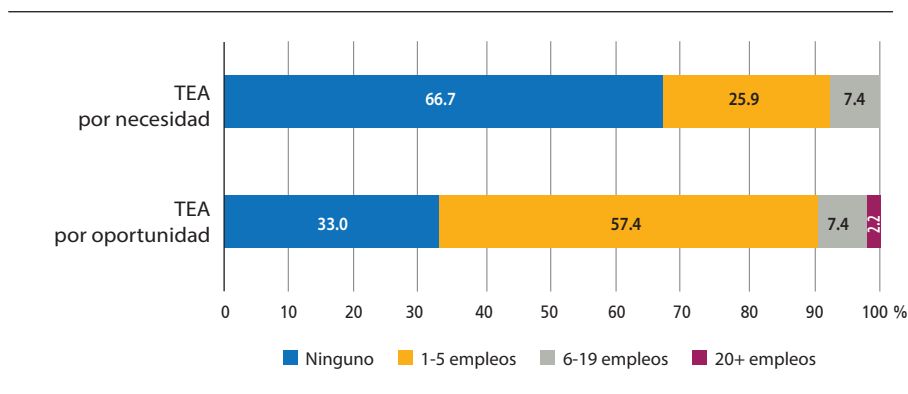
Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 15. Tamaño del emprendimiento según número de empleados con los que cuenta el negocio por etapa del proceso emprendedor, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 16. Tamaño del emprendimiento según número de empleados de acuerdo a su motivación para emprender, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Así, por ejemplo, si se toman los límites inferiores de cada rango presentado en la figura 16, se puede apreciar que, como mínimo, 144 puestos de empleo adicionales son generados por cada 100 emprendimientos por oportunidad, comparados con los 70 puestos generados por cada 100 emprendimientos por necesidad.

3.5. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR SECTORES ECONÓMICOS

El GEM, basándose en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU)⁴, agrupa a los sectores productivos de una economía en cuatro categorías:

- Sectores orientados al consumidor, cuyos clientes son, principalmente, personas y familias que consumirán directamente los productos ofertados. En esta categoría se incluyen negocios como tiendas minoristas, restaurantes y bares, hospedajes, centros de salud, instituciones educativas, servicios de recreación, entre otros.
- Sectores de servicios empresariales, que tienen como clientes principales a negocios. En esta categoría se encuentran negocios como servicios financieros, aseguradoras, empresas de *outsourcing*, entre otros.

- Sectores de transformación, donde se encuentran negocios vinculados a actividades de transformación de materias primas, transporte de bienes y personas, construcción, manufactura y distribución mayorista.
- Sectores extractivos, que corresponden a negocios cuyas actividades se orientan a la extracción de recursos naturales, como la agricultura, la ganadería, la pesca y la minería.

De acuerdo con los datos históricos del GEM, existe cierta relación entre la fase de desarrollo económico del país y los tipos de actividades económicas a los que corresponden los emprendimientos en etapa temprana. Así, en las economías basadas en recursos, existe una mayor propensión hacia el desarrollo de emprendimientos en etapa temprana pertenecientes a la categoría extracción. Esta proporción va disminuyendo conforme el país vira hacia un modelo económico basado en eficiencia e innovación, donde la presencia de emprendimientos enfocados a brindar servicios empresariales es mayor. Cabe resaltar que en los tres tipos de economía existe una alta presencia de emprendimientos orientados hacia el consumidor (figura 17).

En el caso de los emprendimientos peruanos en etapa temprana, el sector orientado al consumidor tiene un marcado predominio (63% de todos los emprendimientos en

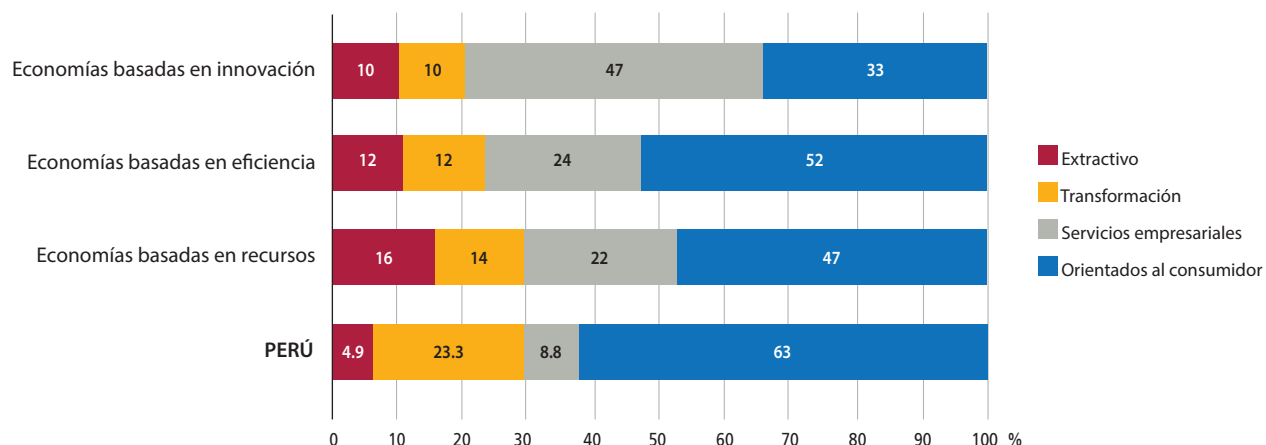
etapa temprana pertenecen a esta categoría). Sin embargo, con relación al año 2013, se aprecia una reducción de los negocios pertenecientes a esta categoría en casi 10% lo que origina un aumento de aquellos negocios orientados en brindar servicios empresariales y de transformación. En el Perú, los emprendimientos en etapa temprana de carácter extractivo constituyen una proporción muy reducida, como se puede apreciar en la figura 17.

La figura 18 ofrece una mirada más desagregada a nivel de las actividades económicas realizadas por los emprendedores peruanos. Tanto los emprendedores en etapa temprana como los establecidos se orientan principalmente a desarrollar negocios vinculados con el comercio minorista (50.8% de emprendedores en etapa temprana y 31.7% de emprendedores establecidos realizan este tipo de actividades). Los emprendedores en etapa temprana se muestran más concentrados en este tipo de actividad económica, mientras que los establecidos desarrollan una mayor variedad de actividades.

Las siguientes actividades económicas más recurrentes por parte de los emprendedores en etapa temprana son el comercio mayorista (9.6%) y la manufactura (6.9%). Para el caso de los emprendedores establecidos, se observa una mayor recurrencia en actividades como minería y construcción (13.3%) y transporte y almacenamiento (11.7%).

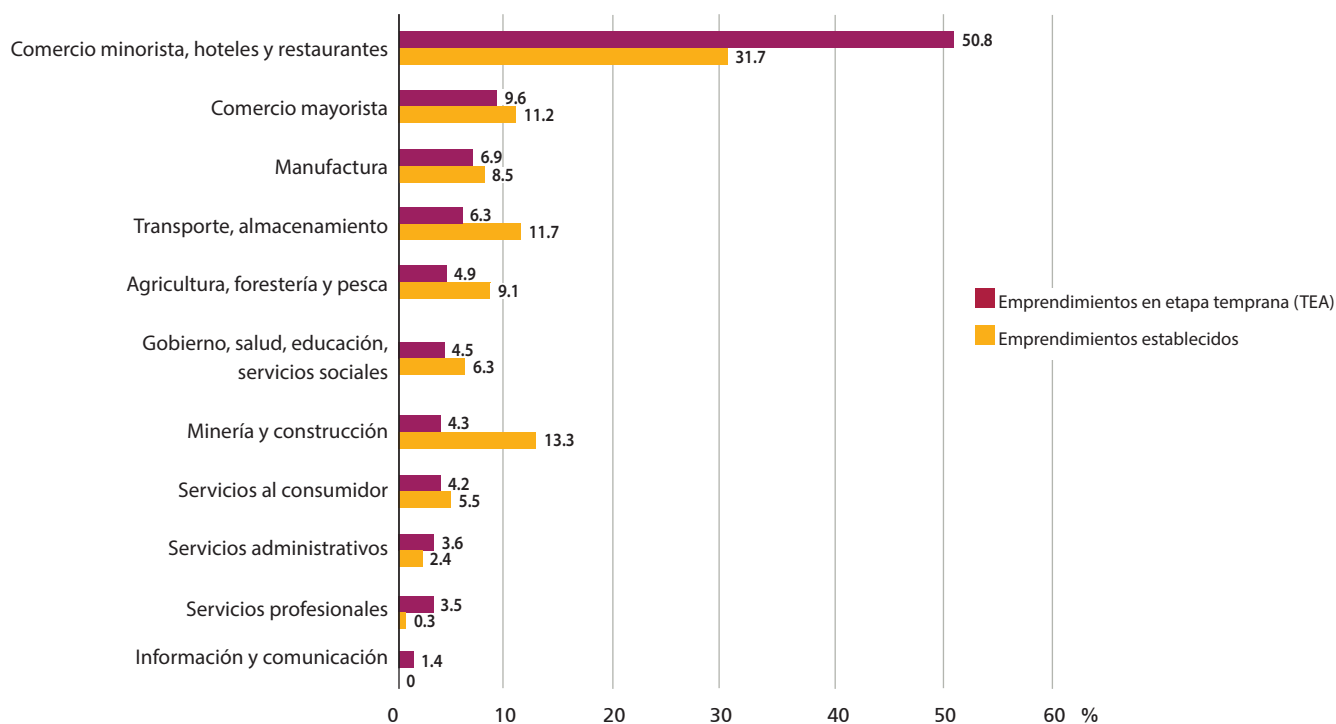
4. International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC).

Figura 17. Distribución sectorial de los emprendedores en etapa temprana (TEA) según fases de desarrollo económico, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 18. Distribución de los emprendimientos en etapa temprana y los emprendimientos establecidos, según actividades económicas, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.6. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ORIENTADA HACIA INNOVACIÓN, INTERNACIONALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA

3.6.1. Innovación a nivel producto-mercado

La relevancia de los nuevos emprendimientos en una economía reside en la introducción de innovaciones basadas en el conocimiento del mercado que permitan desarrollar productos con propuestas de alto valor para los consumidores y que se distingan de la oferta actual. Esto es una fuente esencial de ventaja competitiva que potencia la expansión del negocio tanto en mercados nacionales como extranjeros.

En el GEM, la innovación de un emprendimiento se mide con la introducción de nuevos productos o la búsqueda de nuevos mercados. Como se aprecia en la figura 19, solo el 15.9% de los emprendedores en etapa temprana y el 10% de los emprendedores establecidos consideran que ofrecen un producto novedoso para todos sus clientes. Estos indicadores se mantienen estables respecto al año pasado.

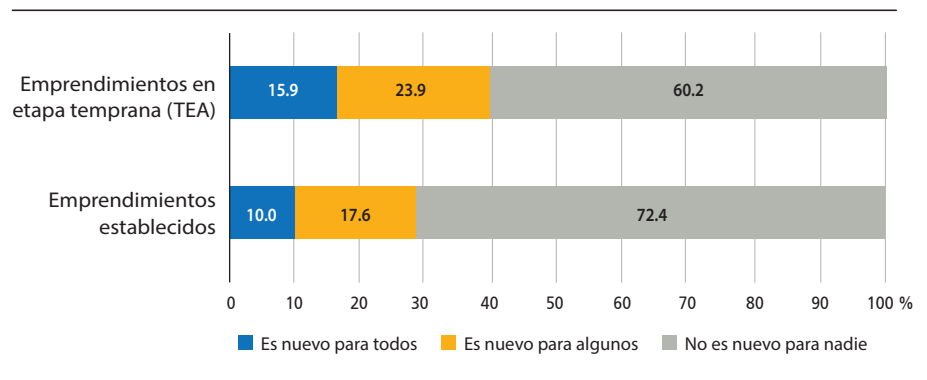
Con relación a la búsqueda de nuevos mercados, el GEM indaga sobre la existencia de competidores directos para el negocio del emprendedor, es decir, ofertantes que puedan

proporcionar los mismos productos que el emprendedor dentro del mismo ámbito de acción. La figura 20 muestra la reducida proporción de emprendedores que logra identificar mercados nuevos (en donde aún no existen competidores directos). Pese a ello, se observa que los emprendedores en etapa temprana optan, en mayor medida que los establecidos, por desarrollar sus negocios en mercados con poca cantidad de competidores.

