



Global Entrepreneurship Monitor
Perú 2012

Jaime Serida
Keiko Nakamatsu
Armando Borda
Oswaldo Morales



ESAN/Cendoc

SERIDA, Jaime ; NAKAMATSU, Keiko ; BORDA, Armando ; MORALES, Oswaldo
Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2012. – Lima : Universidad ESAN, 2013. – 105 p.

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

HB 615 S47 2012

ISBN 978-612-4110-18-4

© Jaime Serida, Keiko Nakamatsu, Armando Borda, Oswaldo Morales, 2013

© Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor, 2013

Av. Alonso de Molina 1652, Surco, Lima, Perú

www.esan.edu.pe

esanediciones@esan.edu.pe

Primera edición

Lima, setiembre del 2013

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2013-13892

DIRECCIÓN EDITORIAL

Ada Ampuero

CUIDADO DE EDICIÓN

Carmen Santisteban

CORRECCIÓN DE ESTILO

Carmen Salas

CARÁTULA

Erik Chiri

FOTOGRAFÍAS

Alexander Forsyth

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Ana María Tessey

PRODUCCIÓN CD

Precisión Gráfica Favi S. A. C.

Av. Bolivia 148, int. 2011

Lima, Perú

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	5
AGRADECIMIENTOS	6
RESUMEN EJECUTIVO	9
1. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES DEL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR	12
1.1. El proyecto GEM	12
1.2. El modelo conceptual GEM	13
1.2.1. Las fases del proceso emprendedor	13
1.2.2. Actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras	15
1.2.3. Emprendimiento y las fases de desarrollo económico	16
1.3. Metodología del estudio GEM	18
1.3.1. La Encuesta a la Población Adulta (APS, Adult Population Survey)	19
1.3.2. La Encuesta Nacional de Expertos (NES, National Expert Survey)	19
1.3.3. Participación de los países	20
2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EL PERÚ	21
2.1. La actividad emprendedora en etapa temprana	21
2.2. Los emprendedores establecidos	25
2.3. La motivación detrás del emprendimiento	26
2.3.1. Oportunidad versus necesidad	26
2.3.2. Motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad	27
2.4. Tamaño de los emprendimientos	31
2.4.1. De acuerdo con el número de socios	31
2.4.2. De acuerdo con el número de empleados	31
2.5. Actividad emprendedora por sectores económicos	33
3. PERFIL DEL EMPRENDEDOR	36
3.1. Demografía del emprendedor	36
3.1.1. Edad	36
3.1.2. Género	38

3.1.3. Educación	42
3.1.4. Nivel de ingreso	44
3.1.5. Situación laboral	45
3.2. Actitudes y percepciones hacia el emprendimiento	46
3.2.1. Percepción de oportunidades, capacidad emprendedora y miedo al fracaso	51
3.2.2. Valor del emprendimiento por la sociedad	53
3.2.3. La intención de emprender	54
3.3. Aspiraciones emprendedoras	57
3.3.1. Expectativas de crecimiento	57
3.3.2. Actividad emprendedora orientada hacia la innovación y la tecnología	59
3.3.3. Actividad emprendedora con orientación internacional	61
3.3.4. Emprendedores ambiciosos	62
3.4. Descontinuación y financiamiento informal	62
3.4.1. La descontinuación de la actividad emprendedora	62
3.4.2. Financiamiento informal de la actividad emprendedora	64
4. EL ECOSISTEMA EMPREDEDOR PERUANO	67
4.1. La Encuesta a Expertos Nacionales (NES)	67
4.2. Las condiciones marco (EFC) del ecosistema emprendedor en el Perú	69
4.3. El ecosistema emprendedor peruano en detalle	71
4.3.1. EFC 1: Entorno financiero relacionado con el emprendimiento	71
4.3.2. Políticas gubernamentales relacionadas con el emprendimiento	72
4.3.3. Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	75
4.3.4. Educación emprendedora	78
4.3.5. Grado de transferencia de I+D	80
4.3.6. Acceso a infraestructura profesional y comercial	82
4.3.7. Apertura del mercado interno	83
4.3.8. Acceso a la infraestructura física	87
4.3.9. Normas sociales y culturales, y apoyo al emprendedor	89
4.4. Condiciones específicas del entorno que apoyan la actividad emprendedora en el Perú	91
4.5. Condiciones específicas del entorno que limitan la actividad emprendedora en el Perú	92
4.6. Recomendaciones de los expertos acerca de las medidas necesarias para promover la actividad emprendedora en el Perú	94
BIBLIOGRAFÍA	97
APÉNDICES	100
1. Diagrama de flujo sobre la operacionalización de variables para obtener el índice TEA	100
2. Glosario sobre los principales indicadores y terminología en el GEM 2012	101
3. Descripción de las Condiciones Específicas del Contexto Emprendedor (EFC)	103
4. Ficha metodológica de la encuesta a la población adulta	105

Presentación



ESAN fue fundada el 25 de julio de 1963, en el marco de un convenio entre los gobiernos del Perú y de los Estados Unidos de América. Su organización y puesta en marcha fue confiada a la Escuela de Negocios para Graduados de la Universidad de Stanford, California.

A lo largo de los años, ESAN se ha consolidado como la primera institución educativa en gestión de negocios del Perú y lidera la formación de profesionales íntegros en un contexto global. La fortaleza de sus programas y la excelencia de su plana docente son la base para que ESAN cumpla con su visión de afianzar su liderazgo, robusteciendo su posicionamiento, no solo en las distintas regiones del país sino también en el mundo.

En el año 2013, la Universidad ESAN cumple 50 años y sigue creciendo sobre la base de una sólida escuela de posgrado y ocho carreras universitarias. Además, dentro de su gestión descentralizada y con base en sus investigaciones, ofrece diversos programas orientados a fortalecer el desarrollo de los gobiernos locales y de la pequeña y microempresa. La Universidad ESAN cuenta hoy con más de cinco mil graduados y extiende su labor formativa a 18 ciudades de nuestro país, gracias a sus reconocidos docentes y sus más de 300 profesores internacionales que anualmente actualizan a los alumnos en las perspectivas globales de los negocios.

Desde su fundación, las actividades de investigación han constituido un esfuerzo institucional de la comunidad académica, lo que le ha permitido desarrollar nuevos conocimientos de provecho para la sociedad y para sus programas formativos. Desde el año 2003, la Universidad ESAN es parte del consorcio Global Entrepreneurship Research Association (GERA), la red de colaboración más grande para el estudio del emprendimiento. Este año, se enorgullece en presentar los resultados del Global Entrepreneurship Monitor Perú 2012, que esperamos contribuyan al debate y a la formulación de políticas que permitan afianzar el crecimiento económico logrado 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 de campo en el 2012.

Nuestro especial agradecimiento a los Expertos Nacionales que amablemente aportaron su valioso tiempo y conocimientos en el GEM Perú entre los años 2004 y 2012.

En orden alfabético¹:

Alejandro Afuso Higa, José Salvador Ahumada Vásquez, Alfredo Alfaro Herrera, Oscar Angeles Nano, Peter Bernhard Anders Moores, Carlos Gerardo Arana Vivar, Mario Arbulú Miranda, Rolando Arellano Cueva, Carlos Arrese Pérez, Jaime Augusto Ávalos Sánchez, Robinson Ayala Puchar, Michel Azcueta, Luis Baba Nakao, Jaime Enrique Bailón Maxi, Lelio Balarezo, Mario Ballón García, Carlos Barreda Tamayo, Ángel Becerra, Raúl Benavides Ganoza, Gastón Enrique Benza Pflucker, Óscar Bohorquez, Frank Thomas Boyle Alvarado, Beatriz Boza, Jack Burga Carmona, Melina Burgos Quiñones, Crisólogo Cáceres, Sergio Calderón Rossi, Juan José Calle, Carlos Camino Linares, Mercedes Inés Carazo, Julio Cárdenas Sánchez, Frank Martin Tadeo Castro Bárcenas, Wilfredo Castro Cabanillas, Emy Castro Macedo, Otilio Fernando Chaparro Tejada, José Luis Chicoma Lúcar, Max Chion, Roberto Colombo Mischiatti, René Cornejo Díaz, Jorge Cortez Cumpa, Fernando Cuadros Luque, Carlos Felipe Culquichicon Cáceres, Alfredo Dammert Lira, José Antonio de Izcue Arnillas, Julio César de la Rocha Corzo, Federico Dejo Soto, Daniel Diez Canseco, Óscar Domínguez Falcón, Francisco Dumler Cuya, Carlos Durand Chahud, Samuel Dyer Ampudia, Norma Eyzaguirre Rojas, José Facho Bernuy, Eduardo Farah Hayn, Graciela Fernández-Baca, Blanca Fernández Montenegro, Jesús Ferreyra Fernández, Eduardo Ferreyros

1. Se mencionan solo aquellos que autorizaron la publicación de su nombre.

Küppers, Javier Flores Castillo, Agnes Franco, Pedro Franco, Nadine Freeman, Carlos Gallardo Gómez, Miguel E. Gallo Seminario, Ricardo Ganaja Kamizato, Guillermo Garrido-Lecca, Esther Germans, Tomás Gistau López-Dóriga, Samuel Gleiser Katz, Domingo Gonzales, David Grández Gómez, Hernando Guerra-García Campos, Carlos Hernández, Edmundo Hernández Aparcana, Claudio Herzcka, Carmen Higaonna Oshiro, Fredy Hernán Hinojosa Angulo, Carlos Jorge Hiraoka Torres, Ricardo Huancaruna, Luis Alfredo Icochea Salas, Alberto Ikeda, Luis Miguel Imaña Ramírez Alzamora, Juan Infante Alosilla, José Iturriaga Travezan, Miguel Jaramillo, Alejandro Jiménez Morales, Teresa Joo de Siu, Ivan Juscamaíta Palacios, Juan Luis Kruger, Aracely Laca Ramos, Pilar Lamas Basurto, José Antonio La Rosa Rodríguez, Cristian León Vilela, Rolando Liendo Chicata, Dino Linares Scarcerieau, Renee Lombardi, Juvenal Luna Gonzales, Jan Lust, Luis Maezono, Juan Carlos Mathews Salazar, Angélica Matsuda Matayoshi, Eduardo Mc Bride Quiroz, Augusto Mellado Méndez, Tula Mendoza Farro, César Augusto Mendoza Machuca, Humberto Orlando Meneses Arancibia, Julio Adriano Meza Braga, Iván Miffilin Bresciani, Román Miu Wong, Luis Andrés Montes Bazalar, Segundo Montoya Mestanza, José Miguel Morales Dasso, Roberto Morales Morales, María Rosa Morán Macedo, Alberto Muñoz Nájjar, Edmundo Murrugarra Florián, José Antonio Ñique De La Puente, Pedro Olaechea Álvarez Calderón, Fernando Ortega San Martín, Felipe Ortiz de Zevallos, Amelia Pacheco, Juan Antonio Pacheco Romani, Claudio Palomares Sartor, Julio Pardavé, Luis Felipe Pardo Olazábal, César Paredes Piana, Giovanna Peñaflor Guerra, Manuel Pérez Eusebio, Ricardo Pérez Luyo, Walter Piazza de la Jara, Ramón Ponce, Benito María Portocarrero Grados, Aaron Prado, Gonzalo Prialé, Rafael Quevedo Flores, Álvaro Quijandría Salmón, Jaime Quijandría Salmón, Jorge Luis Ramos Felices, Ana Reátegui Vela, Luis Rebolledo Soberón, María del Pilar Rey Villalobos, Ricardo Reyes Pérez, Dayana Ríos Fernández, Juan José Marcelo Risi Carbone, Cecilia Rivera, Jorge Rivera Vilchez, Santiago Roca Tavella, Christian Miguel Rodríguez Manucci, Manuel Eusebio Rodríguez Rodríguez, Gabriel Rojas Aspilcueta, José Rosas Bernedo, Pedro Rubio, Albina Ruiz Ríos,

Carlos Saito, Máximo San Román Cáceres, Víctor Aníbal Sánchez Aguilar, Walter Sánchez Anton, Guido Sánchez Yábar, César Sandoval Incháustegui, Agapito Absalón Saravia Sandoval, Juan Sarmiento Soto, Leopoldo Scheelje Martin, Iris Shimabukuro, Damián Silva Cevallos, Manuel Solís Gómez, César Francisco Sotomayor Calderón, Johann Spitzer, Humberto Sullon Prado, Isabel Tafur Marín, Roberto Taipe Piñashca, Jorge Talavera Traverso, Jesús Tamayo Pacheco, Ais Jesús Tarabay Yaya, Hebert Eduardo Tassano Velaochaga, Guillermo Santiago Thornberry Villarán, Urpi Torrado, Alfredo Torres Guzmán, Raúl Torres Trujillo, Luz Urquiaga Cabello, Pedro Valdivia Maldonado, Fernando Valencia Dongo Cárdenas, Julio Vela, Percy Vigil Vidal, Alejandro Vilchez De Los Ríos, Nidia Vílchez Yucra, Carmen Vildoso, Luis Enrique Villa Prado, Carlos Villa Solís, Fernando Villarán, Julio Watanabe Camarena, Hugo Wiener Fresco, Efraín Wong, Edwin Wu, Gina Yáñez De la Borda, Alberto Zapater Cateriano, Juan Carlos Zavala De la Cruz, Óscar Zevallos, Juan Carlos Zevallos Ugarte, Agustín Zúñiga Gamarra.

Resumen ejecutivo

Para el año 2012, el índice de actividad emprendedora total (TEA) descendió a 20.2%, 2.7 puntos porcentuales menos que en el 2011. El componente de emprendedores nacientes se redujo, de 18% a 15%, mientras que el componente de emprendedores de nuevos negocios se incrementó, de 5% a 6% en el mismo periodo. El nivel de emprendedores establecidos también disminuyó de 5.8% a 5.1% en dichos años.

El 53% de los emprendedores peruanos en etapa temprana manifiesta estar aprovechando una oportunidad de negocio. Los resultados también muestran que hay 3.2 veces más emprendedores por oportunidad que por necesidad. La proporción de emprendedores por oportunidad con expectativas de incrementar sus ingresos se redujo de 70% en el año 2011 a 55% en el 2012; en tanto, la proporción de emprendedores por oportunidad con expectativas de lograr mayor independencia se incrementó de 24% en el 2011 a 42% en el 2012. Los emprendedores en etapas más tempranas tienden a ser impulsados por el deseo de incrementar sus ingresos personales; en cambio, los emprendedores con negocios establecidos, por tener una mayor independencia.

La mayoría de los emprendimientos nacientes tienen un solo propietario (52%), observándose que estos se incrementan en porcentaje en los negocios nuevos (61%) y aun más en los establecidos (72%). Sin embargo, se debe destacar que entre los negocios en etapa temprana con 4 a más propietarios, el 83% está basado en la explotación de una oportunidad.

Entre los negocios por oportunidad, la probabilidad de que generen más puestos de trabajo es mayor (19% generan más de 6 empleos) que en los negocios por necesidad (8%, negocios que en su mayoría son unipersonales (51%)).

Entre los sectores de emprendimiento prevalecen aquellos orientados al consumidor (67%); prácticamente, no se observan variaciones significativas desde

el año 2011. Entre las actividades económicas, las relacionadas con el comercio minorista, hoteles y restaurantes ocupan al 63% de emprendedores en etapa temprana y al 53% de los emprendedores establecidos.

En el Perú, en particular, la prevalencia de los emprendedores en etapa temprana tiende a concentrarse en las edades entre 25 a 54 años. La edad promedio es de 36.6 años, bastante menos comparado con la edad promedio de los emprendedores establecidos, que es de 43.4 años. Por otro lado, en los emprendimientos por oportunidad el porcentaje de jóvenes hasta 25 años (20%) es mayor que en los emprendimientos por necesidad (14%).

En el Perú, la actividad emprendedora suele ser mayor en los hombres (22.9%) respecto de las mujeres (17.6%). En cuanto a su motivación, el ratio TEA por oportunidad/TEA por necesidad es de 3.7 entre los varones (1.1 menos que en el 2011) y de 2.7 en las mujeres (0.6 más que en el 2011). Entre las mujeres emprendedoras existe un marcado predominio del sector dirigido al consumidor, el cual ha mostrado un incremento con relación a los resultados del 2011, de 78% a 82%, mientras que dicho sector se redujo, de 63% a 57%, entre los emprendedores varones. Entre las actividades económicas, el 78% de los emprendimientos femeninos está relacionado con el comercio minorista, hospedaje y restaurantes; en el caso de los varones, estas actividades representan el 52%. Por otro lado, las mujeres tienen una mayor propensión a asociarse con otros para emprender (48% de las mujeres que pusieron un negocio en etapa temprana contaban con, por lo menos, un socio) que sus pares varones (43% de ellos tenían un socio). Sin embargo, en términos de creación de empleos, la tendencia del 90% de las mujeres emprendedoras es implementar negocios con un máximo de 5 empleados y no se ha encontrado ningún caso de que hayan puesto en marcha un negocio con más de 20 empleados. En cambio, entre los varones emprendedores, estos porcentajes son de 80% y 5%, respectivamente.

El nivel educativo tiende a ser mayor entre los emprendedores en etapa temprana (45% habían recibido, al menos, algún tipo de educación postsecundaria) que entre los dueños de negocios establecidos (38%). El 51% de los emprendedores por oportunidad manifiesta contar con estudios postsecundarios frente a solo un 29% de los emprendedores por necesidad. El mayor nivel educativo es también evidente entre los emprendedores con negocios que prestan servicios a otras empresas, donde es necesaria un mayor conocimiento especializado (más del 70% tiene algún estudio postsecundario).

En cuanto a actitudes y percepciones frente al emprendimiento, el 57% de los encuestados afirma ver buenas oportunidades de negocios en los próximos 6 meses y un 65% cree ser capaz de explotarlos. En contraste, existe un 30% de personas que no se aventuraría a emprender por miedo al fracaso.

Los emprendedores son más optimistas en la percepción de oportunidades que los que no están emprendiendo; y entre los emprendedores, el optimismo es mayor en los que se encuentran en la etapa temprana (nacientes y nuevos) que en los establecidos. Asimismo, los varones perciben más oportunidades que las mujeres.

Por otro lado, la percepción de tener capacidad de emprender es mayor si se es emprendedor, si se es varón y cuanto mayor es la antigüedad del negocio. Respecto del miedo a fracasar como un impedimento para emprender, aun cuando se perciban buenas oportunidades, este es menor entre los varones y los emprendedores. Dentro de estos últimos, el miedo a fracasar es mayor entre los emprendedores establecidos y entre los emprendedores por necesidad.

Con relación a la valoración social de los emprendedores, el 73% de los encuestados en el Perú piensa que la sociedad valora a los que ponen un negocio exitoso y el 76% considera que los medios

realizan una buena cobertura del sector, lo cual puede convertirse en un fuerte incentivo para aquellos que están eligiendo una carrera. En ese sentido, el 77% de los entrevistados cree que la mayoría de peruanos percibe el establecimiento de un negocio como una buena opción laboral.

El 45% de las personas que no calificaron como emprendedoras al momento de la entrevista estarían dispuestas a emprender en los próximos 3 años. La intención de emprender tiende a aumentar cuanto más joven es el emprendedor y cuanto mayor nivel de educación tiene.

En el Perú, el porcentaje de emprendedores con nula o poca expectativa de crecimiento en términos de creación de empleo es del 77%, mientras que aquellos con mediana y alta expectativa de crecimiento son del orden del 23% y 4%, respectivamente. Por otro lado, el 47% de los emprendedores en etapa temprana son innovadores en términos de introducción de productos; en cambio, un 7% son innovadores en buscar nuevos mercados. Sin embargo, la gran mayoría de los emprendedores en etapa temprana (65%) no invierte en tecnología reciente, solo el 16% lo hace. Asimismo, la gran mayoría (72%) se orienta al mercado interno y solo el 5% tiene una fuerte orientación hacia la internacionalización.

El índice de discontinuación de negocios, en el Perú, continúa siendo uno de los más altos dentro del grupo de economías basadas en eficiencia y dentro de América Latina y el Caribe, habiéndose incrementado de 5.1% en el 2011 a 6.7% para el año 2012. La "falta de rentabilidad del negocio" y

las "razones personales" se mantuvieron como las dos principales causas de cierre de los negocios, pero mientras que la primera no mostró cambios significativos, la segunda disminuyó de 28% en el 2011 a 21% en el 2012.

En el año 2012, el 8% de las personas entrevistadas en el Perú actuó como inversor informal en los 3 últimos años. De ellos, el 33% era un emprendedor en etapa temprana y el 9% era un emprendedor establecido al momento de la entrevista. En total, la inversión informal en el país ascendió a 276,754 dólares, con un promedio de 2,231 dólares.

Con relación al ecosistema emprendedor, de acuerdo con la Entrevista a Expertos Nacionales (NES), las condiciones del entorno que afectan al emprendimiento (EFC) mejor calificadas fueron: el acceso a la infraestructura física, el apoyo de la sociedad (normas sociales y culturales) y la educación emprendedora impartida en el nivel postsecundario. Por otro lado, entre las EFC menos calificadas se tuvo: el nivel de investigación y desarrollo, la educación emprendedora en los niveles primario y secundario, y las políticas nacionales en materia de regulación tributaria y administrativa. Las EFC que más estimulan la actividad emprendedora en el país son las relacionadas con el clima económico, el apoyo social al emprendedor y el mayor acceso financiero que se está otorgando a las pymes. Por otro lado, las que limitan el desarrollo de emprendimientos son, principalmente, las políticas gubernamentales, el aspecto educativo y el insuficiente financiamiento para los emprendedores.

1 INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES DEL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

1.1. EL PROYECTO GEM

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el estudio más grande en el ámbito mundial, no solo en términos de países participantes, lo que le otorga un carácter global a sus resultados, sino también por la cantidad de conocimiento que ha generado a lo largo de su existencia.

El proyecto GEM fue fundado en 1997 como una iniciativa conjunta de Babson College y London Business School. En 1999 se realizó el lanzamiento del primer reporte GEM, en el que participaron solo 10 países. Desde entonces, el número de países participantes se ha incrementado; tal es así que el reporte GEM 2012 involucra resultados de 69 países, los cuales representan en conjunto cerca del 87% del producto bruto interno (PBI) mundial y el 74% de la población del planeta.

En el año 2005, con el propósito de darle institucionalidad al proyecto, los equipos nacionales colaboradores del GEM, las dos entidades fundadoras y las instituciones patrocinadoras formaron el Global Entrepreneurship Research Association (GERA). A la fecha, el GERA agrupa a 99 países, cuyos equipos nacionales involucran a más de 400 investigadores bajo la dirección de un equipo de coordinación global con sede en Londres¹.

La unidad de análisis fundamental del GEM es el país. Cada nación cuenta con expertos y académicos,

quienes, con el apoyo de la empresa privada o del Estado, conducen el estudio cada año en su respectivo país. La información obtenida es consolidada para publicar el *Reporte Ejecutivo Global GEM*. A su vez, los equipos nacionales publican sus respectivos reportes nacionales, además de un creciente número de artículos académicos en reconocidas revistas especializadas. Luego de varios años de ejecución, el GEM ha demostrado su contribución tanto en la formulación de políticas como en el conocimiento académico sobre el emprendimiento (Acs, Amorós, Bosma & Levie, 2009).

Desde su concepción, el propósito general del GEM fue investigar el impacto del emprendimiento en el desarrollo económico de los países (Reynolds, 2005). Antes del GEM no existían datos armonizados sobre emprendimiento entre los diversos países. El GEM ha procurado subsanar esta carencia proveyendo cada año valiosa información específica, en forma homogénea y comparable entre los países.

El GEM se centra en tres objetivos principales:

¹ Para mayor información sobre el proyecto GEM, los países participantes, los reportes ejecutivos globales y nacionales, así como una selección de datos GEM y una lista actualizada del creciente número de artículos científicos basados en los datos GEM, se sugiere visitar el sitio web: <<http://www.gemconsortium.org>>.

- Medir las diferencias entre los niveles y las características de la actividad emprendedora entre las economías participantes.
- Determinar cómo influencia la actividad emprendedora en el desarrollo económico de un país.
- Descubrir los factores que estimulan y/o inhiben la actividad emprendedora nacional.
- Orientar la formulación de políticas orientadas a estimular el emprendimiento en una economía.

1.2. EL MODELO CONCEPTUAL GEM

El modelo conceptual del GEM toma en cuenta tres aspectos fundamentales sobre el emprendimiento.

En primer lugar, el GEM entiende el emprendimiento como un proceso. Las fases de este proceso comprenden: la intención de emprender, la gestión del proyecto, la puesta en marcha y la consolidación (o discontinuación) de un negocio. Cada una de estas fases tiene particularidades y necesidades diferentes, sobre todo en las etapas tempranas del proceso que determinan la sobrevivencia del negocio en el mercado.

En segundo lugar, el GEM reconoce que el proceso emprendedor es un fenómeno humano; es decir, realizado por individuos con actitudes y aspiraciones, que influyen sobre y son influidos por la sociedad en la que viven.

Un tercer aspecto, por tener en cuenta es que el modelo GEM se basa en el concepto que la contribución de los emprendedores a la economía nacional varía en función de la fase de desarrollo económico en que esta se encuentre² y según

² Las fases de desarrollo económico se refieren a las consideradas por el Foro Económico Mundial. Más adelante se explicará con detalle esta clasificación.

el grado en que las condiciones del ecosistema emprendedor³ (FOMIN-BID, 2008) puedan evolucionar.

1.2.1. Las fases del proceso emprendedor

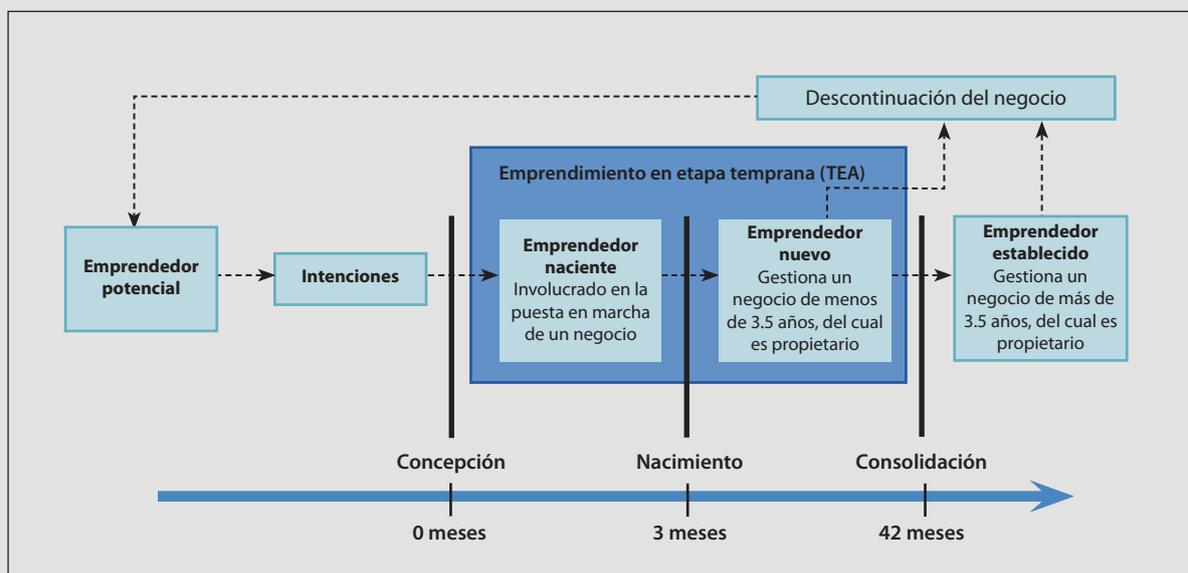
La figura 1 muestra el proceso de emprendimiento de acuerdo con las definiciones operacionales del GEM⁴. En vista de que el contexto y las condiciones que afectan el emprendimiento en las diferentes naciones son diversos y bastante complejos, no se debe concluir que una fase es seguida inevitablemente por la siguiente. Por ejemplo, un país puede tener un gran número de emprendedores potenciales, pero no necesariamente todos llegan a ser emprendedores. De manera similar, no todos los emprendedores en etapas tempranas llegarán a ser emprendedores establecidos.

La primera fase del proceso empieza cuando los emprendedores potenciales desean establecer un negocio, para aprovechar una oportunidad o porque no encuentran una alternativa de empleo aceptable. En esta fase, además de contar con una idea de negocio, los emprendedores creen tener la capacidad y los conocimientos para llevarlo a cabo. El primer periodo de transición, denominado «concepción», equivale a la decisión de hacerlo y arriesgar recursos. Para algunos emprendedores potenciales, el soporte social que reciben de la sociedad es fundamental. No todos logran superar esta transición y algunas ideas de negocio se quedan como tales, sin llegar a plasmarse en un negocio concreto.

³ «... una comunidad de negocios, apoyada por un contexto público de leyes y prácticas de negocios formada por una base de organizaciones e individuos interactuantes que producen y asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros que resultan en empresas dinámicas» (FOMIN-BID, 2008).

⁴ Para propósitos operacionales, el GEM define al 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 ya existente; llevados a cabo por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido (Reynolds et al., 2005).

Figura 1. Proceso emprendedor



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

Cuando el emprendedor inicia algún tipo de actividad destinada a hacer el negocio realidad, la concepción da lugar a la gestación del negocio y los esfuerzos empresariales se orientan a ponerlo en marcha. El emprendedor es denominado por el GEM como «naciente». En esta etapa, toda acción está dirigida a lograr el segundo punto de transición conocido como el «nacimiento» de la empresa. Para el GEM, el «nacimiento» de la empresa sucede con el pago de cualquier salario, sueldo o retribución por más de tres meses a cualquier persona, incluidos los propietarios. Esta definición operacional permite una clara interpretación económica, con lo cual se pueden hacer mediciones comparativas en diferentes países, sectores y en más de treinta idiomas⁵.

El «nacimiento» implica la emergencia de un emprendedor que posee y gestiona su nuevo negocio. En esta tercera fase del proceso, el emprendedor enfrenta problemas inherentes al es-

fuerzo de hacerse un espacio en el mercado. Para el GEM, tanto la actividad de los emprendedores nacientes como la de los propietarios de nuevos negocios, forman el componente dinámico del proceso emprendedor o Actividad Emprendedora en Etapa Temprana (TEA, por sus siglas en inglés).

Si el nuevo negocio ha pagado remuneraciones a cualquier persona, incluyendo al propietario, por más de 3.5 años, se puede suponer que ha superado el tercer punto de transición («persistencia») y a partir de allí se considera al negocio como un emprendimiento establecido o consolidado⁶.

El proceso emprendedor también incluye a las personas que han descontinuado un negocio en los últimos 12 meses. Ellos, junto a los emprendedores establecidos, pueden representar un soporte clave en el ecosistema emprendedor, proveyendo financiamiento, mentoría, entre otros recursos, a los nuevos emprendedores o reingresando al proceso emprendedor más adelante.

⁵ En la literatura empresarial se han propuesto, desde diferentes perspectivas, varias otras definiciones de lo que constituye el nacimiento de una firma. El pago de los salarios ha resultado el mejor método para realizar comparaciones internacionales (Reynolds *et al.*, 2005).

⁶ El punto de corte de 42 meses para los propietarios de empresas establecidas se ha determinado por una combinación de consideraciones teórico-prácticas (Reynolds *et al.*, 2005).

En el apéndice 1 se detalla el procedimiento sobre cómo las personas que participan en la Encuesta a la Población Adulta son clasificadas en las diferentes fases del proceso emprendedor. En el apéndice 2 se explica la operacionalización de estas y otras variables usadas frecuentemente en los reportes del GEM.

1.2.2. Actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras

En la literatura reciente y a lo largo del tiempo pueden encontrarse diferentes opiniones sobre emprendimiento y, por lo tanto, también diversas definiciones. El emprendimiento puede ser investigado desde la perspectiva de creación de nuevas empresas, pero también puede ser entendido desde la perspectiva de un fenómeno social con actividades relacionadas con el descubrimiento, la evaluación y la explotación de oportunidades (Shane & Venkatamaran, 2000; Eckhardt & Shane, 2003); e involucra acciones y decisiones creativas que potencialmente pueden cambiar las condiciones de intercambio del mercado existente (Eckhardt & Shane, 2003).

El GEM (Bosma *et al.* 2009) incorpora ambas perspectivas. Mide la creación de empresas, pero a su vez introduce componentes sociales e individuales del proceso emprendedor como las actitudes, actividad y aspiraciones de los emprendedores. Estos componentes están complejamente interrelacionados, afectándose mutuamente y formando un sistema continuo de retroalimentación.

En una nación, esta mezcla dinámica de componentes influye en la creación de nuevas actividades de valor en términos económicos y sociales, y, en consecuencia, genera mayor empleo y bienestar para su población. Por ejemplo, la emergencia de emprendedores genera más modelos que imitar, lo cual afecta positivamente las actitudes e incrementa las aspiraciones de los emprendedores seguidores, lo que a su vez aumenta la actividad emprendedora. Por su parte, las aspiraciones de los nuevos emprendedores pueden cambiar la naturaleza de la actividad y esta, a su vez, modificar las actitudes que la población tiene hacia el emprendimiento.

Actitudes emprendedoras

Las actitudes emprendedoras expresan el sentimiento general de un individuo hacia el emprendimiento y los emprendedores. El GEM considera como actitudes emprendedoras la disposición general de la población hacia el reconocimiento de oportunidades, la aceptación del riesgo vinculado con el inicio de un negocio y la posesión de las habilidades requeridas para coronar un emprendimiento exitoso. Una sociedad puede beneficiarse de las personas con actitudes emprendedoras positivas, ya que en forma colectiva, estas generan apoyo cultural, recursos financieros, redes y otras formas de asistencia para los emprendedores actuales y potenciales.

Actividad emprendedora

La actividad emprendedora es mejor vista con un enfoque de proceso, por eso el GEM distingue la actividad emprendedora tanto en su fase temprana (con el índice TEA) como en los negocios establecidos (intraemprendedores). Así también indaga por aquellos emprendedores potenciales e incluso, por los que recientemente han descontinuado un negocio. En un ámbito más estrecho, la actividad emprendedora tiene múltiples facetas; por ejemplo, la creación de negocios puede variar según la motivación, el sector industrial, el tamaño del equipo fundador, el hecho de si el nuevo emprendimiento es legalmente independiente de otros negocios, así como también de acuerdo con las características demográficas del fundador, como género, edad o educación.

Aspiraciones emprendedoras

Las aspiraciones emprendedoras reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad emprendedora. Para el GEM, el estudio de las aspiraciones de los emprendedores se enfoca principalmente en sus expectativas de crecimiento, sus intereses en la innovación de productos-mercado y sus ambiciones de internacionalización. El cumplimiento de dichas aspiraciones puede influir significativamente en el impacto económico de su comunidad y, en forma colectiva, estos emprendimientos pueden tener un impacto significativo en el crecimiento del empleo y en la ventaja competitiva de su nación.

1.2.3. Emprendimiento y las fases de desarrollo económico

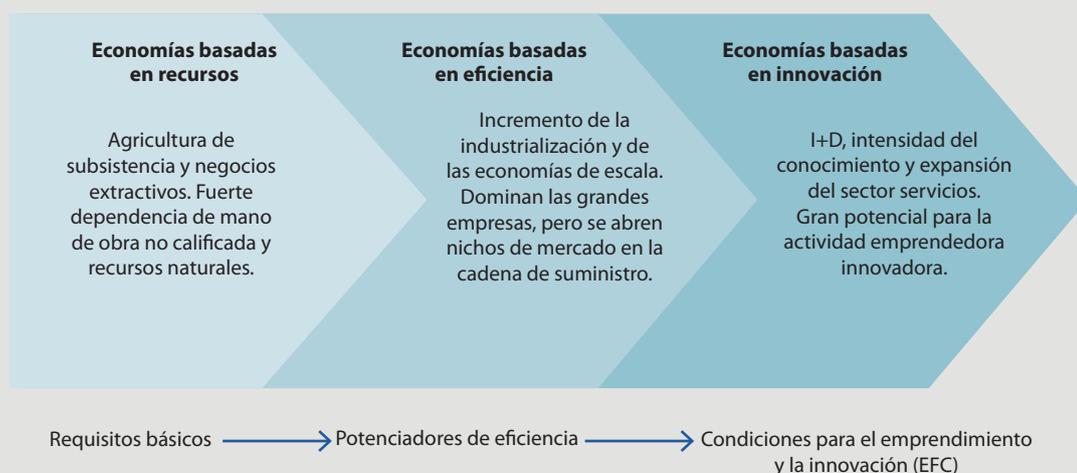
La relación que existe entre el emprendimiento y el desarrollo económico varía en concordancia con la fase de desarrollo económico en que se encuentren los países (Wennekers *et al.*, 2005; Gries & Naude, 2010).

Como se ha mostrado en los reportes anteriores del GEM, el nivel de actividad emprendedora impulsada por la necesidad tiende a ser más alto en naciones con menores niveles de desarrollo, ya que sus economías no son capaces de sostener un gran número de empleos por la baja productividad. En consecuencia, a medida que un país

se desarrolla y los sectores productivos crecen, el nivel de actividad emprendedora por necesidad declina de manera gradual, porque se generan más oportunidades laborales.

El GEM clasifica a los países participantes del estudio como economías basadas en recursos, basadas en eficiencia o basadas en innovación. Estas categorías se fundamentan en la clasificación propuesta por el *Reporte global de competitividad* del Foro Económico Mundial (WEF, 2012, basada principalmente en el PBI per cápita y la proporción de bienes primarios en las exportaciones. La figura 2 muestra las características de cada tipo de economía y el enfoque clave para su desarrollo en cada nivel.

Figura 2. Fases del desarrollo económico



Fuente: Bosma, Wennekers y Amorós (2012).

Fase de desarrollo impulsada por recursos

La economía es dominada por la agricultura de subsistencia y los negocios extractivos. Los países compiten sobre la base de la disponibilidad de mano de obra no calificada y recursos naturales. Las empresas, por su parte, compiten sobre la base del precio y la venta de productos básicos o materias primas. La baja productividad se ve reflejada en salarios también bajos. Impulsar el desarrollo en esta etapa depende, principalmente, de la presencia de los llamados «requisitos básicos»: buen funcionamiento de las instituciones públicas y privadas, infraestructura física bien desarrollada, entorno macroeconómico estable y fuerza laboral saludable que haya recibido, por lo menos, educación básica. Es poco probable que otros factores propios de etapas más avanzadas, como los programas de apoyo o de financiamiento para emprendedores, tengan un impacto significativo si, por ejemplo, los emprendedores no cuentan con vías de comunicación adecuadas para el transporte de mercancías o una fuerza de trabajo suficientemente sana y educada. En otras palabras, en esta fase de desarrollo, las intervenciones para facilitar la creación de empresas pueden ser menos eficaces si se hacen prescindiendo de los «requisitos básicos».

Fase de desarrollo impulsada por eficiencia

A medida que un país se vuelve más competitivo y avanza en su desarrollo, la productividad y los salarios se incrementan. Al no siempre poder aumentar los precios, los procesos de producción deben ser más eficientes e incrementar la calidad del producto. Conforme la productividad crece y contribuye a la formación de capital financiero, se abren nichos en las cadenas de suministro industrial. Asimismo, la apertura de fuentes independientes de capital financiero desde el sector bancario emergente, expande las oportunidades para el desarrollo de un sector manufacturero de pequeño y mediano tamaño. De esta manera, se podría esperar que la actividad emprendedora basada en necesidad disminuya de manera gradual. Para compensar la migración de los emprendedores por necesidad hacia el empleo en las grandes empresas, las economías basadas en eficiencia deben potenciar el emprendimiento por oportunidad. En este punto, el desarrollo se mantiene gracias a los llamados «potenciadores de eficiencia», tales como mayor énfasis en la educación superior y la capacitación, mercado de bienes eficientes, buen funcionamiento del mercado laboral, mercados financieros desarrollados, capacidad para aprovechar los beneficios de las tecnologías existentes, y mercado interno o externo más grande. Estos potenciadores de eficiencia están dirigidos a asegurar que los mercados funcionen correctamente y a atraer más emprendedores motivados por oportunidad. El fomento de las economías de escala se complementa, de hecho, con la aparición de emprendedores orientados al crecimiento, la innovación y la tecnología.

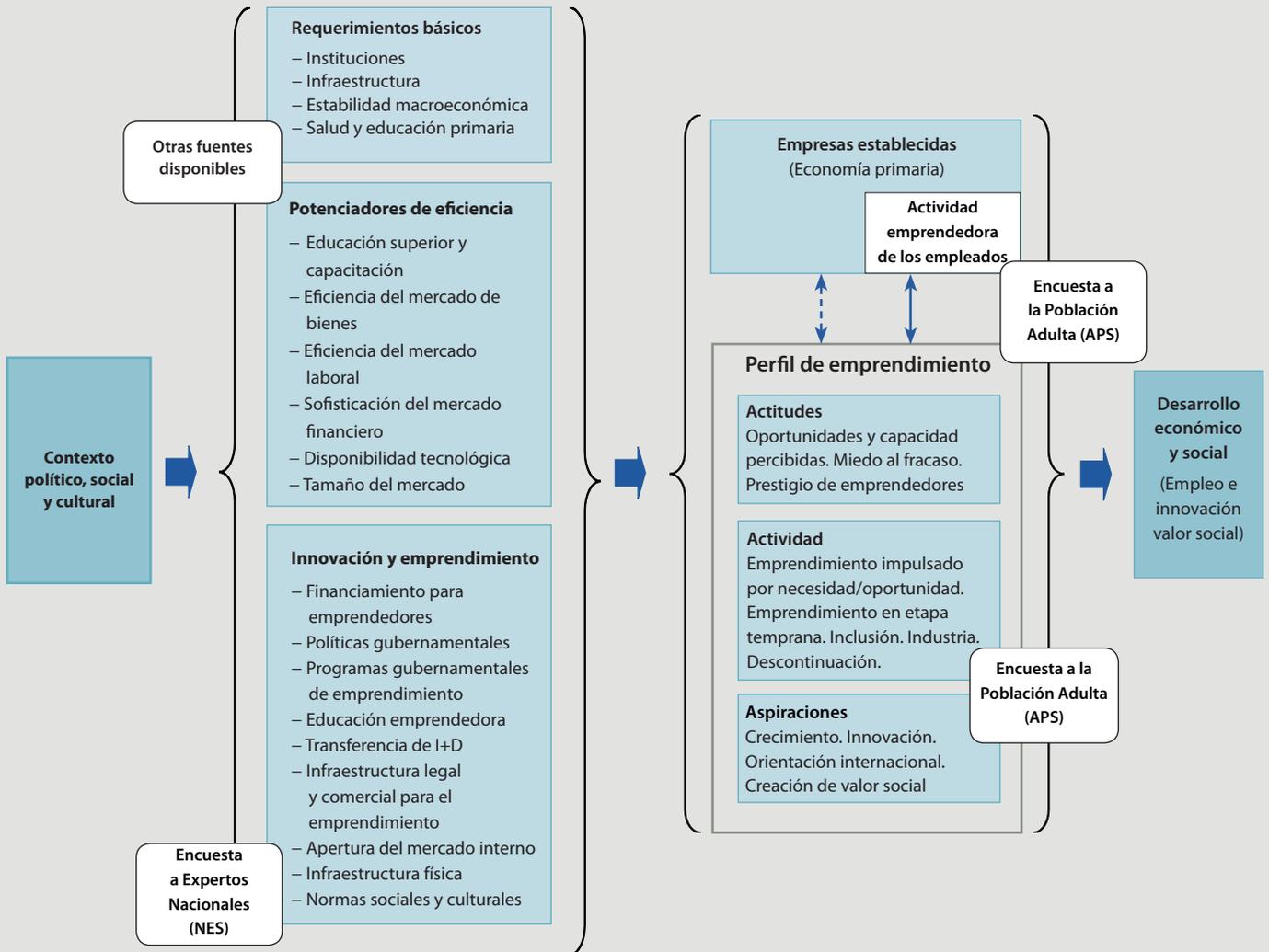
Fase de desarrollo impulsada por innovación

Conforme la economía madura, el énfasis en la actividad empresarial va cambiando paulatinamente hacia la expansión del sector servicios, que atiende las necesidades de una población cada vez más pudiente. El sector industrial, por su parte, evoluciona y experimenta progresos en variedad y sofisticación. Tal desarrollo se asocia, por lo general, con una creciente actividad en investigación y desarrollo, y mayor intensidad del uso del conocimiento. Las empresas compiten sobre la base de ofrecer productos nuevos y únicos asociados a procesos de producción más complejos y con mucho énfasis en la innovación. En esta etapa, el impulso al emprendimiento es un factor clave para mantener el desarrollo. Por ello, se debe invertir en aquellas condiciones específicas que impulsen una conducta emprendedora orientada al dinamismo y la innovación, al mismo tiempo que se busque mantener los requisitos básicos y potenciadores de eficiencia ya desarrollados.

El Modelo GEM, que se muestra en la figura 3, ilustra los elementos claves de la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico, así como la forma en que estos elementos interactúan entre sí. De acuerdo con el modelo,

los «requisitos básicos» y los «potenciadores de eficiencia» son elementos del entorno institucional que tienen un fuerte impacto en la actividad emprendedora. Adicionalmente, son nueve las condiciones del entorno (EFC, entrepreneurial

Figura 3. Modelo GEM



Fuente: Kelley, Singer y Herrington (2012).

framework conditions) que podrían influenciar en las decisiones individuales de poner en marcha iniciativas emprendedoras. El modelo también reconoce el esfuerzo de los empleados emprendedores que desarrollan y lideran nuevas actividades de negocio para sus empleadores (Kelley, Singer & Herrington, 2012; Bosma, Wennekers & Amorós, 2012), así como la influencia de la naturaleza humana del emprendedor en términos de actitudes, actividad y aspiraciones en la dinámica emprendedora, que pueden afectar finalmente el nivel y

perfil del emprendimiento en una economía y, a su vez, el desarrollo económico del país.

1.3. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO GEM

Una fortaleza reconocida del estudio GEM es su sólido diseño de investigación, el cual se evalúa y evoluciona de manera continua. El propósito del estudio es proveer información confiable sobre emprendimiento que sea de utilidad para realizar comparaciones significativas, tanto

dentro de un país como entre países. Por esta razón, todos los países participantes utilizan una metodología estandarizada que permite recoger información proveniente de dos fuentes principales: la Encuesta a la Población Adulta (APS, *Adult Population Survey*) y la Encuesta a Expertos Nacionales (NES, *National Expert Survey*). Además, se utilizan fuentes secundarias que proporcionan datos económicos estandarizados como el PBI per cápita, población etc., los cuales provienen de instituciones como el Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, Naciones Unidas, USA Census Bureau, entre otras.

1.3.1. La Encuesta a la Población Adulta (APS, *Adult Population Survey*)

La Encuesta a la Población Adulta se realiza anualmente en cada país participante, e indaga sobre la participación de las personas en iniciativas de emprendimientos y sus actitudes hacia acciones emprendedoras. El objetivo de la encuesta es investigar el papel que desempeña el individuo en el ciclo de vida del proceso emprendedor, así como sus características y las de sus acciones.

La muestra comprende un mínimo de 2,000 adultos de ambos sexos, entre 18 y 64 años de edad, seleccionados de manera aleatoria. Estas encuestas son realizadas por reconocidas empresas nacionales de investigación comercial. En el caso del Perú, la Universidad ESAN encargó su ejecución a la empresa Imasén, mediante la cual recogió información de 2,071 personas en el ámbito nacional, considerando la proporción por región del país y su distribución por zonas urbanas y rurales.

Toda la información recolectada desde los países es revisada por el equipo coordinador central del GEM para detectar posibles inconsistencias; luego, la estandariza y consolida para construir los indicadores claves del estudio e identificar patrones de emprendimiento entre las naciones participantes.

Para el estudio del año 2012, la encuesta APS ha sido aplicada a más de 198,000 personas de los 69 países participantes. Las muestras suelen variar entre 2,000 y 5,000 personas, salvo notables excepciones como España (más de 21,000 encuestados) y Brasil (10,000 encuestados).

1.3.2. La Encuesta Nacional de Expertos (NES, *National Expert Survey*)

Desde la concepción del proyecto GEM, el análisis del entorno se consideró un asunto importante, teniendo en cuenta que el nivel de emprendimiento está fuertemente influenciado por el estado institucional y las condiciones marco para el desarrollo de actividades empresariales en un territorio concreto existente.

El GEM ha desarrollado su propia herramienta de información para analizar este elemento del proyecto: la Encuesta Nacional de Expertos, conocida como NES.

Cada equipo nacional que participa en el proyecto debe seleccionar un mínimo de 36 expertos, quienes responden un cuestionario estructurado sobre las condiciones específicas del entorno (EFC, *entrepreneurial framework conditions*) que afectan el emprendimiento en su país. Este cuestionario estandarizado permite obtener una medición cuantitativa sobre el estado de las EFC y compararlas entre los países⁷.

Además, cada experto aporta su visión sobre las principales EFC que contribuyen o limitan el desarrollo del proceso emprendedor, y propone recomendaciones para mejorar la actividad emprendedora de su país.

⁷ En el cuestionario estandarizado, los expertos expresan su acuerdo o desacuerdo con afirmaciones sobre las EFC, mediante una escala de Likert de cinco puntos. Sobre la base de esta escala, se calculan las valoraciones promedio para cada afirmación y para cada EFC. En general, una valoración cercana a 5 significa que los expertos perciben que la EFC favorece la actividad emprendedora en el país, mientras que una valoración cercana a 1 indica que perciben que la EFC limita el desarrollo del emprendimiento.

Para el año 2012, el equipo nacional GEM Perú entrevistó a 42 expertos nacionales, quienes aportaron su visión del contexto emprendedor peruano.

1.3.3. Participación de los países

Los países participantes han sido clasificados en tres grupos, en función de la fase de desarrollo económico en que se encuentran. El GEM también

agrupa a los países en siete regiones geográficas: América Latina y el Caribe, Medio Oriente y África del Norte (MENA), África Subsahariana, Asia-Pacífico y Sur de Asia, Unión Europea (UE), Europa no UE y los Estados Unidos. Así, las economías se pueden comparar según similares niveles de desarrollo y ubicaciones geográficas (tabla 1).

Tabla 1. Países participantes del GEM 2012

	Economías basadas en recursos	Economías basadas en eficiencia	Economías basadas en innovación
África Subsahariana	Angola, Botswana, Etiopía, Ghana, Malawi, Nigeria, Uganda, Zambia	Sudáfrica, Namibia	
Medio Oriente y África del Norte	Argelia, Egipto, Irán, Palestina	Túnez	Israel
Latinoamérica y el Caribe		Argentina, Barbados, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, PERÚ, Trinidad y Tobago, Uruguay	
No UE		Bosnia y Herzegovina, Croacia, Macedonia, Rusia, Turquía	Noruega, Suiza
Asia Pacífico y Sur de Asia	Pakistán	Malasia, China, Tailandia	Japón, República de Corea, Singapur, Taiwán
Unión Europea		Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Polonia, Rumanía	Austria, Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Eslovaquia, Eslovenia, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal, Suecia, Reino Unido
Estados Unidos			Estados Unidos

2 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EL PERÚ

2

Como se señaló anteriormente en este documento, el GEM considera el emprendimiento como un proceso. Por tal motivo, la actividad emprendedora no solo se relaciona con la emergencia de nuevos negocios, sino también con la introducción de nuevas actividades económicas por parte de los emprendedores establecidos (Davidsson, 2004). El panorama se complementa con el estudio de aquellas personas que han descontinuado negocios.

La tabla 2 resume la actividad emprendedora en etapa temprana (TEA) y la actividad en las otras fases del proceso emprendedor para cada uno de los países participantes del GEM 2012.

2.1. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ETAPA TEMPRANA

El GEM hace un especial énfasis en la etapa temprana del emprendimiento, ya que es la que imprime la dinámica emprendedora en un país y la que mayor importancia cobra para el desarrollo nacional en términos de creación de empleos e innovación.

Para medir el emprendimiento en etapa temprana, el GEM utiliza el índice TEA (Total Early Stage Entrepreneurship Activity), que refleja la cantidad de personas en edad de trabajar (18-64 años) que están activamente involucrados en la creación de

un negocio en fase naciente o que ya se encuentran dirigiendo su nuevo negocio.

El gráfico 1 muestra la actividad emprendedora en etapa temprana (TEA) para los países participantes en el GEM 2012, agrupados según las tres fases de desarrollo económico. Los intervalos de confianza facilitan la interpretación de las diferencias entre países. Donde las barras verticales no se superponen, como son los casos de Zambia y Ghana, las tasas del TEA son estadísticamente diferentes; mientras que si sucede lo contrario, como en los casos de Colombia, el Perú y Chile, las tasas del TEA son estadísticamente similares. Asimismo, un menor intervalo (una línea más corta) indica que la muestra es más grande y, por ende, el índice TEA permite inferir con mayor precisión las características de toda la población.

Los más altos índices TEA se encuentran, en promedio, entre las economías basadas en recursos (23.7%), sobre todo en la región del África Subsahariana (Zambia encabeza toda la serie GEM con 41%); seguidas por las economías basadas en eficiencia (13.1%), lideradas por la región de Latinoamérica y el Caribe; mientras que los países con economías basadas en innovación exhiben, en promedio, los valores TEA más bajos (7.1%).

El TEA mide el dinamismo del emprendimiento en etapa temprana, es decir, la magnitud de la

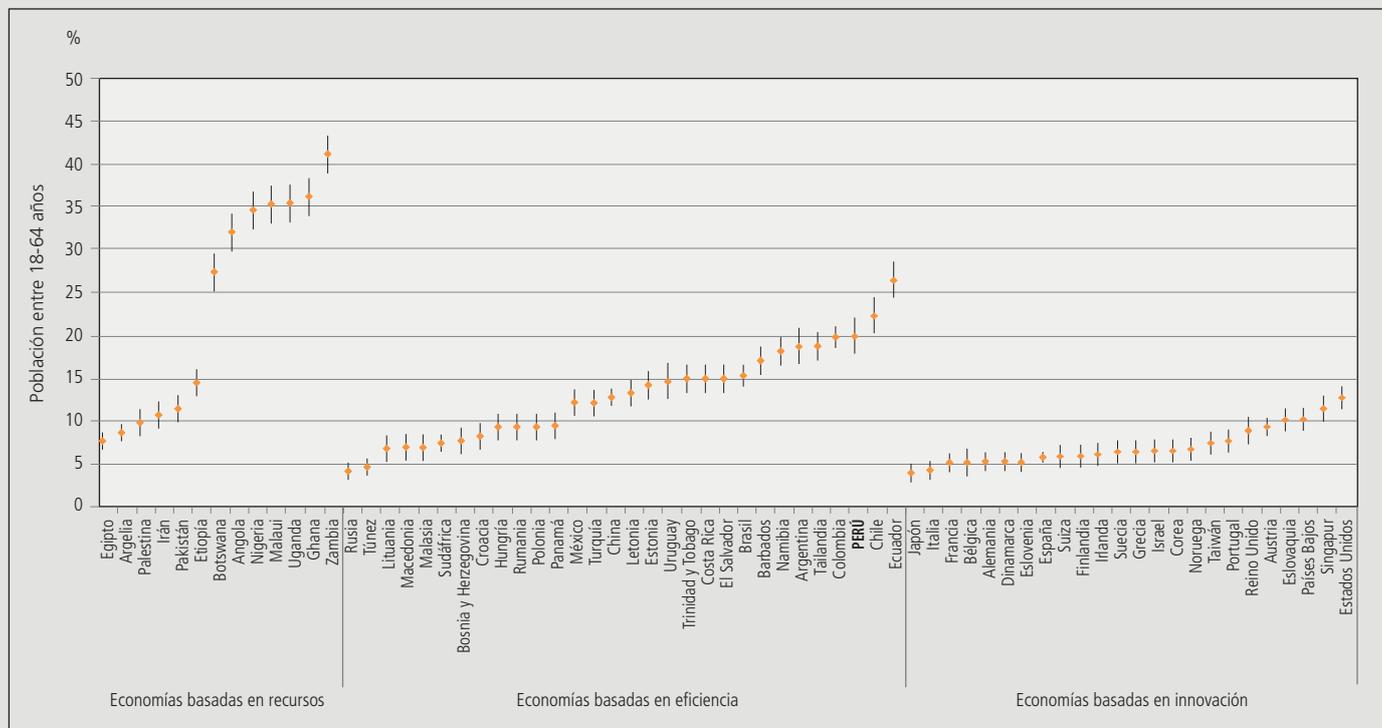
Tabla 2. Actividad emprendedora por país según etapas del proceso emprendedor y fases de desarrollo económico, GEM 2012

	Porcentaje emprendedores nacientes	Porcentaje emprendedores nuevos	Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA)	Porcentaje emprendedores establecidos	Porcentaje discontinuación de negocios
Economías basadas en recursos					
Argelia	1.6	7.3	8.8	3.3	6.9
Angola	14.9	18.9	32.4	9.1	25.5
Botswana	17.0	12.2	27.7	6.3	16.3
Egipto	3.1	4.9	7.8	4.2	5.3
Etiopía	5.7	9.3	14.7	10.2	3.4
Ghana	15.4	22.8	36.5	37.7	16.2
Irán	4.5	6.5	10.8	9.5	5.1
Malawi	18.5	20.4	35.6	10.8	28.9
Nigeria	21.8	14.2	35.0	15.7	8.3
Pakistán	8.3	3.4	11.6	3.8	2.5
Palestina	6.2	3.8	9.8	3.0	7.7
Uganda	9.6	27.6	35.8	31.3	25.9
Zambia	27.5	14.6	41.5	3.8	20.1
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	<i>11.9</i>	<i>12.7</i>	<i>23.7</i>	<i>11.4</i>	<i>13.2</i>
Economías basadas en eficiencia					
Argentina	11.8	7.3	18.9	9.6	4.9
Barbados	10.0	7.2	17.1	12.2	2.9
Bosnia y Herzegovina	4.5	3.4	7.8	6.0	7.2
Brasil	4.5	11.3	15.4	15.2	4.5
Chile	14.7	8.4	22.6	7.8	5.0
China	5.5	7.4	12.8	12.5	3.7
Colombia	13.6	6.9	20.1	6.7	6.7
Costa Rica	10.0	5.3	15.0	3.3	3.5
Croacia	6.4	1.9	8.3	3.1	4.2
Ecuador	16.7	11.7	26.6	18.9	7.6
El Salvador	7.7	7.8	15.3	9.4	7.8
Estonia	9.5	5.1	14.3	7.2	4.0
Hungría	5.8	3.6	9.2	8.1	3.8
Letonia	8.7	4.8	13.4	7.9	3.4
Lituania	3.2	3.6	6.7	8.2	2.2
Macedonia	3.7	3.3	7.0	6.7	3.9
Malasia	2.8	4.2	7.0	7.0	1.6
México	7.9	4.3	12.1	4.7	4.3
Namibia	11.3	7.0	18.2	3.2	11.5
Panamá	7.2	2.7	9.5	1.9	1.8
PERÚ	14.7	6.2	20.2	5.1	6.7

	Porcentaje emprendedores nacientes	Porcentaje emprendedores nuevos	Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA)	Porcentaje emprendedores establecidos	Porcentaje discontinuación de negocios
Economías basadas en eficiencia					
Polonia	4.8	4.6	9.4	5.8	3.9
Rumanía	5.5	3.8	9.2	3.9	3.8
Rusia	2.7	1.8	4.3	2.1	1.0
Sudáfrica	4.3	3.1	7.3	2.3	5.0
Tailandia	8.7	11.3	18.9	29.7	2.8
Trinidad y Tobago	8.8	6.5	15.0	7.2	4.5
Túnez	2.4	2.5	4.8	4.4	4.0
Turquía	7.3	5.4	12.2	8.7	5.2
Uruguay	10.2	4.7	14.6	5.0	5.0
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	<i>7.8</i>	<i>5.6</i>	<i>13.1</i>	<i>7.8</i>	<i>4.5</i>
<i>Promedio Latinoamérica y el Caribe (sin ponderar)</i>	<i>10.6</i>	<i>7.0</i>	<i>17.1</i>	<i>8.2</i>	<i>5.0</i>
Economías basadas en innovación					
Alemania	3.5	2.2	5.3	5.0	1.9
Austria	6.6	3.4	9.6	7.6	3.6
Bélgica	3.3	2.0	5.2	5.1	2.4
Corea	2.6	4.1	6.6	9.6	3.2
Dinamarca	3.1	2.4	5.4	3.5	1.3
Eslovaquia	6.7	3.9	10.2	6.4	4.7
Eslovenia	3.0	2.5	5.4	5.8	1.6
España	3.4	2.5	5.7	8.7	2.1
Estados Unidos	8.9	4.1	12.8	8.6	4.5
Finlandia	3.5	2.7	6.0	8.0	2.0
Francia	3.7	1.5	5.2	3.2	2.0
Grecia	3.8	2.8	6.5	12.3	4.4
Irlanda	3.9	2.3	6.2	8.3	1.7
Israel	3.5	3.0	6.5	3.8	4.0
Italia	2.5	1.9	4.3	3.3	2.4
Japón	2.3	1.7	4.0	6.1	1.1
Noruega	3.7	3.2	6.8	5.8	1.5
Países Bajos	4.1	6.3	10.3	9.5	2.2
Portugal	4.3	3.6	7.7	6.2	3.0
Reino Unido	5.3	3.7	9.0	6.2	1.7
Singapur	7.6	4.2	11.6	3.1	3.9
Suecia	4.6	1.9	6.4	5.3	1.9
Suiza	2.9	3.0	5.9	8.4	2.0
Taiwán	3.3	4.2	7.5	10.4	5.7
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	<i>4.2</i>	<i>3.0</i>	<i>7.1</i>	<i>6.7</i>	<i>2.7</i>

Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 1. Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA) por país, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

creación de negocios por parte de la población; sin embargo, la aplicación del TEA como medida directa del emprendimiento en una nación tiene varias limitaciones, ya que por sí solo no informa acerca de la dimensión, calidad ni impacto en la economía de las empresas creadas (Hindle, 2006). Por ello, el TEA no debe ser usado como un simple *ranking* de medida del emprendimiento y debe tenerse cuidado de utilizarlo fuera del contexto de cada país o sin considerar, además, otros indicadores complementarios¹.

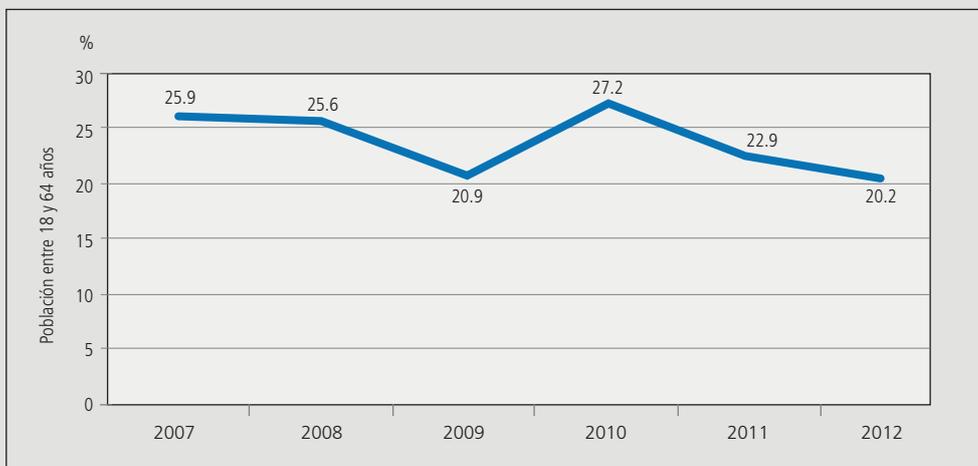
Esta reflexión es consistente con el patrón revelado por el GEM desde hace varios años, en el cual la asociación entre el PBI per cápita y el TEA sigue una curva en forma de U (Bosma *et al.*, 2009). Según este patrón en U, en economías con bajo

nivel de PBI per cápita, los índices TEA tienden a ser altos debido a un gran componente de emprendimientos por necesidad. Conforme el PBI per cápita se incrementa, se produce una mejora en el clima de negocios y emergen mejores oportunidades de empleo, por lo que el componente de emprendimiento por necesidad disminuye; en consecuencia, el índice TEA se reduce (en este contexto, una reducción del TEA puede ser visto como una buena señal). En los países con mayores niveles de PBI y mayor disponibilidad de recursos para acceder a mayores mercados, el TEA tiende a elevarse otra vez, aunque en menor magnitud, debido a la emergencia de emprendimientos por oportunidad.

En el caso del Perú, siempre ha mostrado niveles por encima del promedio de su grupo. Para el año 2012, el índice TEA descendió de 22.9% —alcanzado en el 2011— a 20.2% (gráfico 2). El componente de emprendedores nacientes se redujo, de 18% a 15%, mientras que el componente de empre-

¹ Además del índice TEA, el GEM calcula la actividad emprendedora, los emprendedores establecidos, así como los discontinuadores. La naturaleza del emprendimiento es estudiada bajo indicadores de motivación, orientación a la innovación, internacionalización, uso de tecnología, etc.

Gráfico 2. Evolución del TEA, GEM Perú 2007-2012



Fuente: GEM Perú 2007-2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

dedores de nuevos negocios se incrementó, de 5% a 6%.

2.2. LOS EMPRENDEDORES ESTABLECIDOS

El análisis de la actividad de los emprendedores establecidos proporciona información sobre la sostenibilidad de los emprendimientos en una economía. La sobrevivencia de los negocios y su persistencia en el tiempo contribuye no solo con la oferta de nuevos productos y servicios, sino con la oferta de empleo, proveyendo estabilidad para los empleados y para la economía en general. El GEM lo define como el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad que dirige una empresa propia que ha pagado salarios o alguna retribución a sus propietarios durante más de 42 meses (3.5 años).

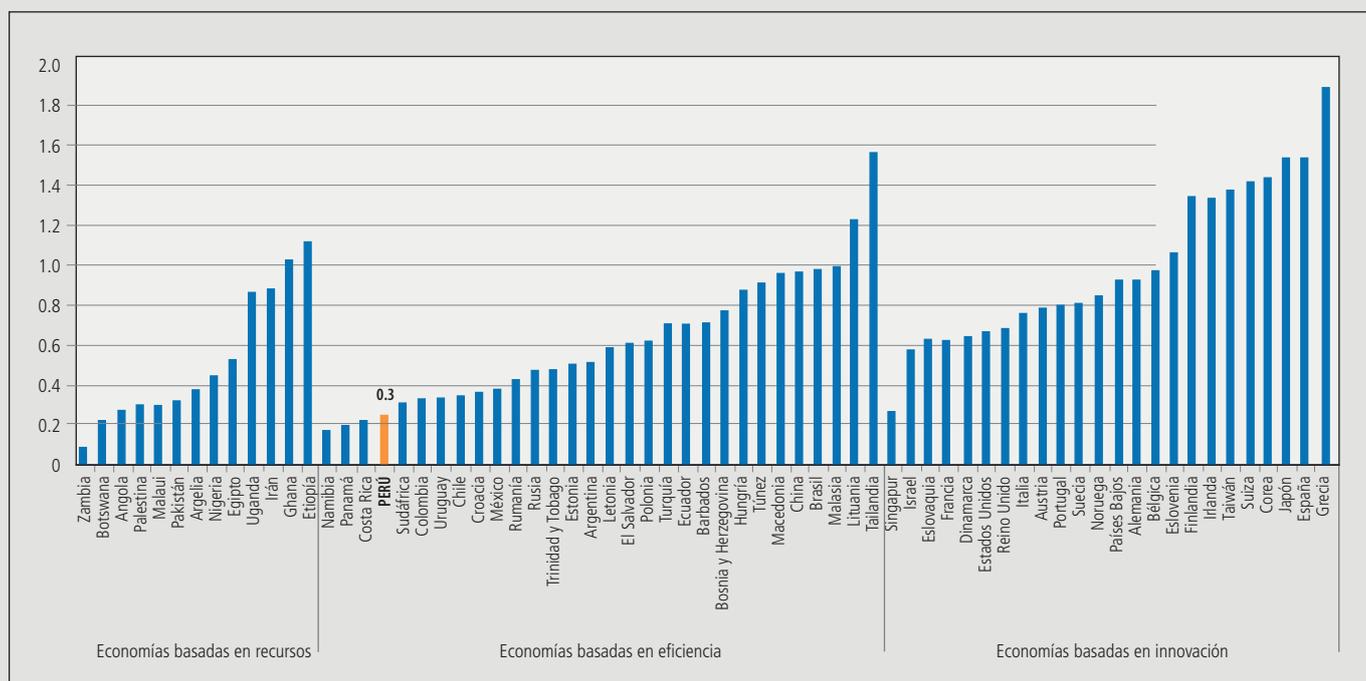
Si se comparan los índices de emprendedores establecidos (EBO) y los índices TEA de cada país, se puede obtener una idea más clara de cuántos emprendimientos llegan a lograr su sostenibilidad. El gráfico 3 muestra esta comparación por medio del siguiente ratio: índice de emprendedores establecidos (EBO) / índice TEA. Se observa que, en promedio, el ratio EBO/TEA es más alto a mayor desarrollo económico.

En los países con economías basadas en innovación, el mayor ratio EBO/TEA refleja, en parte, las mejores condiciones del entorno que facilitan la sobrevivencia de las empresas recién creadas, pero también la escasa presencia de emprendimientos en etapas tempranas (casos de Grecia, España, Japón y Corea). Por otro lado, en los países basados en recursos y en eficiencia, la mayoría de naciones tienen un ratio menor que 1; es decir, es mayor el nivel de TEA que el de emprendedores establecidos, sobre todo en los países del África Subsahariana (destaca el caso de Zambia, el cual tiene el mayor nivel TEA y el menor nivel EBO de la serie GEM).

En la mayoría de los países de la región de Latinoamérica y el Caribe, el nivel de emprendedores establecidos equivale a menos de la mitad de los emprendedores en etapa temprana. En la serie GEM, destaca Tailandia, que exhibe un alto nivel TEA (19%) acompañado por un también alto nivel de emprendedores establecidos (casi 30%).

En el caso particular del Perú, el ratio se ha mantenido en 0.25 en el 2012 por un descenso del nivel de emprendedores establecidos, de 5.8% a 5.1%, resultado que todavía lo mantiene en los últimos lugares de su grupo.

Gráfico 3. Ratio del índice de emprendedores establecidos/TEA, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

2.3. LA MOTIVACIÓN DETRÁS DEL EMPRENDIMIENTO

2.3.1. Oportunidad versus necesidad

Básicamente, según la motivación que los impulsa, el GEM clasifica a los emprendedores en dos tipos. Algunas personas emprenden, principalmente, porque perciben una oportunidad de negocio y deciden explotarla; mientras que otras lo harán sencillamente porque no tienen otra alternativa para ganarse la vida, es decir, emprenden negocios de subsistencia. La distinción entre estos dos tipos de emprendedores revela información sobre la calidad del emprendimiento.

La tabla 3 muestra los indicadores TEA en función de la motivación para emprender. Las dos primeras columnas proporcionan información sobre la base del porcentaje de la población adulta, mientras que las otras dos columnas muestran la proporción

relativa al total de emprendedores en cada país². La última columna presenta el ratio entre los porcentajes de emprendimientos por oportunidad y por necesidad (ratio TEAOPP/TEANEC), que constituye un indicador más preciso sobre la naturaleza predominante del emprendimiento en una nación.

Según el ratio TEAOPP/TEANEC, a mayor nivel de desarrollo económico, los emprendimientos por oportunidad tienden a predominar. Sin embargo, existe también una gran variación entre los países dentro de una misma etapa de desarrollo económico. Por ejemplo, entre las economías basadas en recursos, los países del África Subsahariana tienen un ratio TEAOPP/TEANEC de 2.4, es decir, hay 24 emprendedores por oportunidad por cada 10 emprendedores por necesidad; a diferencia del ratio promedio en los países del Medio Oriente, que es de solo 1.1. Entre las economías basadas en eficiencia, Colombia y Barbados encabezan la lista con el

² Nótese que los porcentajes de emprendedores por oportunidad y necesidad no suman 100% porque existe una

pequeña proporción de emprendedores que refieren una motivación mixta.

mayor ratio TEAOPP/TEANEC (7.0); en cambio, Bosnia y Herzegovina, y Macedonia tienen ratios menores a 1 (0.7 y 0.9, respectivamente).

Las economías impulsadas por innovación muestran, en promedio, 5.5 veces más emprendimientos por oportunidad que por necesidad. El ratio TEAOPP/TEANEC se eleva a más de 10 en Suecia (12.6), Eslovenia (12.2), Noruega (12.0) y Dinamarca (11.0); mientras que los menores ratios TEAOPP/TEANEC se ubican en Corea (1.8) y Eslovaquia (1.8).

Si tenemos en cuenta a las regiones, los países asiáticos tienen el mayor ratio promedio (4.4); los de Latinoamérica y el Caribe muestran en promedio un ratio de 4.1, algo por encima del promedio del grupo (3.2); y los de Europa no UE presentan un ratio algo menor (2.2) en comparación con aquellos pertenecientes a la UE (2.8).