3.6.2. Actividad emprendedora orientada a la tecnología

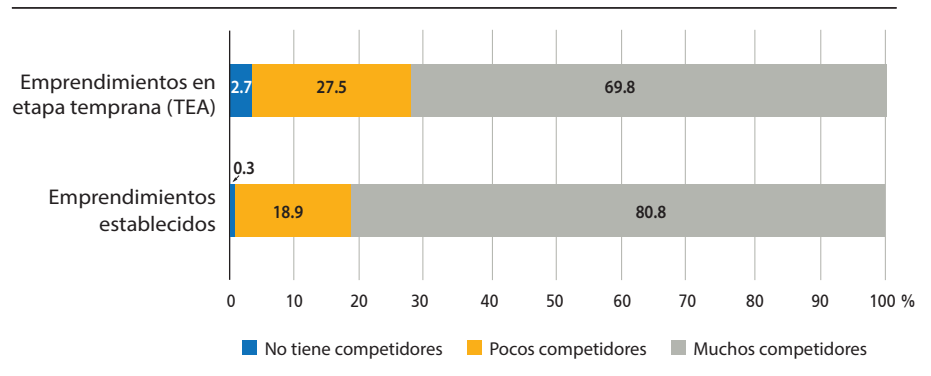
En la figura 21 se aprecia que la mayoría de emprendedores utilizan dentro de su proceso de producción tecnologías con una antigüedad mayor a los 5 años. Esta es la situación del 71.2% de emprendedores en etapa temprana y del 88.3% de los establecidos. Este hecho afecta a la consolidación y crecimiento de la empresa en

Figura 19. Innovación en términos de novedad del producto en emprendimientos en etapa temprana y emprendimientos establecidos, GEM Perú 2016-2017



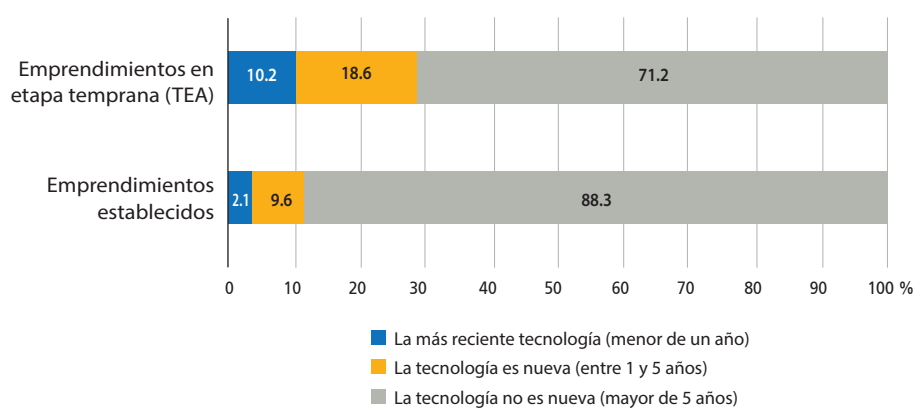
Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 20. Innovación en términos del número de competidores en emprendimientos en etapa temprana y emprendimientos establecidos, GEM Perú 2016-2017



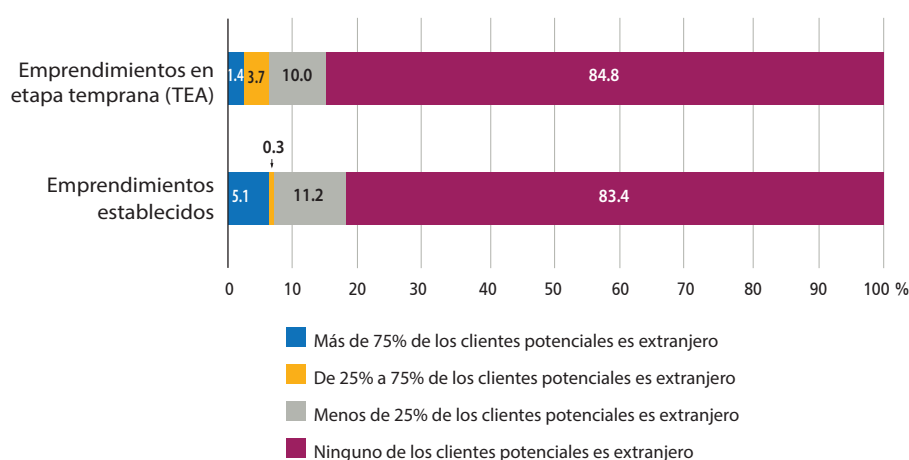
Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 21. Orientación hacia la tecnología en emprendimientos en etapa temprana y emprendimientos establecidos, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 22. Orientación internacional en emprendimientos en etapa temprana y emprendimientos establecidos, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.6.3. Actividad emprendedora con orientación internacional

La orientación internacional de los emprendedores hace referencia a toda operación que se realice con clientes extranjeros, tanto los que adquieren productos y/o servicios desde el exterior, ya sea en la forma tradicional o en línea, como aquellos que ingresan al territorio nacional para adquirirlos.

El nivel de internacionalización es similar tanto en los emprendedores en etapa temprana como en los establecidos (figura 22). Al respecto, en ambos grupos, más del 80% tiene un negocio orientado exclusivamente a los consumidores locales. También es importante destacar que desde el año 2013 se ha observado una reducción del porcentaje de emprendimientos con orientación internacional.

3.7. DESCONTINUACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Dos motivos principales impulsan la discontinuación de la actividad emprendedora: la falta de competitividad para mantenerse en el mercado y las circunstancias de índole personal que impiden a los emprendedores continuar dirigiendo su negocio. El GEM emplea el índice de discontinuación para conocer la dinámica de cierre de las empresas. Este índice complementa la información proveída por la TEA y el índice de emprendedores

el mercado, ya que su nivel de productividad puede ser fácilmente superado por competidores internacionales con tecnologías más avanzadas. La baja productividad está asociada con bajos márgenes de rentabilidad, uso ineficiente de

recursos y tiempos de respuesta más largos. Al respecto, debe señalarse que los emprendedores en etapa temprana incorporan, en mayor medida que los establecidos, nuevas tecnologías a sus procesos productivos.

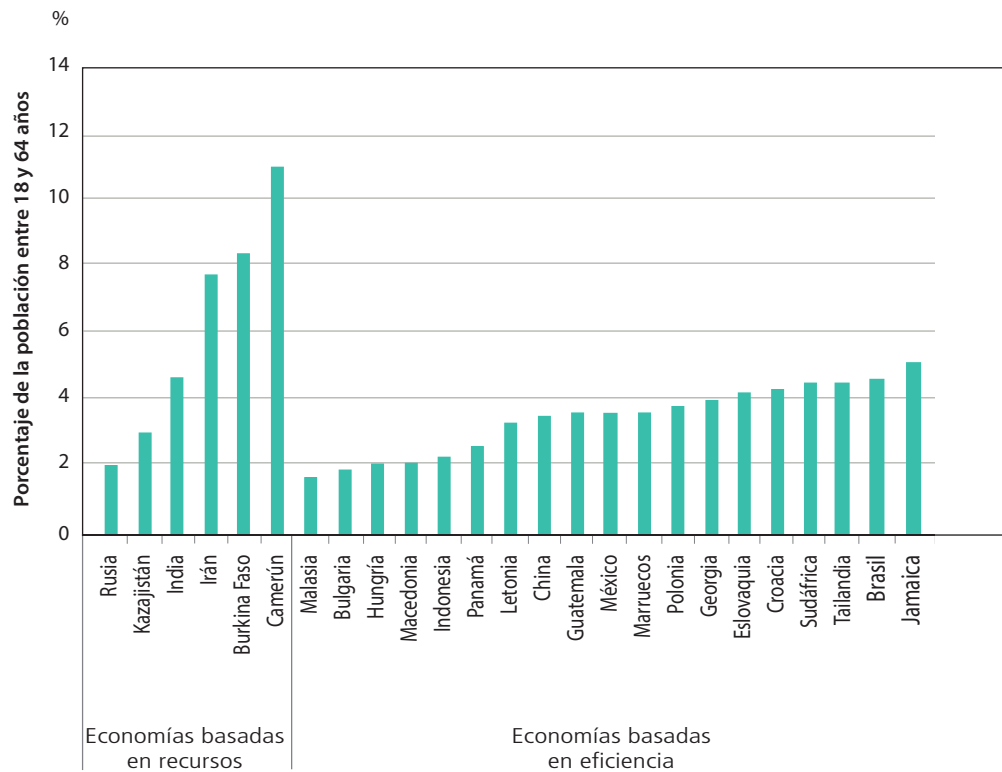
► 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

establecidos como componentes del dinamismo empresarial de una economía. El GEM define este índice como el porcentaje de la población adulta entre los 18 y 64 años de edad que en los últimos 12 meses ha cerrado o vendido su negocio, o ha discontinuado su relación de propietario-gerente con este.

Según la figura 23, el índice de discontinuación, en promedio, tiende a ser más bajo a medida que el país pasa de ser una economía basada en recursos a una basada en innovación. Esto es consistente con los hallazgos presentados para el índice TEA y el de emprendedores establecidos. En los países con economías basadas en recursos, los altos índices de TEA se acompañan de elevados índices de discontinuación y, por ende, de bajos índices de negocios establecidos. Por el contrario, en los países con mayor desarrollo, aquellos con economías basadas en innovación, los bajos niveles de los TEA van de la mano de menores índices de discontinuación y mayores porcentajes de negocios consolidados.

En el Perú, el índice de discontinuación para la presente edición se encuentra en 6.1%. En nuestro país, durante la última década, este indicador ha mostrado una ligera tendencia hacia el descenso (figura 24); sin embargo, se encuentra por encima del promedio de los países con economías basadas en eficiencia.

Figura 23. Descontinuación de negocios por país según fases de desarrollo económico, GEM 2016-2017



Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Las razones más importantes por las cuales los emprendedores peruanos discontinúan un negocio son presentadas en la figura 25. Como se puede apreciar, encabezan la lista las razones personales (40.7%), seguidas de la identificación de otras oportunidades más atractivas para el emprendedor (19%), la cuales no necesariamente implican nuevas oportunidades de negocio sino también la reinserción al mercado laboral como dependiente. Los problemas de rentabilidad y para conseguir financiamiento

ocupan la tercera posición en esta lista (14.8%). Ciertamente, puede resultar alarmante que más de la tercera parte de los motivos de discontinuación estén asociados con el emprendedor; es decir, que se deba a su falta de capacidades, compromiso o conocimiento. No obstante, esto también representa una oportunidad para los formuladores de políticas, pues destaca la relevancia que se le debe otorgar a la educación emprendedora para reducir el nivel en que se encuentra este indicador.

► 3. UNA MIRADA AL PROCESO EMPRENDEDOR PERUANO

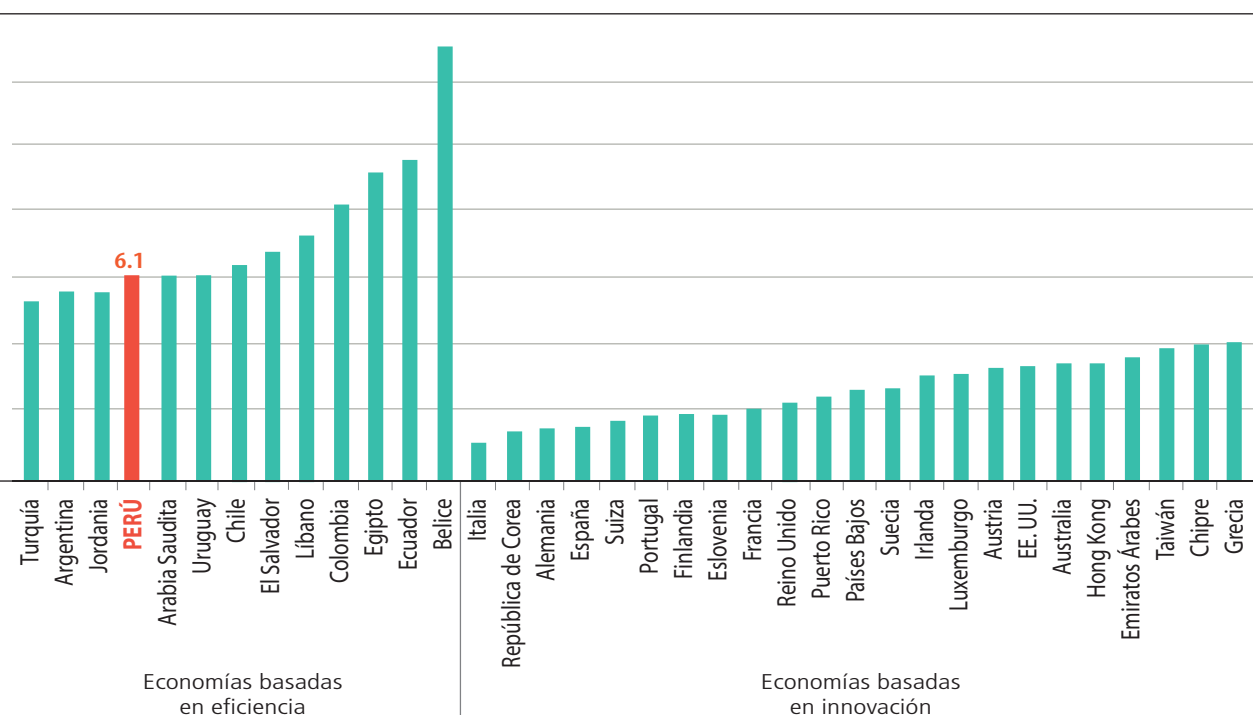
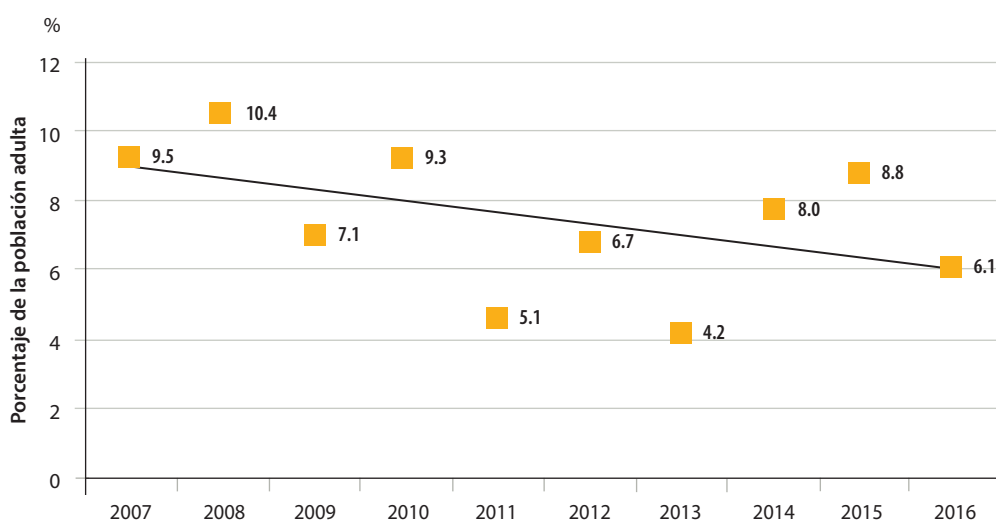