En el Perú, el 53% de los emprendedores en etapa temprana manifiesta estar aprovechando una oportunidad de negocio y, de acuerdo con el ratio TEAOPP/TEANEC, hay 3.2 veces más emprendedores por oportunidad que por necesidad. Si bien estos valores están por encima del promedio del grupo de países basados en eficiencia, y aunque la tendencia en el tiempo es favorable, el crecimiento del ratio TEAOPP/TEANEC es bastante lento (gráfico 4).

2.3.2. Motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad

Para el GEM, las personas que emprenden persiguiendo una oportunidad tienen como objetivo obtener una mayor independencia o incrementar sus ingresos actuales. El gráfico 5 muestra que entre los emprendedores por oportunidad de países con



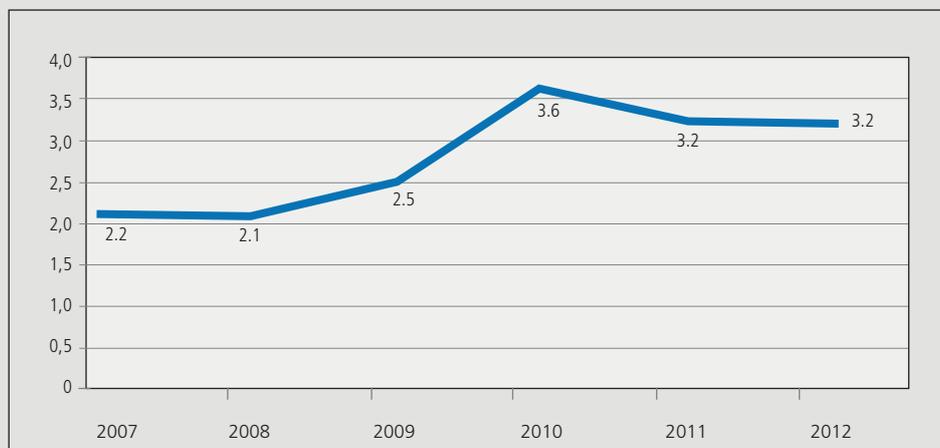
Tabla 3. Motivación para emprender por país según etapas del proceso emprendedor y fases de desarrollo económico, GEM 2012

	TEA por oportunidad (% de la población)	TEA por necesidad (% de la población)	Emprendedores por oportunidad (% del TEA)	Emprendedores por necesidad (% del TEA)	Ratio (TEA oportunidad / TEA necesidad)
Economías basadas en recursos					
Pakistán	5.2	6.1	23.6	53.0	0.9
Uganda	18.9	16.5	42.1	46.0	1.1
Egipto	3.1	2.6	22.9	33.6	1.2
Irán	6.2	4.5	36.2	42.0	1.4
Palestina	5.7	4.1	26.6	41.9	1.4
Malawi	20.7	14.9	42.9	41.9	1.4
Nigeria	22.8	12.1	53.2	34.5	1.9
Botswana	17.7	9.2	48.0	33.4	1.9
Argelia	5.5	2.6	47.4	30.0	2.1
Zambia	28.2	13.3	46.2	32.0	2.1
Ghana	26.0	10.1	51.0	27.6	2.6
Angola	23.9	7.7	38.3	23.8	3.1
Etiopía	11.7	3.0	69.2	20.4	3.9
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	<i>15.0</i>	<i>8.2</i>	<i>42.1</i>	<i>35.4</i>	<i>1.9</i>
Economías basadas en eficiencia					
Bosnia y Herzegovina	3.1	4.5	20.1	58.3	0.7
Macedonia	3.3	3.6	28.7	52.0	0.9
Polonia	5.0	3.8	30.1	40.7	1.3
Namibia	11.0	6.8	36.8	37.3	1.6
Túnez	2.9	1.7	42.3	35.5	1.7
China	8.0	4.7	39.4	36.9	1.7
Rusia	2.7	1.6	31.4	36.4	1.7
El Salvador	9.5	5.4	39.2	35.2	1.8
Ecuador	17.0	9.5	30.2	35.8	1.8
Croacia	5.4	2.8	35.7	34.2	1.9
Argentina	12.4	6.5	46.6	34.5	1.9
Sudáfrica	4.9	2.3	39.7	31.7	2.1
Hungría	6.1	2.9	35.3	31.1	2.1
Turquía	8.2	3.8	54.6	30.9	2.2
Brasil	10.7	4.7	58.8	30.1	2.3
Letonia	9.7	3.4	46.0	25.3	2.9
Lituania	4.8	1.7	51.5	24.6	2.9
Rumanía	6.9	2.2	37.7	24.2	3.1
PERÚ	15.1	4.7	53.1	23.4	3.2
Costa Rica	11.8	3.0	47.9	20.2	3.9
Panamá	7.5	1.8	56.8	19.5	4.1

	TEA por oportunidad (% de la población)	TEA por necesidad (% de la población)	Emprendedores por oportunidad (% del TEA)	Emprendedores por necesidad (% del TEA)	Ratio (TEA oportunidad / TEA necesidad)
Economías basadas en eficiencia					
Uruguay	11.7	2.7	39.9	18.4	4.3
Estonia	11.3	2.6	49.1	18.2	4.4
Chile	18.6	3.9	68.9	17.4	4.7
Tailandia	15.5	3.2	67.4	16.7	4.9
Trinidad y Tobago	12.4	2.3	59.9	15.1	5.5
México	10.3	1.6	51.8	13.4	6.3
Malasia	6.1	0.9	60.7	13.3	6.5
Barbados	14.9	2.1	62.7	12.4	7.0
Colombia	17.5	2.5	47.8	12.4	7.0
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	9.5	3.4	45.7	27.8	3.2
Economías basadas en innovación					
Alemania	4.1	1.2	50.7	21.7	3.5
Austria	7.8	1.0	38.2	10.8	7.5
Bélgica	4.0	0.9	61.6	17.9	4.3
Corea	4.3	2.3	46.2	34.9	1.8
Dinamarca	4.8	0.4	70.7	8.2	11.0
Eslovaquia	6.5	3.6	42.9	35.6	1.8
Eslovenia	4.9	0.4	64.0	7.4	12.2
España	4.1	1.5	32.5	25.6	2.8
Estados Unidos	9.7	2.7	59.5	21.4	3.5
Finlandia	4.4	1.0	59.9	17.1	4.3
Francia	4.2	0.9	58.9	18.1	4.4
Grecia	4.6	2.0	32.1	29.9	2.3
Irlanda	4.4	1.7	40.5	28.1	2.5
Israel	4.5	1.3	46.1	19.2	3.6
Italia	3.1	0.7	22.3	15.7	4.6
Japón	3.0	0.8	66.4	20.7	3.6
Noruega	6.0	0.5	69.6	7.4	12.0
Países Bajos	8.6	0.9	66.4	8.4	9.9
Portugal	5.6	1.4	53.1	17.9	4.1
Reino Unido	7.1	1.6	42.6	18.3	4.4
Singapur	9.7	1.7	54.5	14.8	5.6
Suecia	5.5	0.4	48.6	6.8	12.6
Suiza	4.4	1.1	57.5	18.1	4.1
Taiwán	6.2	1.4	42.6	17.9	4.6
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	5.5	1.3	51.1	18.4	5.5

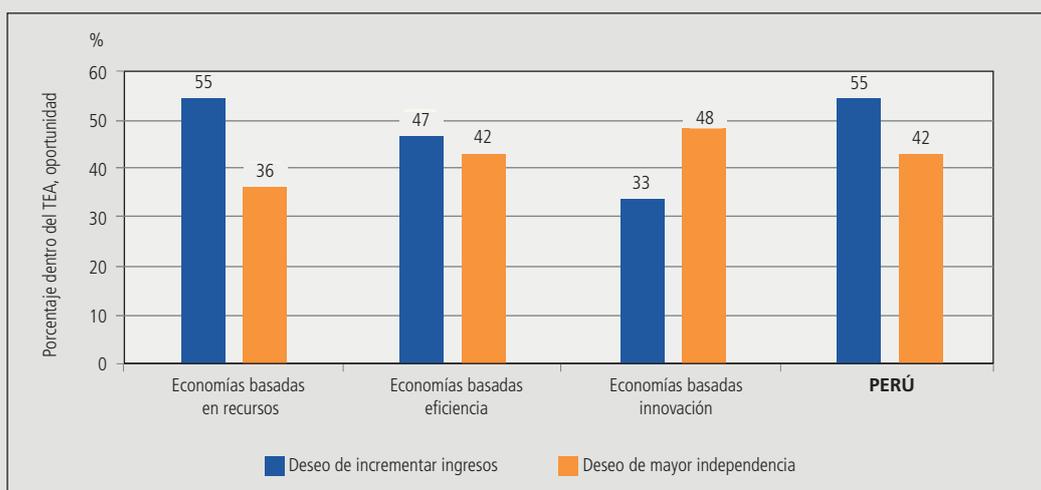
Fuente: GEM 2012, Encuesta de Población Adulta (APS).

Gráfico 4. Evolución del ratio TEAOPP/TEANEC, GEM Perú 2007-2012



Fuente: GEM Perú 2007-2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 5. Motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad según fase de desarrollo económico, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

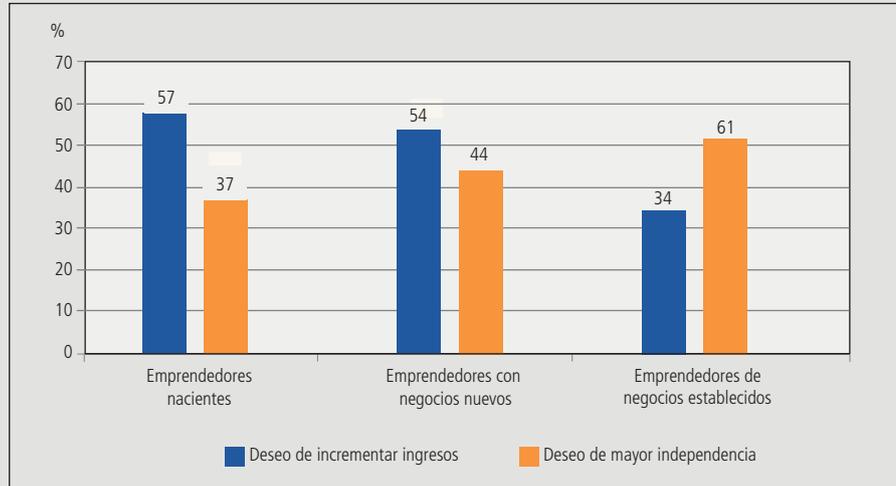
economías basadas en recursos y en eficiencia prevalece el deseo de incrementar ingresos, mientras que entre los países con economías basadas en la innovación, el deseo de independencia se convierte en el motivo más importante para emprender.

En el caso del Perú, los emprendedores en etapa temprana que pusieron en marcha un negocio por oportunidad fueron motivados principalmente por la expectativa de incrementar sus ingresos, aunque su proporción se redujo de 70% en el año 2011 a 55% en el 2012. Por su parte, la pro-

porción de emprendedores por oportunidad con expectativas de lograr mayor independencia se incrementó de 24% en el 2011 a 42% en el 2012.

Respecto de los emprendedores por oportunidad en cada fase del proceso emprendedor, en el Perú, los emprendedores en etapas más tempranas tienden a ser impulsados por el deseo de incrementar sus ingresos personales; y para los emprendedores con negocios establecidos es importante la proporción que desea una mayor independencia (gráfico 6).

Gráfico 6. Motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad según etapa del proceso emprendedor, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

2.4. TAMAÑO DE LOS EMPRENDIMIENTOS

Algunos autores mencionan que existen ventajas en el tamaño del negocio que pueden influir en su sobrevivencia a corto o largo plazo. Los pequeños negocios son favorecidos por tener una mayor flexibilidad y una mejor capacidad de cambio, y de reacción ante este; así como por una estructura organizativa menos burocrática y menos impersonal. Por otro lado, a mayor tamaño del negocio, hay mayor disponibilidad de recursos, un mayor control sobre el entorno en el que se opera y una mayor capacidad de crecimiento (Camisión, 2000; Dean, Brown & Bamford, 1998). En el GEM, el tamaño de los negocios en etapa temprana es evaluado a partir del número de propietarios y empleados.

2.4.1. De acuerdo con el número de socios

El gráfico 7 muestra que la mayoría de los emprendimientos en el Perú son negocios unipersonales. En él se observa que, en términos de porcentaje, estos últimos se incrementan en los negocios nuevos y más en los establecidos, a expensas de una disminución en el porcentaje de negocios con dos o tres socios. Problemas entre los socios o una rentabilidad debajo de la esperada, entre

otras razones, podrían estar detrás de la mayor prevalencia de negocios unipersonales en los emprendimientos de mayor antigüedad.

En contraste, los negocios con cuatro a más propietarios muestran un mayor porcentaje entre los negocios establecidos frente a sus pares nacientes y nuevos. De hecho, compartir el riesgo, reunir recursos y equipo humano proporciona mayor fortaleza y solidez al negocio.

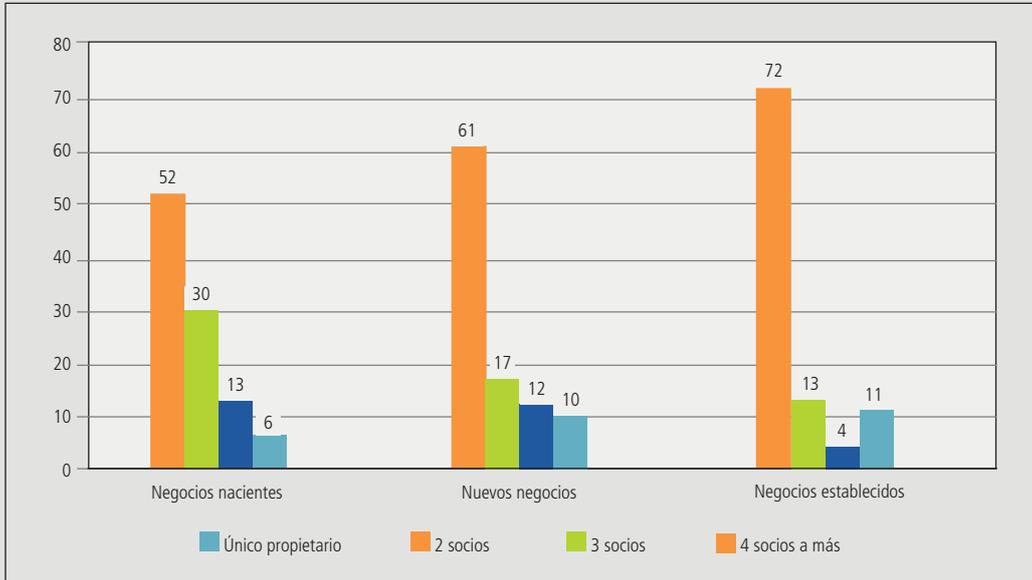
Otro hallazgo, que cabe mencionar, es que el 83% de los negocios en etapa temprana con cuatro a más propietarios son negocios basados principalmente en la explotación de una oportunidad.

2.4.2. De acuerdo con el número de empleados

El gráfico 8 compara el número de puestos creados (sin contar el del propietario) por los emprendedores en etapa temprana y por los emprendedores establecidos. En ambos grupos, el hecho de que en la actualidad la mayoría de los negocios tienen entre 1 a 5 trabajadores, seguido por quienes no tienen trabajadores², demuestra que en nuestro

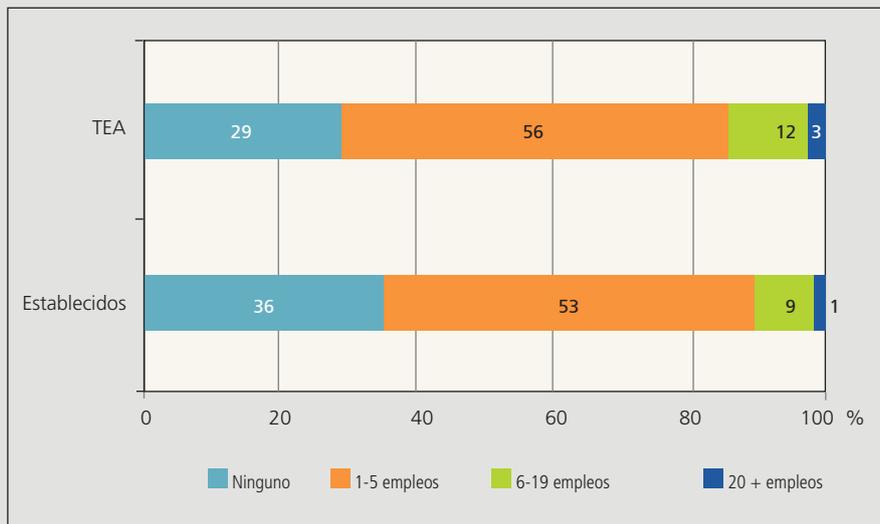
² Negocios unipersonales que solo dan empleo al propietario.

Gráfico 7. Dimensión de la actividad emprendedora según número de propietarios y por etapa del proceso emprendedor, GEM Perú 2012



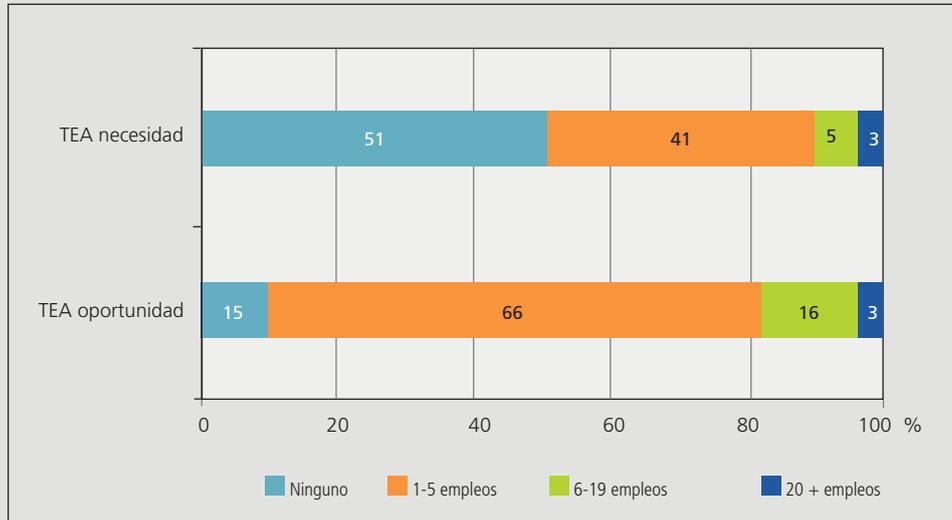
Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 8. Número de empleos (sin contar el del propietario) que al momento de la entrevista proporcionan los emprendedores en etapa temprana y los emprendedores establecidos, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 9. Dimensión de la actividad emprendedora según número de empleados y motivación para emprender, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

país los emprendimientos son preferentemente microempresas. Por otro lado, al parecer los emprendedores en etapa temprana son más optimistas y ostentan más porcentajes de negocios con un mayor número de empleados que los emprendedores establecidos.

El gráfico 9 muestra que existen importantes diferencias en la generación de empleo en los negocios en etapa temprana. Se observa que hay más probabilidades de que los negocios por oportunidad generen más puestos de trabajo; a diferencia de los emprendimientos por necesidad, que son en su mayoría unipersonales.

2.5. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR SECTORES ECONÓMICOS

A partir de la clasificación de la ISIC³, el GEM agrupa los sectores productivos, en los cuales se están creando las nuevas empresas, en cuatro grandes categorías:

- Sector orientado al consumidor, cuyos clientes principales son personas. Por ejemplo, la venta minorista, restaurantes y bares, hospedajes, salud, educación, servicios sociales y recreación.
- Sector de servicios empresariales, en el que los clientes principales son otros negocios, como servicios financieros, seguros, inmobiliarias u otros.
- Sector de transformación, que incluye actividades de transformación física, transporte de bienes y personas, construcción, manufactura y distribución mayorista.
- Sector extractivo, que comprende las actividades de extracción de productos en su ambiente natural, como agricultura, ganadería, pesca y minería.

Como se detalló en el capítulo 1, la evolución del desarrollo económico en una economía va a la par del desarrollo de algunas actividades económicas particulares. Así, en las economías basadas por recursos existe mayor intensidad de actividades relacionadas con atender a consumidores finales y de extracción de recursos naturales; en aquellas

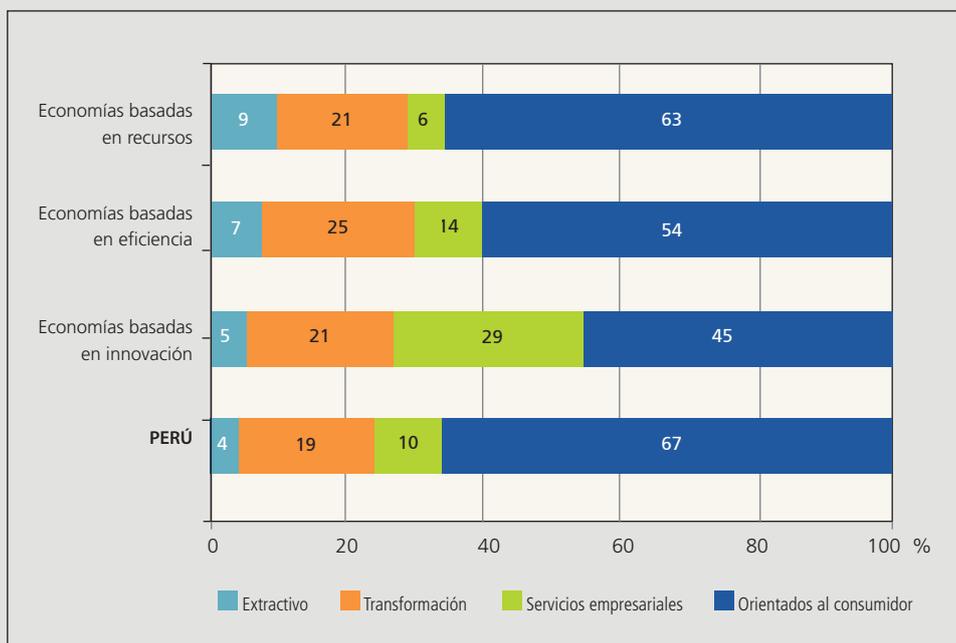
³ International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities (Clasificación Industrial Internacional Uniforme –CIUI– de todas las actividades económicas).

economías basadas en eficiencia, las actividades del sector transformación se expanden y surgen nuevas oportunidades para negocios de servicios a empresas; y, finalmente, en las economías basadas en innovación, el sector de servicios empresariales puede explotar la tecnología, innovación y conocimiento creado.

El gráfico 10 muestra este patrón de desarrollo en los emprendimientos; es decir, a mayor desarrollo se observa mayor expansión del sector servicios y menor componente de negocios orientados al consumidor. Para el caso del Perú, se mantiene un amplio predominio de los emprendimientos orientados al consumidor (67%) a expensas del resto de sectores, los cuales prácticamente no han sufrido variaciones significativas desde el año 2011.

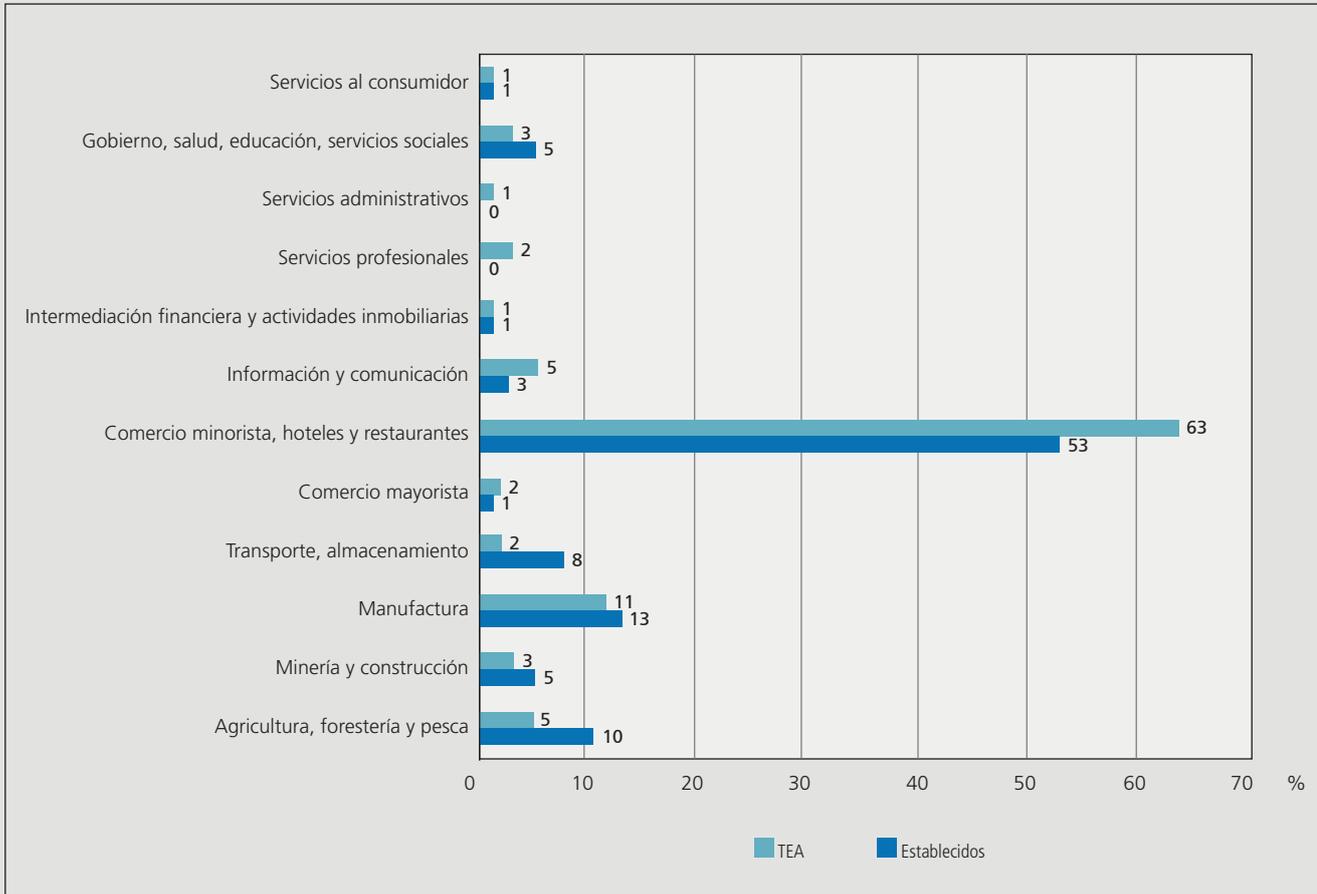
El gráfico 11 muestra que entre las actividades económicas, las relacionadas con el comercio minorista, hoteles y restaurantes ocupan al 63% de los emprendedores en etapa temprana y al 53% de los emprendedores establecidos. La segunda actividad con más emprendedores es la manufactura, que abarca el 11% y el 13% de los emprendedores en etapas tempranas y establecidos, respectivamente. Cabe resaltar que en el caso de los emprendedores establecidos hay, prácticamente, una ausencia de negocios de servicios profesionales y administrativos. Además, la diferencia con los emprendedores en etapa temprana es mayor en los negocios extractivos y aquellos relacionados con el transporte y el almacenamiento de mercancía.

Gráfico 10. Distribución sectorial de los emprendedores en etapa temprana (TEA) según fases de desarrollo económico, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 11. Distribución de emprendedores en etapa temprana y emprendedores establecidos según actividades económicas, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3 PERFIL DEL EMPRENDEDOR

Esta sección incluye el estudio del perfil sociodemográfico del emprendedor y de sus percepciones y actitudes frente al emprendimiento, así como sus aspiraciones durante la creación de sus empresas. Además de la influencia que los emprendedores reciben de sus ámbitos familiar, educativo, laboral, etc., las percepciones y las actitudes emprendedoras inciden en las diferentes fases del proceso de puesta en marcha de un negocio y en las expectativas de los emprendedores. El proyecto GEM no solo busca contar con un perfil más completo del emprendedor en cada nación, sino también identificar en quiénes las políticas de fomento del emprendimiento serán bien aprovechadas; y estimular el potencial emprendedor de aquellos grupos que con frecuencia son excluidos del quehacer económico nacional.

3.1. DEMOGRAFÍA DEL EMPRENDEDOR

3.1.1. Edad

En general, el patrón de edad de la actividad emprendedora en etapa temprana, para todas las fases de desarrollo económico, tiende a centrarse en las edades intermedias, con una mayor prevalencia entre las personas de 25 a 44 años. En este rango, en las economías basadas en recursos y en eficiencia existe una mayor propensión a la creación de empresas entre las personas más jóvenes; luego, las tasas disminuyen a medida que

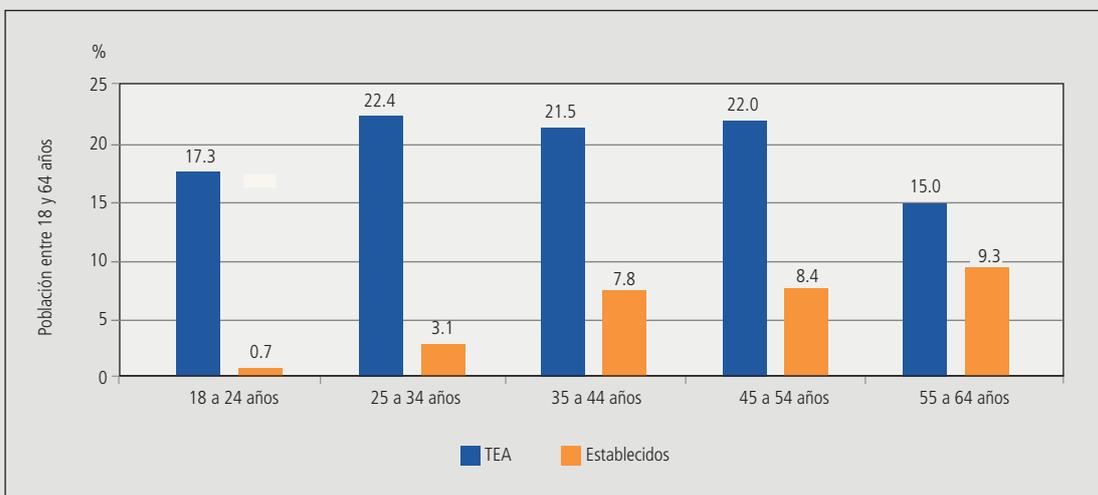
aumenta la edad. En el caso particular del Perú, la prevalencia de los emprendedores en etapa temprana tiende a concentrarse en las edades entre 25 a 54 años (gráfico 12).

Por otro lado, en todas las fases de desarrollo y también en el Perú, los emprendedores establecidos son más prevalentes en rangos de edad superiores, con un promedio de edad de 43.4 años frente a la edad promedio de 36.6 años para los emprendedores en etapa temprana. La mayor experiencia supone también una mayor dotación de habilidades y conocimientos que contribuyen a la sostenibilidad de una empresa.

Desde otro punto de vista, el mayor porcentaje de emprendedores en etapa temprana (31%) tiene entre 25 y 34 años (gráfico 13), seguido por el grupo entre 35 y 44 años (24%); mientras que en los emprendedores establecidos, el mayor porcentaje se encuentra entre los 35 y 44 años (35%), seguido por el rango superior de 45 a 54 años (27%). Además, se puede observar que el grupo de edad minoritario entre los emprendedores en etapa temprana son los de mayor edad (7.7%); a diferencia de los emprendedores establecidos, en donde los jóvenes de 18 a 24 años son el grupo menos numeroso (3.1%).

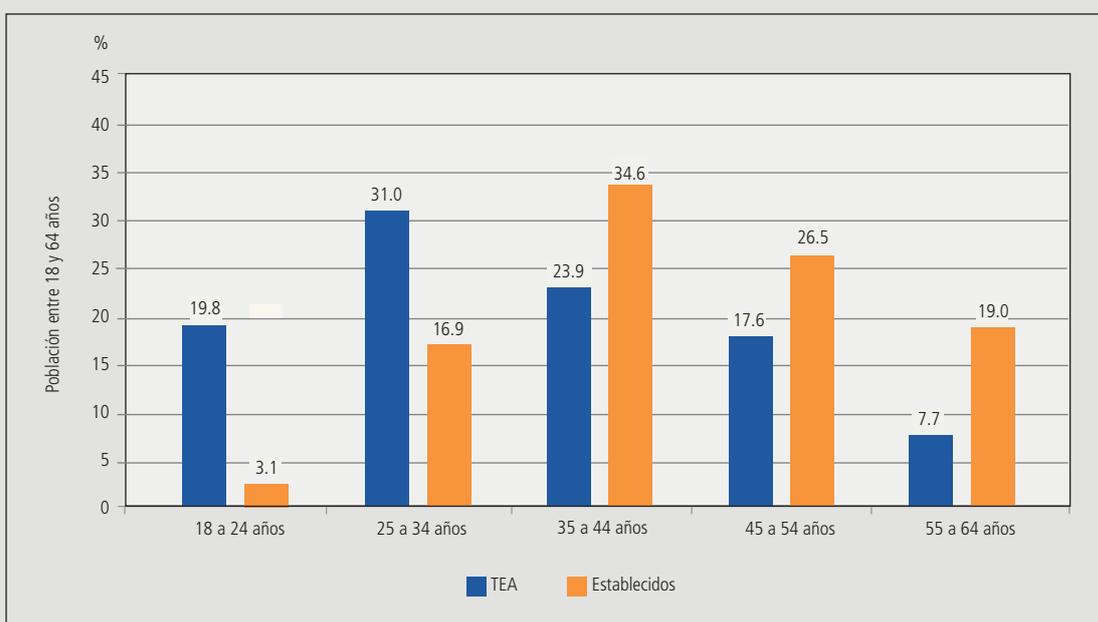
De acuerdo con la motivación para emprender, en el gráfico 14 se observa que las principales

Gráfico 12. Actividad emprendedora en etapa temprana y de los emprendedores establecidos según la edad, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 13. Distribución por grupos de edad de los emprendedores en etapa temprana y los empresarios establecidos, GEM Perú 2012

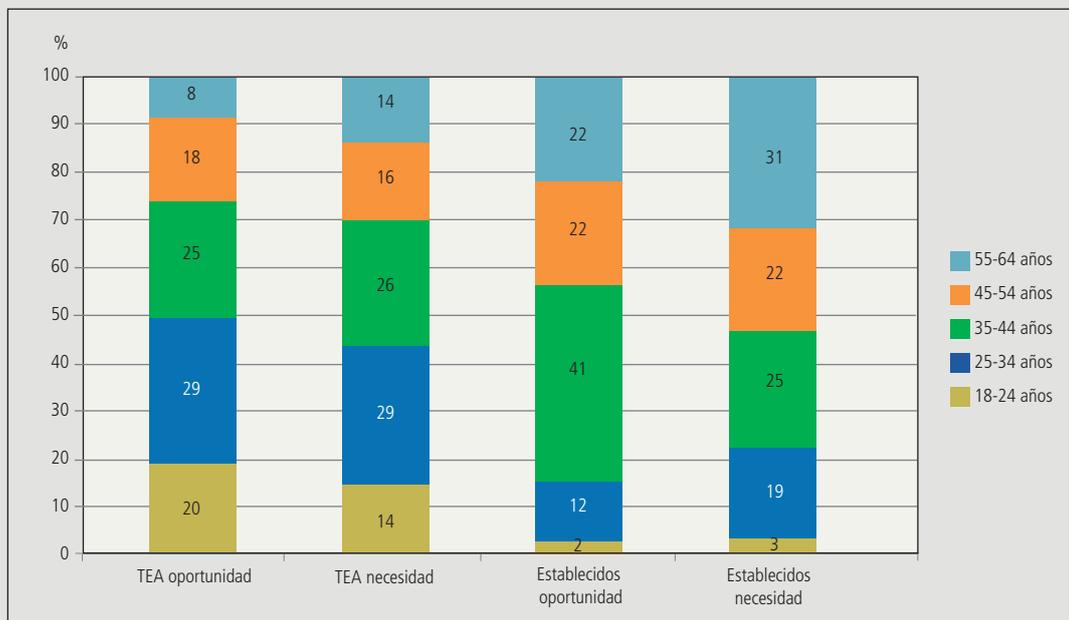


Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

diferencias etarias, entre los emprendimientos por oportunidad y por necesidad, radican en que en los emprendimientos por oportunidad hay un mayor porcentaje de jóvenes (20% frente a 14% de sus pares por necesidad) y un menor porcentaje de emprendedores mayores de 54 años (8%

frente a 14% de sus pares por necesidad). En el caso de los emprendedores establecidos, los emprendimientos por oportunidad concentran un mayor porcentaje de personas entre 35 y 44 años (41%), mientras que en los emprendedores por necesidad este grupo se reduce a 25% y se

Gráfico 14. Distribución por grupos de edad de los emprendedores en etapa temprana y los empresarios establecidos, según su motivación para emprender, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

amplia, sobre todo, el segmento de aquellos entre 55 a 64 años (31%).

Si se tiene en cuenta al sector de actividad, en el gráfico 15 se aprecia que el sector extractivo crece en importancia conforme avanza la edad: llega al 10% en el rango de edad más avanzado, a expensas de los sectores de manufactura y de servicios empresariales, los cuales alcanzan su mayor porcentaje entre los emprendedores de 25 a 44 años.

3.1.2. Género

En relación con la distribución por sexos, el gráfico 16 muestra las diferencias de TEA entre hombres y mujeres para cada país participante en el GEM 2012, ordenados por fase de desarrollo económico y tasa de participación femenina.

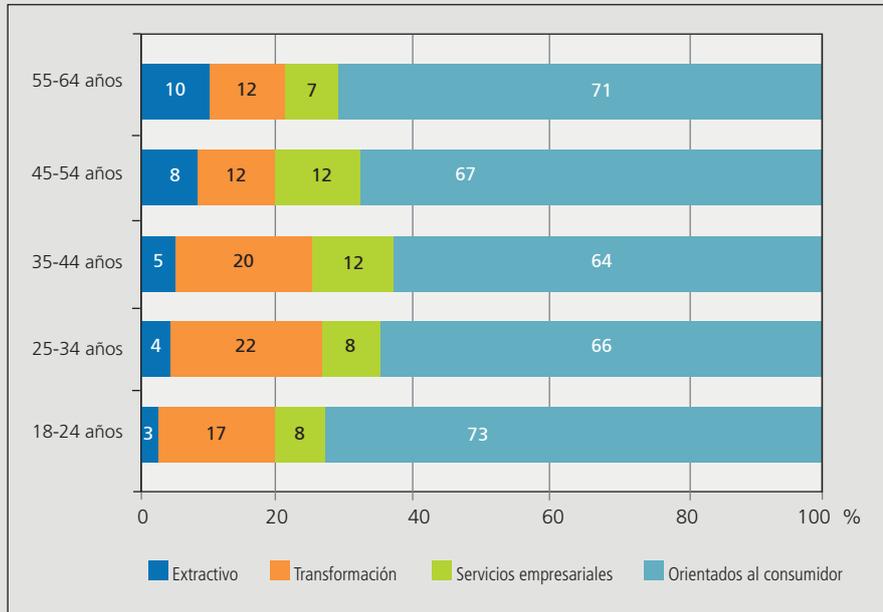
Los niveles de TEA por sexo varían considerablemente dentro de cada fase, lo cual refleja las diferencias en la cultura y las costumbres relacionadas con la participación de la mujer en la economía. Así, en las economías basadas en recursos, por

ejemplo, países de África Subsahariana presentan tasas de TEA femenino similares a las observadas en los hombres e incluso mayores, como en Ghana y Nigeria. Por otro lado, la situación es muy diferente en los otros países del grupo pertenecientes al Medio Oriente y Norte de África, que poseen la menor participación femenina de toda la serie GEM, por ejemplo, en Pakistán, la probabilidad de emprender entre mujeres es casi 18 veces menor que la de los varones.

Entre las economías basadas en la eficiencia, Ecuador, Tailandia y Panamá presentan tasas de emprendimiento mayores para las mujeres que para los hombres. En los países de Latinoamérica y el Caribe, las diferencias entre ambos sexos tienden a ser menores; en cambio, en los países europeos de Europa Oriental, los hombres tienen más del doble de probabilidades de emprender que las mujeres.

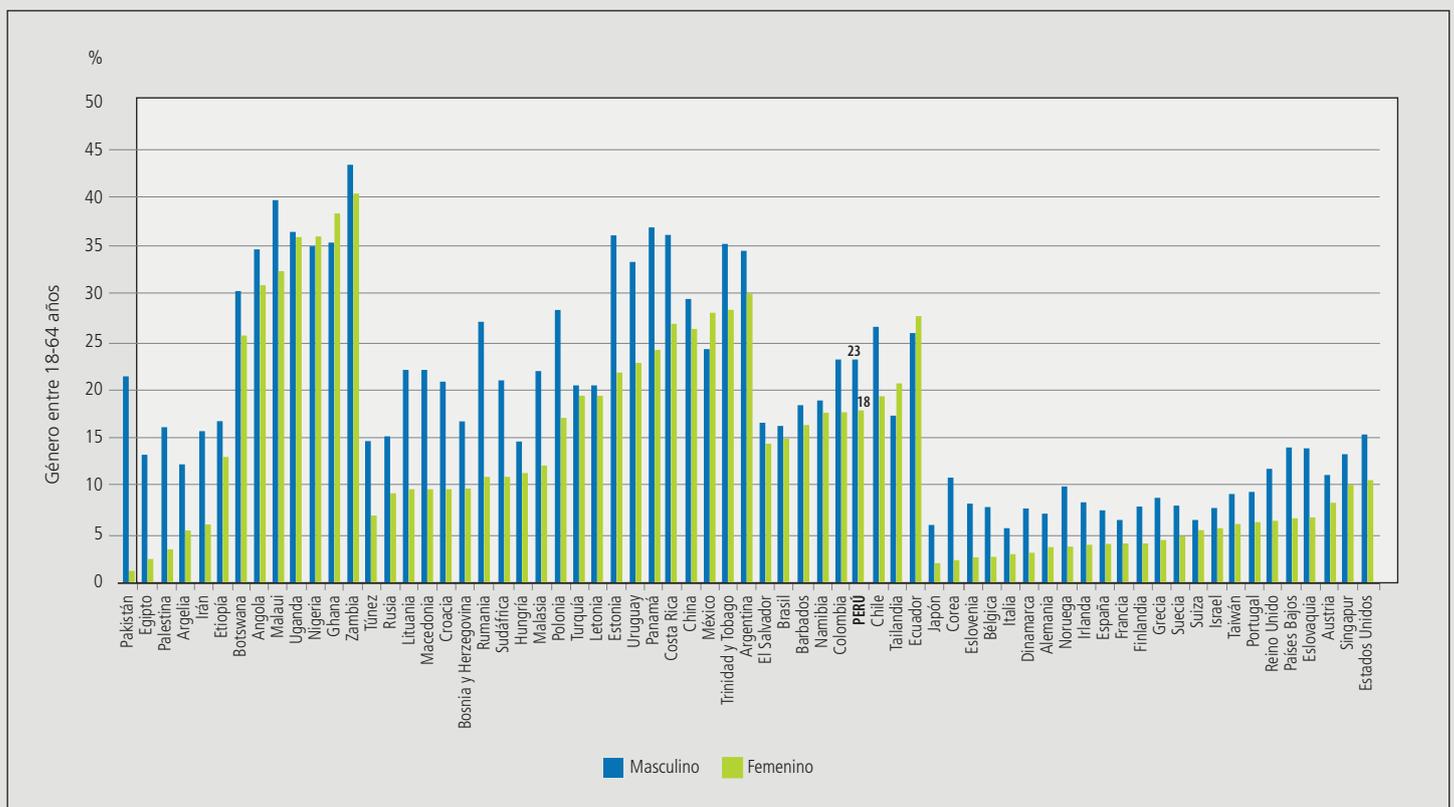
En las economías basadas en la innovación, las probabilidades de estar involucrados en emprendimientos en etapas iniciales en el caso de

Gráfico 15. Distribución sectorial de los emprendimientos en etapa temprana según la edad del emprendedor, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 16. TEA por género, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

los hombres es el doble que en el de las mujeres. Esta brecha disminuye en Suiza, donde hombres y mujeres tienen casi la misma participación; mientras que en la República de Corea, las mujeres emprenden casi 5 veces menos que los varones.

En el caso del Perú, la actividad emprendedora suele ser mayor en los hombres. El 22.9% de los hombres manifiestan ser emprendedores en etapas iniciales *versus* el 17.6% de las mujeres. Entre las emprendedoras, el 73% es una emprendedora naciente y el restante 23% dirige su negocio nuevo.

Por otro lado, el 5.7% de los hombres y el 4.6% de las mujeres manifestaron ser propietarios de un negocio establecido. Respecto de lo hallado en el año 2011, hubo un incremento del porcentaje de mujeres con negocios establecidos, de 32% a 45%.

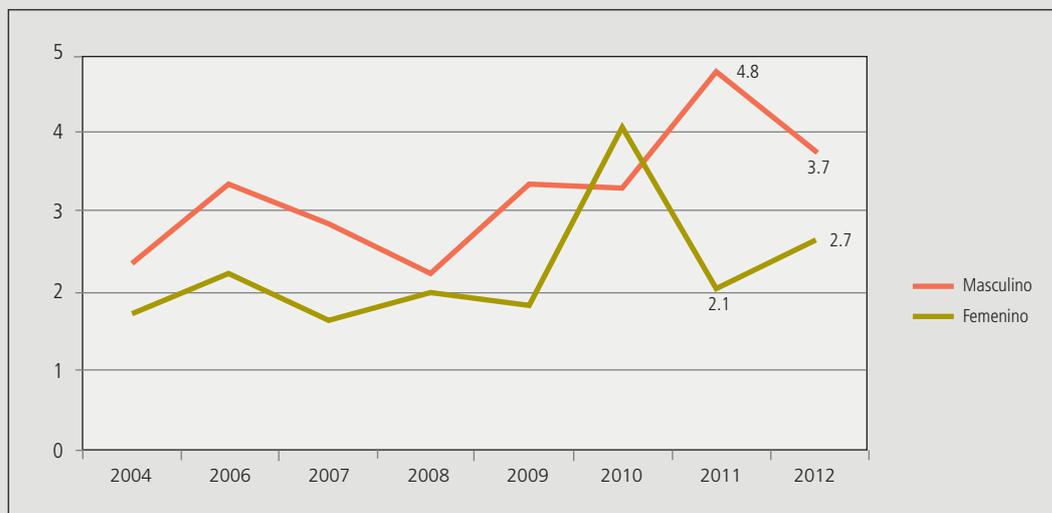
El gráfico 17 muestra la evolución del ratio TEAO-PP/TEANEC, tanto femenino como masculino. En

contraste con lo sucedido en el 2011, en este año se observa un incremento del ratio femenino y una reducción en el masculino. De esta manera, en el 2012, por cada 10 emprendedoras por necesidad, otras 27 manifestaron emprender por oportunidad (6 más que en el 2011); mientras que por cada 10 varones emprendedores por necesidad, otros 37 lo hicieron por oportunidad (11 menos que en el 2011).

De acuerdo con la distribución por edad y la motivación para emprender, el gráfico 18 muestra que los varones emprendedores por oportunidad y por necesidad tienen un perfil etario similar, con excepción de aquellos de edad más avanzada (55 a 64 años), que tienen mayor porcentaje en la motivación por necesidad. Por su parte, las mujeres tienden a emprender más jóvenes, sobre todo en los emprendimientos por oportunidad (donde la proporción de mujeres de 18 a 25 años es el doble que la de sus pares por necesidad).

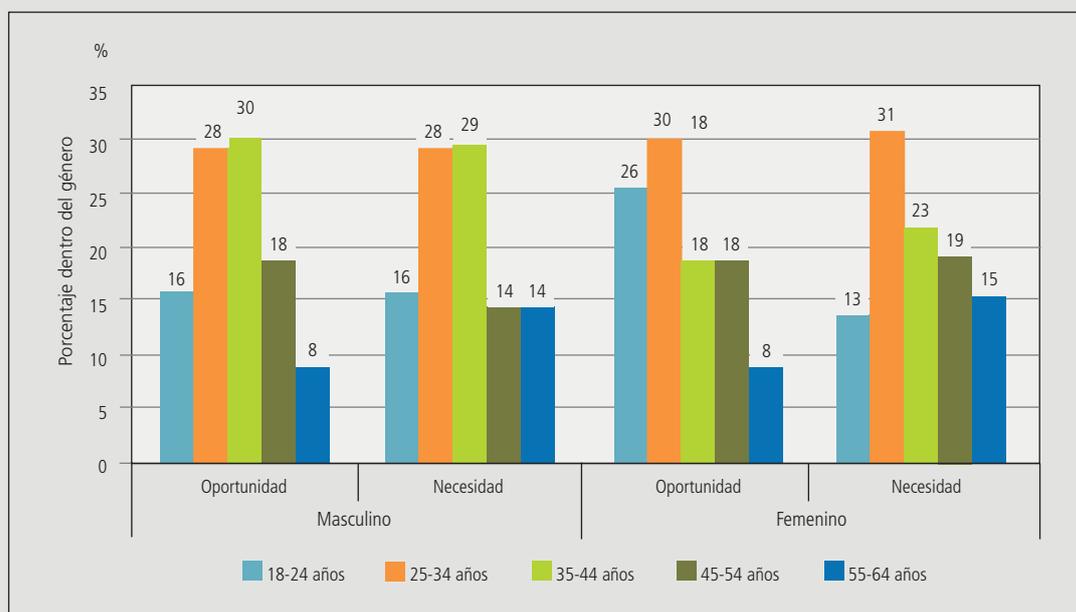


Gráfico 17. Ratio TEA oportunidad/TEA necesidad por género, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2004-2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 18. Distribución etaria de los emprendedores en etapa temprana según género y motivación para emprender, GEM Perú 2012



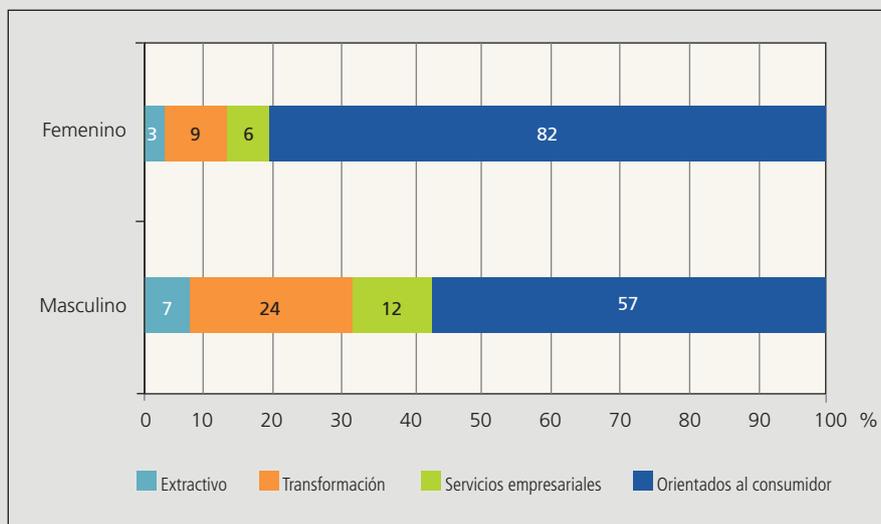
Fuente: GEM 2004-2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

El gráfico 19 muestra que hay claras diferencias entre los sectores de inversión realizada por varones y por mujeres. Entre las mujeres emprendedoras existe un marcado predominio del sector dirigido al consumidor, el cual ha mostrado un incremento respecto de los resultados del 2011, de 78% a 82%,

mientras que dicho sector se redujo de 63% a 57% entre los emprendedores varones.

Al realizar el desglose de la participación por género en las actividades económicas, se encuentra que el 78% de los emprendimientos femeninos

Gráfico 19. Distribución sectorial del emprendimiento en etapa temprana según género, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

está relacionado con el comercio minorista, hospedaje y restaurantes, porcentaje que en el caso de los varones es de 52%. En otras palabras, la mayoría de las mujeres que lideran emprendimientos crean empresas muy relacionadas con el comercio y servicios dirigidos al consumidor, negocios con menor intensidad de conocimiento especializado y poca sofisticación.

Las mujeres tienen más propensión de asociarse con otros para emprender. Así, el 48% de las mujeres que pusieron un negocio en etapa temprana contaban con, por lo menos, un socio frente al 43% de sus pares varones. Sin embargo, en términos de creación de empleos, el 90% de las mujeres emprendedoras tienden a poner negocios con máximo 5 empleados y ninguna ha puesto en marcha un negocio con más de 20 empleados; en cambio, estos porcentajes son de 80% y 5%, respectivamente, entre los varones emprendedores.

3.1.3. Educación

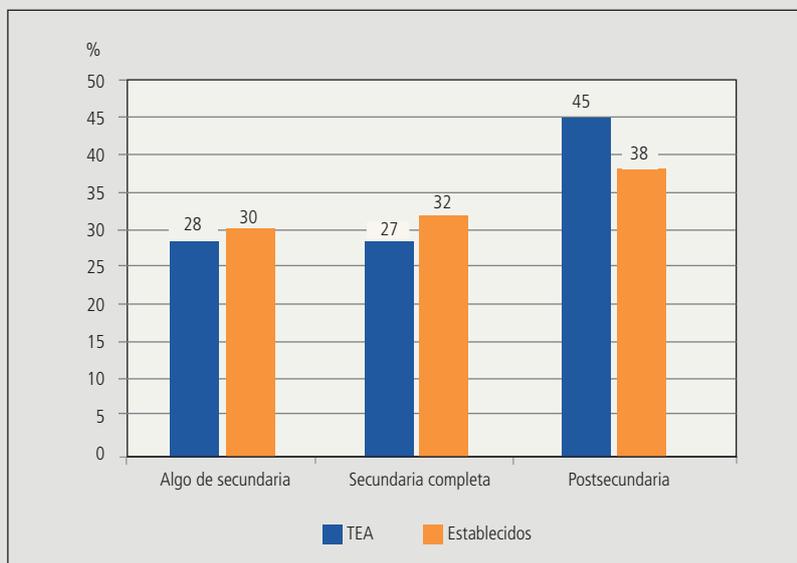
En el Perú, los emprendedores en etapa temprana tienden a tener un mayor nivel educativo que sus pares de negocios establecidos, tal como se

puede apreciar en el gráfico 20. Así, el porcentaje de emprendedores en etapa temprana que habían recibido, al menos, algún tipo de educación postsecundaria fue de 45%, mientras que entre los emprendedores establecidos fue de 38%.

Con relación al género, en el gráfico 21 se puede apreciar que, si bien la actividad emprendedora de la mujer peruana es menor al de los varones, entre los emprendedores con niveles educativos inferiores, claramente, predominan los emprendimientos femeninos. En cambio, los emprendedores varones cuentan, en promedio, con un mayor nivel de educación.

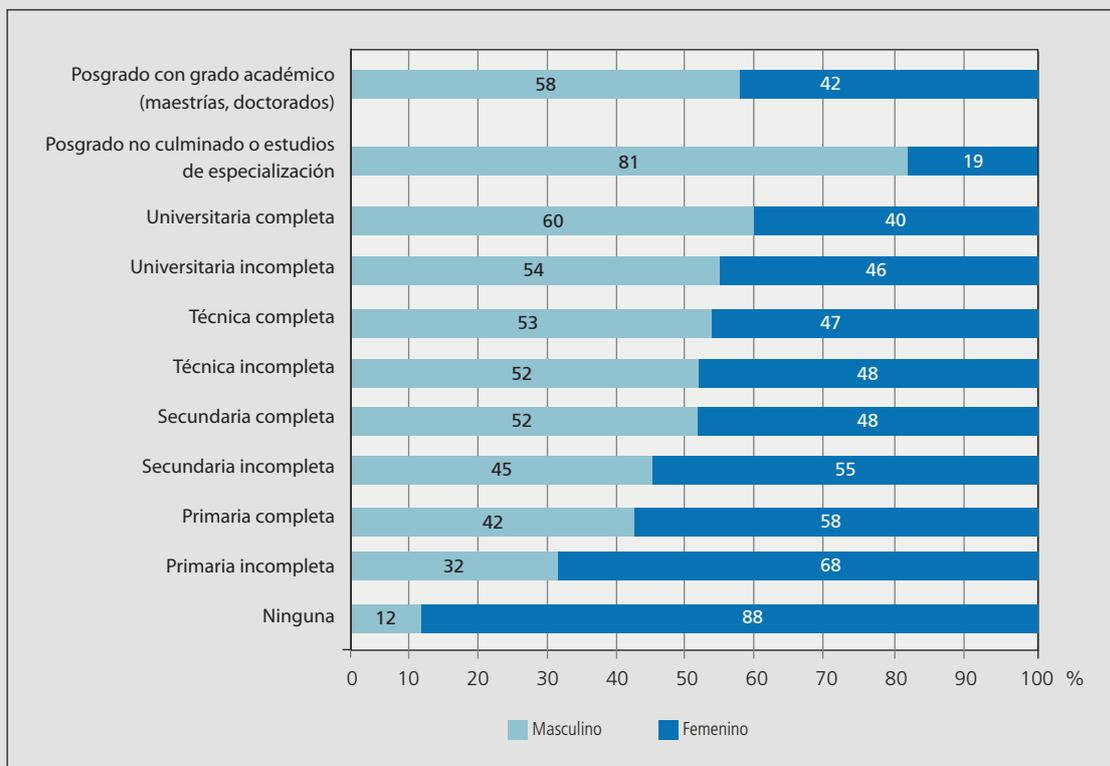
También, a mayor nivel educativo del emprendedor, mayor es la probabilidad de que emprenda por oportunidad (gráfico 22). Así, el 51% de los emprendedores por oportunidad cuenta con estudios postsecundarios, frente a solo un 29% de los emprendedores por necesidad. Asimismo, en los emprendimientos por oportunidad, el porcentaje de emprendedores varones con educación postsecundaria (57%) es mayor que el de las mujeres con el mismo nivel educativo (44%). En el caso de los emprendimientos por

Gráfico 20. Nivel educativo de los emprendedores en etapa temprana y emprendedores establecidos, GEM Perú 2012



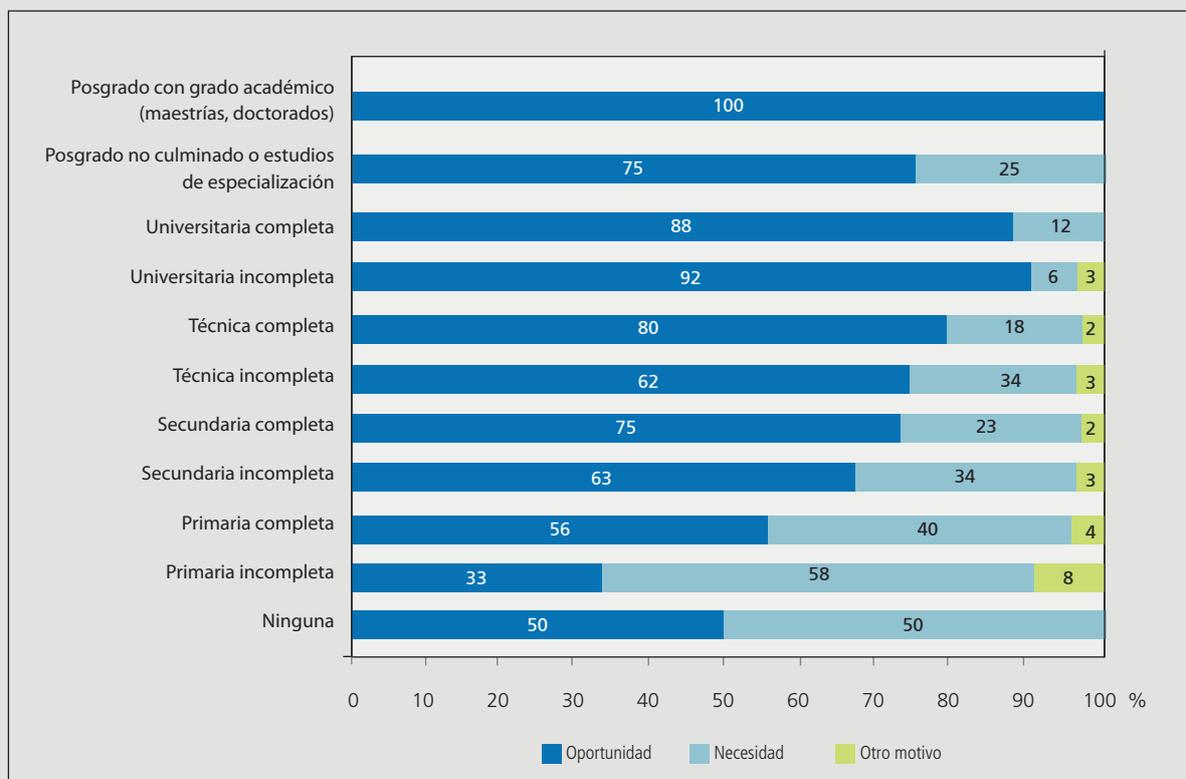
Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 21. Género del emprendedor en etapa temprana según nivel educativo, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 22. Motivación de los emprendedores en etapa temprana según nivel educativo, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

necesidad, el nivel postsecundario es igual en ambos géneros (29%).

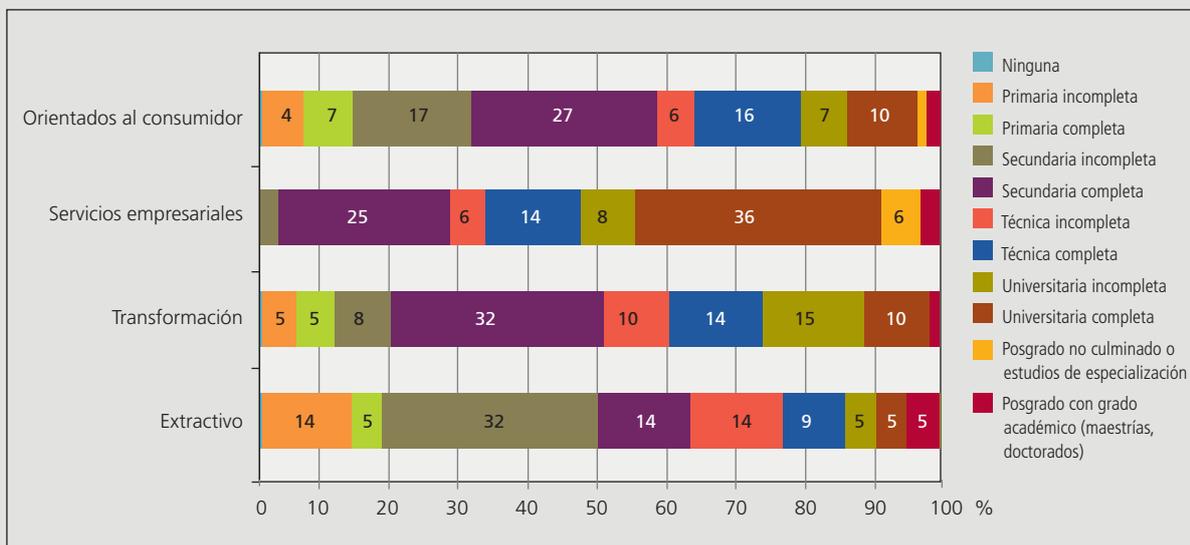
Desde la perspectiva sectorial, en el gráfico 23 se observa que los emprendedores con negocios orientados al consumidor final y con negocios extractivos han estudiado, en su mayoría, hasta un nivel de secundaria completa. Por el contrario, en los emprendedores con negocios que prestan servicios a otras empresas, donde es necesaria mayor intensidad de conocimiento especializado, más del 70% tiene algún estudio postsecundario. De manera similar, los emprendedores con mayor número de socios (4 a más) y los de mayor impacto laboral (con más de 19 empleados) cuentan con, en su mayoría, estudios postsecundarios (62% y 67%, respectivamente).

3.1.4. Nivel de ingreso

El GEM divide la renta de los emprendedores en tercios, según el ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por encima o por debajo de la media del ingreso nacional. Sobre la base de ello, la clasificación establece tres niveles de ingreso familiar: alto, medio y bajo.

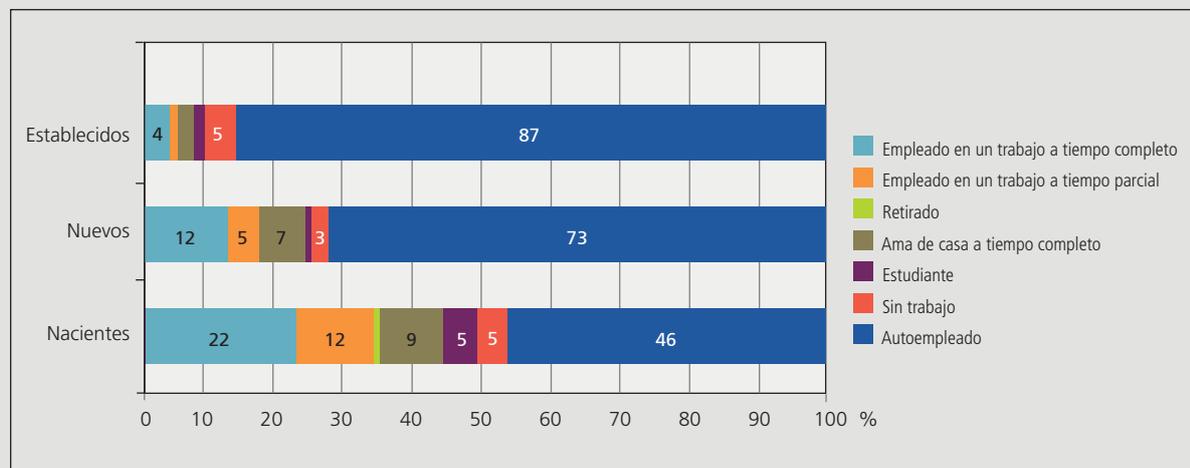
La tabla 4 muestra que la actividad emprendedora en etapa temprana es mayor cuando aumenta el ingreso familiar, mientras que el nivel de emprendedores establecidos es casi similar en los tres niveles de ingreso. Asimismo, el nivel de ingreso alto, comparado con los ingresos medio y bajo, está asociado con más emprendimientos masculinos (54% de los varones), más emprendimientos por oportunidad

Gráfico 23. Nivel educativo de los emprendedores en etapa temprana según sector, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 24. Situación laboral en emprendedores en etapa temprana y emprendedores establecidos, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

(77%), un menor porcentaje de negocios orientados al consumidor (60%), pero una mayor proporción de negocios en los sectores de transformación (23%) y de servicios a empresas (12%).

3.1.5. Situación laboral

Como se aprecia en el gráfico 24, conforme el negocio opera y se consolida, los emprendedores

se van reconociendo como autoempleados. Un 34% de los negocios nacientes surgen mientras que los emprendedores todavía se desarrollan como empleados; y conforme el negocio es capaz de mantenerse y consolidarse, las personas se dedican íntegramente a este. En el caso de los emprendedores establecidos, la gran mayoría (87%) se reconoce autoempleado; en cambio, entre los emprendedores nuevos y, más aún, en

Tabla 4. Porcentaje de personas según nivel de ingreso, de acuerdo con la etapa de proceso emprendedor, género, motivación y sector de emprendimiento, GEM Perú 2012

	Ingreso bajo	Ingreso medio	Ingreso alto
Índice TEA	20%	21%	25%
Índice de negocios establecidos	4.2%	3.7%	4.2%
Género del emprendedor			
Masculino	56%	49%	62%
Femenino	44%	51%	38%
Motivación para emprender			
Oportunidad	69%	72%	77%
Necesidad	30%	26%	20%
Sector económico			
Extractivo	5%	5%	5%
Transformación	8%	22%	23%
Servicios empresariales	6%	7%	12%
Orientados al consumidor	81%	66%	60%

Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

los nacientes, la dispersión del estatus laboral es mayor.

Por otro lado, entre las mujeres emprendedoras, solo un 49% se considera autoempleada, 20% está estableciendo un negocio mientras trabaja para otros y un 20% se define como ama de casa más que como emprendedora. Entre los varones, el 56% se considera empleado de su propio negocio y otro 37% emprende en tanto es empleado de otros.

Con excepción de los emprendedores estudiantes, donde el 88% son menores de 25 años, y los emprendedores retirados, donde predominan los mayores de 45 años, en el resto de las categorías ocupacionales de los emprendedores en etapa temprana se mantiene el perfil etario mostrado en la sección 3.1.1.

3.2. ACTITUDES Y PERCEPCIONES HACIA EL EMPRENDIMIENTO

Como ya se ha tratado en el capítulo 1, el GEM se enfoca en el individuo como actor principal del proceso emprendedor y recoge información de

sus actitudes y percepciones, tanto de su persona como de su sociedad. Las actitudes reflejan el grado en que la persona tiende a apreciar el emprendimiento como algo favorable para su sociedad, mientras que las percepciones evidencian el conocimiento que tiene de su propia persona (autopercepción) y de su entorno social.

En el modelo GEM, las personas emprendedoras son capaces de identificar oportunidades de negocios y creen que tienen las competencias necesarias para explotarlas. Otros factores pueden influenciar esta decisión, como el miedo al fracaso y los patrones de conducta de la sociedad en la que viven.

En el GEM, las actitudes y las percepciones individuales son medidas mediante preguntas sobre percepción de oportunidades, capacidad para emprender, miedo al fracaso e intenciones de emprender en un futuro cercano.

La percepción de las oportunidades se refleja en el porcentaje de personas que creen que hay oportunidades para iniciar un negocio dentro de los próximos seis meses en el área donde viven. La

Tabla 5. Actitudes y percepciones emprendedoras por país según fases de desarrollo económico, GEM 2012

	Precepción de oportunidades	Capacidad percibida	Miedo al fracaso*
Economías basadas en recursos			
Argelia	46	54	35
Angola	66	72	38
Botswana	67	71	25
Egipto	54	59	33
Etiopía	65	69	33
Ghana	79	86	18
Irán	39	54	41
Malawi	74	85	12
Nigeria	82	88	21
Pakistán	46	49	31
Palestina	46	59	40
Uganda	81	88	15
Zambia	78	84	17
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	63	71	28
Economías basadas en eficiencia			
Argentina	50	63	27
Barbados	47	70	17
Bosnia y Herzegovina	20	49	27
Brasil	52	54	31
Chile	65	60	28
China	32	38	36
Colombia	72	57	32
Costa Rica	47	63	35
Croacia	17	44	36
Ecuador	59	72	33
El Salvador	43	59	42
Estonia	45	43	34
Hungría	11	40	34
Letonia	33	44	37
Lituania	30	40	36
Macedonia	31	55	39
Malasia	36	31	36
México	45	62	26
Namibia	75	74	35
Panamá	38	43	17
PERÚ	57	65	30

Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como una buena elección de carrera***	Alto nivel de prestigio para emprendedores exitosos***	Atención de los medios al emprendimiento***
Economías basadas en recursos			
21	79	81	47
70	-		
72	76	73	79
42	83	87	64
24	76	92	73
60	84	91	82
23	60	73	61
70	-	-	-
44	82	76	78
25	66	68	51
36	85	80	71
79	-	-	-
55	67	79	72
48	76	80	68
Economías basadas en eficiencia			
29	74	67	63
23	-	-	-
22	81	72	39
36	89	86	86
43	70	68	66
20	72	76	80
57	89	75	69
33	72	72	79
19	64	42	40
51	88	84	79
40	73	72	62
16	55	63	41
13	41	74	29
22	60	53	53
18	63	53	37
28	70	67	64
13	46	51	62
18	56	54	38
45	73	76	82
12	-	-	-
45	77	73	76



→ Tabla 5.

	Precepción de oportunidades	Capacidad percibida	Miedo al fracaso*
Economías basadas en eficiencia			
Polonia	20	54	43
Rumanía	37	38	41
Rusia	20	24	47
Sudáfrica	35	39	31
Tailandia	45	46	50
Trinidad y Tobago	59	76	17
Túnez	33	62	15
Turquía	40	49	30
Uruguay	51	58	27
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	42	52	32
Economías basadas en innovación			
Alemania	36	37	42
Austria	49	50	36
Bélgica	33	37	41
Corea	13	27	43
Dinamarca	44	31	39
Eslovaquia	18	50	38
Eslovenia	20	51	27
España	14	50	42
Estados Unidos	43	56	32
Finlandia	55	34	37
Francia	38	36	43
Grecia	13	50	61
Irlanda	26	45	35
Israel	31	29	47
Italia	20	30	58
Japón	6	9	53
Noruega	64	34	39
Países Bajos	34	42	30
Portugal	16	47	42
Reino Unido	33	47	36
Singapur	23	27	42
Suecia	66	37	33
Suiza	36	37	32
Taiwán	39	26	38
<i>Promedio (sin ponderar)</i>	32	38	40

* Miedo al fracaso: porcentaje de respuestas afirmativas entre los que ven buenas oportunidades de negocio en el lugar por donde vive en los próximos 6 meses.