Figura 24. Evolución del índice de discontinuación de negocios, GEM Perú 2007-2016



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.8. FINANCIAMIENTO INFORMAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

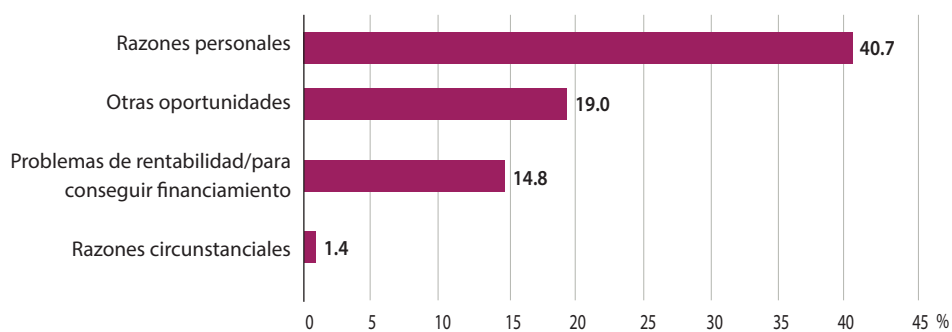
Las fuentes de financiamiento para iniciar un emprendimiento, por lo general, provienen de una combinación de ahorros propios, créditos de consumo (a título personal), así como de préstamos informales realizados por personas naturales (sean estas allegadas o

extrañas al emprendedor). Esta última fuente resulta relevante sobre todo en países donde el acceso al sistema financiero por parte de los emprendedores es incipiente o no existe; y, además, el financiamiento formal ofrecido por parte de agentes orientados específicamente a brindar capital externo para el desarrollo de emprendimientos (como es el caso

de los *ventures capitals*, los ángeles inversionistas y las plataformas de *crowdfunding*) aún no se ha consolidado.

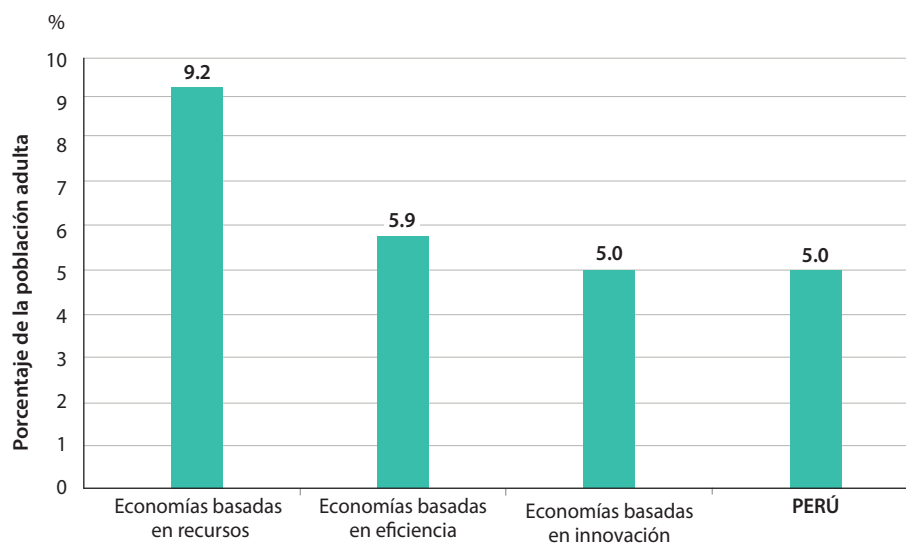
La inversión informal es definida por el GEM como aquella realizada por una persona en los últimos tres años en un negocio ajeno, lo que no incluye compras de acciones en la bolsa de valores, compras de bonos ni inversión

Figura 25. Principales razones para la discontinuación del negocio, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 26. Prevalencia de la inversión informal, GEM 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

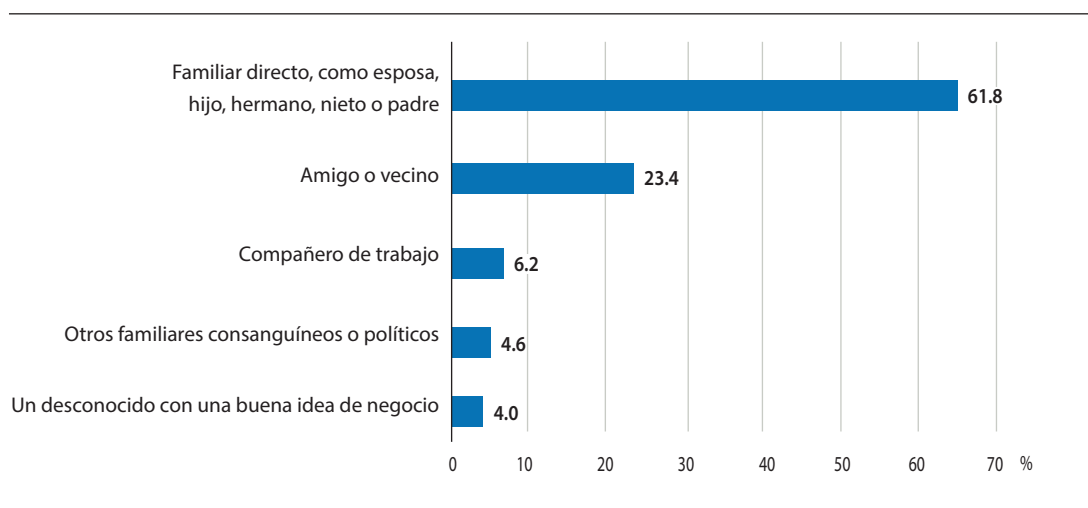
en fondos mutuos. Tal como se mencionó, este tipo de inversión es mayor en países con un sistema financiero poco desarrollado en productos para emprendedores, como ocurre principalmente en economías basadas en recursos; por el contrario, en países con mercados financieros maduros, este tipo de inversión es menos frecuente (figura 26).

En el Perú, el 5.0% del total de la población adulta proveyó fondos para un nuevo negocio. Esta proporción de inversión informal se encuentra ligeramente por debajo del promedio del grupo de economías basadas en eficiencia.

Tal como se observa en la figura 27, entre los principales proveedores de la inversión informal destacan los

familiares directos del emprendedor (61.8%), seguidos de sus amigos o vecinos (23.4%). Esto implicaría que, dentro de las fuentes de financiamiento informal, la relación que se tenga con el emprendedor jugaría un rol importante como criterio de inversión, por lo que ya no sería tan importante demostrar la relevancia de la calidad del proyecto.

Figura 27. Destino de la inversión informal, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).



Foto: Archivo ESAN

4. EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR PERUANO

Conocer en profundidad al emprendedor peruano y comprender tanto su problemática como sus necesidades resulta esencial para la formulación de políticas públicas y programas gubernamentales que fomenten el potencial emprendedor del país. Con esta finalidad, en el presente capítulo se desarrolla un perfil completo del emprendedor nacional considerando sus características demográficas y las expectativas que tiene con relación a su negocio.

4.1. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL EMPRENDEDOR

4.1.1. Edad

En cuanto a las edades de los emprendedores en etapa temprana, se observan diferencias marcadas

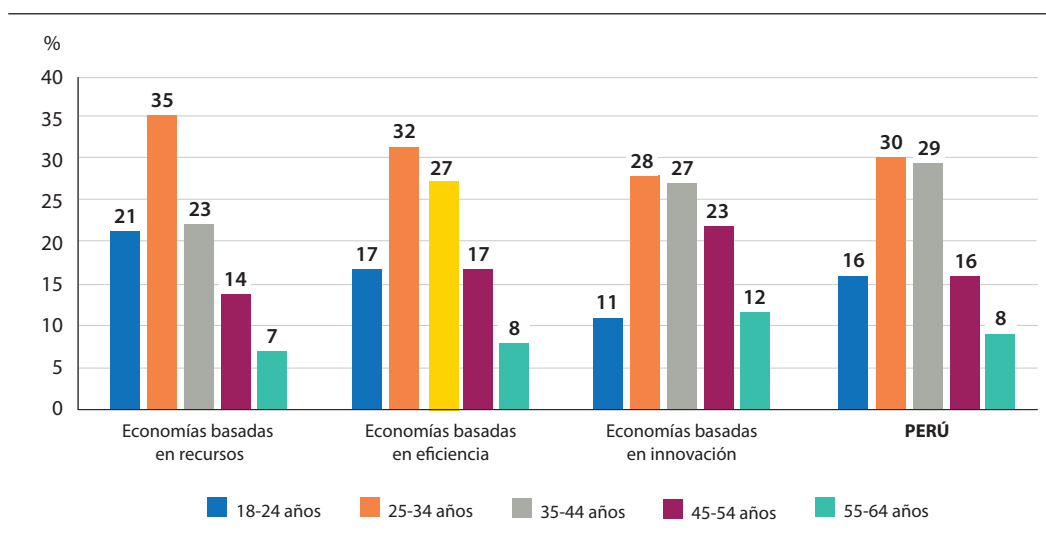
dependiendo del tipo de economía. Así, los emprendedores en etapa temprana de los países con economías basadas en recursos tienden a ser más jóvenes y se concentran entre los 25 y 34 años. Por su parte, en países cuyas economías se basan en innovación, se pueden encontrar, en similar medida, emprendimientos tempranos provenientes tanto de jóvenes de 18 como de adultos de 54 años (figura 28).

En el Perú, como se aprecia en la figura 29, los emprendimientos en etapa temprana, en comparación con los emprendimientos establecidos, tienden a ser desarrollados por personas más jóvenes. Al respecto, la edad promedio de los emprendedores en etapa temprana es de 37 años; y el 75.7% de ellos se encuentra entre los 18 y 44 años.

En cambio, los emprendedores establecidos tienen una edad promedio de 40 años, y el 82.5% de ellos se encuentra entre los 25 y 54 años.

A nivel de la motivación por emprender también existen diferencias de edad, aunque estas no son tan marcadas como en el caso anterior. Los emprendedores en etapa temprana motivados por oportunidad tienden a ser más jóvenes que aquellos motivados por necesidad. Así, la edad promedio de los emprendedores en etapa temprana motivados por oportunidad es de 37 años y el 76% de ellos tiene entre 18 y 44 años. En cambio, los emprendedores en etapa temprana motivados por necesidad tienen una edad promedio de 44 años y el 68.7% de ellos tienen entre 35 y 64 años (figura 30).