** Intenciones: porcentaje de respuestas afirmativas entre aquellos que no son emprendedores en etapa temprana.

*** Estas preguntas fueron opcionales; por consiguiente, no están incluidas en todas las economías.

Intenciones emprendedoras**	Emprendimiento como una buena elección de carrera***	Alto nivel de prestigio para emprendedores exitosos***	Atención de los medios al emprendimiento***
Economías basadas en eficiencia			
22	68	57	56
27	71	74	55
2	60	63	45
12	74	74	73
19	76	79	84
37	78	76	64
22	88	94	48
15	67	76	57
20	61	59	51
26	70	69	60
Economías basadas en innovación			
6	49	76	49
9	46	76	-
9	62	57	54
13	59	70	68
7	-	-	-
12	50	74	59
13	53	71	51
11	64	64	47
13	-	-	-
8	45	83	68
17	65	77	41
10	64	68	33
5	45	81	61
13	59	72	47
11	67	70	51
2	30	55	53
5	50	80	59
9	79	65	58
14	-	-	-
10	50	77	47
16	50	63	77
11	-	-	-
7	44	63	57
25	70	63	83
11	55	70	56

medida del miedo al fracaso se refiere a la negativa de iniciar su propio negocio por este motivo, aun cuando perciben buenas oportunidades. La medida de la capacidad percibida se expresa por medio del porcentaje de personas que creen que tienen los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesarios para poner en marcha un nuevo negocio. Por último, la intención de emprender se representa por el porcentaje de personas no involucrada en ningún emprendimiento en el momento de la encuesta, pero que esperan iniciar un negocio en los próximos 3 años.

Por otro lado, los valores y las creencias sociales son medidos en el GEM a partir de la percepción del entrevistado sobre la sociedad en la que se desarrolla. Así, ellos responden si establecer y gestionar un negocio en su comunidad es aceptado como una buena opción de carrera, si los emprendedores que han tenido negocios exitosos logran un alto nivel de prestigio social y si los medios de comunicación ayudan a difundir los logros de los emprendedores.

La tabla 5 muestra el porcentaje de personas que contestaron afirmativamente las preguntas sobre las variables de actitudes y percepciones para todos los países participantes del GEM 2012.

3.2.1. Percepción de oportunidades, capacidad emprendedora y miedo al fracaso

Para algunos, el reconocimiento de oportunidades es el núcleo fundamental del emprendimiento (Shane & Venkataraman, 2000) y tan importante como que haya oportunidades de emprendimiento, es que los emprendedores los puedan percibir (Gnywally & Fogel, 1994). McMullen y Shepherd (2006), por ejemplo, sostienen que las personas primero reaccionan a las oportunidades cuando las ven y solo después de esto, se hacen las consideraciones sobre la conveniencia y la viabilidad. Por otro lado, la autopercepción de ser capaz de poner en marcha un negocio también aumenta las probabilidades de emprender (Serida & Morales,

2011; Arenius & Minniti, 2005; Autio, Keeley, Klofsten, Parker y Hay, 2001).

Por el contrario, el miedo al fracaso es considerado, con frecuencia, como un importante componente cultural que va en detrimento de la actividad emprendedora. La evaluación del riesgo en la creación de cualquier empresa se relaciona con las probabilidades percibidas de fracaso (Gnywally & Fogel, 1994; Veciana, 1999). En otras palabras, la aversión al riesgo puede ser un factor determinante en la transición del emprendimiento potencial (o latente) a uno efectivo (Kihlstrom & Laffont, 1979). Entonces, se justifica la intervención con algún tipo de apoyo para minimizar el miedo al fracaso y, así, motivar a los individuos a iniciar una aventura empresarial, sobre todo en el caso de aquellas personas que en la actualidad no están involucradas en un emprendimiento, pero perciben que hay buenas oportunidades para iniciarlo.

Los resultados de la tabla 5 muestran grandes variaciones entre las fases de desarrollo económico. En los países con economías basadas en recursos, los promedios de percepción de oportunidad y capacidad emprendedora son casi dos veces (63% y 71%, respectivamente) los encontrados en los países con economías basadas en innovación (31% y 36%, respectivamente).

También existen variaciones entre los países en la misma fase de desarrollo, por ejemplo, en América Latina y el Caribe las personas tienden a ser más optimistas en su percepción de oportunidades y un mayor porcentaje cree tener capacidad emprendedora (53% y 62%, respectivamente) en comparación con sus pares de los países europeos no miembros de la UE (33% y 42%, respectivamente). Asimismo, entre los países de la UE, en su mayoría en fase de desarrollo basado en innovación, los países nórdicos (por ejemplo, Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia) tienden a presentar mayores porcentajes de percepción de oportunidades, pero menores tasas de autopercepción de capacidades para emprender que los

Tabla 6. Oportunidades percibidas, percepción de la capacidad para emprender y miedo al fracaso, GEM Perú 2012

	¿Habrá en los próximos 6 meses buenas oportunidades para emprender nuevos negocios en la zona en que usted vive?	¿Considera usted que tiene los conocimientos, las habilidades y la experiencia que se requieren para emprender un negocio?	El miedo al fracaso, ¿sería un obstáculo para emprender un negocio?*
No emprendedores	52%	60%	32%
Emprendedores en etapa temprana (TEA)	73%	81%	25%
Emprendedores nacientes	74%	81%	24%
Propietarios-gerentes de negocios nuevos (emprendedores nuevos)	71%	83%	26%
Propietarios-gerentes de negocios establecidos	59%	84%	28%
Descontinuadores	76%	77%	33%
Emprendedores por oportunidad	75%	81%	24%
Emprendedores por necesidad	66%	81%	28%
Hombres	61%	69%	27%
Mujeres	53%	61%	33%

* Entre las personas que ven buenas oportunidades de negocio en la localidad donde viven para los próximos 6 meses.

Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

países del Sur (entre ellos, Grecia, Hungría, Italia, Portugal y España).

Por otro lado, el miedo al fracaso entre las personas que ven buenas oportunidades tiende a ser mayor entre los países con mayor desarrollo económico, explicado también por los mayores niveles de protección del que goza la población empleada. Grecia (61%) e Italia (58%) muestran los mayores porcentajes de miedo al fracaso, mientras que la población de Malawi, con una de las más altas tasas de percepción de oportunidades (85%), tiene la tasa más baja de miedo al fracaso (12%).

En el Perú, el 57% de los encuestados afirma que percibe buenas oportunidades de negocios para los próximos 6 meses y un 65%, cree ser capaz de explotarlas. A pesar de que se encuentran sobre el promedio de la región y del grupo de economías basadas en eficiencia, estas medidas

han disminuido en comparación con el 2011, año en que los porcentajes fueron del orden de 70% y 73%, respectivamente. En contraste, se observa para este año una reducción del porcentaje de personas que no se aventurarían a emprender por miedo al fracaso, de 41% encontrado en el 2011 a 30% en el 2012.

En la tabla 6 se muestran estas medidas en las distintas fases del proceso emprendedor, para algunos tipos de emprendimientos.

Se observa que los emprendedores son más optimistas en la percepción de oportunidades que los que no están emprendiendo. En general, los varones perciben más oportunidades que las mujeres. Dentro del proceso emprendedor, los que se encuentran en etapa temprana (sobre todo entre los emprendedores nacientes y los emprendedores por oportunidad) son los que tienen una mayor



percepción de buenas oportunidades de negocio en el futuro cercano. Por su parte, la percepción de tener capacidad de emprender es mayor si se es emprendedor (aunque sin relación con la motivación detrás del emprendimiento), entre los varones y cuanto mayor es la antigüedad del negocio (los emprendedores establecidos presentan el mayor porcentaje de respuestas positivas). Respecto del miedo a fracasar como un impedimento para emprender, este es menor entre los varones, los emprendedores y, dentro de ellos, el miedo a fracasar es mayor entre los emprendedores establecidos y aquellos por necesidad, aun cuando perciben buenas oportunidades para emprender.

En el Perú, la discontinuación de un negocio es tomado por muchos como un fracaso más que como una experiencia. Entre los discontinuadores, los porcentajes que miden la percepción de oportunidades y la capacidad de emprender son mayores que los de los que no emprenden, aunque menores de quienes sí emprenden. Debido a la connotación negativa de la discontinuación del

negocio, los niveles del miedo a fracasar llegan a ser similares a los de la población no emprendedora.

3.2.2. Valor del emprendimiento por la sociedad

Los valores, las creencias, las expectativas y las normas desarrollados por la sociedad pueden influir notablemente en el actuar individual de sus miembros. Kolvareid & Isaksen (2006) señalaron a las actitudes hacia el emprendimiento y las de percepción individual sobre la sociedad como predictores significativos de la intención de autoemplearse, la cual tendría influencia sobre la conducta de emprender. Además de los indicadores individuales de actitudes y percepciones, la tabla 5 presenta los resultados de los indicadores que miden las percepciones de las personas sobre la actitud de la sociedad hacia el emprendimiento. Estas medidas valoran la visibilidad y el atractivo que tiene el emprendimiento en cada país. La valoración positiva hacia el emprendimiento en una sociedad no solo tendría influencia en la voluntad

de las personas de ser emprendedoras, también puede influir en una mayor probabilidad de que otros apoyen sus esfuerzos e incluso se conviertan en aliados estratégicos de sus negocios.

Como se observa en la tabla 5, regiones como América Latina y el Caribe, MENA y el África Subsahariana tienen los más altos porcentajes de soporte social al emprendimiento. Cerca de las tres cuartas partes de los entrevistados mencionaron que la sociedad considera que contar con un negocio es una opción deseable como carrera; sin embargo, en América Latina parece que el emprendimiento tiene menos estatus y en el MENA, la visibilidad del emprendimiento es menor que en las otras dos regiones. Como sea, entre estos países destacan Brasil, donde sus tres indicadores de soporte social al emprendimiento son mayores al 85%, Túnez, Etiopía y Ghana, en los que más del 90% de las personas manifiestan que el emprendimiento exitoso otorga un alto estatus social. Por otro lado, en México e Israel se observan porcentajes bajos para los tres tipos de indicadores que miden el valor del emprendimiento para la sociedad.

Entre los países con economías basadas en innovación, las medidas de soporte social al emprendimiento tienden a ser moderados a bajos, con la excepción de Irlanda y Noruega, en los que más del 80% de los entrevistados mencionan que ser emprendedor brinda mayor estatus y Taiwán, en donde el 83% cree que los emprendimientos tienen una buena cobertura de los medios. Sin embargo, también hay países donde el convertirse en emprendedor no necesariamente es bien visto socialmente y ser un emprendedor exitoso no otorga mejor estatus social; es el caso de Japón, donde solo el 30% y el 55% de los entrevistados respondió afirmativamente a estas dos medidas, respectivamente. En Grecia, solo un tercio de los entrevistados cree que los emprendimientos reciben una atención positiva de los medios.

Para el año 2012, el 73% de los encuestados en el Perú piensa que la sociedad valora a los que ponen

un negocio exitoso y el 76%, considera que los medios realizan una buena cobertura del sector, todo lo cual puede convertirse en un fuerte incentivo para aquellos que están eligiendo una carrera. En ese sentido, el 77% de los entrevistados cree que la mayoría de peruanos percibe el establecimiento de un negocio como una buena opción laboral. Aunque estos indicadores de valoración del emprendimiento por parte de la sociedad se mantienen mayores que el promedio de los países del grupo de economías basadas en eficiencia y de América Latina y el Caribe, han mostrado una reducción en el último año.

En el Perú, las personas que están o han estado involucradas en actividades emprendedoras presentan, por lo general, mejores indicadores de valoración social hacia el emprendimiento (tabla 7). Los emprendedores en etapas tempranas, sobre todo los nacientes, muestran los porcentajes más altos de aceptación de tener un negocio como opción profesional; mientras que entre los emprendedores establecidos es mayor la creencia de que el éxito del emprendedor es reconocido con un mejor estatus y que los medios cubren adecuadamente sus logros.

A pesar de que son diversas las razones para discontinuar un negocio, es sobre todo en los discontinuadores donde el porcentaje de aceptación de los tres indicadores es mayor. Por lo general, también, aquellos que emprenden por oportunidad tienen mejores percepciones respecto de la valoración que la sociedad brinda a los emprendedores.

3.2.3. La intención de emprender

El tener percepciones positivas hacia el emprendimiento no necesariamente lleva a las personas a emprender. Hay una serie de factores personales que pueden influir sobre esta decisión. Así también, factores institucionales, como una legislación con demasiadas trabas burocráticas para la constitución de empresas o una alta protección laboral,

Tabla 7. Percepción de la valoración del emprendimiento por parte de la sociedad, GEM Perú 2012

	La mayoría de la gente considera el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional	Los que tienen éxito al emprender un negocio son respetados por la sociedad y logran un estatus social elevado	En los medios de comunicación públicos se pueden ver a menudo noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios
No emprendedores	75%	72%	72%
Emprendedores en etapa temprana (TEA)	78%	78%	80%
Emprendedores nacientes	79%	78%	82%
Propietarios-gerentes de negocios nuevos (emprendedores nuevos)	75%	76%	76%
Propietarios-gerentes de negocios establecidos	72%	80%	83%
Descontinuadores	85%	82%	85%
Emprendedores por oportunidad	80%	80%	84%
Emprendedores por necesidad	74%	73%	66%
Hombres	76%	74%	74%
Mujeres	75%	73%	74%

Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

podrían desanimarlos —sobre todo a aquellos que ya cuentan con un empleo— a convertirse en emprendedores. Sin embargo, la intención de iniciar un negocio es una medida importante del potencial emprendedor en una sociedad, ya que se correlaciona positivamente con la actividad emprendedora en etapa temprana (Bosma, Wennekers & Amorós, 2012).

En el GEM, la intención emprendedora se representa por el porcentaje de las personas que esperan iniciar un negocio en los próximos 3 años y que al momento de la entrevista no estaban involucradas en ningún emprendimiento. De acuerdo con la tabla 5, las intenciones de emprender son mayores en las economías basadas en recursos (48%), pero disminuyen significativamente en la fase de desarrollo basada en eficiencia (26%) y basada en innovación (11%).

En el Perú, el 45% de las personas que no calificaron como emprendedoras al momento de la

entrevista estarían dispuestas a emprender en los próximos 3 años. La intención de emprender tiende a aumentar cuanto más joven es el emprendedor y cuanto mayor nivel de educación tiene (tabla 8).

A pesar de que se pueda pensar que una mala experiencia empresarial podría disuadir la puesta en marcha de otro negocio, aproximadamente, el 5% de las personas que refieren tener intenciones de emprender han descontinuado un negocio en los últimos 12 meses (tabla 9). Por otro lado, las personas que tienen la intención de emprender en los próximos 3 años tienen también mejores actitudes hacia el emprendimiento que el poblador promedio, como, por ejemplo, ellos ven buenas oportunidades de negocio para el futuro cercano, se perciben capaces de poner un negocio o el miedo al fracaso no sería un impedimento para emprender. Asimismo, tienen mejores percepciones que la población en general respecto de la valoración del emprendedor en la sociedad.

Tabla 8. Prevalencia de intenciones de emprender en la población actualmente no emprendedora, de acuerdo con el sexo, la edad y el nivel educativo, GEM Perú 2012

Género	Varones	43.2%
	Mujeres	40.9%
Edad	18-24 años	43.9%
	25-34 años	51.7%
	35-44 años	41.5%
	45-54 años	36.5%
	55-64 años	27.5%
Nivel educativo	Ninguna	13.0%
	Primaria incompleta	23.6%
	Primaria completa	31.0%
	Secundaria incompleta	36.7%
	Secundaria completa	46.2%
	Técnica incompleta	45.8%
	Técnica completa	47.0%
	Universitaria incompleta	50.0%
	Universitaria completa	44.8%
	Posgrado no culminado o estudios de especialización	40.0%
Posgrado con grado académico (maestrías, doctorados)	60.0%	

Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Tabla 9. Percepciones y actitudes en la población no emprendedora que tiene intenciones de emprender, GEM Perú 2012

Tiene intenciones de poner un negocio en los próximos 3 años y además...	descontinuó un negocio en los pasados 12 meses.	4.5%
	piensa que habrá en los próximos 6 meses buenas oportunidades para emprender nuevos negocios en la zona en que vive.	61.8%
	considera que tiene los conocimientos, las habilidades y la experiencia que se requieren para emprender un negocio.	72.9%
	el miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender un negocio*.	27.7%
	cree que la mayoría de la gente considera el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional.	80.5%
	cree que los que tienen éxito al emprender un negocio son respetados por la sociedad y logran un estatus social elevado.	76.3%
	que en los medios de comunicación públicos se pueden ver a menudo noticias sobre nuevos emprendedores que han tenido éxito en sus negocios.	80.0%

* Entre las personas que ven buenas oportunidades de negocio en la localidad donde viven para los próximos 6 meses.

Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

3.3. ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS

Las aspiraciones empresariales se han asociado positivamente con el desarrollo económico (Wong *et al.*, 2005; Wennekers *et al.*, 2010; Bosma & Schutjens, 2011). Con el estudio de las aspiraciones, el GEM busca un enfoque más cualitativo del panorama emprendedor. Los principales resultados se concentran en los siguientes indicadores: expectativas de crecimiento, innovación y orientación hacia mercados internacionales.

3.3.1. Expectativas de crecimiento

La mayoría de estudios sobre aspiraciones emprendedoras se enfocan en los llamados «emprendimientos ambiciosos» (Stam *et al.*, 2012) o «de alto potencial» o «de alto impacto» (Acs, 2008), es decir, en aquellos con altas aspiraciones de crecimiento. Por otra parte, el crecimiento empresarial está relacionado con uno de los objetivos más importantes de la política pública: la generación de empleo. Para medir las aspiraciones de crecimiento, el GEM pregunta a los emprendedores en etapa temprana por la cantidad de empleados que esperan contratar en cinco años (sin contar al o a los propietarios). Esta medida no solo puede ser un indicador del potencial de un nuevo negocio, sino también da una idea de las ambiciones de sus propietarios.

El GEM categoriza la expectativa de crecimiento en 5 años de la siguiente forma:

- Actividad emprendedora solitaria (SEA, *solo entrepreneurial activity*): aquel que no aportará más empleo que la del propio emprendedor. Este grupo comprende mayormente a emprendedores autoempleados por necesidad y también a profesionales independientes satisfechos con el puesto de trabajo que ellos mismos se han creado.
- Actividad emprendedora con expectativa de bajo empleo (LEA, *low job expectation entrepreneurial activity*): espera tener entre 1 y 4

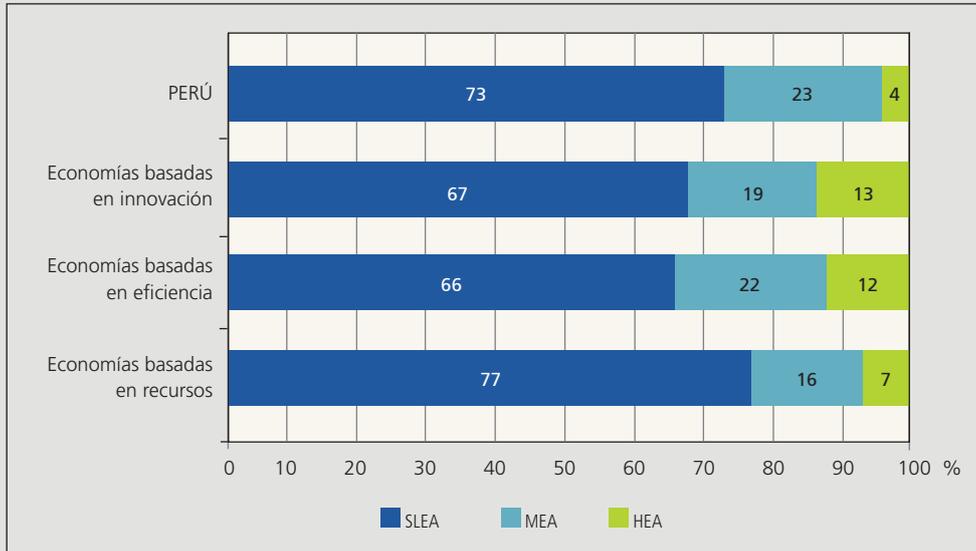
empleados. A menudo, estos colaboradores provienen del entorno familiar o amical del emprendedor.

- Actividad emprendedora con expectativa de mediano empleo (MEA, *medium job expectation entrepreneurial activity*): espera tener entre 5 y 19 empleados. Estos emprendedores tienen una visión mayor de crecimiento, pero no les interesa que este sea exponencial porque prefieren continuar gestionando personalmente sus operaciones.
- Actividad emprendedora con expectativa de alto empleo (HEA, *high job expectation entrepreneurial activity*): espera tener 20 empleados o más. Aunque puedan sobreestimar su expectativa de crecimiento, como grupo pueden tener un impacto sustancial sobre la creación de empleo. Estos son los llamados emprendimientos «dinámicos», «gacelas», «ambiciosos» o «de alto impacto» (Autio, 2007).

Como muestra el gráfico 25, en los países con economías basadas en recursos, más que en otras fases de desarrollo, hay una clara preferencia por la puesta en marcha de negocios con ningún o poco aporte de puestos de trabajo para los próximos 5 años. De hecho, en el África Subsahariana este porcentaje sube a más del 80%. Por otro lado, en las economías basadas en eficiencia se encuentra el mayor porcentaje de emprendedores MEA y tienen una proporción de HEA similar al de las economías basadas en innovación. Esto se explica por el sólido crecimiento económico de algunos de sus miembros de Latinoamérica y el Caribe, que brinda un mejor panorama a futuro para las inversiones. En cambio, entre los países con economías basadas en innovación, la crisis económica que aqueja sobre todo a sus miembros europeos puede haber frenado las expectativas de crecimiento de las nuevas empresas.

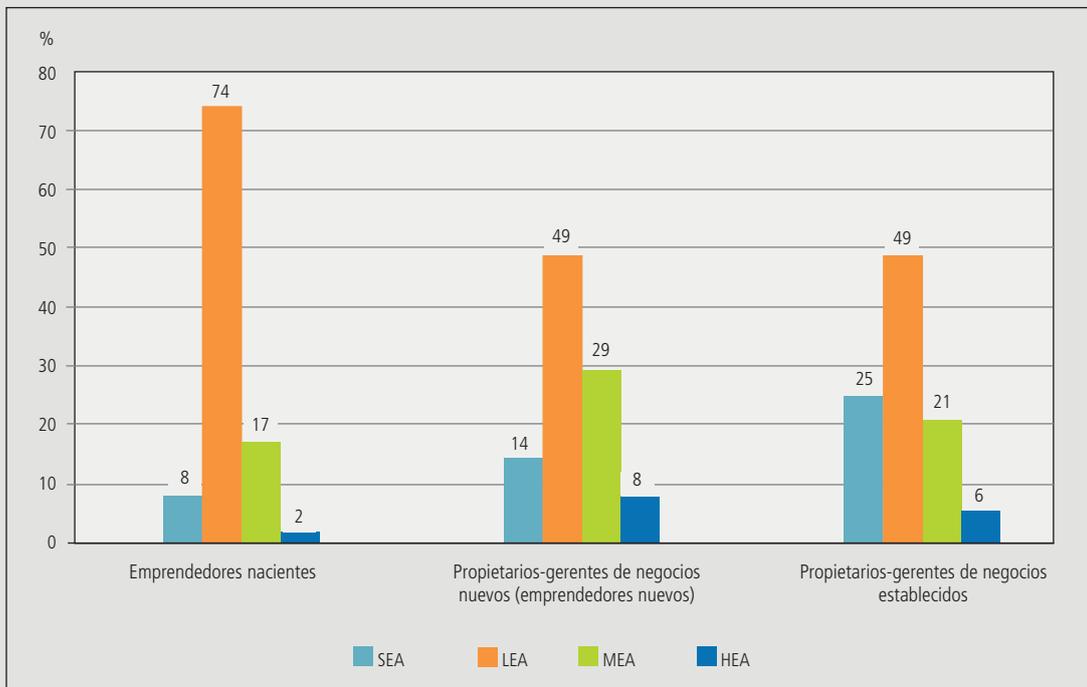
En el Perú, el porcentaje de emprendedores con nula o poca expectativa de crecimiento en términos

Gráfico 25. Expectativa de crecimiento en empleo dentro de 5 años, GEM 2012



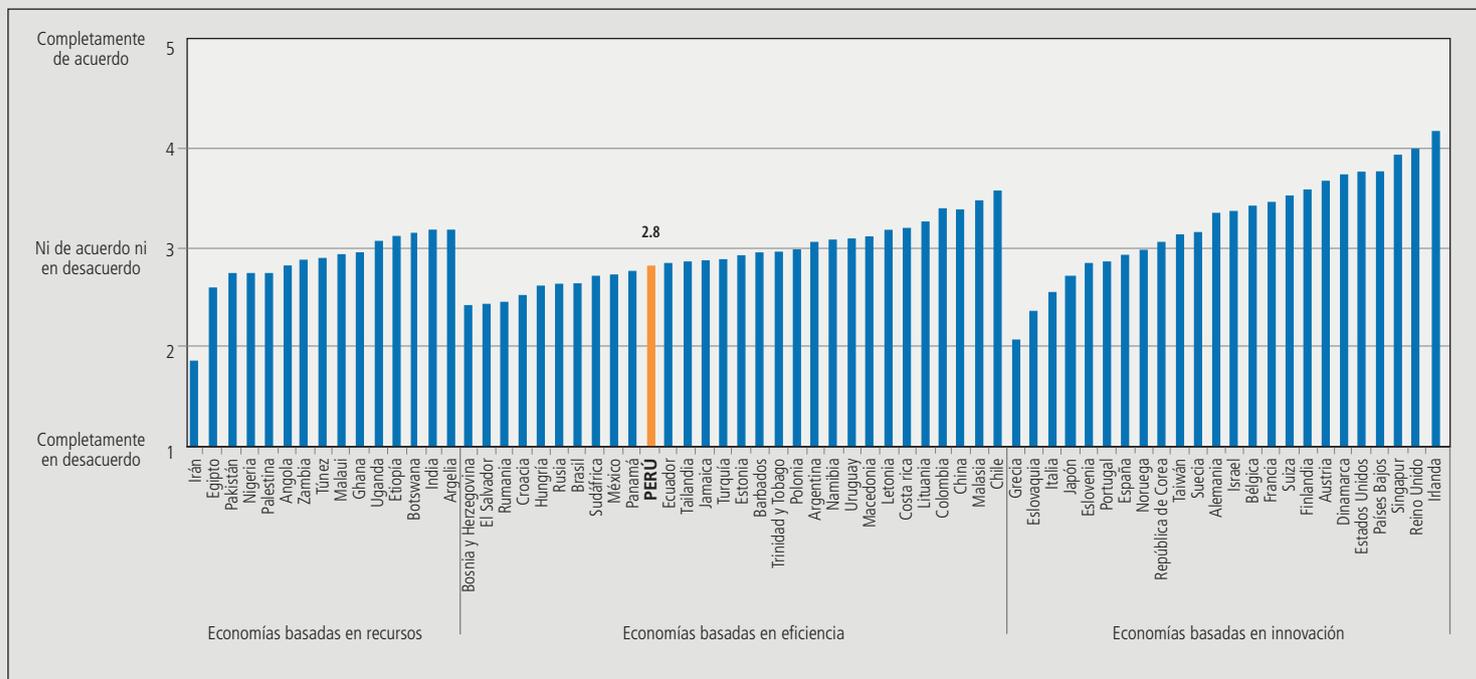
Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 26. Expectativa de crecimiento en empleo dentro de 5 años según etapa del proceso emprendedor, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 27. Opinión de los expertos GEM sobre el fomento y soporte para el emprendimiento de alto crecimiento, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

de creación de empleo se ha incrementado a expectativas de los emprendedores con mediana y alta expectativa de crecimiento. Si se tiene en cuenta la etapa del proceso emprendedor, el gráfico 26 muestra que el 74% de los emprendedores nacientes espera llegar a tener hasta 5 empleados en 5 años (LEA), porcentaje que disminuye a 49% entre los emprendedores nuevos y establecidos. Por otra parte, los emprendedores nuevos muestran el mayor porcentaje de negocios que se espera lleguen a tener más de 5 empleados (MEA y HEA). Sin embargo, al parecer, los negocios de emprendedores solitarios (SEA «aquellos que no esperan dar empleo alguno más que al propietario» se incrementa en función de la antigüedad del negocio, hasta llegar a un 25% de los emprendedores establecidos.

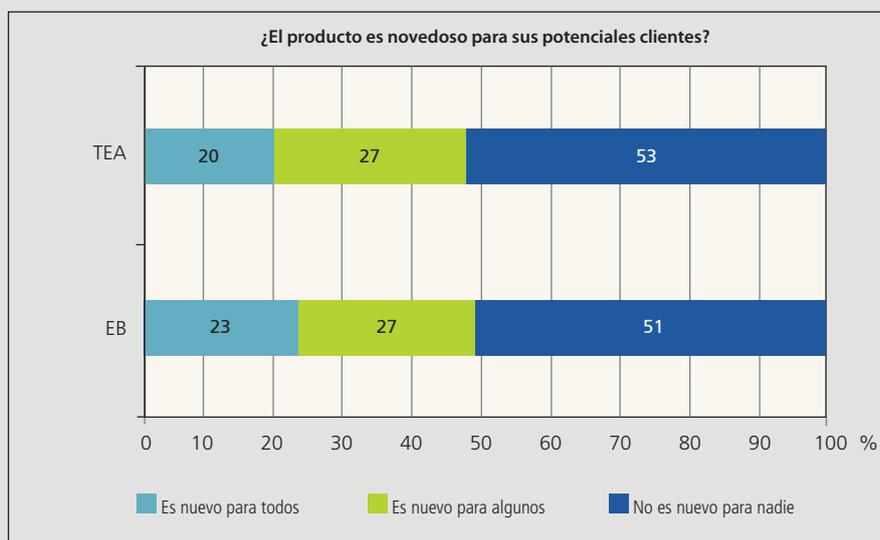
Por otra parte, los expertos opinaron sobre el apoyo que reciben los emprendimientos de alto crecimiento en cada país. Como se observa en el gráfico 27, los países con economías basadas en innovación tienen, en promedio, una mejor valoración. En el Perú, la valoración obtenida el

año anterior (2.7) prácticamente se ha mantenido (2.8), lo que implica que todavía el emprendimiento de alto crecimiento no es una prioridad en las políticas de apoyo a las nuevas empresas. Sin embargo, se espera que esta situación cambie en los siguientes años, pues si bien las valoraciones de los expertos fueron en general desfavorables, se aprecia una mejora en cuanto a la valoración específica sobre priorización, concientización en los formuladores de políticas y cantidad de iniciativas que apoyan a los emprendimientos de alto crecimiento. Es probable que esta mejora se lleve a cabo mediante la implementación de las nuevas políticas anunciadas por el Gobierno para el presente año, las cuales tendrían un fuerte componente de promoción hacia nuevas empresas de naturaleza de alto impacto.

3.3.2. Actividad emprendedora orientada hacia la innovación y la tecnología

Schumpeter (1942) señaló que los emprendedores rompen el equilibrio del mercado mediante la

Gráfico 28. Innovación en términos de novedad del producto en emprendedores en etapas tempranas y en emprendedores establecidos, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

introducción de innovaciones o de nuevas combinaciones de producto-mercado. La innovación puede verse reflejada en la novedad de la oferta para los clientes actuales, o también en la ausencia de empresas que ofrezcan el mismo producto o servicio en el área de influencia. Aun cuando estos productos novedosos pueden no serlo en otra región o país¹, los emprendedores que se orientan a la innovación exponen las nuevas necesidades de los consumidores, empujan a otras empresas a innovar, ampliando así la frontera tecnológica, e inducen la destrucción de empresas menos productivas. El resultado es una mayor productividad y crecimiento económico.

En el Perú, como se aprecia en el gráfico 28, el 47% y el 50% de los emprendedores en etapa temprana y de los emprendedores establecidos, respectivamente, son innovadores en términos

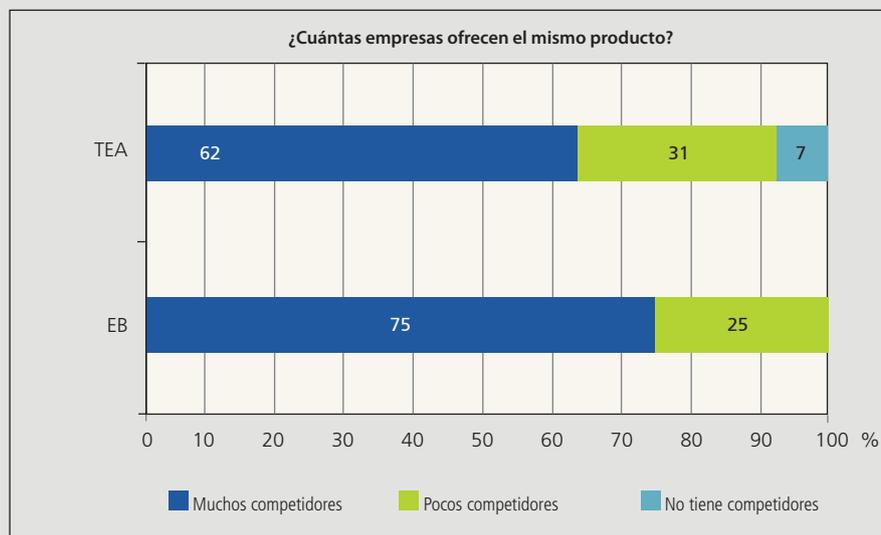
¹ En este caso, la innovación es un concepto que depende del contexto en que la empresa se desenvuelve. Tanto los productos pueden ser novedosos en una región y no serlo en otras, como que la competencia puede ser más intensa, por ejemplo, en las zonas urbanas que en las rurales.

de introducción de productos que serán considerados como nuevos por algunos de sus clientes.

Mientras que los emprendedores establecidos son más innovadores en términos de productos, los emprendedores en etapas tempranas son, al parecer, más innovadores en buscar nuevos mercados. Así, el gráfico 29 muestra que un 7% de los emprendedores en etapa temprana está ingresando a mercados con una oferta que no tiene competidores directos y un 31%, lo está haciendo en mercados con poca rivalidad. Por su parte, ninguno de los emprendedores establecidos entrevistados menciona entrar a mercados totalmente nuevos y solo un 25%, está operando en mercados con pocos competidores.

El uso de nueva tecnología es un indicador adicional de innovación de productos, servicios o procesos. Para el GEM, la tecnología más reciente se define como aquella disponible en el mercado local desde hace no más de un año, mientras que la tecnología nueva no tiene más de 5 años en el mercado.

Gráfico 29. Innovación en términos del nivel de competidores en emprendedores en etapas tempranas y en emprendedores establecidos, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 30. Orientación hacia la tecnología en los emprendedores en etapa temprana, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

El gráfico 30 muestra que, de acuerdo con la tecnología disponible en el país, la gran mayoría de los emprendedores en etapa temprana (65%) no invierte en tecnología reciente, pues usa tecnología con más de 5 años de antigüedad o no la usa. Por su parte, casi el 80% de los emprendedores establecidos se encuentra en la misma situación. Por otro lado, el porcentaje de emprendedores en etapa temprana que usa la tecnología más reciente en el mercado se ha incrementado de 13% en

el 2011 a 16% en el 2012. Cabe señalar que entre los emprendedores establecidos, la tecnología reciente es usada por solo un 1%.

3.3.3. Actividad emprendedora con orientación internacional

La orientación internacional de los emprendedores en etapa temprana se refiere a cuántos clientes potenciales procederían de otros países; es decir,

comprende tanto las exportaciones como a los clientes extranjeros que compran productos en línea o visitan el país, ya sea como turistas o por motivos de trabajo.

Los emprendedores peruanos en etapa temprana se orientan, en su mayoría, al mercado interno (72%), satisfacen sus necesidades en su ámbito local. Sin embargo, este porcentaje ha disminuido comparado con el 79% encontrado en el año 2011, para incrementarse el porcentaje de aquellos que piensan vender productos y servicios a clientes de otro país (gráfico 31), sobre todo de aquellos con fuerte orientación internacional (de 2% en el 2011 a 5% en el 2012). Por otro lado, entre los emprendedores establecidos, casi el 90% no piensa vender a algún cliente extranjero y ninguno tiene una fuerte orientación internacional.

3.3.4. Emprendedores ambiciosos

Algunos emprendedores destacan por tener altas expectativas de crecimiento e innovación, así como por tener una fuerte orientación hacia la tecnología y hacia los mercados internacionales. El panorama de emprendedores ambiciosos se completa con aquellos que, combinando uno o más de los índices de expectativas planteados con anterioridad, esperan también expandirse en el mercado rápidamente.

Sobre este último índice, el GEM combina la orientación del emprendedor hacia la innovación, tecnología y las expectativas de participación de mercado futuras. Este índice sigue una escala de cuatro puntos, donde:

- 1 Equivale a poca o nula expansión.
- 2 Indica una expansión del mercado sin uso intensivo de tecnología.
- 3 Equivale a una expansión del mercado usando nueva tecnología.
- 4 Indica el máximo impacto en cuanto a expansión de mercado.

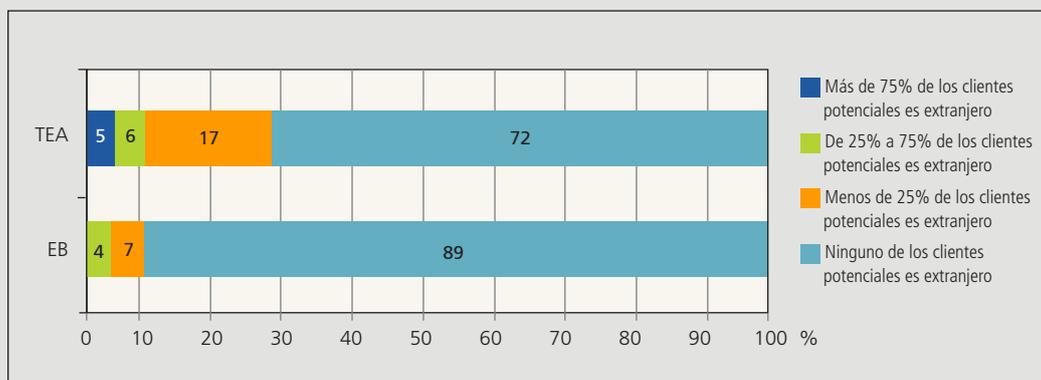
Estos indicadores, que se presentan en el gráfico 32, muestran que los emprendedores en etapa temprana son, en promedio, más ambiciosos que los emprendedores establecidos, sobre todo en términos de expansión de mercados y actividad dentro de sectores de media y alta tecnología, donde su participación es prácticamente nula.

3.4. DESCONTINUACIÓN Y FINANCIAMIENTO INFORMAL

3.4.1. La discontinuación de la actividad emprendedora

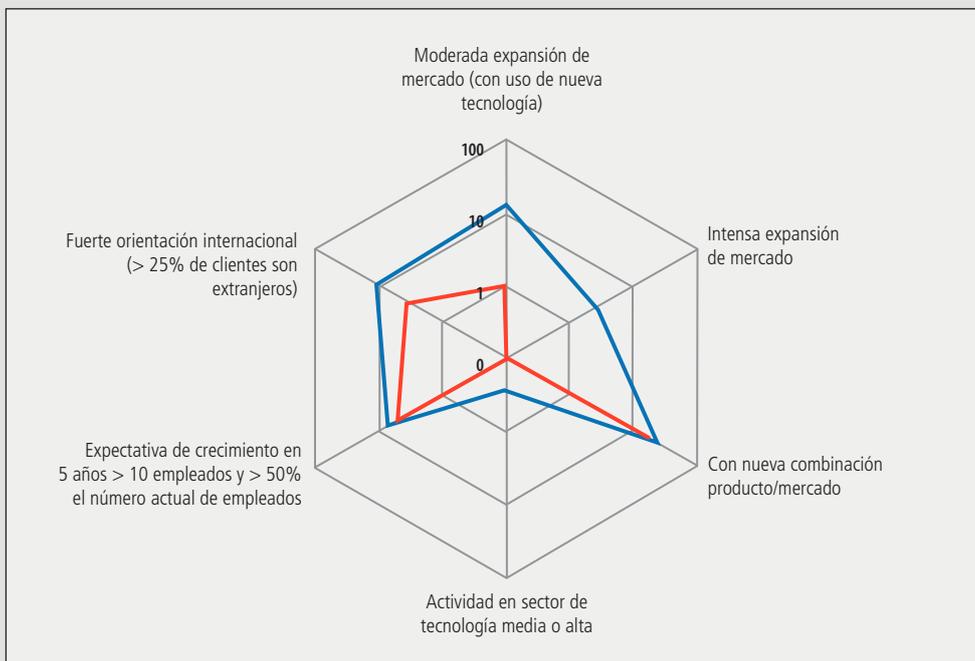
La discontinuación de un negocio puede ser considerada, junto con los negocios recién creados y

Gráfico 31. Orientación internacional de los emprendedores peruanos en etapa temprana, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

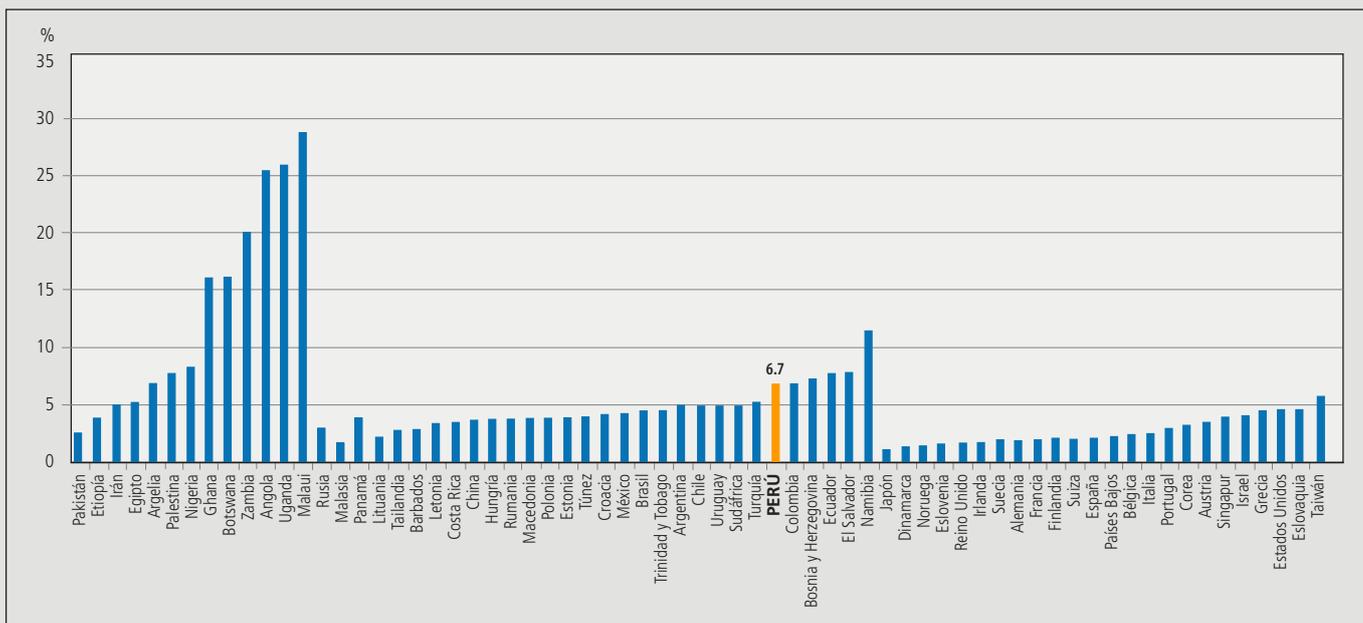
Gráfico 32. Índices de emprendedores ambiciosos, GEM Perú 2012



Nota: Los valores de los indicadores corresponden a los porcentajes dentro de cada grupo de emprendedores (TEA y establecidos) y se presentan bajo una escala logarítmica.

Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 33. Descontinuación de negocios según fases de desarrollo económico, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

las empresas establecidas, como un componente del dinamismo empresarial en una economía. Como tal, el GEM mide la discontinuación de la actividad emprendedora como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) que en los últimos 12 meses ha cerrado, vendido o, en todo caso, discontinuado su relación de propietario-gerente con el negocio.

En general, la tasa de discontinuación de negocios tiende a ser mayor en las economías basadas en recursos y disminuye conforme avanza el nivel de desarrollo económico. Se entiende que en las fases iniciales de desarrollo, la mayoría de emprendimientos se realizó por necesidad, razón por la cual la mayor parte de dichos negocios no son especializados ni, mucho menos, emplean mano de obra muy calificada. Por ello, la probabilidad de sobrevivir tiende a ser menor ante cualquier cambio del mercado. Además, el entorno no provee todavía condiciones idóneas que apoyen al crecimiento y permanencia de los negocios. Tal situación se encuentra, por ejemplo, en los países del África Subsahariana, que muestran altos niveles TEA pero también las más altas tasas de discontinuidad (gráfico 33).

En el Perú, el índice de discontinuación de negocios continúa siendo uno de los más altos dentro del grupo de economías basadas en eficiencia y dentro de América Latina y el Caribe, habiéndose incrementado de 5.1% en el 2011 a 6.7% en el 2012.

Sin embargo, es importante resaltar que no siempre el discontinuar un negocio supone un fracaso. El 26% de las personas que había discontinuado un negocio refirió que este siguió operando con el mismo giro de negocios, mientras que otro 6% de los discontinuadores mencionó que el negocio siguió en marcha con otros operadores y con un nuevo tipo de actividad.

También conviene destacar que el 17% de los emprendedores peruanos en etapa temprana

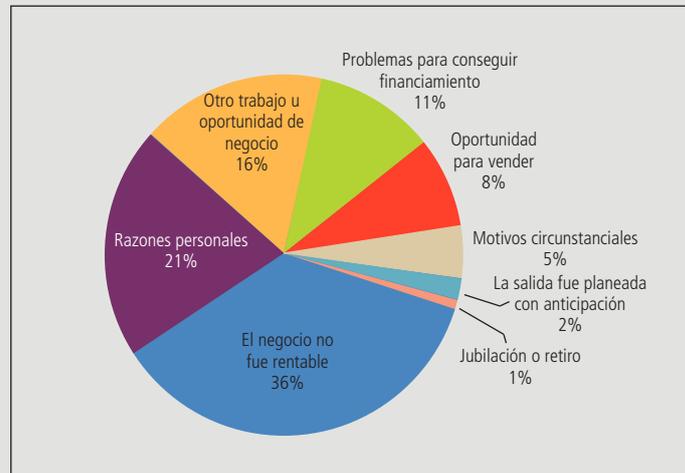
refirió haber discontinuado un negocio en los pasados 12 meses. En tales casos, el antecedente de haber cerrado un negocio es un elemento positivo porque aporta experiencia que podría aumentar las probabilidades de éxito de su actual emprendimiento.

La «falta de rentabilidad del negocio» y las «razones personales» se mantuvieron como las dos principales causas de cierre de los negocios; sin embargo, en comparación con el año anterior, la primera no mostró cambios significativos y la segunda disminuyó de 28% (2011) a 21% (2012). La tercera causa de cierre: los «problemas para conseguir financiamiento, que pasó de 16% a 11%, fue reemplazada por «otro trabajo u oportunidad de negocio». Otra causa de cierre con un cambio importante ha sido el de «oportunidad para vender», que duplicó su porcentaje de 4% en el 2011 a 8% en el 2012. Estas cifras proporcionan un panorama más favorecedor por la reducción de causas negativas, como «falta de financiamiento» o «razones personales», frente al incremento de causas positivas, como «oportunidad para vender» u «otra oportunidad negocio o trabajo» (gráfico 34).

3.4.2. Financiamiento informal de la actividad emprendedora

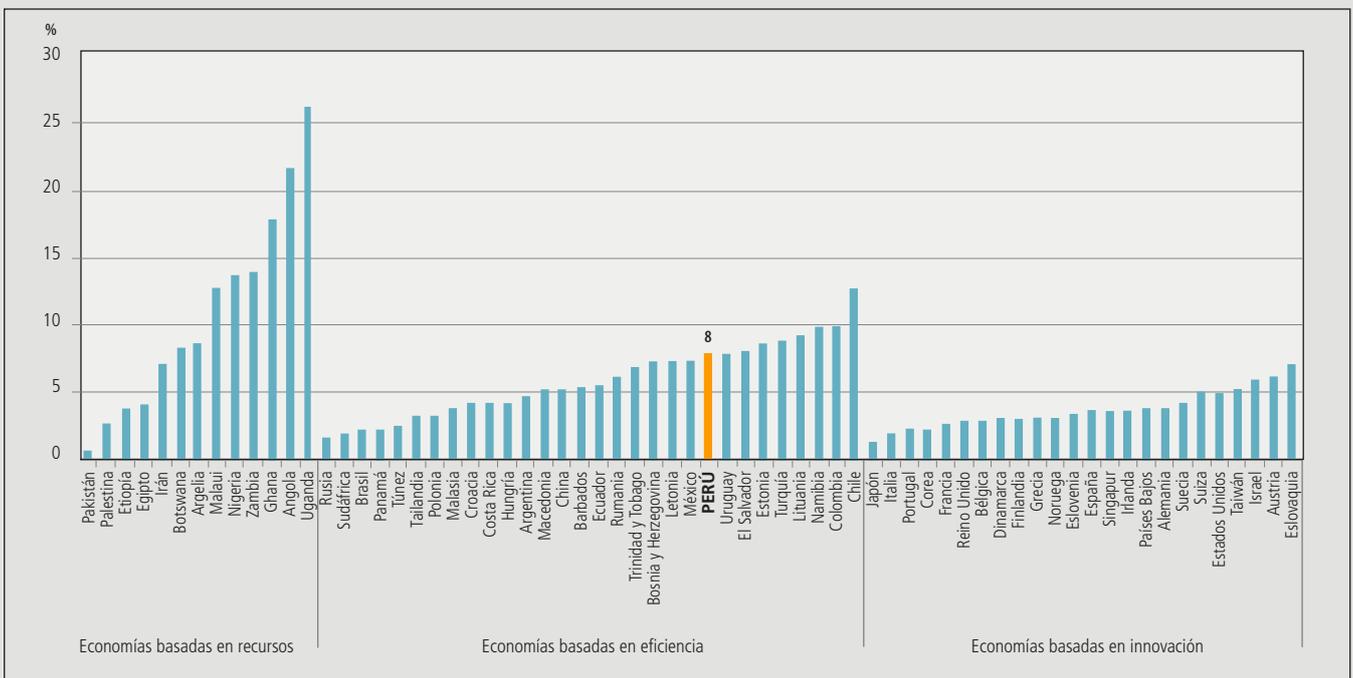
En anteriores ediciones, los resultados del GEM Perú muestran que el tema de financiamiento de los negocios, en especial de aquellos en etapa temprana, tiene suma importancia, no solo para su creación sino también para su crecimiento y consolidación. De manera similar, los resultados han mostrado que en nuestra economía las fuentes informales siguen siendo los instrumentos principales para la creación de empresas. Sin embargo, las fuentes oficiales no dan cuenta de esta fuente de financiamiento porque, en general, estas terminan siendo consideradas como recursos propios del fundador. Para conocer más sobre la naturaleza de este tipo de inversión, el GEM indaga entre los entrevistados si han proveído

Gráfico 34. Razones detrás de la discontinuación del negocio, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2011, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 35. Prevalencia de la inversión informal, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

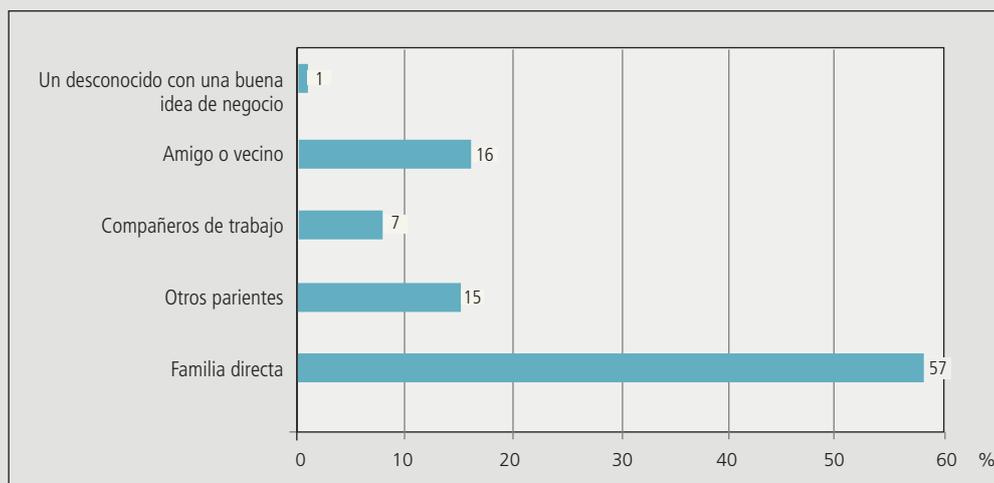
fondos para la puesta en marcha de un negocio ajeno en los pasados 3 años (no incluye compras de acciones, transacciones en la bolsa de valores, compras o inversión en bonos o fondos mutuos). Como se muestra en el gráfico 35, la inversión informal tiene mayor demanda en países con menor desarrollo económico, mientras que en los países más avanzados existe una mayor disponibilidad de alternativas financieras consistente con un sistema de capital de riesgo consolidado.

En el año 2012, el 8% de las personas entrevistadas en el Perú manifestó haber actuado como inversor informal en los 3 últimos años. De ellos, el 33% era un emprendedor en etapa temprana y

un 9%, un emprendedor establecido al momento de la entrevista. En total, la inversión informal en el Perú ascendió a 276,754 dólares, con un promedio de 2,231 dólares.

El gráfico 36 muestra que en el 2012, de manera similar a los años anteriores, más de la mitad (57%) de la inversión informal en el Perú está destinada principalmente a los familiares directos (padres, hijos o hermanos); mientras que cerca del 30% está destinado a otros parientes, amigos o vecinos. Es decir, los recursos necesarios para crear una empresa son conseguidos por personas conocidas, basados principalmente en la confianza y, por lo general, sin garantías reales.

Gráfico 36. Destino de la inversión informal, GEM Perú 2012



Fuente: GEM 2011, Encuesta a la Población Adulta (APS).

4 EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR PERUANO

Como se detalló al inicio del reporte, el modelo conceptual GEM contempla las condiciones generales que son relevantes para el desarrollo económico y la actividad empresarial de un país. En adición, otras condiciones del entorno tienen un mayor impacto, en particular la innovación y el emprendimiento en etapas tempranas. A estas últimas, el GEM las denomina como Condiciones marco para el emprendimiento (EFC, *Entrepreneurial Framework Conditions*).

Según el modelo conceptual del GEM, las EFC pueden estar presentes en cualquier fase del desarrollo económico, pero tienen un mayor impacto en la actividad emprendedora nacional cuando las otras condiciones del entorno, como los “requisitos básicos” o los “potenciadores de eficiencia”¹, se encuentran consolidados, tal como sucede, por ejemplo, en los países con economías basadas en innovación.

La tabla 10 muestra las nueve EFC consideradas por el GEM 2012. Tres de ellas se subdividen para poder realizar un análisis más detallado. En total, son doce categorías de estudio. En el apéndice 3 se describe con más detalle cada una de las EFC consideradas en este reporte.

¹ Ver en el capítulo 1 el significado de estos términos.

4.1. LA ENCUESTA A EXPERTOS NACIONALES (NES)

Las EFC son exploradas por medio de la Encuesta a Expertos Nacionales (NES, por sus siglas en inglés). Los expertos nacionales son reconocidos emprendedores, profesionales, funcionarios y académicos del ámbito público y privado. Sus opiniones proporcionan una visión más amplia del ecosistema emprendedor nacional. Por consiguiente, sus recomendaciones contribuyen a la formulación de políticas que puedan generar mayor impacto en la actividad emprendedora y, por ende, en el bienestar de la población.

En cada país se seleccionan, por lo menos, cuatro expertos por cada EFC. Entre ellos, como mínimo, uno es emprendedor. Los expertos responden un cuestionario estandarizado donde manifiestan su acuerdo o desacuerdo con los enunciados formulados para cada EFC. Sus respuestas se valoran mediante una escala de Likert de cinco puntos:

- 1 Completamente en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 De acuerdo
- 5 Completamente de acuerdo

En general, una valoración cercana a 5 significa que los expertos perciben que la EFC favorece la

Tabla 10. Condiciones marco para el emprendimiento (EFC), GEM 2012

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 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). 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 estos estarán 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 sustituyen 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).

actividad emprendedora en el país; una valoración cercana a 1, todo lo contrario, que la EFC limita el desarrollo del emprendimiento.

Adicionalmente, los expertos nacionales también comentan sobre las principales EFC que estimulan o limitan el emprendimiento en el país. Asimismo, brindan recomendaciones respecto de las EFC que, a su parecer, deben mejorar para optimizar el ecosistema emprendedor nacional.

En el año 2012 participaron en el estudio un total de 42 expertos nacionales, cuyas edades fluctúan entre los 27 y 76 años. Entre otras características, conviene señalar que el 81% son varones y el 19%

son mujeres. El 31% tiene grado de magíster o doctorado, el 39% se considera un emprendedor, el 10% se identifica como proveedor financiero, el 52% está involucrado en la formulación de políticas públicas, el 41% menciona ser proveedor de servicios o de soporte empresarial, y el 41% cumple actividades de docencia o investigación. Por el lado de su experiencia, el 29% manifestó que se ha desenvuelto en el sector de alta tecnología, el 62% en el sector servicios y el 29% en el sector manufacturero. Además de ello, el 31% tiene experiencia en empresas de alto crecimiento, el 21% ha trabajado con empresas rurales y el 48%, con empresas orientadas al mercado internacional.

4.2. LAS CONDICIONES MARCO (EFC) DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN EL PERÚ

En el gráfico 37 se observa la valoración promedio de los expertos para cada EFC. Las barras de color verde indican a aquellas cuya valoración se ha incrementado desde el año 2011; mientras que las barras rojas, a aquellas que han reducido su valoración.

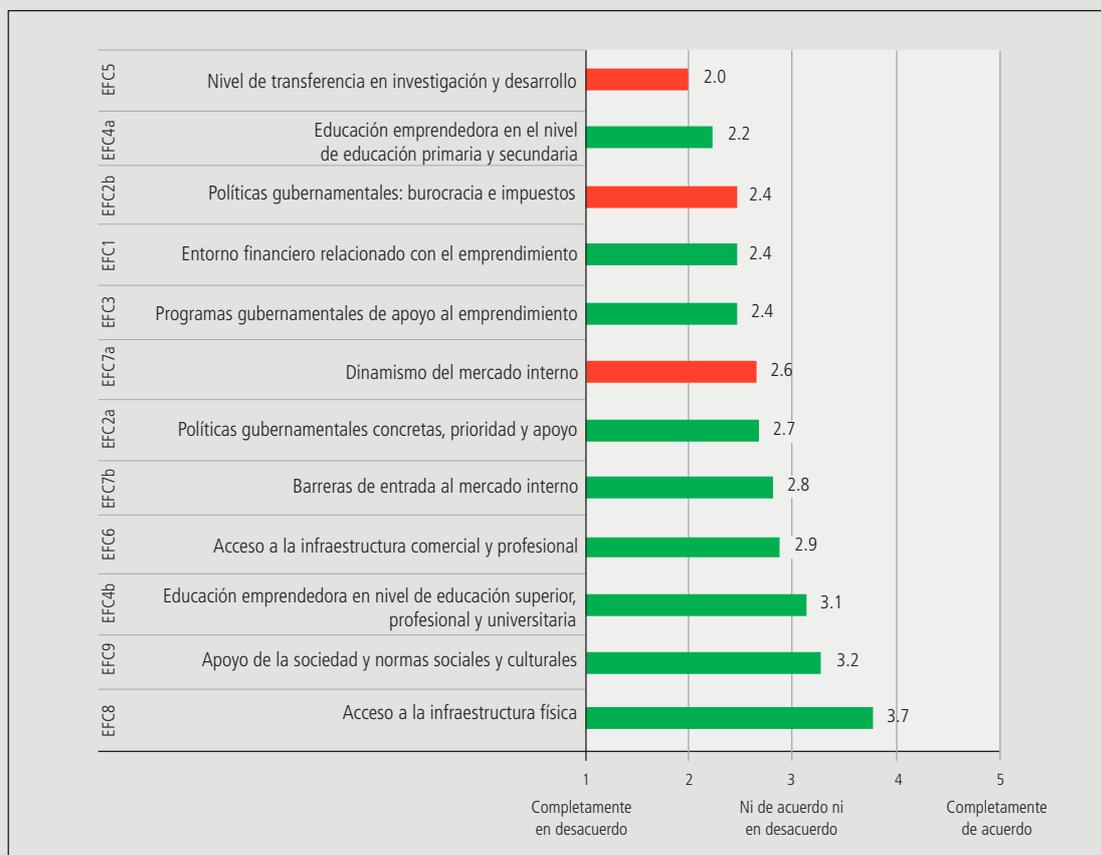
Desde la primera edición del reporte nacional, la EFC8 —acceso de los emprendedores a la infraestructura física— es la que cuenta con la mayor valoración de los expertos; en cambio, la EFC5, transferencia de tecnología e I+D (investigación y desarrollo), tiene el menor puntaje. Por otro lado, la EFC2a —emprendimiento como prioridad en las políticas públicas— es la que mayor avance ha

experimentado respecto de los valores alcanzados en el 2011.

Para un mejor entendimiento, estas valoraciones deben compararse con los hallazgos en otras economías. El gráfico 38 compara la valoración promedio de los expertos de cada grupo de desarrollo económico, sobre la base de los valores Z estandarizados para las cuatro primeras EFC y las subcategorías en las EFC de educación (nivel básico y nivel postsecundario) y de políticas gubernamentales (prioridad y regulación).

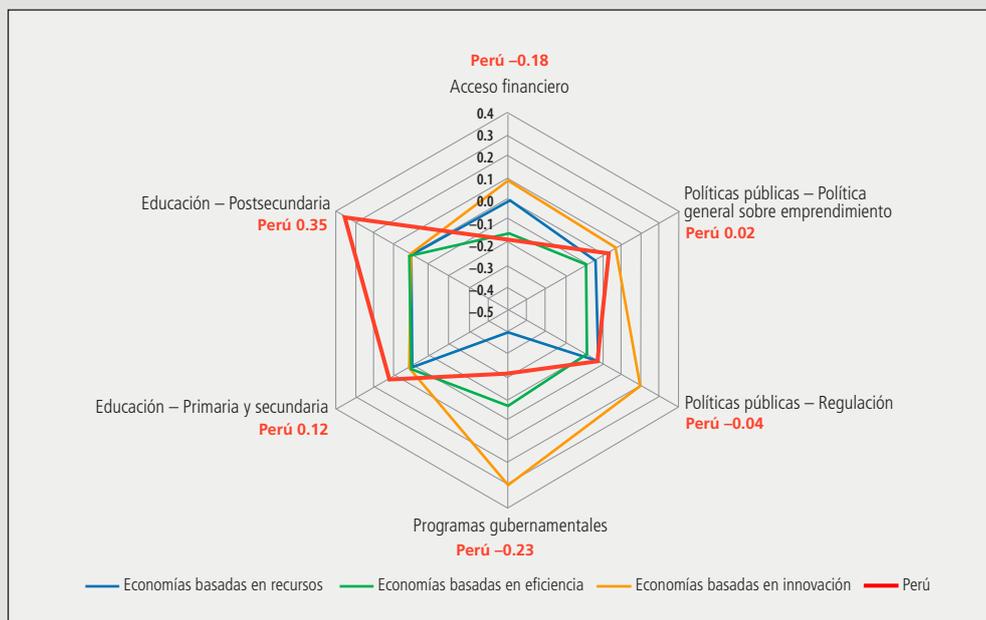
Para estas cuatro EFC se observa que, entre los grupos de desarrollo económico, los expertos de los países con economías basadas en innovación valoran mejor las EFC. Este resultado es consistente con el modelo conceptual del GEM,

Gráfico 37. Valoración de las EFC por parte de los expertos nacionales, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 38. Valoración de los expertos nacionales (NES) para las EFC 1 al 4, según grupos de desarrollo económico. GEM 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

ya que en esos países los requerimientos básicos y potenciadores de eficiencia estarían plenamente desarrollados y, por consiguiente, las EFC adquirirían mayor importancia. Destacan, sobre todo, la valoración en políticas (regulación) y programas gubernamentales.

Entre los países con economías basadas en recursos, las EFC mejor valoradas fueron las relacionadas con las políticas públicas y el acceso financiero, mientras que aún se encuentran déficits con relación a los programas gubernamentales y educación. En contraste, entre los países con economías basadas en eficiencia, la valoración es mayor entre las EFC de educación (sobre todo aquella postsecundaria) y la de financiamiento para el emprendedor.

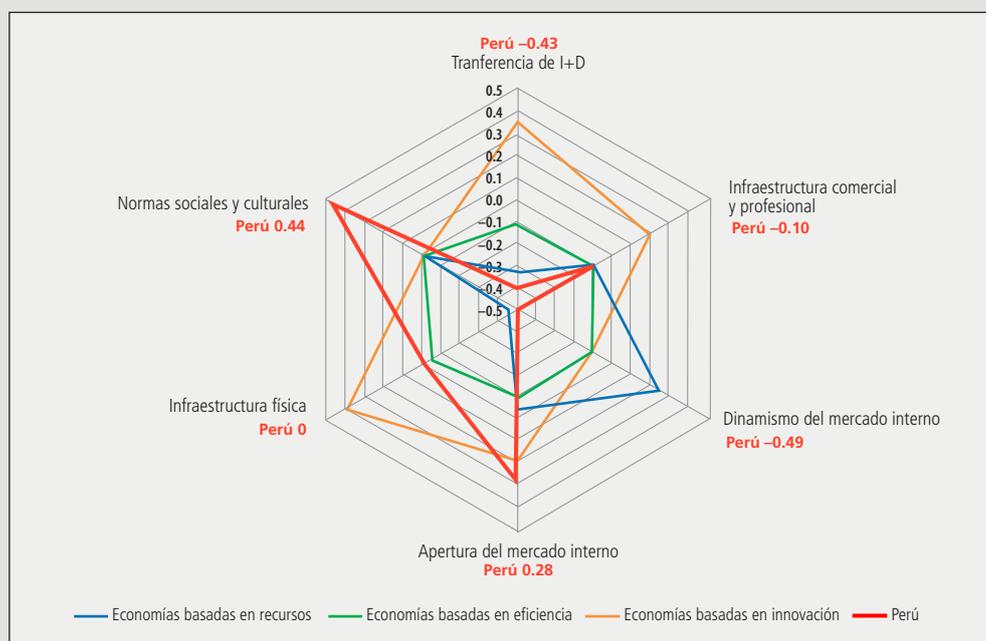
En el caso del Perú, los expertos reconocen el avance en términos de educación emprendedora, fundamentalmente en el nivel postsecundario, mientras que aún se encuentran déficits en las condiciones relacionadas con el acceso al financiamiento y programas de apoyo gubernamental.

El gráfico 39 muestra el análisis para las cinco EFC restantes, que incluye las categorías de la EFC apertura del mercado interno (apertura y dinamismo).

En el grupo de países basados en innovación, es evidente que la actividad emprendedora tiene un buen soporte en condiciones relacionadas con I+D y la infraestructura física, pero tienen un escaso dinamismo de mercado, condicionado a una limitada actividad emprendedora, en parte, por el pobre soporte cultural que tienen quienes desean iniciar un negocio. Lo contrario se encuentra entre los países con economías basadas en recursos, donde a pesar de tener una mayor aceptación social, los emprendedores enfrentan problemas de falta de infraestructura y un pobre nivel de transferencia de I+D.

Los países con economías basadas en eficiencia muestran, en promedio, similares valoraciones en estas EFC, aunque en un nivel por debajo del promedio general. En particular en el Perú, los expertos dan razón de que la sociedad apoya y

Gráfico 39. Valoración de los expertos nacionales (NES) para las EFC 5 al 9, según grupos de desarrollo económico, GEM 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

promueve el emprendimiento, y también reconocen los esfuerzos en la apertura del mercado interno, pero a la vez son sumamente críticos del nivel de transferencia de I+D en el país y del escaso dinamismo del mercado interno.

4.3. EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR PERUANO EN DETALLE

A continuación se analiza en detalle cada EFC, con énfasis en su evolución en los últimos siete años, así como en su comparación con el resto de países de la serie GEM.

4.3.1. EFC 1: Entorno financiero relacionado con el emprendimiento

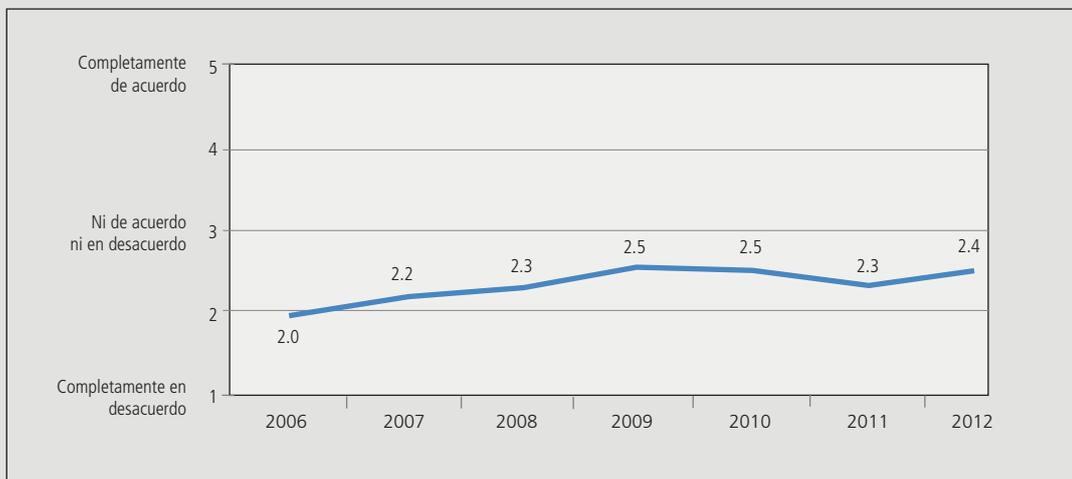
A pesar del ligero incremento en el año 2012 (de 2.3 a 2.4), la valoración de los expertos se ubica por debajo de la línea de tendencia y por debajo de la valoración media, de modo que la facilitación al acceso del capital no permite aún que nuestras

empresas puedan aprovechar plenamente las oportunidades de crecimiento que ofrece el país (gráfico 40).

El gráfico 41 muestra que, en el año 2012, todos los enunciados son calificados en el rango desfavorable. A pesar de que se observa una mejor valoración de las fuentes de financiamiento no tradicionales en nuestro medio, como son las subvenciones, las terceras personas, el capital de riesgo y bursátil, se aprecia un retroceso en la puntuación sobre las fuentes de financiamiento relativas a recursos propios del emprendedor y a préstamos del sector financiero. Aun así, para los expertos, estas son las fuentes de financiamiento que mayor accesibilidad y desempeño tienen los emprendedores.