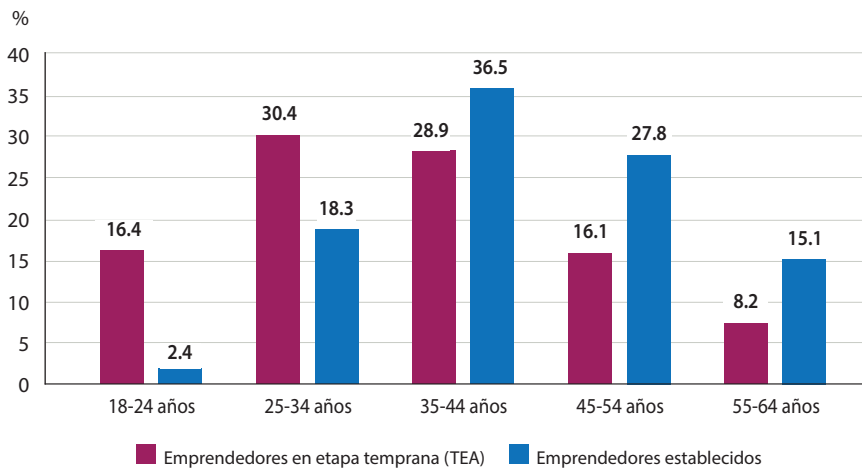
Figura 28. Distribución porcentual de los emprendedores en etapa temprana según la edad, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

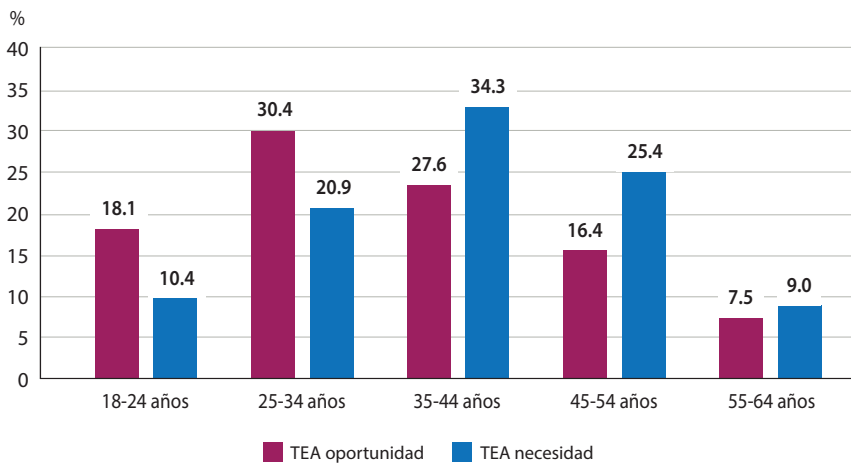
► 4. EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR PERUANO

Figura 29. Distribución por grupos de edad de los emprendedores en etapa temprana y los emprendedores establecidos, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 30. Distribución por grupos de edad de los emprendedores en etapa temprana y los emprendedores establecidos, según su motivación para emprender, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

4.1.2. Género

Respecto al género del emprendedor en etapa temprana, la figura 31 muestra un comportamiento similar en casi todos los países,

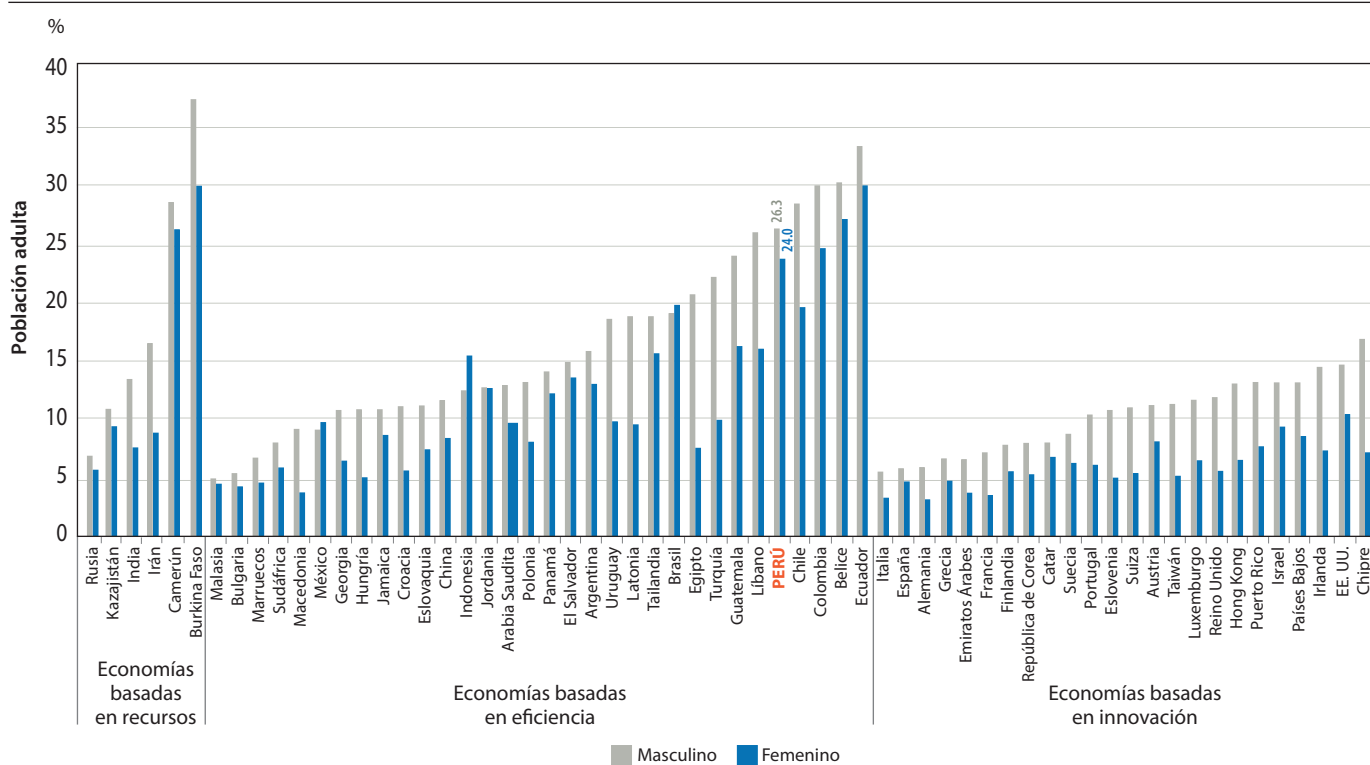
independientemente de la fase de desarrollo económico en la que se encuentren. En la gran mayoría de países, el emprendimiento en etapa temprana es una actividad llevada a cabo en mayor medida por varones. La excepción es

Indonesia, en donde la cantidad de mujeres emprendedoras es ligeramente mayor que la de los hombres. Las diferencias por género son más críticas en Egipto, Taiwán, Chipre y Turquía, donde la participación de los varones en emprendimientos en etapa temprana es más del doble que la de las mujeres. Este predominio masculino en el emprendimiento refleja diferencias asociadas con aspectos culturales y costumbres que limitan las oportunidades de desarrollo de la mujer. Cabe resaltar que en países como el Perú, España y Ecuador no se observa una importante diferencia de género en las actividades emprendedoras.

Aunque, en el caso peruano, la participación de las mujeres en el desarrollo de emprendimientos en etapa temprana es similar a la de sus pares varones, se identifican diferencias a nivel de las motivaciones que impulsan a emprender. De acuerdo con la figura 32, los hombres, en mayor medida que las mujeres, emprenderían motivados por oportunidades que identifican en el mercado. Esta diferencia por género se ha mantenido a lo largo de los años y parece estar ampliándose.

Las diferencias por género también se observan en torno a los sectores en los cuales se decide emprender. La figura 33 muestra que las mujeres realizan emprendimientos vinculados al sector consumidor en mayor medida que los hombres (72.8% del

Figura 31. TEA por género, GEM 2016-2017



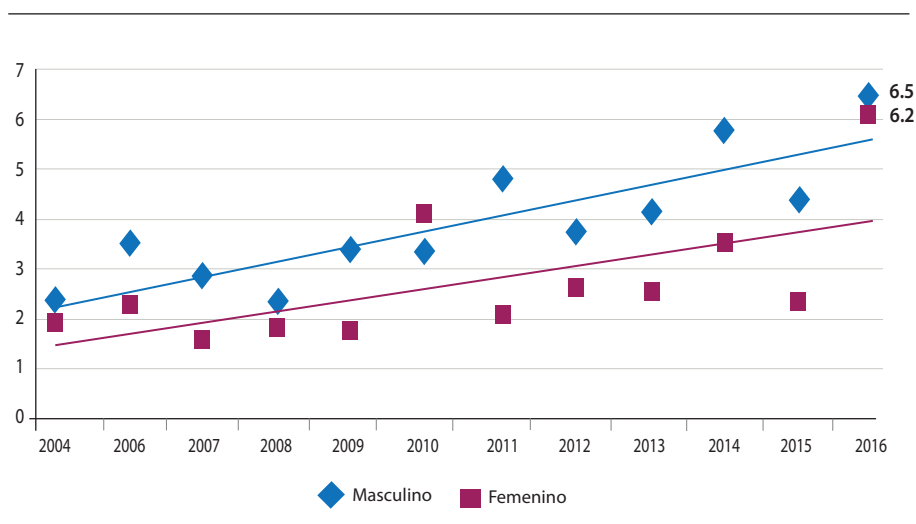
Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

total de negocios emprendidos por mujeres pertenecen a ese sector, comparado con el 54% para el caso de los hombres). Por otro lado, en el sector transformación hay mayor presencia de varones (28.3% del total de negocios emprendidos por hombres pertenecen a ese sector, comparado con el 17.7% para el caso de las mujeres).

4.1.3. Educación

Respecto al nivel educativo, los emprendedores en etapa temprana tienden a poseer un mayor nivel de estudios en comparación con los emprendedores establecidos (figura 34). El 46% de los emprendedores en etapa temprana cuenta con

Figura 32. Evolución del ratio TEA oportunidad/TEA necesidad por género, GEM Perú 2004-2016



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

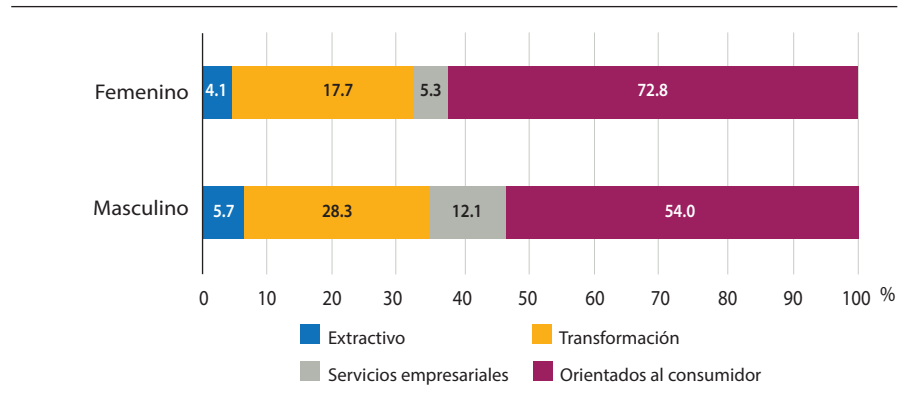
► 4. EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR PERUANO

estudios superiores, a nivel técnico o universitario. En cuanto a los emprendedores establecidos, este perfil educativo representa el 34.4%. Es dentro del segmento de emprendedores con estudios superiores donde existe mayor potencial para el desarrollo de iniciativas con alto grado de innovación, por lo que este grupo resulta crucial para el desarrollo de programas y políticas de gobierno.

Por otro lado, la brecha en educación se mantiene entre los géneros en emprendedores en etapa temprana. Así, el 50% de los emprendedores hombres en etapa temprana tiene algún tipo de estudio superior (técnico y/o universitario), frente al 41.8% de sus pares mujeres (figura 35). Estos resultados permitirían explicar la mayor presencia de emprendimientos por necesidad dentro del segmento femenino. Al respecto, un mayor nivel educativo, sobre todo con enfoque en emprendimiento, potencia la capacidad para identificar oportunidades en el mercado y brinda las herramientas necesarias para poder aprovecharlas.

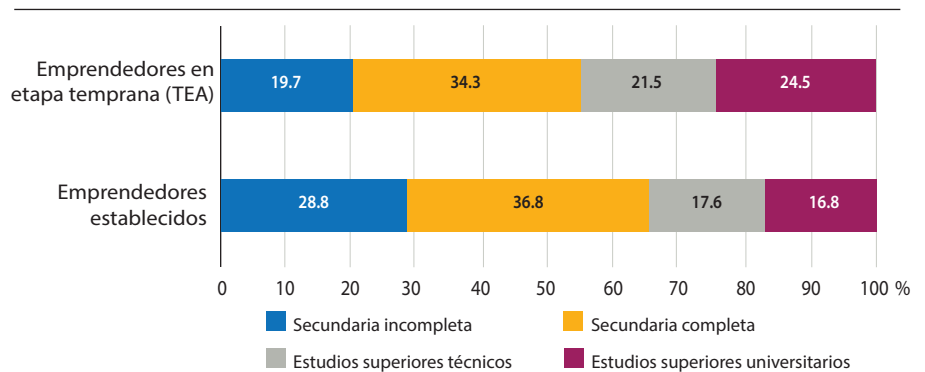
En la figura 36 se observa que el 28.3% de los emprendedores por necesidad ha alcanzado un nivel educativo superior, sea este de carácter universitario o técnico. En cambio, esta cifra es mayor para el caso de los emprendedores por oportunidad, segmento en donde representa el 51.8%.