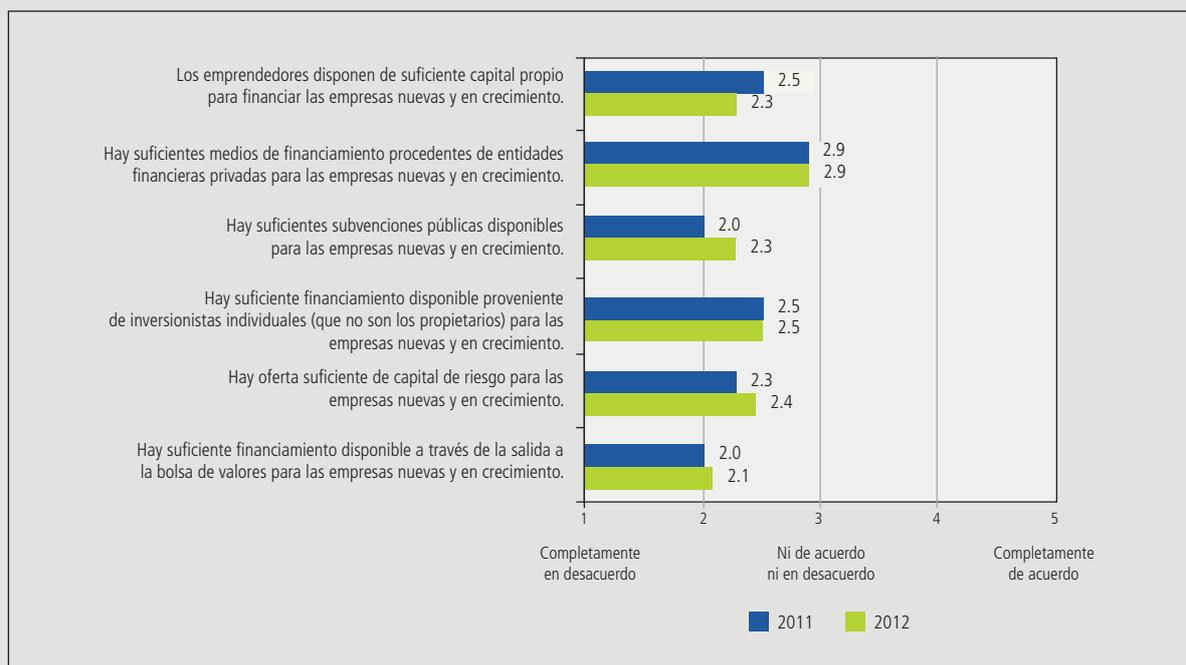
Si se compara la valoración de los expertos en la serie GEM, se observa que la mayoría de los países en los tres niveles de desarrollo económico tienen calificaciones desfavorables (gráfico 42). Cabe destacar a Argelia como el país con mejor entorno

Gráfico 40. Evolución de la opinión de los expertos sobre el entorno financiero relacionado con el emprendimiento, GEM Perú 2006-2012



Fuente: GEM Perú 2006–2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 41. Opinión de los expertos sobre el entorno financiero relacionado con el emprendimiento, GEM Perú 2012

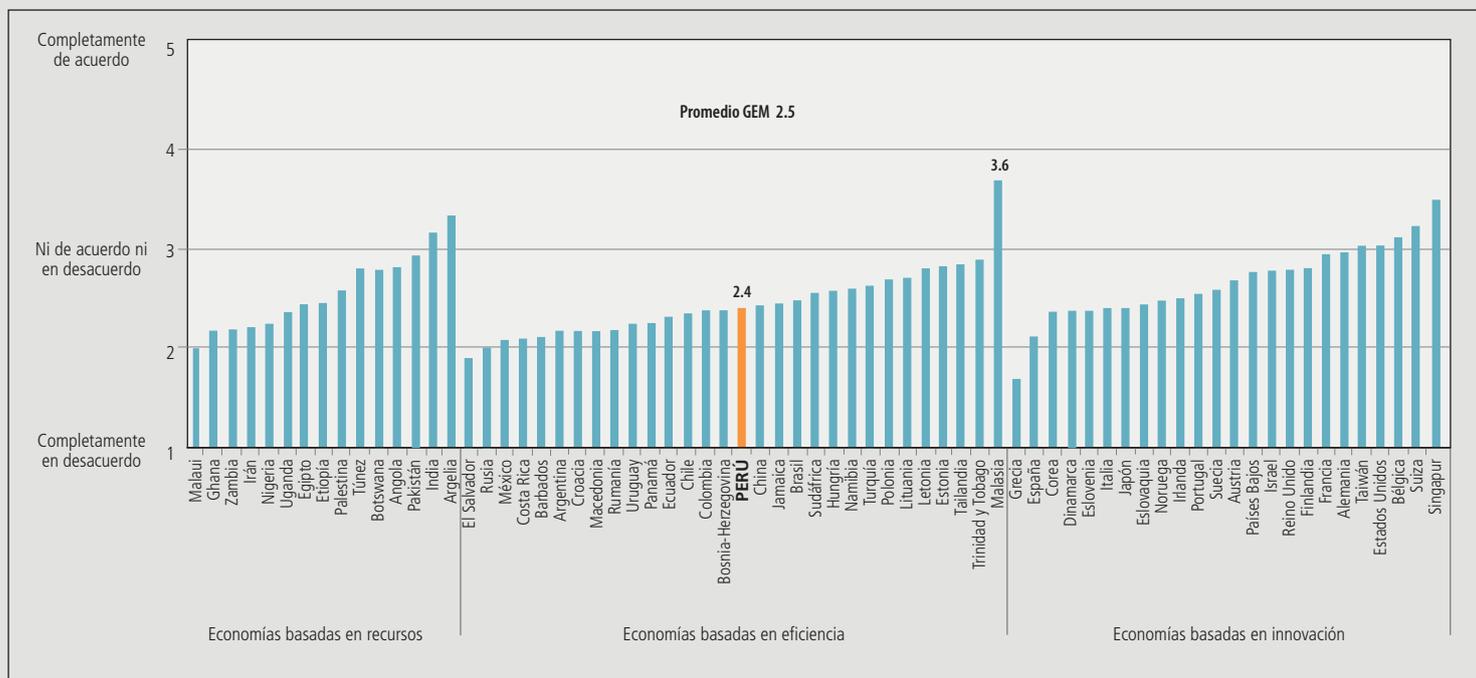


Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

financiero para los emprendedores, entre los países con economías basadas en recursos. Por su parte, Malasia lo sigue siendo entre los países con economías basadas en eficiencia; además, es el país que mayor puntuación tiene entre todas las

economías y la ha mejorado con respecto a 2011 (de 3.0 a 3.6). Entre los países con economías basadas en innovación, Singapur superó a Suiza como el país con mejor acceso financiero para los emprendedores.

Gráfico 42. Opinión de los expertos GEM sobre el entorno financiero relacionado con el emprendimiento, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

4.3.2. Políticas gubernamentales relacionadas con el emprendimiento

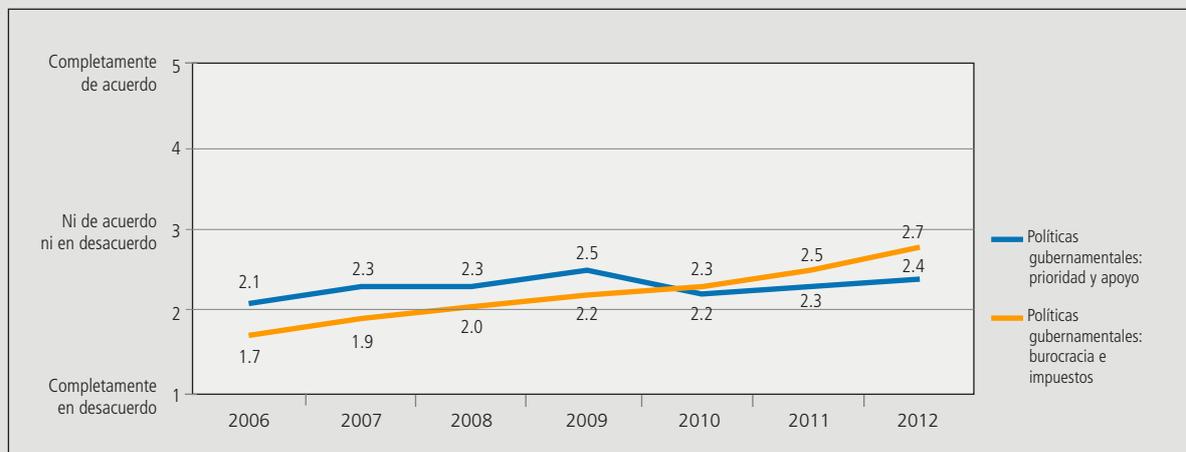
Las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento se subdividen en dos categorías para los propósitos de este estudio. La primera categoría analiza la prioridad asignada al emprendimiento y desarrollo empresarial en las políticas gubernamentales en los ámbitos nacional y local; mientras que la segunda categoría evalúa las regulaciones, los impuestos y los trámites que se deben cumplir para iniciar un negocio o para hacerlo crecer.

El gráfico 43 muestra la evolución, en los últimos siete años, de la valoración de los expertos en ambas categorías. La valoración de los expertos respecto de las políticas de apoyo al emprendimiento muestra un leve crecimiento en los últimos tres años; en cambio, las políticas referentes a regulaciones, impuestos y trámites han sufrido un leve freno con relación al año 2011, luego de varios años de crecimiento.

De las variables evaluadas con respecto a las políticas gubernamentales, los expertos peruanos consideraron que si bien hubo una ligera mejora, aún persisten dificultades, pues todas las variables mantienen calificaciones desfavorables (gráfico 44). Así, la evaluación más desfavorable, dentro del grupo de elementos relacionados con las políticas gubernamentales (y también la única que retrocedió respecto del año 2011), le correspondió al tema de los trámites administrativos y legales de las nuevas empresas para obtener licencias y permisos en una semana. Se debe prestar atención a este resultado, ya que el tiempo que debe dedicarse a la obtención de permisos y licencias, así como las dificultades que supone lidiar con la burocracia pública, pueden incidir de manera directa en la creación de empresas y en la competitividad del país.

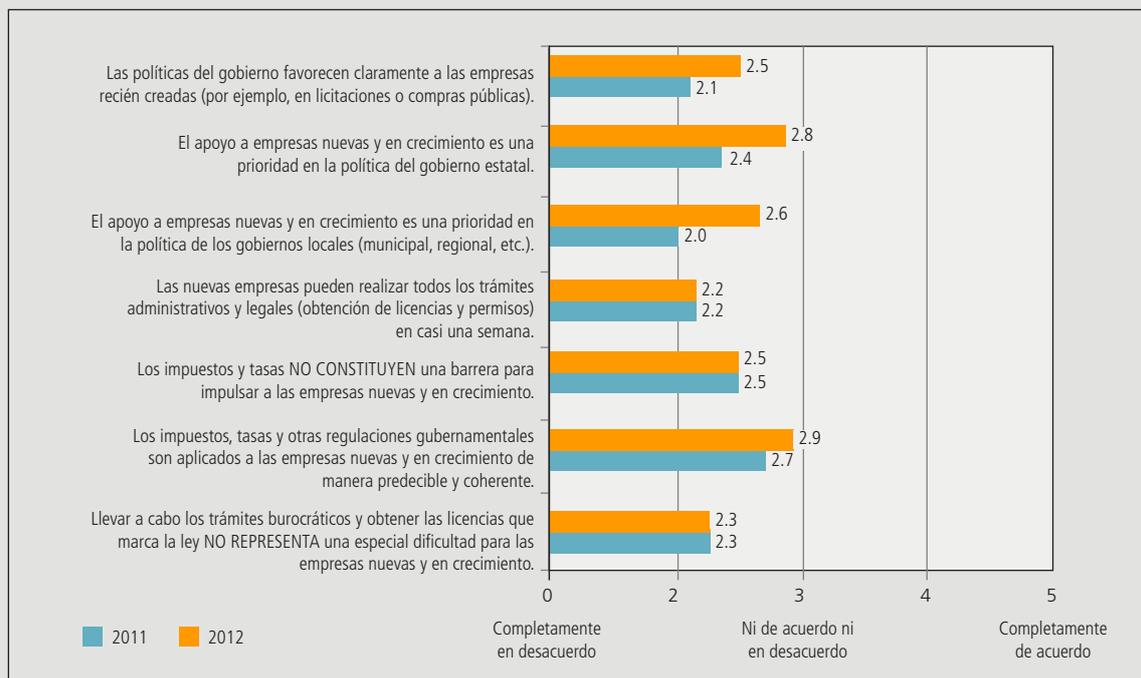
A pesar de que los expertos coinciden en que todavía las políticas públicas no facilitan a los emprendedores en la creación de sus empresas y que muchos formuladores de políticas siguen

Gráfico 43. Evaluación de la opinión de los expertos sobre políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2006-2012



Fuente: GEM Perú 2006-2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 44. Opinión de los expertos sobre políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2011, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

enfocados en el desarrollo de las empresas ya establecidas, se aprecia un avance significativo en lo relacionado con incorporar el emprendimiento como aspecto prioritario en las políticas públicas. Pese a que los factores mejor evaluados corresponden a la aplicación de impuestos y otras regu-

laciones, y que muestran una mejora con relación al año 2011, sus calificaciones se mantienen en rangos negativos.

Con relación al resto de países participantes, el Perú se sitúa por encima del promedio GEM en

cuanto a políticas gubernamentales concretas, prioritarias y de apoyo al emprendimiento (gráfico 45). Etiopía y Túnez son los países con mejores valoraciones en políticas para el emprendimiento entre los países con economías basadas en recursos. Entre los países con economías basadas en eficiencia, Malasia es el mejor evaluada mejorado de manera importante su calificación. En el caso de los países latinoamericanos, Colombia y Chile se ubican en las mejores posiciones. Por otro lado, se observa que Singapur y Francia empatan como los mejores evaluados en los países con economías basadas en innovación.

El gráfico 46 muestra la valoración de las políticas regulatorias para la puesta en marcha y el crecimiento de las empresas. De nuevo, entre los países con economías basadas en recursos, Túnez y Etiopía obtienen la mayor valoración. Por su parte, entre las economías basadas en eficiencia, Estonia es el país con mejor entorno regulatorio para la creación de empresas. Por último, entre

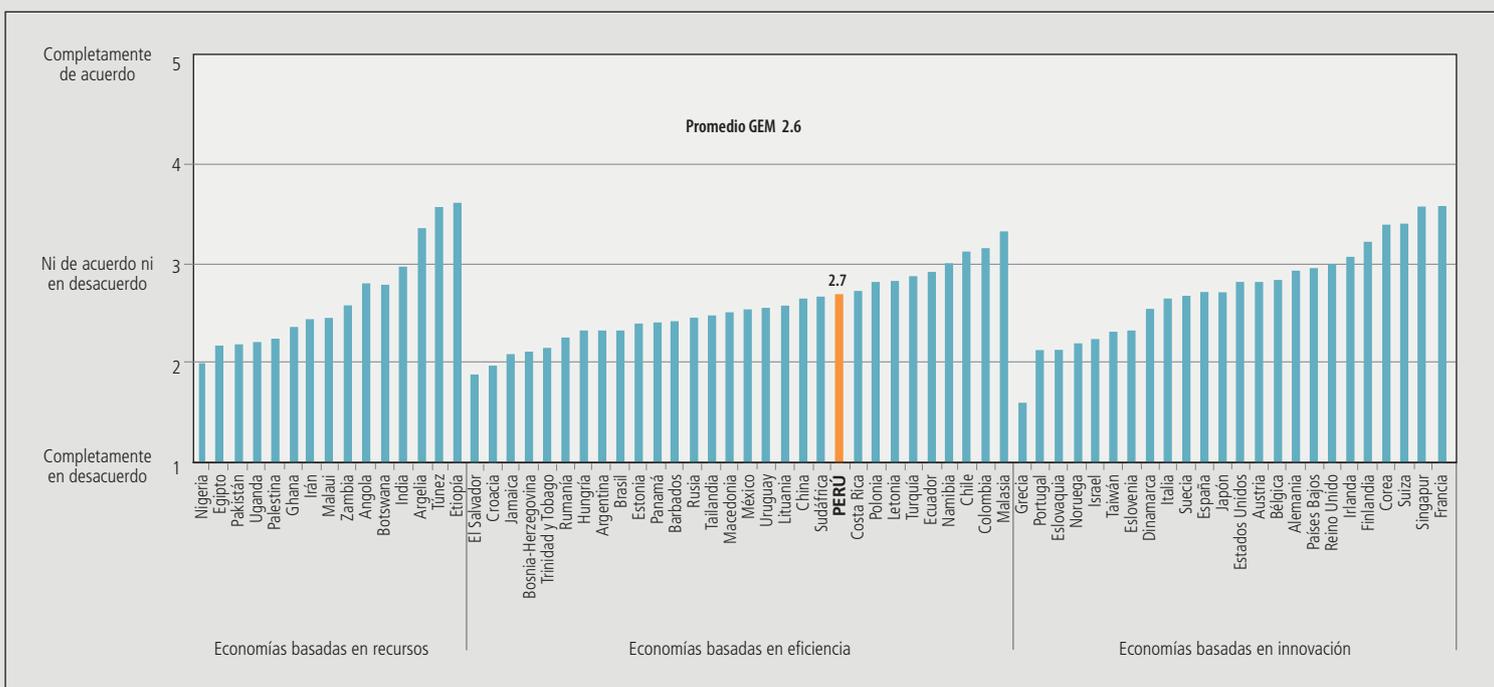
las economías basadas en innovación, Singapur sigue siendo el país que muestra la valoración más alta de la serie GEM (4.0), seguido muy de cerca de Suiza.

4.3.3. Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento

Desde el año 2006, la valoración de los expertos para los programas gubernamentales ha mostrado una evolución positiva muy discreta, sin un avance significativo, que evidencia la falta de promoción del emprendimiento por parte del Estado y de los gobiernos locales (gráfico 47).

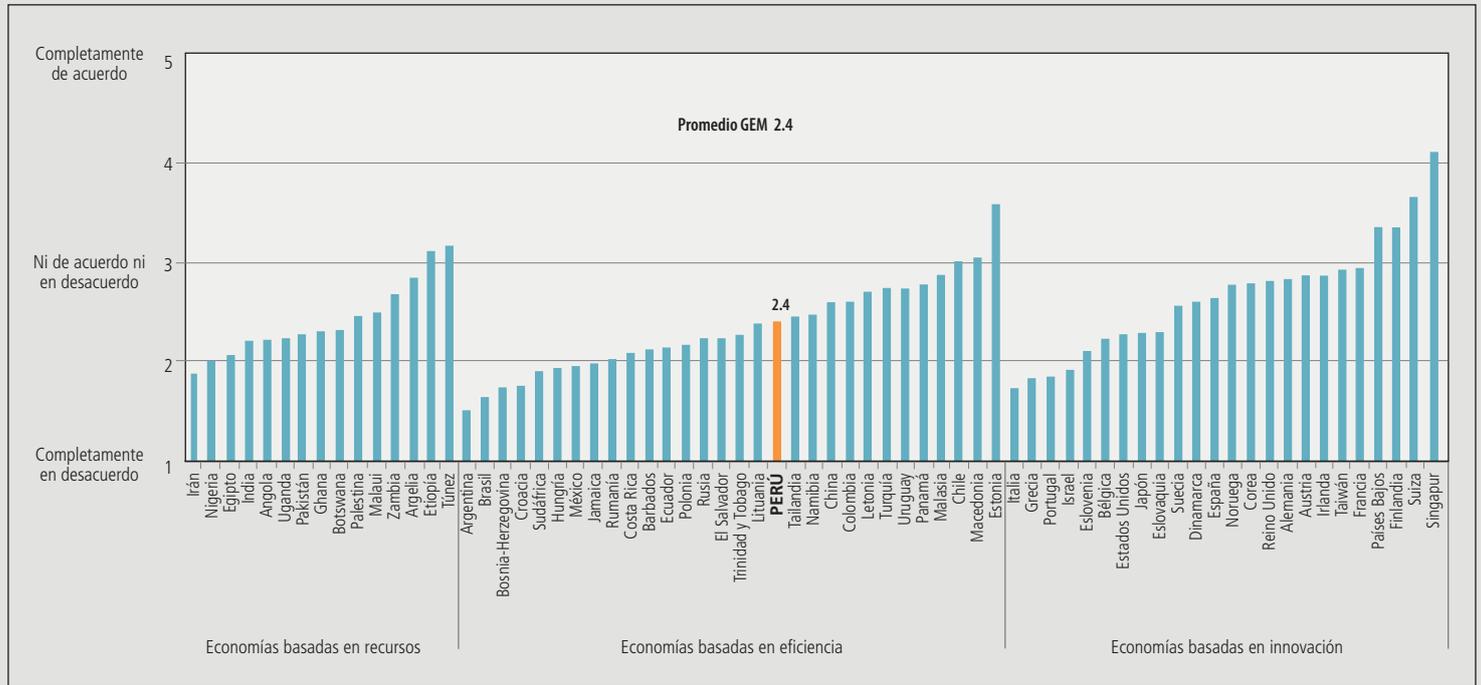
En el gráfico 48 puede observarse que, en general, las valoraciones se han incrementado respecto a los resultados del 2011 en todos los aspectos evaluados, aunque todavía se mantienen en rangos negativos. El aspecto mejor evaluado de esta EFC es la capacidad de los funcionarios para realizar la labor de apoyo y asistencia al emprendedor,

Gráfico 45. Valoración de los expertos sobre políticas gubernamentales concretas, prioritarias y de apoyo al emprendimiento, GEM 2012



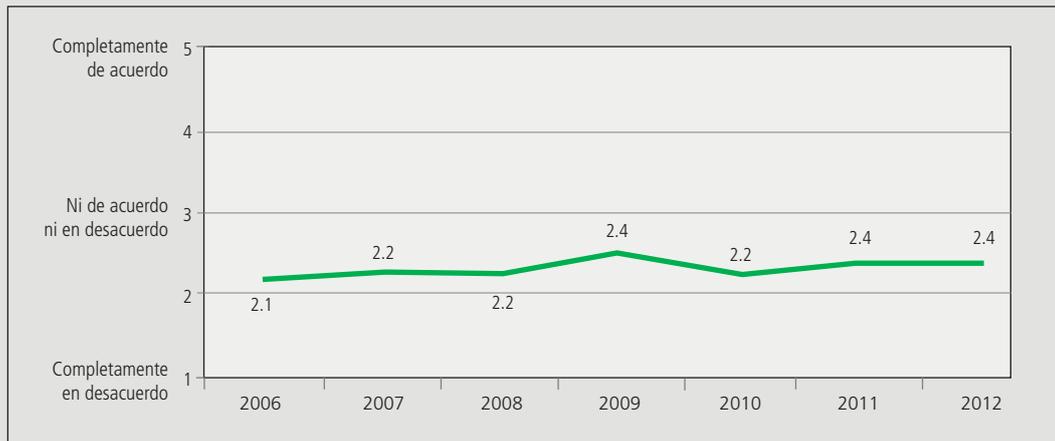
Fuente: GEM 2012, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Gráfico 46. Valoración de los expertos sobre burocracia, impuestos y tasas, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 47. Evolución de la opinión de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2006-2012



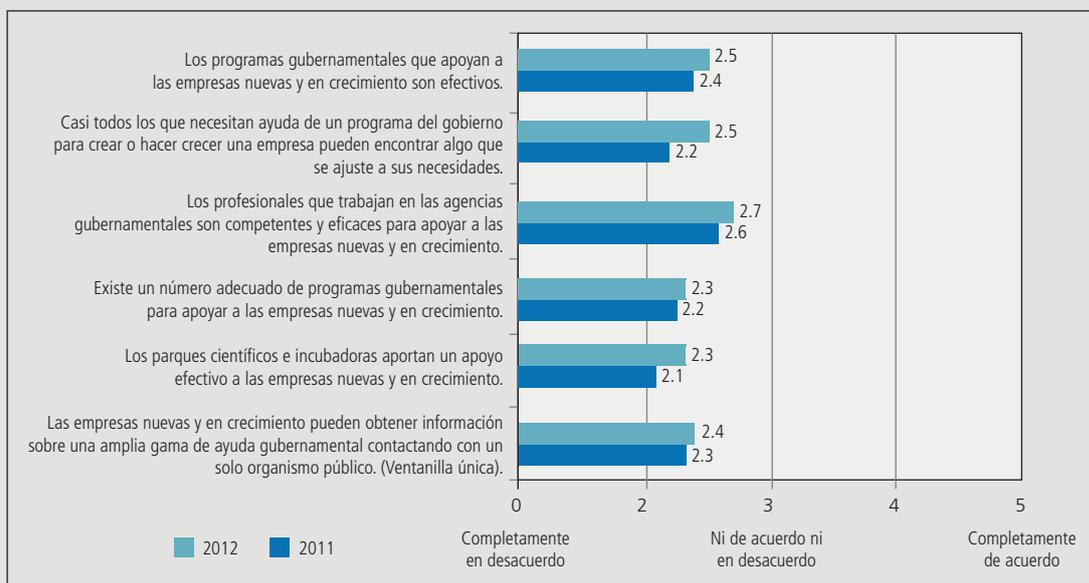
Fuente: GEM Perú 2006-2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

mientras que el aspecto que obtuvo la peor valoración por los expertos es el aporte de los parques científicos y las incubadoras de negocios a las empresas nuevas y en crecimiento. Por otro lado, el aspecto que mayor incremento ha logrado este año (de 2.2 a 2.5) es el de encontrar la ayuda que

necesita una empresa por parte de los programas del Gobierno.

En el aspecto internacional, el promedio de la valoración de los expertos en la serie GEM se incrementó de 2.57 a 2.61. El Perú ha mantenido un

Gráfico 48. Opinión de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2012

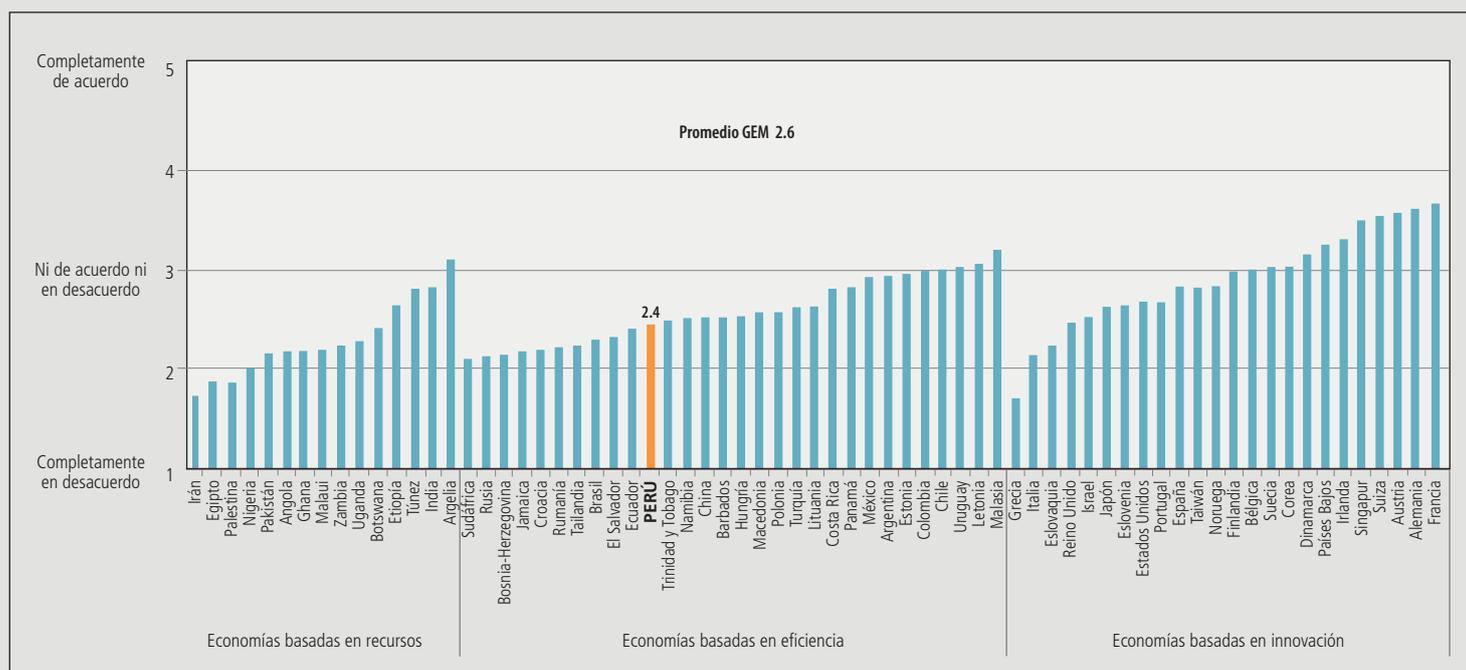


Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

valor de 5.4, con lo cual se sitúa en la mitad inferior de su grupo (gráfico 49). Argelia continúa siendo el país con mejor valoración en los países con economías basadas en recursos; mientras que Malasia

lo es entre los países con economías basadas en eficiencia y Francia, entre los países con economías basadas en innovación. Como en el año 2011, el promedio de la calificación de los expertos es

Gráfico 49. Valoración de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

mayor entre los países con mayor desarrollo; es decir, la prioridad política del emprendimiento se traduce en más mecanismos de apoyo para las iniciativas emprendedoras.

4.3.4. Educación emprendedora

Villarán (2012) propone que es necesaria la implementación de la educación emprendedora en el sistema educativo como medio para romper el círculo vicioso de creación de empresas informales y de subsistencia, así como para aprovechar la energía emprendedora de la población.

El gráfico 50 presenta la opinión de los expertos en cuanto a la EFC de educación y formación superior. Se observa que la educación emprendedora en los niveles de primaria y secundaria, aunque aún en rangos negativos, delinea una ligera tendencia positiva. Por otro lado, se aprecia una mejor valoración en los niveles de educación superior y formación profesional con un leve incremento en los últimos tres años, pero todavía se sitúa cerca del nivel de indiferencia (ni de acuerdo ni en desacuerdo).

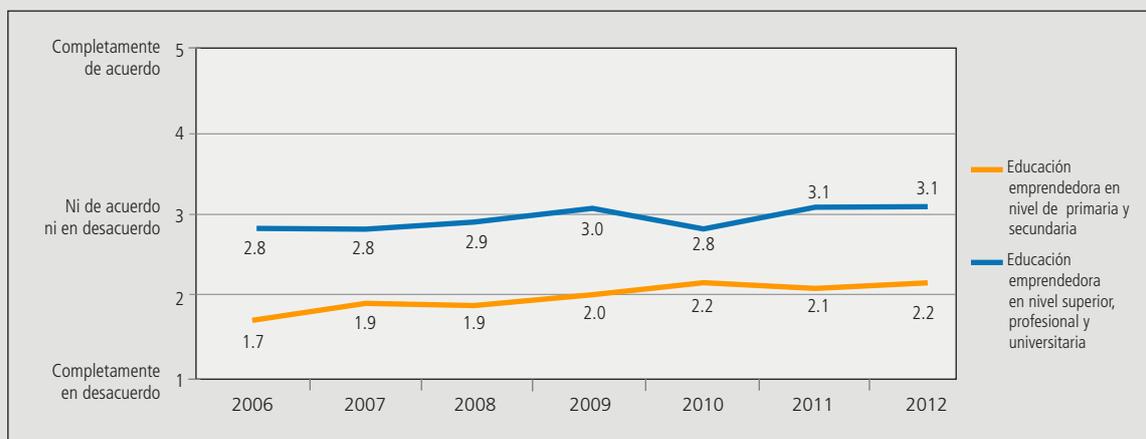
Si bien la percepción de los expertos sobre la educación emprendedora en los niveles de la

educación básica ha mejorado en todos los aspectos evaluados respecto de lo hallado en el año 2011, continúa en un nivel negativo. A pesar de que en el 2012 se aprecia un mayor interés en el desarrollo del espíritu emprendedor (gráfico 51), todavía existen deficiencias en estimular la creatividad, la autosuficiencia, la iniciativa personal, y la adquisición de conocimientos en economía y en emprendimiento.

En cuanto a la educación emprendedora postsecundaria, esta puede influir en la percepción de los estudiantes universitarios acerca del emprendimiento como una opción de carrera (Hatten & Ruhland, 1995; Hansemark, 1998), así como en la propensión de los adultos a emprender (Gorman, Hanlon & King, 1997). Para los expertos, los aspectos relacionados con la educación emprendedora postsecundaria han mejorado respecto de 2011 y han logrado una evaluación positiva en la mayoría de las categorías evaluadas.

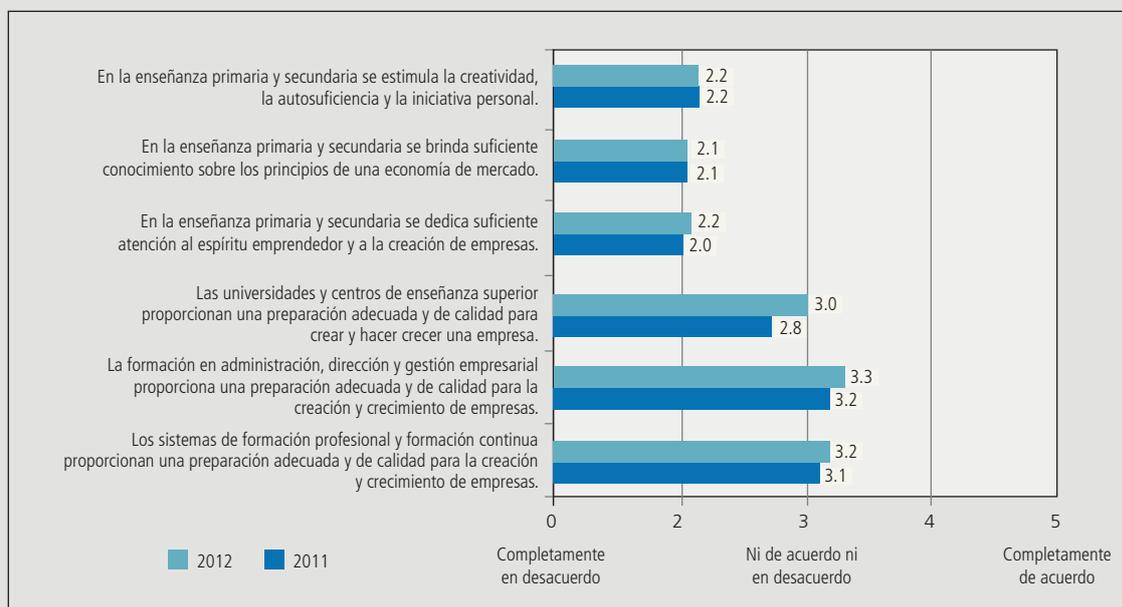
El gráfico 52 muestra la valoración de los expertos en los países GEM respecto de la educación emprendedora en el nivel básico. A pesar de que los expertos perciben una valoración desfavorable (menor a 3) en todos los países, aquellos con economías basadas en eficiencia son los que más

Gráfico 50. Evolución de la opinión de los expertos sobre educación y capacitación emprendedoras, GEM Perú 2006-2012



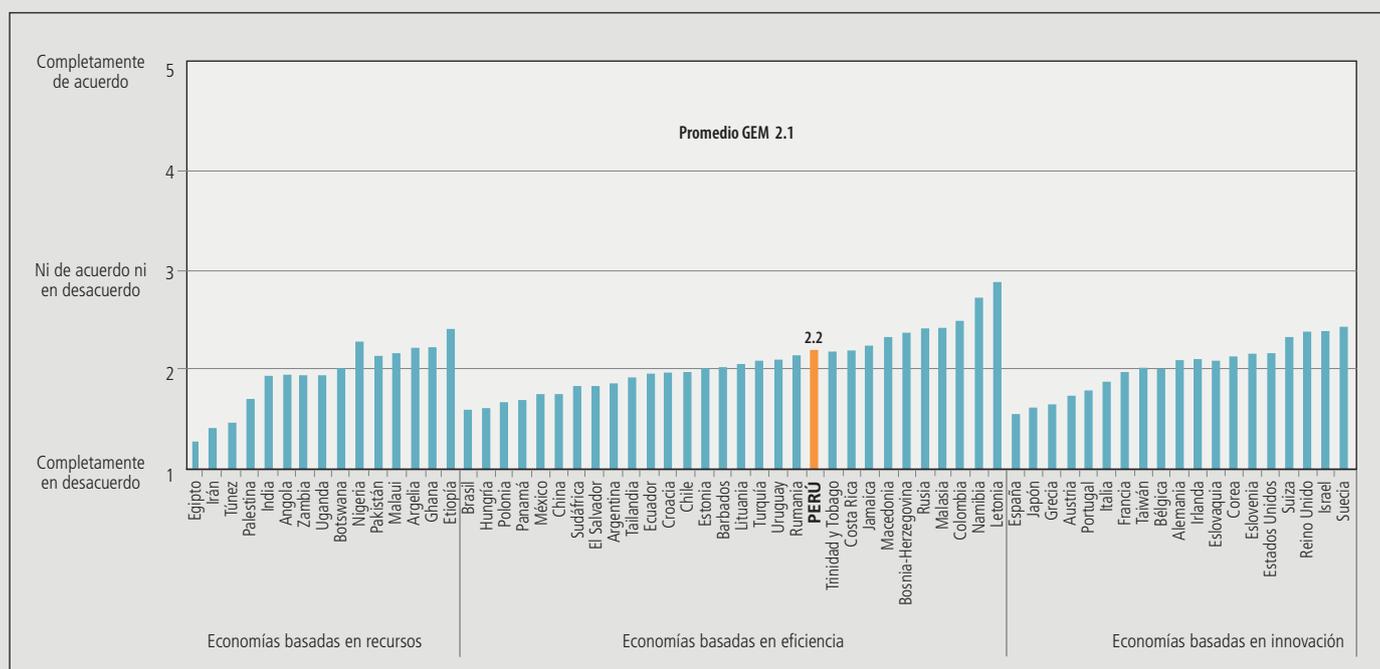
Fuente: GEM Perú 2006–2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 51. Opinión de los expertos sobre educación emprendedora, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 52. Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en los niveles primario y secundario, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

han mejorado la valoración. Entre los países con economías basadas en recursos, destaca Etiopía con la mayor valoración de los expertos y entre los países con economías basadas en eficiencia, Leto-

nia se mantiene como el país mejor calificado. Por otro lado, Suecia, Israel y el Reino Unido son los que obtienen la mayor valoración entre los países con economías basadas en innovación, aunque

todos han disminuido en su calificación con respecto al año pasado.

Por su parte, el gráfico 53 compara la valoración de los expertos en los países GEM respecto de la educación emprendedora postsecundaria. En general, las calificaciones son mayores que las correspondientes a la educación básica y son varios países los que exhiben calificaciones favorables, entre los cuales se encuentra el Perú. Así, las mejores valoraciones entre los países con economías basadas en recursos son para Argelia y Malawi; entre las economías basadas en eficiencia, para Letonia, Colombia, Perú, Uruguay, Argentina, Namibia y Ecuador; y, por último, entre los países con economías basadas en innovación, para los Países Bajos, Suiza, Israel, Francia, Singapur y Austria.