Figura 33. Distribución sectorial del emprendimiento en etapa temprana según género, GEM Perú 2016-2017



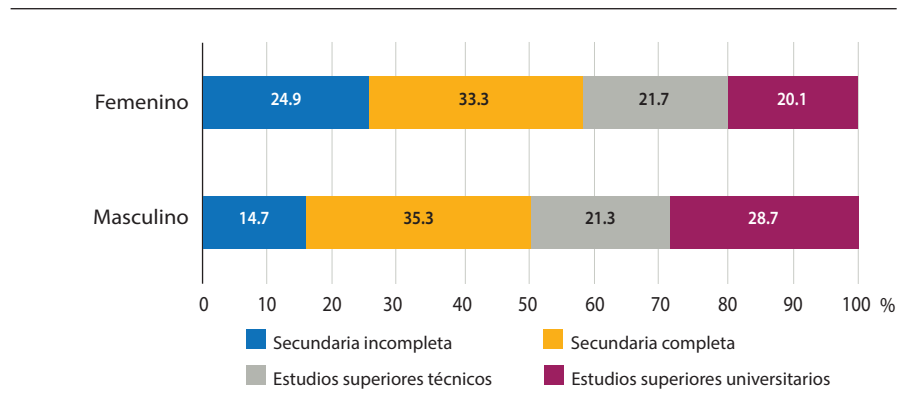
Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 34. Nivel educativo de los emprendedores en etapa temprana y emprendedores establecidos, GEM Perú 2016-2017



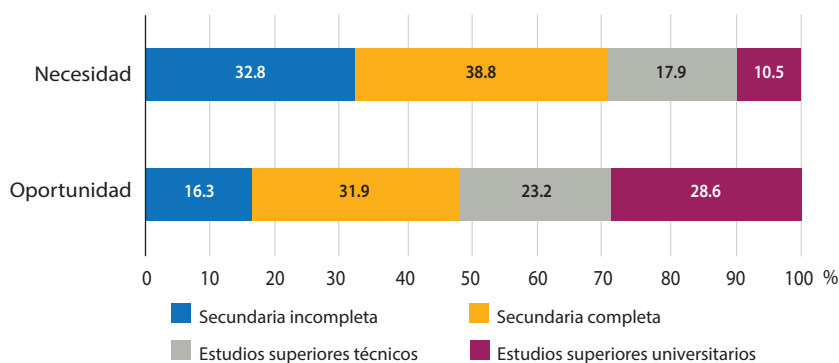
Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 35. Nivel educativo de los emprendedores en etapa temprana, según el género, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 36. Nivel educativo de los emprendedores en etapa temprana, según la motivación para emprender, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Estos resultados también refuerzan el vínculo existente entre el mayor nivel educativo y la motivación para emprender, guiada por la identificación y el aprovechamiento de oportunidades.

4.1.4. Situación laboral

Dentro del proceso de emprendimiento, el autoempleo es una característica cuya importancia

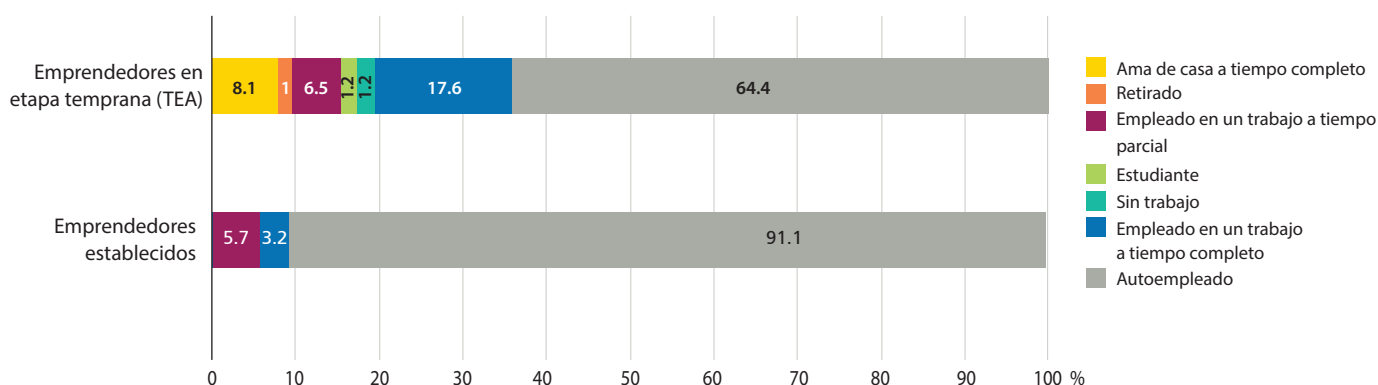
se incrementa conforme el negocio va consolidándose en el mercado. En muchas ocasiones, cuando el negocio recién se inicia, el propietario ocupa la mayor parte de su tiempo en otras actividades económicas, sea como dependiente o independiente. Cuando el negocio se afianza, requiere un mayor tiempo de dedicación por parte del propietario, y genera ingresos suficientes como para

emplear a este a tiempo completo. Dicha situación se ve reflejada en las respuestas de los emprendedores mostradas en la figura 37. El porcentaje de emprendedores que se considera autoempleado asciende a 64.4% en el caso de los emprendedores en etapa temprana y llega a 91.1% en el de los emprendedores establecidos.

4.1.5. Ingresos

Al conocer el nivel de ingresos del emprendedor se puede tener una idea aproximada de su capacidad adquisitiva, y, por ende, de su potencial de ahorro. Conocer el nivel de ingresos del emprendedor también permite deducir con qué recursos propios cuenta para destinarlos al negocio, ya sea como parte de la inversión o del capital de trabajo. El GEM divide la renta familiar de los emprendedores en tercios, según el ingreso per cápita del país. La tabla 5 muestra que, en

Figura 37. Situación laboral de los emprendedores en etapa temprana y emprendedores establecidos, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

► 4. EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR PERUANO

Tabla 5. Porcentaje de personas según nivel de ingreso de acuerdo con la etapa del proceso emprendedor, género, motivación y sector económico, GEM Perú 2016-2017

Etapa del proceso emprendedor	Ingreso bajo	Ingreso medio	Ingreso alto
Índice TEA	12.9%	47.0%	40.1%
Índice de negocios establecidos	15.0%	51.0%	34.0%
Género del emprendedor			
Masculino	12.7%	47.4%	39.9%
Femenino	13.3%	46.4%	40.4%
Motivación para emprender			
Oportunidad	7.8%	48.2%	43.9%
Necesidad	30.9%	41.8%	27.3%
Sector económico			
Extractivo	35.3%	17.6%	47.1%
Transformación	10.4%	53.1%	36.5%
Servicios empresariales	5.3%	44.7%	50.0%
Servicios orientados al consumidor	14.0%	47.4%	38.6%

Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

el caso peruano, existe una mayor proporción de emprendedores en etapa temprana, ubicados dentro del segmento de ingresos altos (40.1%), comparados con los emprendedores establecidos (34%), pese a que los primeros cuentan con menos tiempo en el mercado.

En cuanto al género, no se observan grandes diferencias a nivel de ingresos. Las más relevantes se encuentran en el tipo de motivación y en el sector económico al que pertenecen los emprendimientos. Así, los emprendedores motivados por oportunidad cuentan, en promedio, con mayores ingresos que los motivados por necesidad. Asimismo, los emprendedores pertenecientes al sector servicios empresariales suelen tener un mayor nivel de ingresos que el

resto. Los que pertenecen a los sectores transformación y servicios orientados al consumidor se concentran, principalmente, en el nivel de ingresos medio. Por su parte, los emprendedores del sector extractivo se concentran tanto en los ingresos altos como en los bajos.

4.2. ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

Las aspiraciones emprendedoras reflejan la naturaleza de la actividad emprendedora y tienen un gran impacto en la continuación y la expansión de un negocio. Las características distintivas de los emprendimientos impulsados por personas con altas aspiraciones son la innovación de productos, la búsqueda de nuevos mercados, la internacionalización, las

expectativas de crecimiento y el potencial de expansión.

4.2.1. Expectativas de crecimiento

Las expectativas de crecimiento de los emprendedores en etapa temprana son de suma importancia para los formuladores de políticas, debido al impacto que aquellos pueden generar en la economía en términos de creación de empleo. Sobre este aspecto, el estudio GEM pregunta a los emprendedores qué cantidad de empleados esperan tener en los próximos cinco años (sin que se consideren a sí mismos en esta proyección). El GEM clasifica las expectativas de crecimiento de los próximos cinco años en:

- Actividad emprendedora solitaria. Únicamente genera empleo para el propio emprendedor. En esta categoría se ubican los emprendedores que se autoemplean por necesidad y los profesionales que realizan trabajos propios de su ocupación, oficio o profesión.
- Actividad emprendedora con expectativa de bajo empleo. Se espera emplear entre 1 y 5 empleados dentro de los próximos 5 años. En la mayoría de los casos, estos empleados son muy cercanos al entorno familiar o amical del emprendedor.
- Actividad emprendedora con expectativa de mediano a alto empleo. Se espera ocupar entre 6 y 19 empleados.

Estos emprendedores tienen una visión más amplia de crecimiento.

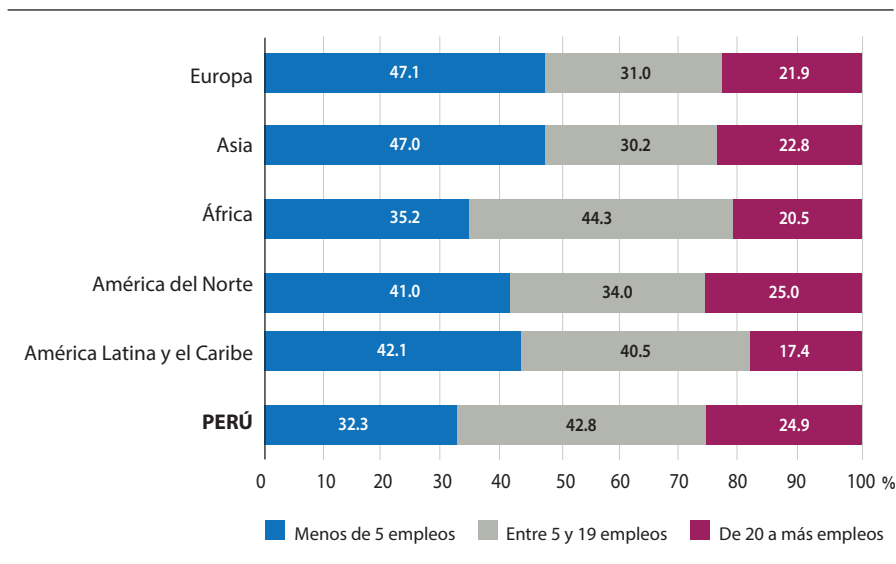
Según la figura 38, las economías cuyos emprendedores poseen una mayor orientación hacia la generación de autoempleo son Europa (47.1%) y Asia (47%). En el caso del Perú, la presencia de emprendedores con altas expectativas de generación de empleo es mayor que la de sus pares en la región, y alcanza un 24.9%.

4.2.2. Emprendedores ambiciosos

El estudio GEM explora la orientación de los emprendedores hacia la innovación y la tecnología y sus expectativas de crecimiento para identificar quiénes cuentan con un perfil más ambicioso. Es decir, se busca descubrir a aquellos que se caracterizan, fundamentalmente, por su espíritu de superación.

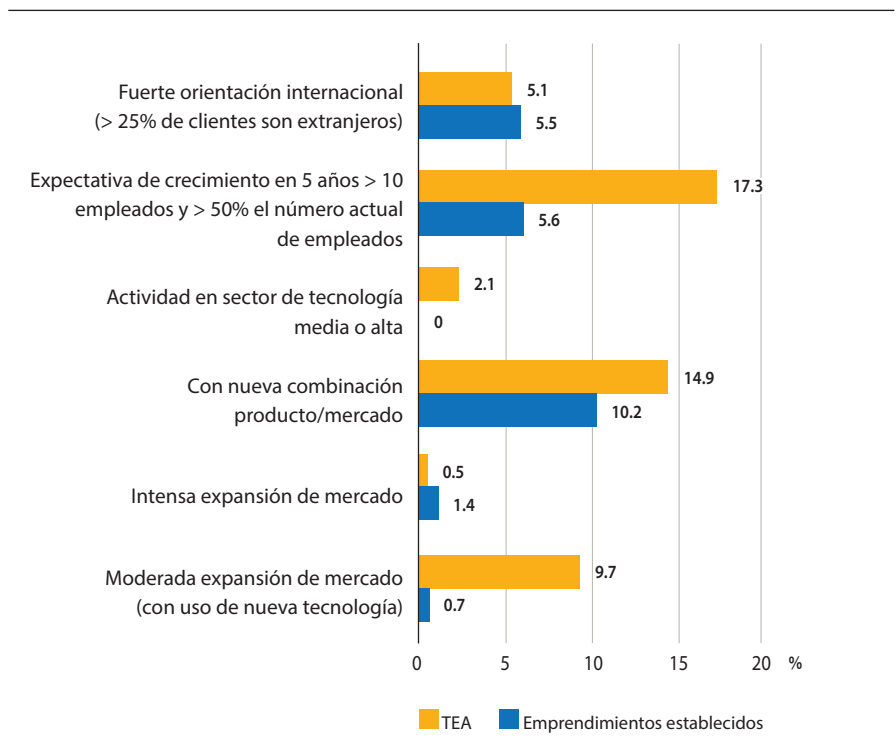
Como se puede observar, la figura 39 resume las características de los emprendedores ambiciosos en el Perú, tanto en etapa temprana como establecidos. Así, se observa que los emprendedores en etapa temprana tienen mayores expectativas que sus pares establecidos en relación con la innovación en producto-mercado, la generación de empleo y la expansión moderada en el mercado. Por otro lado, tanto los emprendedores en etapa temprana como los establecidos cuentan con bajas expectativas para la realización de actividades en sectores de mediana o alta tecnología.

Figura 38. Expectativas de creación de empleos por parte de la TEA para los próximos 5 años, según regiones geográficas, GEM 2016-2017



Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 39. Emprendimientos con alto potencial de expansión, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta a la Población Adulta (APS).



Foto: <http://www.istockphoto.com/es>

5. EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR PERUANO

Debido al papel relevante que juega el emprendimiento en el crecimiento económico de los países, resulta indispensable construir un ecosistema que favorezca el desarrollo sostenible de las iniciativas emprendedoras. Bajo esta idea, el modelo conceptual del estudio GEM identifica nueve condiciones fundamentales del ecosistema emprendedor (*entrepreneurial framework conditions*, EFC) que impulsan la actividad emprendedora. Estas condiciones y su impacto en la dinámica emprendedora son analizadas en el presente capítulo.

Las nueve EFC consideradas en el estudio GEM se presentan en la tabla 6. Tres de ellas se subdividen en dos categorías, formando en total doce categorías importantes que fortalecen el ecosistema emprendedor de un país.

5.1. LA ENCUESTA NACIONAL A EXPERTOS (NES)

La Encuesta Nacional a Expertos (NES) es parte de la metodología del estudio GEM. Este instrumento, estandarizado para todos los países que forman parte del proyecto, permite analizar las diferentes EFC y su influencia en la actividad emprendedora de cada país, a la vez que posibilita la realización de comparaciones posteriores. Los expertos nacionales son actores representativos de la comunidad emprendedora, tanto del ámbito público como del privado. El equipo de expertos está conformado por autoridades, emprendedores,

Tabla 6. Condiciones marco para el emprendimiento (EFC), GEM Perú 2016-2017

N.º	EFC
1	Financiamiento para emprendedores. La disponibilidad de recursos financieros, recursos propios y deuda para las empresas nuevas y en crecimiento, incluye otro tipo de ayuda y subvenciones.
2	Políticas gubernamentales. La medida en que las políticas públicas proveen apoyo a los emprendedores. Tiene dos categorías de estudio: a) Emprendimiento como tema prioritario en las políticas públicas. b) Burocracia, impuestos y tasas que favorecen la puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas.
3	Programas gubernamentales. La presencia y la calidad de los programas de ayuda directa para empresas nuevas y en crecimiento en todos los niveles de gobierno (nacional, regional y municipal).
4	Educación emprendedora. La calidad de la educación en términos de enseñanza de capacidades, valores y actitudes orientados a planificar e implementar proyectos empresariales. Tiene dos subcategorías de estudio: a) Educación emprendedora en escuela primaria y secundaria. b) Educación emprendedora en escuela superior, formación profesional y universidad.
5	Grado de transferencia de I + D. La medida en que la investigación y desarrollo nacionales dará lugar a nuevas oportunidades comerciales y si estas se encontrarán disponibles para las nuevas empresas, pequeñas y en crecimiento.
6	Acceso a infraestructura profesional y comercial. La presencia de servicios e instituciones comerciales, contables y jurídicos que permiten o promueven el surgimiento de nuevas empresas, pequeñas o en crecimiento.
7	Apertura de mercado. La medida en que los acuerdos comerciales son sometidos a constantes cambios y la presencia de empresas nuevas y en crecimiento acrecienta la competencia y sustituye a los proveedores, subcontratistas y consultores existentes. Tiene dos subcategorías de estudio: a) Dinámica o dinamismo del mercado interno. b) Barreras de entrada al mercado interno.
8	Acceso a infraestructuras físicas y de servicios básicos. Facilidad de acceso a los recursos físicos disponibles de comunicación, servicios públicos o transporte a un precio que no discrimina a las nuevas empresas, pequeñas o en crecimiento.
9	Normas sociales y culturales y apoyo social al emprendedor. La medida en que las normas sociales y culturales existentes fomentan las acciones individuales que pueden llevar a nuevas formas de hacer negocios o actividades económicas y, a su vez, conducen a una mayor dispersión de la riqueza personal y los ingresos.

Fuente: Kelley, Bosma & Amorós (2011).

profesionales, funcionarios de alto nivel y académicos, quienes brindan sus opiniones sobre la situación del ecosistema emprendedor. Además, por medio de la Encuesta a la Población Adulta (APS), promueven la generación de políticas que impacten positivamente en la economía.

En la Encuesta Nacional a Expertos, un mínimo de 36 de ellos responden una serie de enunciados sobre las nueve EFC. Para contestar estas preguntas, a partir del año 2015, se emplea una escala de diferencial semántico de nueve puntos, dejando de lado la escala

► 5. EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR PERUANO

Likert de cinco puntos que se utilizó hasta el año 2014. Esta modificación asegura, de acuerdo con el equipo GEM, una mayor asertividad y diferenciación entre los resultados de cada EFC analizada.

Según la escala utilizada, una valoración muy cercana a 9 significa que los expertos nacionales consideran que la EFC en cuestión aporta positivamente a la actividad emprendedora, mientras que una muy cercana a 1 indica todo lo contrario.

Además, los expertos comentan la forma en que cada EFC limita o potencia el ecosistema emprendedor; ellos también brindan algunas recomendaciones que permitirán mejorar dicho ecosistema.

Para la encuesta NES Perú del periodo 2016-2017 participaron en total 47 expertos, cuyas edades se encuentran entre los 29 y 71 años, con un promedio de 45 años. El 70% de los expertos seleccionados fueron varones; y el 30% restante,

mujeres. El 28% tiene un grado universitario y el 72% restante cuenta adicionalmente con maestría o doctorado.

Asimismo, el 55% de los expertos nacionales está involucrado en la formulación de políticas públicas, el 45% se percibe como emprendedor, el 40% tiene alguna vinculación con la docencia y/o la investigación, el 32% provee algún tipo de servicio empresarial, y el 17% se considera inversor o proveedor de financiamiento.

Tabla 7. Valoración de los expertos nacionales sobre las condiciones marco para el emprendimiento (EFC) por país y región, GEM 2016-2017

	1	2a	2b	3	4a
	Entorno financiero relacionado con el emprendimiento	Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	Educación emprendedora en los niveles primaria y secundaria
Argentina	2.85	5.43	1.97	4.87	2.82
Brasil	4.41	3.47	2.19	3.38	2.22
Chile	3.53	4.22	4.74	5.05	2.38
Colombia	3.63	4.22	3.60	4.51	2.94
Ecuador	2.86	3.38	2.68	3.36	3.07
Guatemala	2.79	2.93	3.44	3.00	2.87
México	4.02	4.31	3.80	4.90	3.17
Panamá	3.03	3.31	5.03	3.89	1.94
PERÚ	3.83	3.46	3.14	4.07	3.19
Uruguay	3.27	3.16	3.62	4.97	1.92
América Latina y el Caribe	3.42	3.76	3.31	4.05	2.74
África	3.58	4.43	4.11	4.02	2.16
Asia y Oceanía	4.61	4.61	4.27	4.30	3.44
Europa	4.45	4.07	4.08	4.53	3.26
Norteamérica	4.82	4.36	4.28	4.63	3.29
Porcentaje global	4.22	4.21	3.98	4.32	3.11

Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

5.2. LAS CONDICIONES MARCO (EFC) DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR A NIVEL GLOBAL

Los resultados obtenidos para las condiciones marco del emprendimiento (EFC) en los países de América Latina y el Caribe y en otras regiones geográficas a nivel mundial, se presentan en la tabla 7.

Norteamérica, Asia y Oceanía son las regiones que cuentan con las EFC mejor valoradas a nivel mundial. Al respecto, Norteamérica

obtiene la mayor puntuación en seis de las doce categorías en las que se subdividen las EFC, destacando principalmente en «el financiamiento para emprendedores» (EFC 1), «el acceso a la infraestructura comercial y profesional» (EFC 6), y «el apoyo de la sociedad y normas sociales y culturales» (EFC 9). Por su parte, Asia y Oceanía obtienen la mayor puntuación en cinco de las doce categorías, destacando principalmente en la existencia de «políticas gubernamentales que tengan al emprendimiento como

prioridad» (EFC 2a), «la educación emprendedora en los niveles primaria y secundaria» (EFC 4a), y «el dinamismo del mercado interno» (EFC 7a).

En el caso de Latinoamérica, las valoraciones de las EFC se encuentran por debajo del promedio global, y cuentan con la menor puntuación en seis de las doce categorías. Para los expertos, la región presenta retos importantes en relación con «el financiamiento para emprendedores» (EFC 1), «las políticas gubernamentales que

4b	5	6	7a	7b	8	9
Educación emprendedora en el nivel superior, profesional y universitario	Nivel de transferencia en investigación y desarrollo	Acceso a la infraestructura comercial y profesional	Dinamismo del mercado interno	Barreras de entrada al mercado interno	Acceso a la infraestructura física	Apoyo de la sociedad y normas sociales y culturales
5.13	3.96	4.46	5.40	3.52	5.30	5.09
4.10	3.03	4.48	5.69	3.68	4.65	3.87
4.77	3.95	4.92	3.73	3.99	7.44	5.05
5.40	3.53	4.16	4.65	3.85	6.06	5.78
5.33	3.17	4.57	4.54	4.21	6.72	5.35
5.37	3.31	4.99	3.94	3.70	6.23	5.09
5.24	4.13	4.71	4.74	4.22	6.58	5.22
4.21	3.42	4.19	3.96	4.14	7.15	5.07
4.87	3.24	3.65	4.25	4.01	5.76	5.01
5.19	3.70	4.77	3.44	3.93	6.51	3.37
4.85	3.38	4.50	4.39	3.90	6.17	4.85
4.08	2.88	4.81	4.51	3.73	6.18	4.22
4.64	4.03	4.89	5.65	4.22	6.44	5.27
4.62	4.15	5.20	4.88	4.58	6.80	4.33
4.61	4.18	5.55	5.10	4.39	6.79	6.07
4.62	3.84	4.93	4.98	4.25	6.51	4.76

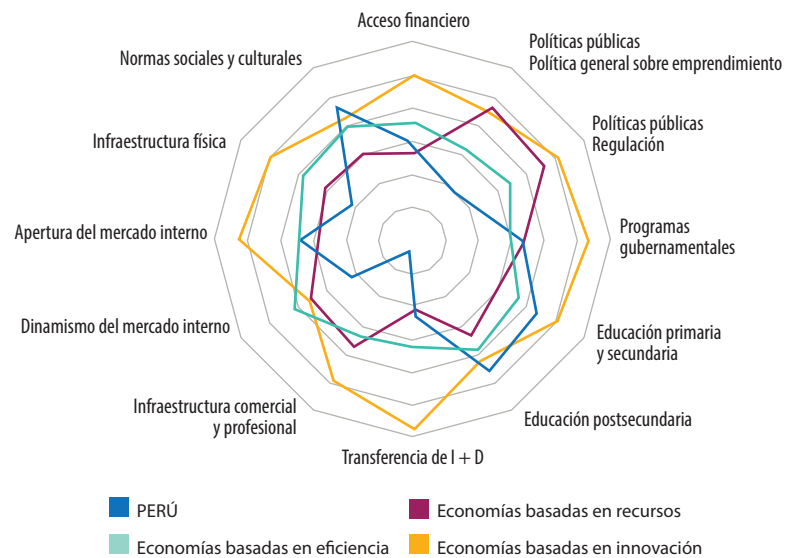
► 5. EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR PERUANO

tengan al emprendimiento como prioridad» (EFC 2a), «las políticas gubernamentales que favorecen la puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas» (EFC 2b), «el acceso a la infraestructura profesional y comercial» (EFC 6), «el dinamismo del mercado interno» (EFC 7a) y «el acceso a la infraestructura física» (EFC 8).

La figura 40 compara la valoración de los expertos peruanos con la valoración de sus pares según los grupos de desarrollo económico. Para realizar esta comparación se emplean los valores Z, los cuales permiten tener una mejor idea de qué tanto se acercan o se alejan los resultados de cada país a su valor esperado.

Tal como se puede observar, las condiciones relacionadas con «el financiamiento para emprendedores» (EFC 1), «los programas de apoyo gubernamental para emprendedores» (EFC 3), «la educación emprendedora en los niveles primaria y secundaria» (EFC 4a), «la transferencia I + D» (EFC 5), «el acceso a la infraestructura comercial y profesional» (EFC 6), y «la apertura del mercado interno e infraestructura física» (EFC 7a) están más desarrolladas en los países con economías basadas en innovación. Pese a ello, se aprecian algunas debilidades en las categorías «educación emprendedora a nivel postsecundario» (EFC 4b), «dinamismo del mercado interno» (EFC 7a) y «normas sociales y culturales» (EFC 9) que, al parecer,

Figura 40. Valoración de los expertos para las EFC, según grupos de desarrollo económico, GEM 2016-2017



Fuente: GEM Global Report 2016-2017, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

muestran un menor desarrollo frente a las demás.

En el Perú, con excepción de «la educación emprendedora en los niveles primaria y secundaria» (EFC 4a), «la educación emprendedora a nivel postsecundario» (EFC 4b), «los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento» (EFC 3) y «las normas sociales y culturales» (EFC 9), las EFC presentan menores valoraciones que el promedio obtenido en el grupo de países con economías basadas en eficiencia. Más aún, cinco de las doce categorías obtienen valores más bajos que el promedio de los países con economías basadas en recursos. Estas categorías son: «políticas gubernamentales que tengan al emprendimiento como prioridad» (EFC 2a), «políticas gubernamentales que favorecen la

puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas» (EFC 2b), «acceso a la infraestructura comercial y profesional» (EFC 6), «dinamismo del mercado interno» (EFC 7a), «acceso a la infraestructura física» (EFC 8).

5.3. LAS CONDICIONES DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR PERUANO

Los resultados de las valoraciones de los expertos peruanos para cada EFC se presentan en la tabla 8. Debido a la modificación de la escala aplicada desde la edición del 2015, no es posible realizar una comparación directa con los valores obtenidos en años anteriores. Sin embargo, un análisis vertical de los datos permite observar una continuidad de los factores que son más relevantes para el fomento

e inhibición del emprendimiento en el país. Este hecho reflejaría la necesidad de continuar trabajando en acciones que promuevan una mayor transferencia en investigación y desarrollo, refuercen la educación emprendedora en los primeros años de educación escolar y desarrollen políticas gubernamentales enfocadas en la reducción de la burocracia administrativa y la carga impositiva, especialmente para nuevos emprendimientos con alto potencial de crecimiento.

Respecto a los factores que potencian el ecosistema emprendedor, el apoyo de la sociedad al emprendimiento

y la educación emprendedora a nivel superior, tanto técnica como universitaria, siguen jugando un rol preponderante, al igual que en años anteriores.

5.3.1. Condiciones que impulsan e inhiben la actividad emprendedora en el Perú

La figura 41 presenta la influencia positiva o negativa de los principales aspectos que afectan el ecosistema emprendedor peruano. Como se puede apreciar, los factores que mayor dinamismo inyectan a la actividad emprendedora, de acuerdo con los expertos, son el clima económico favorable, la capacidad para emprender

de la población y los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento. Por otro lado, y siempre según los expertos, las políticas gubernamentales, la transferencia de I + D, el acceso a la infraestructura comercial y profesional, así como los costos laborales son las condiciones que siguen actuando en contra de la generación de emprendimientos en nuestro país. Este grupo de expertos reconoce que los principales actores que forman parte del ecosistema emprendedor (ya sean estos públicos, privados o provenientes de la academia), desempeñan un rol más activo

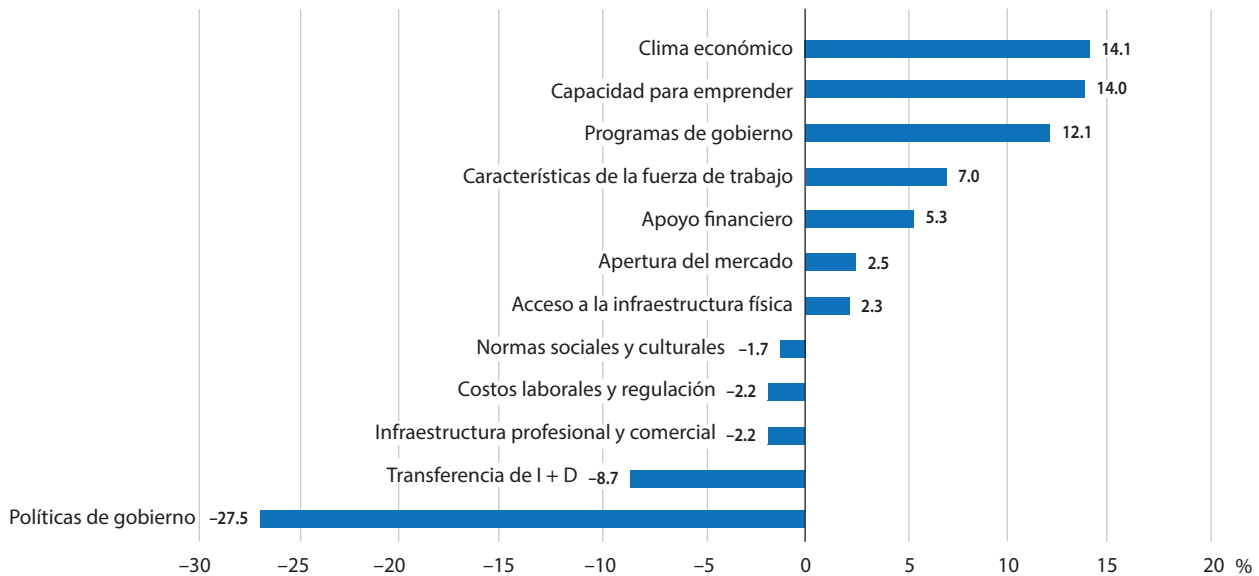
Tabla 8. Evolución de las valoraciones de los expertos sobre las 12 categorías de las EFC, GEM Perú 2007-2016

EFC	DESCRIPCIÓN	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
1	Entorno financiero relacionado al emprendimiento	3.8	3.0	2.2	2.3	2.4	2.3	2.5	2.5	2.3	2.2
2a	Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	3.5	3.1	2.2	2.0	2.7	2.3	2.2	2.5	2.3	2.3
2b	Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3.1	3.0	2.1	2.1	2.4	2.5	2.3	2.2	2.0	1.9
3	Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	4.1	3.7	2.1	2.2	2.4	2.4	2.2	2.4	2.2	2.2
4a	Educación emprendedora en los niveles primaria y secundaria	3.2	3.0	2.0	2.1	2.2	2.1	2.2	2.0	1.9	1.9
4b	Educación emprendedora en nivel superior, profesional y universitario	4.9	5.0	2.9	2.8	3.1	3.1	2.8	3.0	2.9	2.8
5	Nivel de transferencia en investigación y desarrollo	3.2	3.0	1.9	1.9	2.0	2.1	2.0	2.0	1.9	1.8
6	Acceso a la infraestructura comercial y profesional	3.7	3.7	2.8	2.7	2.9	2.8	2.8	2.7	2.8	2.8
7a	Dinamismo del mercado interno	4.3	3.8	2.4	2.6	2.6	2.7	2.6	2.3	2.8	2.5
7b	Barreras de entrada al mercado interno	4.0	3.8	2.7	2.6	2.8	2.7	2.8	2.7	2.6	2.9
8	Acceso a la infraestructura física	5.8	5.6	3.5	3.5	3.7	3.4	3.5	3.4	3.6	3.6
9	Apoyo de la sociedad y normas sociales y culturales	5.0	5.0	3.1	2.9	3.2	3.2	3.1	3.2	3.0	2.7

■ EFC con valores más bajos ■ EFC con valores más elevados

Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

Figura 41. Porcentaje de los expertos que opinaron acerca de los factores que actualmente apoyan o limitan la actividad emprendedora, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

hoy en día. Sin embargo, la gran mayoría de estos especialistas consideran que aún nos encontramos muy por debajo de otras economías latinoamericanas. La necesidad de avanzar con mayor rapidez hacia el desarrollo y la implementación de iniciativas integrales y ágiles que potencien el emprendimiento innovador son de vital importancia para no dejar al país en una situación de desventaja frente a sus pares regionales o globales.

5.4. RECOMENDACIONES PARA PROMOVER LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EL PERÚ

La figura 42 muestra el porcentaje acumulado de recomendaciones para el desarrollo de la actividad emprendedora en el país. Se observa que las intervenciones

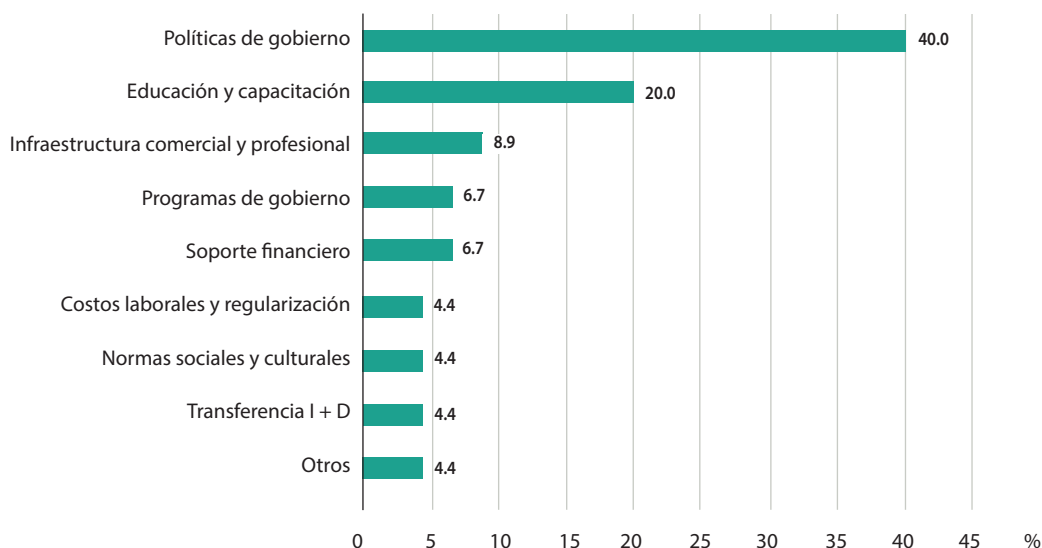
deberían centrarse, principalmente, en el mejoramiento de las políticas de gobierno, la educación emprendedora a todo nivel y el acceso a la infraestructura comercial y profesional.

Los resultados obtenidos a través de la Encuesta Nacional a Expertos muestran la necesidad de contar con políticas de Estado explícitas que fomenten el emprendimiento y mejoren la competitividad de las empresas. Algunos especialistas sugieren la creación de una entidad autónoma con capacidad técnica y especializada para la promoción de nuevos emprendimientos, desde un punto de vista de eficiencia y retorno social, que dé continuidad a largo plazo y articule toda política incentivadora del emprendimiento. Esta entidad debería promover la

visión conjunta de emprendimiento e incubación en todas las instituciones gubernamentales para lograr mejores resultados, evitar duplicidad de esfuerzos y optimizar los recursos financieros. Otra de sus funciones sería procurar el trabajo conjunto de los actores influyentes del ecosistema emprendedor. Esto generaría resultados favorables, tal como lo han demostrado experiencias cercanas en Chile y México.

Para los expertos, articular la normativa existente en una ley de emprendimiento debe considerarse como prioridad del Estado. Es necesario el desarrollo de una legislación pertinente que fomente y beneficie la inversión privada en proyectos empresariales de alto crecimiento; así como el de un marco normativo acorde

Figura 42. Principales aspectos que afectan positiva o negativamente el ecosistema emprendedor peruano, GEM Perú 2016-2017



Fuente: GEM Perú 2016-2017, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

con la realidad y la tipología del emprendimiento. Además, se deben adecuar normas tributarias y laborales especiales para emprendedores durante los primeros años de la empresa.

En relación con las mejoras en educación, los expertos manifiestan que es necesario mejorar la educación básica mediante cambios profundos en el currículo escolar. También recomiendan incentivar el espíritu emprendedor desde la infancia a través de una formación que considere el desarrollo de competencias y proporcione herramientas innovadoras para emprender de manera rápida y poco costosa.

Se debe sensibilizar a los niños sobre la oportunidad de crear productos y de mejorar su entorno,

incluso con el uso de nuevas tecnologías. En etapas de formación más avanzada, los escolares podrían recibir elementos que los aproximen a la administración y finanzas; de esta manera, aprenderían metodologías ágiles y dinámicas que los ayudarían a generar iniciativas innovadoras de bajo riesgo.

Si bien los expertos no plantean que se deje de lado el emprendimiento más tradicional, aquel que genera el autoempleo y representa la mayoría de iniciativas emprendedoras en el país, sí resaltan la necesidad de incorporar lineamientos de innovación, escalabilidad y mayor impacto en los emprendimientos.

Un tercer punto importante para los expertos nacionales está relacionado con facilitar el

acceso al financiamiento. Ellos han puesto énfasis en la creación de fondos concursables para financiar proyectos innovadores de mayor impacto en términos de desarrollo productivo y tecnológico, que puedan llegar a ser competitivos a nivel regional o global.

Cabe mencionar las recomendaciones de los expertos con respecto a la red de apoyo para los emprendedores. Para ellos es crucial que se creen más centros de emprendimiento e incubación de negocios con un enfoque moderno. El Estado debe promover y facilitar el fortalecimiento de estas organizaciones y maximizar la relación entre todos los actores del ecosistema emprendedor. Así se unirán esfuerzos y se identificarán sinergias.

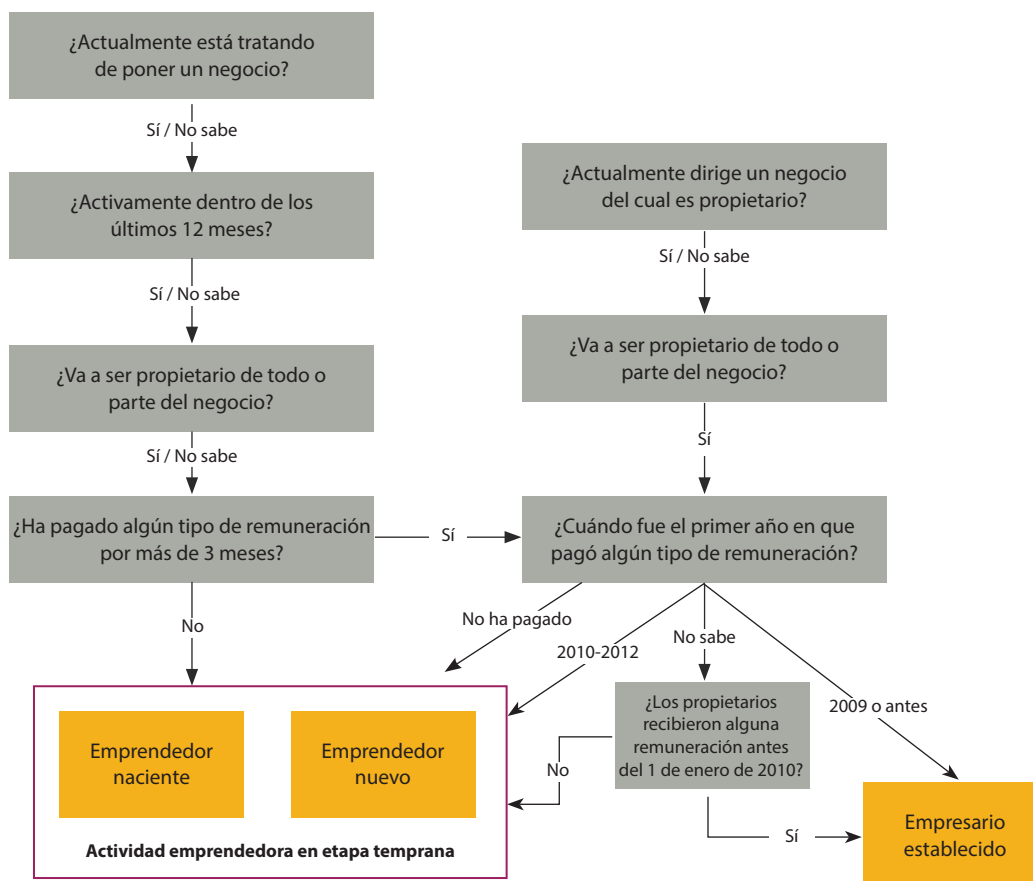
BIBLIOGRAFÍA

- Amorós, J. E. & Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013. Global Report*. Londres: Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Audretsch, D. B. & Thurik, A. R. (2001). What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315.
- Bergmann, H., Mueller, S. & Schrettle, T. (2014). The use of Global Entrepreneurship Monitor data in academic research: A critical inventory and future potentials. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 6(3), 242-276.
- Bosma, N., Acs, Z., Autio, E., Coduras, A. & Levie, J. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor 2008. Executive Report*. Londres: London Business School; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Wellesley, MA, Estados Unidos: Babson College.
- Bosma, N., Wennekers, S. & Amorós, J. E. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2011. Extended Report: Entrepreneurs and entrepreneurial employees across the globe*. Babson Park, MA, Estados Unidos: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; Londres: Global Entrepreneurship Research Association.
- Kelley, D., Bosma, N. & Amorós, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010. Global Report*. Babson Park, MA: Estados Unidos: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Londres: London Business School.
- McMullen, J. S. & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132-152.
- Reynolds, P. D., Hay, M. & Camp, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor 1999. Executive Report*. Wellesley, MA, Estados Unidos: Babson College; Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Kauffman Foundation; Londres: London Business School.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L. W. & Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor 2002. Executive Report*. Kansas City, MO: Ewing Marion Kauffman Foundation. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/docs/download/256>
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P. & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Schwab, K. & Sala-i-Martin, X. (2012). *Insight report. The global competitiveness report 2012-2013*. Ginebra: World Economic Forum.

APÉNDICES

APÉNDICE 1

Diagrama de flujo sobre la operacionalización de variables para obtener el índice TEA 2016-2017



Fuente: Adaptada de Reynolds *et al.* (2005).

APÉNDICE 2
Glosario sobre los principales indicadores y terminología
en el GEM 2016-2017

INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Actividad emprendedora	
Índice de emprendedores nacientes	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que, en la actualidad, se encuentra involucrado activamente en la puesta en marcha de un negocio del cual será dueño o copropietario, y no ha pagado sueldos, salarios o cualquier otra retribución a los propietarios por más de 3 meses.
Índice de emprendedores nuevos	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que, actualmente, es dueño de un nuevo negocio, es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado sueldos, salarios o cualquier otra retribución a los propietarios por un periodo comprendido entre los 3 y los 42 meses.
Índice de actividad emprendedora en etapa temprana (TEA, por sus siglas en inglés)	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que es emprendedor naciente o emprendedor de nuevos negocios (de acuerdo con lo definido anteriormente).
Índice de emprendedores establecidos	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que, en la actualidad, es propietario-gerente de un negocio establecido; es decir, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra forma de retribución a los propietarios por más de 42 meses.
Índice de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que ha discontinuado o cerrado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea porque lo vendió, clausuró o discontinuó su relación de propietario-gerente con el negocio. Nota: no es una medida de fracasos de negocios.
Actividad emprendedora motivada por necesidad: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapa temprana (de acuerdo con lo definido anteriormente) que emprenden porque no tienen otra opción de trabajo.
Actividad emprendedora motivada por oportunidad: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapa temprana (de acuerdo con lo definido anteriormente) que emprende porque: a) sigue una oportunidad de negocio, aunque tenga otra opción de trabajo; y b) quiere ser independiente o incrementar su nivel de ingresos, no solo mantenerlo.
Actitudes y percepciones emprendedoras	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que percibe buenas oportunidades de negocio para los próximos 6 meses en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio.
Intenciones emprendedoras	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que tiene intenciones de iniciar un negocio dentro de los próximos tres años (no incluye a aquellos involucrados en alguna actividad emprendedora, véase más adelante).
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que ha percibido oportunidades, pero manifiesta que el miedo al fracaso lo disuadiría de constituir una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que está de acuerdo con la afirmación que en su país la mayoría de la población considera que poner en marcha un negocio es una elección de carrera deseable.

Atención prestada por los medios de comunicación al emprendimiento	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que está de acuerdo con la afirmación que en su país se ve con frecuencia historias sobre nuevos emprendimientos.
Emprendimiento da alto nivel de estatus y prestigio	Porcentaje de la población de entre 18 y 64 años de edad que coincide con la afirmación que en su país los emprendedores exitosos reciben alto nivel de estatus y prestigio por parte de la sociedad.
Aspiraciones emprendedoras	
Actividad emprendedora en etapa temprana solitaria o con baja expectativa de crecimiento (SLEA, por sus siglas en inglés)	Porcentaje de emprendedores en etapa temprana (de acuerdo con lo definido anteriormente) que espera crear menos de 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora en etapa temprana con expectativa de medio o alto crecimiento (MHEA, por sus siglas en inglés)	Porcentaje de emprendedores en etapa temprana (de acuerdo con lo definido anteriormente) que espera crear 5 o más puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora en etapa temprana orientada a nuevos productos o mercados: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores en etapa temprana (de acuerdo con lo definido anteriormente) que indica que su producto o servicio es nuevo para, por lo menos, algunos de sus clientes y que no lo ofrecen muchas empresas.
Actividad emprendedora en etapa temprana con orientación internacional	Porcentaje de emprendedores en etapa temprana (de acuerdo con lo definido anteriormente) que señala que más del 25% de sus clientes son extranjeros.

APÉNDICE 3

Descripción de las nueve condiciones específicas del contexto emprendedor (EFC)

Acceso financiero para los emprendedores (EFC 1)

Este factor se refiere al acceso general a todas las clases de financiamiento y capital (cantidad y calidad) para la generación de negocios. Puede incluir desde empresas de capital de riesgo, pasando por bancos, hasta programas de generación de negocios del Gobierno u organismos no gubernamentales (ONG), así como la coordinación que hubiera entre ellos. En algunos casos, este acceso al financiamiento tiene características especiales relacionadas con los tipos de empresas (micro-, pequeñas o medianas), y el fomento de actividades específicas en zonas rurales u otras áreas determinadas. Se pueden considerar características del mercado de capitales, como estabilidad y profundidad, y si este se dirige solo a algún grupo minoritario o específico de negocio.

Políticas gubernamentales para el emprendimiento (EFC 2)

Este factor se refiere a las políticas del Estado y la forma como afectan la actividad emprendedora en el país. Puede comprender desde políticas públicas —como la dación de normas relacionadas con el fomento de las exportaciones, los beneficios tributarios, las regulaciones legales, las políticas de fomento a la actividad emprendedora y de pymes, las leyes de reestructuración— hasta el manejo inmigratorio y de tratamiento de empresarios extranjeros, y el fomento de la inversión extranjera.

Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento (EFC 3)

Este factor se refiere a los programas específicos desarrollados por el Gobierno para apoyar la generación de emprendedores, y si están abiertos a todos o dirigidos a algún sector en especial. También comprende el estudio de su contenido, adaptabilidad a la realidad peruana, practicidad en su aplicación, eficiencia y resultados, tiempos estimados, instituciones involucradas en los programas, calidad del manejo de los programas, entre otros elementos.

Educación y capacitación emprendedoras (EFC 4)

Este factor se refiere a la estructura institucional en el sistema de educación y a los contenidos de los cursos dictados en las instituciones educativas del país. También se incluyen el análisis de la capacidad de los profesores e instructores en estos temas, su formación, su experiencia y la metodología utilizada. El análisis debe incluir educación primaria, secundaria, educación superior y posgrado (MBA y otros).

Transferencia de investigación y desarrollo (EFC 5)

Este factor se refiere al desarrollo de una estructura legal y regulatoria que permita la generación de conocimiento y fomente la transferencia de investigación y desarrollo. Comprende leyes, instituciones, procesos de inscripción de patentes, protección de propiedad intelectual, calidad de recursos humanos, fondos dedicados a las actividades científicas, incentivos tributarios u otros destinados a la investigación, y desarrollo o patrocinio de investigaciones por las universidades y centros de generación del conocimiento.

Acceso a la infraestructura profesional y comercial (EFC 6)

Este factor se refiere al nivel de infraestructura de soporte para los emprendedores. Incluye a consultores, profesionales en diversas áreas, asistencia en áreas funcionales (legal, finanzas, márketing, operaciones, tecnología de la información), información disponible en librerías, bibliotecas, revistas especializadas de negocios, periódicos, semanarios de negocios, Internet y otros. Se analiza la cantidad y calidad de estos servicios de soporte.

Dinamismo y apertura del mercado (EFC 7)

Este factor se refiere a los efectos de las estructuras de mercado en la accesibilidad, tanto de nacionales como de extranjeros, para participar en negocios en el Perú. Comprende también las relaciones entre los actores del mercado (monopolios, oligopolios, etcétera), barreras de entrada al mercado, aspectos geográficos que facilitan o dificultan el acceso al mercado de productos foráneos, economías de escala y tamaños de mercados.

Acceso a la infraestructura física (EFC 8)

Este factor se refiere a la calidad de acceso a la infraestructura física que hace posible el desarrollo de los mercados en el Perú. Comprende carreteras, aeropuertos, servicio postal, telecomunicaciones, trenes, puertos, telefonía, servicios básicos (agua, electricidad, gas), localizaciones de los negocios y zonas industriales o espacios acondicionados con facilidades para la generación de negocios. También incluye costos relacionados con las rentas de espacios físicos y oficinas, y con el acceso a productos naturales y materias primas.

Normas culturales y sociales, soporte social al emprendedor (EFC 9)

Este factor se refiere a las actitudes y al reconocimiento social que se le da a los emprendedores, valorando su importancia. También comprende actitudes sociales frente a los fracasos de los emprendedores; su relevancia en la generación de nuevos intentos; la existencia de normas culturales nacionales, regionales u otras que fomenten el riesgo en la actividad emprendedora. Incluye el análisis de valores y aptitudes, así como el fomento de estos elementos culturales. Además, comprende la relación de conducta del mercado con los productos nacionales y extranjeros.

APÉNDICE 4

Ficha metodológica de la Encuesta a la Población Adulta

1. Universo

Persona mayor de 18 años, residente en las zonas investigadas. La investigación se desarrolló a nivel nacional abarcando las zonas urbanas y rurales.

2. Método de muestreo

Se utilizó un diseño probabilístico polietápico, con selección aleatoria de:

- Puntos de muestreo.
- Calles, edificios y viviendas por el método de *random route*.
- Hogares y personas por el sistema de cuotas.

3. Tamaño y características de la muestra

Se efectuaron un total de 2,080 entrevistas efectivas, distribuidas de la siguiente manera:

		Cantidad	%
Sexo	Hombre	1,047	50.3
	Mujer	1,033	49.7
Edad	De 18 a 24 años	439	21.1
	De 25 a 34 años	566	27.2
	De 35 a 44 años	479	23.0
	De 45 a 54 años	355	17.1
	De 55 a 64 años	241	11.6
Zona	Lima/Callao	416	20.0
	Norte	416	20.0
	Sur	416	20.0
	Centro	416	20.0
	Oriente	416	20.0
Área	Urbana	1,456	70.0
	Rural	624	30.0

Las zonas están delimitadas de la siguiente manera:

Lima/Callao: Lima y la Provincia Constitucional del Callao.

Norte: Áncash, Cajamarca, Piura, Lambayeque, La Libertad y Tumbes.

Sur: Ica, Ayacucho, Apurímac, Cusco, Huancavelica, Puno, Arequipa, Moquegua y Tacna.

Centro: Junín, Huánuco y Pasco.

Oriente: Amazonas, Loreto, San Martín y Ucayali.

4. Fiabilidad de la muestra

Para los resultados globales, en la hipótesis más desfavorable ($p = 50$ y $q = 50$) se estima un margen de error del $\pm 2.1\%$, para un nivel de confianza del 95%.

Se aplica un factor de ponderación por zonas para el cálculo de los resultados totales.

5. Fecha del trabajo de campo

Se realizó entre junio y julio del 2016.