4.3.5. Grado de transferencia de I+D

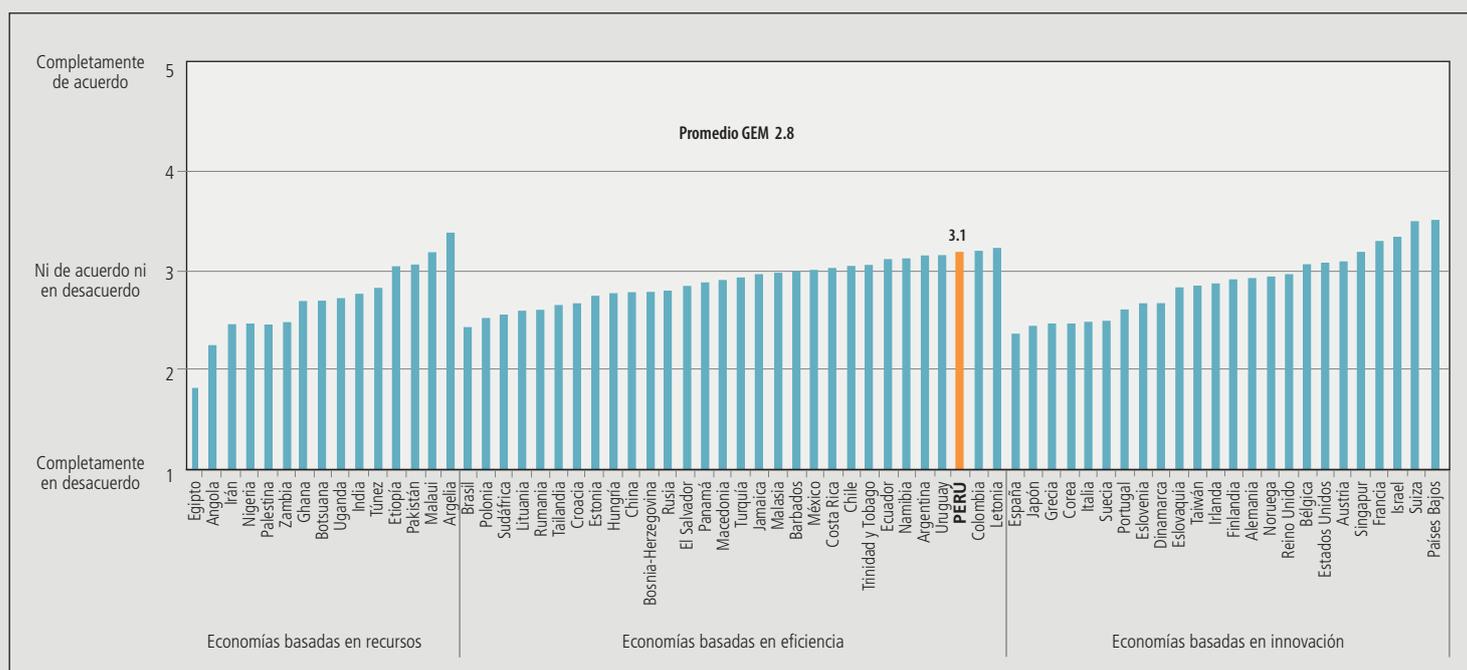
La innovación está estrechamente vinculada al emprendimiento (Zhao, 2005; Hindle, 2009) y, en efecto, las políticas y el entorno institucional son importantes determinantes del emprendimiento innovador (Naudé, Szirmai & Goedhuys, 2011).

El gráfico 54 muestra que la calificación de esta EFC ha mostrado una evolución muy lenta y se encuentra en un nivel bastante desfavorable para el desarrollo del ecosistema emprendedor. En este sentido, aun los niveles de investigación son los más débiles de la región y, por otro lado, para los expertos, la producción en ciencia, tecnología y patentes sigue siendo muy baja.

Por un lado, los expertos manifiestan que los centros de formación superior se enfocan, en su mayoría, en la enseñanza de conocimientos básicos. Sin embargo, muestran deficiencias para estimular la creación de nueva tecnología en los jóvenes y transferir la información, los medios y los recursos necesarios para generar innovación en las empresas nuevas y en crecimiento.

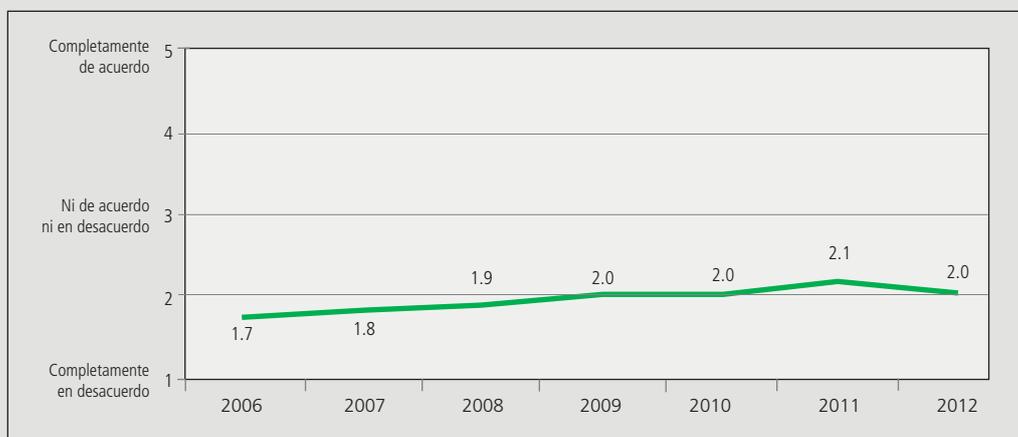
Por otro lado, dadas las dificultades de escala, sigue siendo complicado para las empresas nuevas acceder a tecnología e innovación. Ante ello, una de sus principales estrategias de acercamiento es la generación de vínculos entre ellas o con las grandes empresas. Aun la participación en programas conjuntos públicos y privados de innovación

Gráfico 53. Valoración de los expertos sobre educación emprendedora postsecundaria, GEM 2012



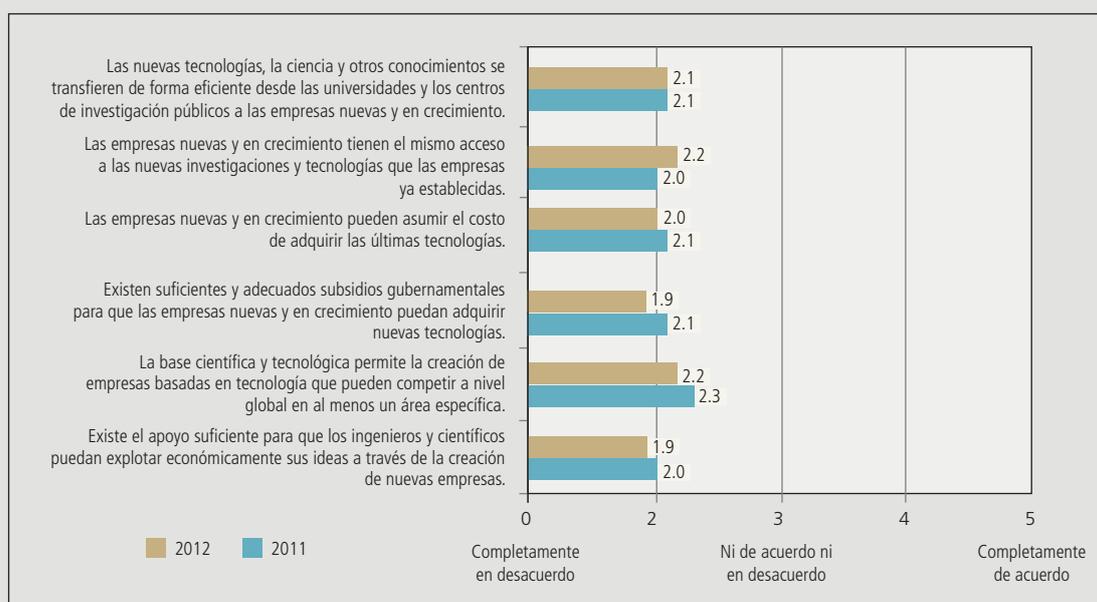
Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 54. Evolución de la opinión de los expertos sobre transferencia de I+D, GEM Perú 2006-2012



Fuente: GEM Perú 2006–2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 55. Opinión de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM Perú 2012



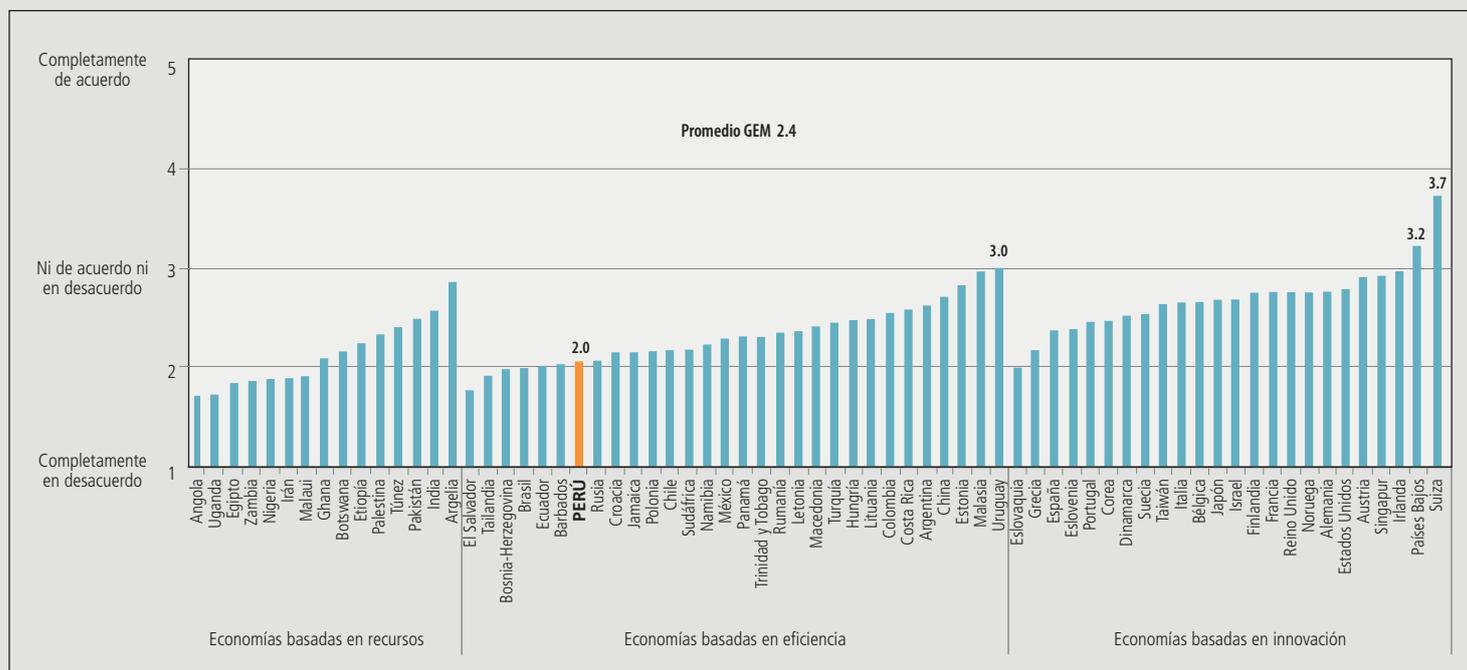
Fuente: GEM Perú 2011, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

es muy limitada, principalmente por la escasez de proyectos bien elaborados y las dificultades burocráticas.

El gráfico 56 muestra que la valoración de los expertos en relación con el grado de transferencia tecnológica e investigación y desarrollo, en promedio, es mayor cuanto mayor es el nivel de

desarrollo económico. En las economías basadas en eficiencia destaca Uruguay, que ha mostrado un crecimiento sostenido en este tema y tiene la mejor calificación: llega al nivel 3. Para los países con economías basadas en innovación, Suiza y los Países Bajos se constituyen en/ son los únicos países en la serie GEM cuyos expertos han valorado favorablemente el estado de esta EFC.

Gráfico 56. Valoración de los expertos sobre el grado de transferencia tecnológica e I+D, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

En el Perú, la valoración de los expertos aún se encuentra por debajo del promedio de la serie GEM e incluso por debajo de varios países cuyas economías tienen menor desarrollo. Esto lleva a la necesidad de que las instituciones públicas estimulen el incremento de la productividad de las empresas, tanto a partir de la introducción de cambios y modernizaciones directas en las empresas más dinámicas, mediante instrumentos indirectos que incentivan la creación de redes o desarrollo territorial, inducen en las empresas menos dinámicas la introducción de nuevas tecnologías, intercambio de información y sobre todo la transferencia de conocimientos desde el sector académico.

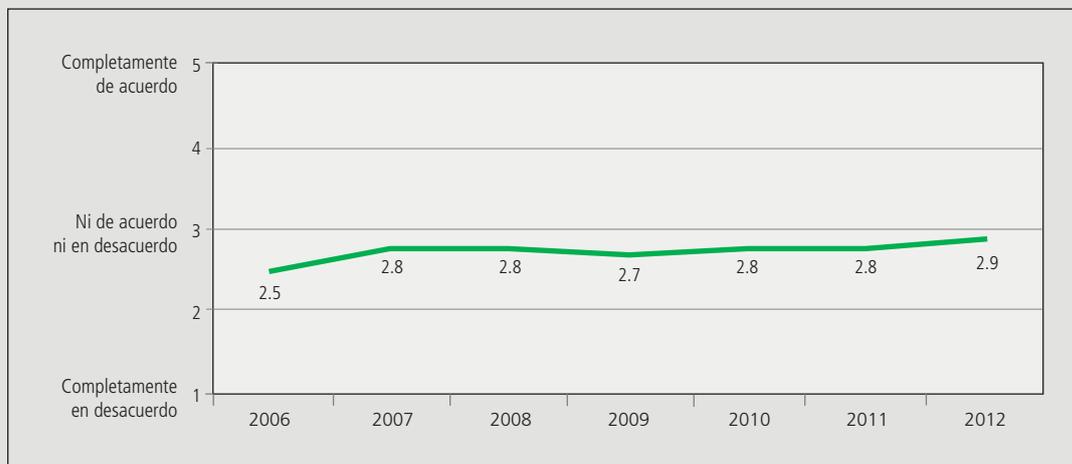
4.3.6. Acceso a infraestructura profesional y comercial

El gráfico 57 evidencia una leve mejora durante el periodo 2006-2012 en la valoración de la infraestructura profesional y comercial para los emprendedores, con un puntaje muy cercano a la línea de

indiferencia. Esto es un reflejo de la necesidad de contar con mecanismos que permitan la creación de empresas que den servicios de soporte a otras empresas en desarrollo. En aquellos sectores con mayor crecimiento de iniciativas empresariales de alto impacto, como gastronomía y tecnología, la falta de servicios empresariales y recursos profesionales especializados con buenos estándares de calidad terminan convirtiéndose en un factor limitante para su crecimiento.

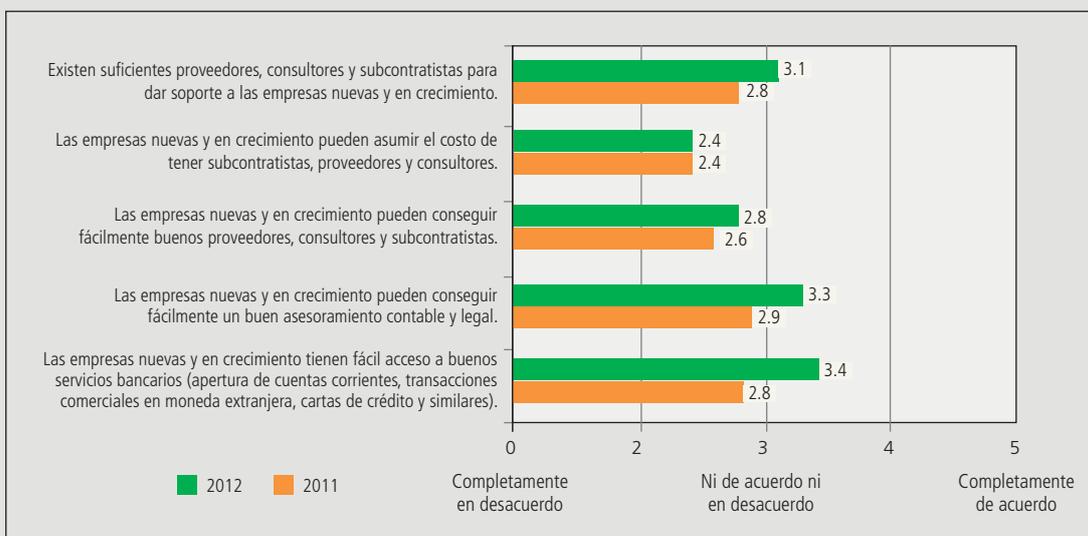
Según muestra el gráfico 58, los expertos han asignado una mejor valoración a la mayoría de las variables respecto del año anterior, con excepción de la variable que se refiere a que las empresas nuevas cuenten con subcontratistas, proveedores y consultores a un costo accesible. Para los expertos, este continúa siendo alto para una empresa que recién inicia operaciones. Sin embargo, ellos también opinan que la calidad de la oferta de servicios empresariales ha mejorado, sobre todo en los niveles de banca, contabilidad y asesoría legal.

Gráfico 57. Evolución de la opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura profesional y comercial, GEM Perú 2006-2012



Fuente: GEM Perú 2006–2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 58. Opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura profesional y comercial, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Este avance en la valoración de la infraestructura comercial y profesional ha permitido que el Perú se sitúe en una mejor posición con relación al año anterior. Aunque su puntuación todavía se ubica dentro del rango desfavorable y por debajo del promedio, cabe destacar que es el país que ha mostrado el mayor avance en esta EFC dentro de toda la serie GEM.

4.3.7. Apertura del mercado interno

La valoración de la apertura del mercado interno está supeditada a los resultados de dos categorías:

- El dinamismo del mercado interno; es decir, qué tan rápido suceden los cambios con referencia a la creación y cierre de empresas, así

como a las fusiones y adquisiciones que se dan dentro de él.

- Las barreras de entrada a las nuevas empresas, tanto por parte de las empresas establecidas como por la legislación vigente.

Como puede observarse en el gráfico 60, la valoración de los expertos en ambas categorías prácticamente tiene una evolución estacionaria, manteniéndose en el rango negativo. Quizá en los últimos años se observe un mayor crecimiento y dinamismo en algunos sectores económicos, pero, en general, los expertos coinciden en que este fenómeno no es una generalidad en el sector empresarial o, en todo caso, los cambios no son tan frecuentes.

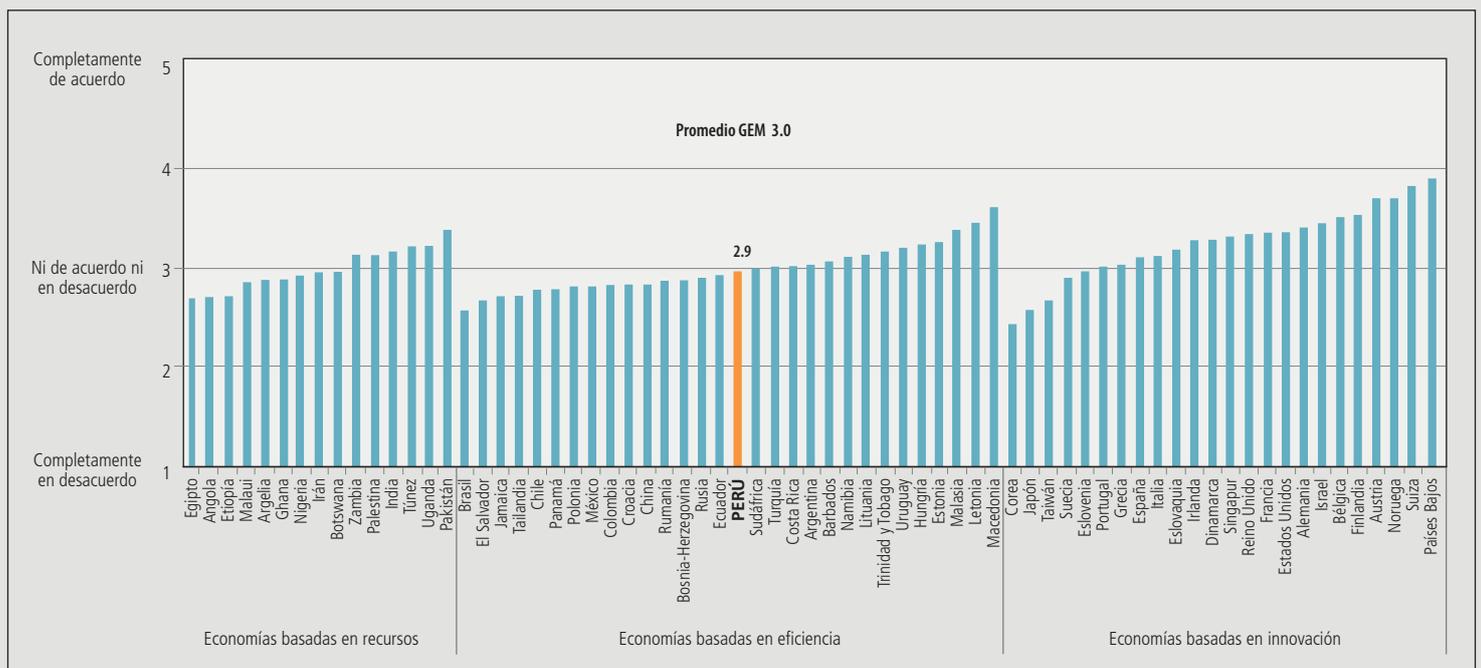
El gráfico 61 muestra las valoraciones de las variables consideradas en esta EFC. Respecto del dinamismo del mercado interno, los expertos opinan que siendo este poco dinámico, la situación se ha mantenido sin cambios para el mercado de bienes

pero ha empeorado en el caso del mercado de servicios empresariales con relación al año 2011.

Según los expertos, para las empresas nuevas y en crecimiento, ingresar a un nuevo mercado se ha vuelto más accesible en términos de costo y mecanismo de entrada. A la vez, las empresas establecidas cada vez reaccionan más rápido con el fin de bloquear a estas nuevas empresas, muchas veces en forma desleal, a pesar de una leve mejora en sus apreciaciones en cuanto al cumplimiento de las leyes que evitan la formación de mercados monopólicos.

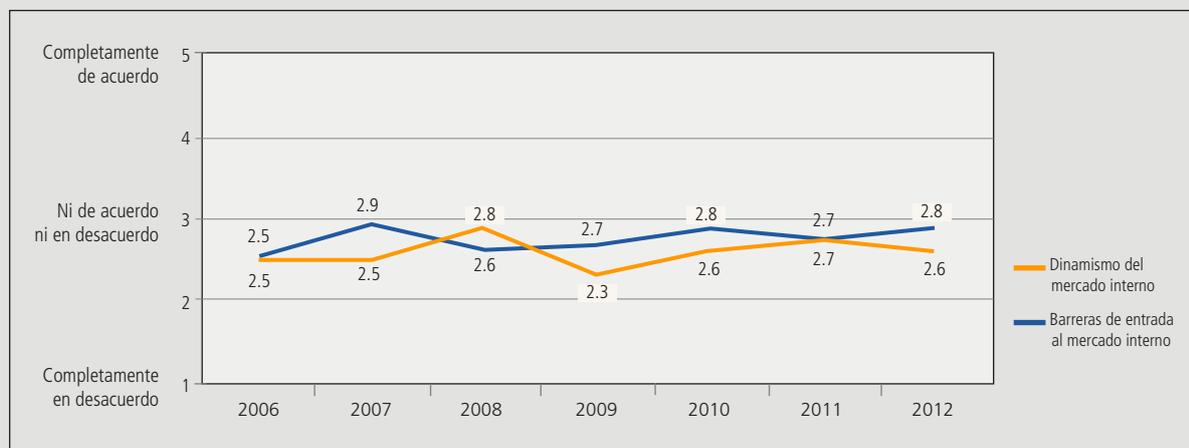
El gráfico 62 muestra la valoración de los expertos respecto del dinamismo del mercado en cada país de la serie GEM. Los países con economías basadas en recursos muestran mayor dinamismo de mercado que los otros dos grupos de países, lo que es coherente con la existencia de un mayor nivel de creación de empresas y de discontinuaciones. Con la excepción de Angola, todos los países de este grupo tienen calificaciones positivas.

Gráfico 59. Valoración de los expertos sobre el acceso a infraestructura profesional y comercial, GEM 2012



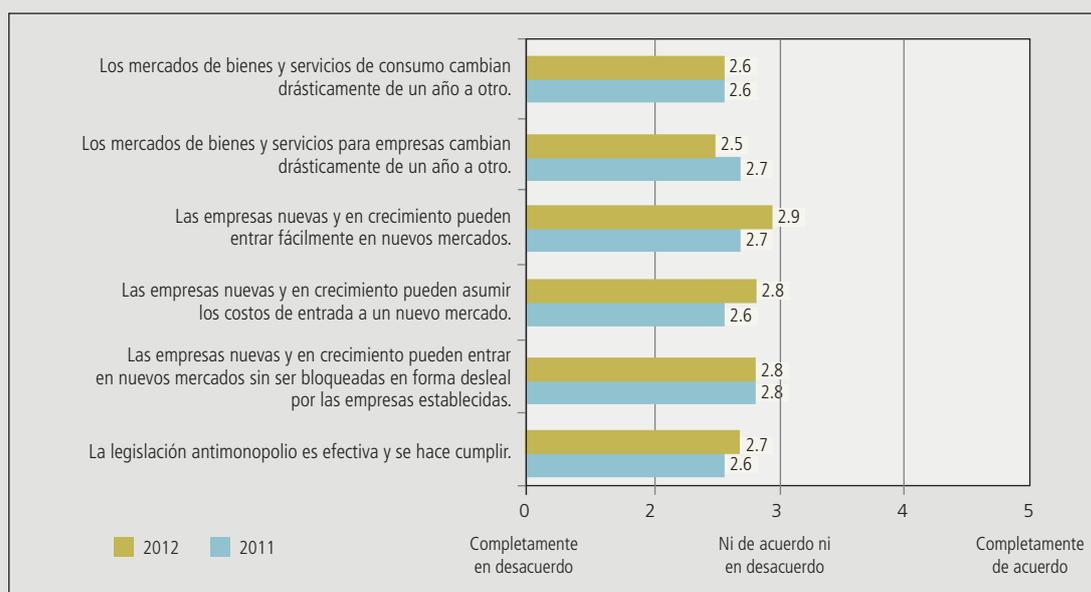
Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 60. Evolución de la opinión de los expertos sobre la apertura del mercado interno, GEM Perú 2006-2012



Fuente: GEM Perú 2006-2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 61. Opinión de los expertos sobre la apertura del mercado interno, GEM Perú 2012



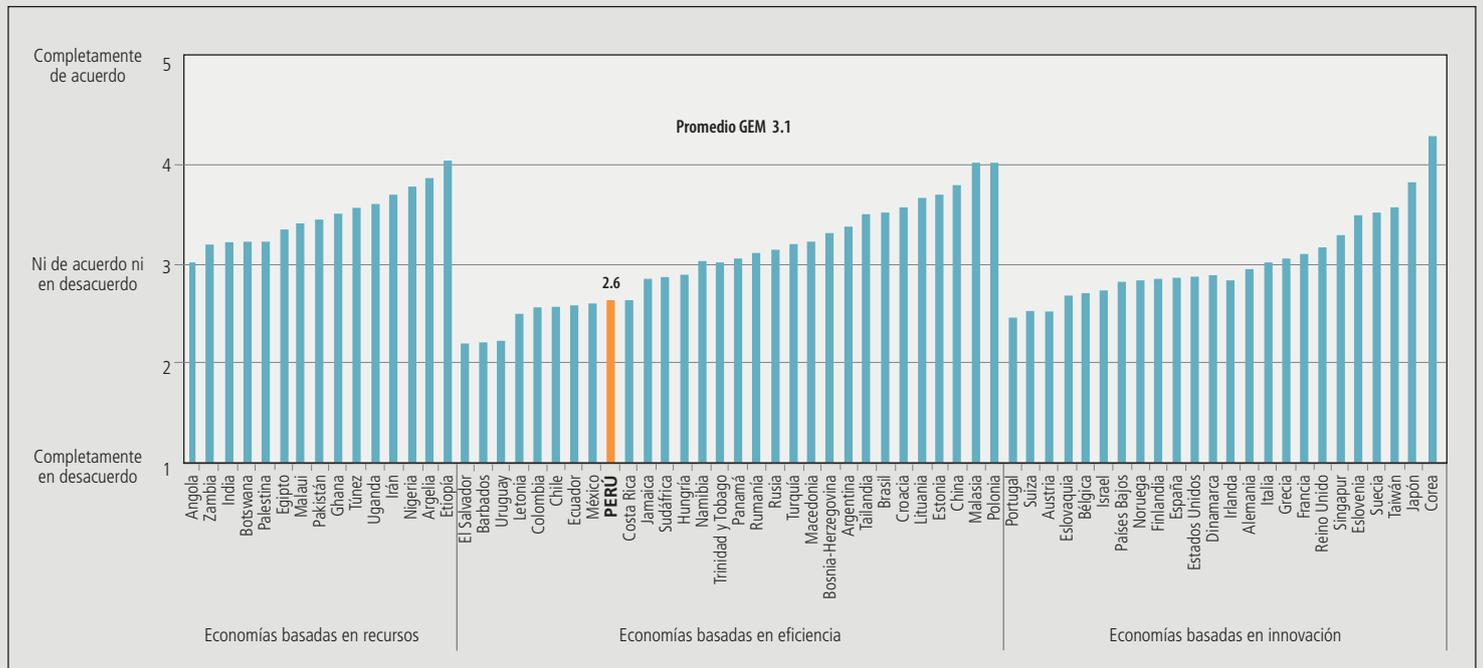
Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Entre los países con economías basadas en eficiencia, los países asiáticos tienden a tener mercados más dinámicos que los países de Europa y estos últimos, más que los países de Latinoamérica. En los países con economías basadas en innovación, Corea recibe la mejor puntuación y es el único país en sobrepasar el valor de 4 (con 4.2), el más alto de la serie GEM, mientras que Portugal obtiene la menor calificación de su grupo (con 2.4).

El gráfico 63 muestra que, en promedio, los países con economías basadas en innovación tienen una mayor apertura del mercado interno. Esto es más evidente en los países de Europa Occidental, donde el comercio internacional entre los países cercanos es una parte importante de sus economías.

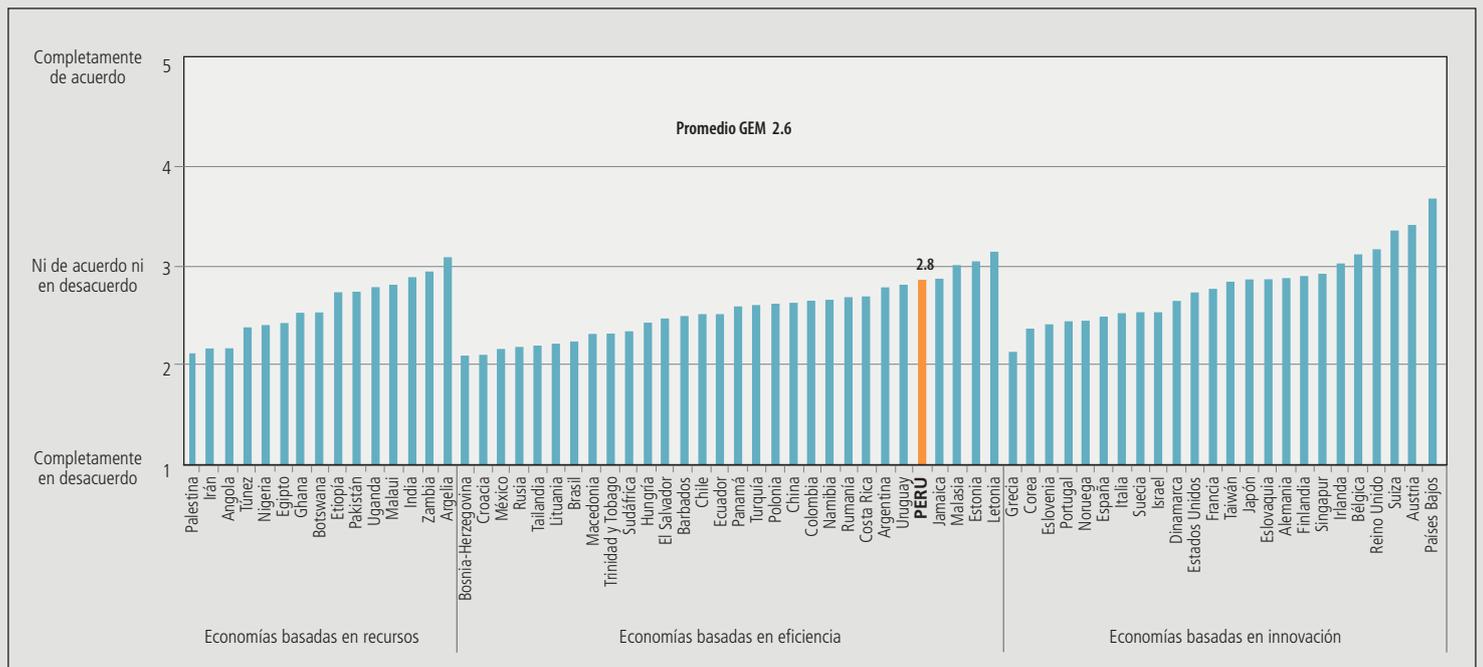
Entre los países con economías basadas en eficiencia, el Perú se ubica en el quinto lugar y es

Gráfico 62. Valoración de los expertos sobre el dinamismo del mercado interno, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 63. Valoración de los expertos sobre las barreras de entrada al mercado interno, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

uno de los países de Latinoamérica con mayor apertura comercial. Como consecuencia de una firme política de apertura, al menos, el 90% del intercambio comercial peruano se realiza con países con los que se ha establecido o se negocian acuerdos comerciales; entre ellos, los tratados de libre comercio con los Estados Unidos, China y la Unión Europea (Brandes, 2010).

4.3.8. Acceso a la infraestructura física

La importancia de la infraestructura para el desarrollo nacional es indiscutible. El aumento de la inversión en infraestructura en un país favorece la incorporación de nuevos sectores productivos (Vasquez & Bendezú, 2008), lo que incrementa la productividad y, en consecuencia, contribuye con la sostenibilidad del crecimiento económico. Por tal motivo, preocupa que, a pesar del crecimiento económico que tiene el país en los últimos años y de ser la única EFC que muestra una valoración positiva por los expertos, esta no se haya incrementado en los últimos años (gráfico 64).

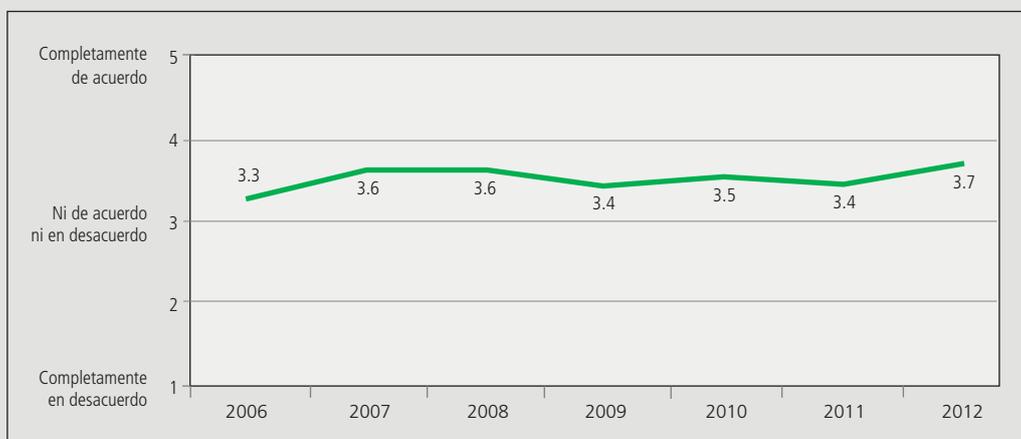
En el gráfico 65 se puede observar que, para el año 2012, los expertos han calificado de manera positiva a la mayoría de las variables; es más, dos de ellas pasan la barrera del nivel 4. Sin embargo,

ellos perciben que la infraestructura física aún no se convierte en un soporte adecuado para las empresas nuevas y en crecimiento, y mantiene la misma calificación del año pasado (con un 2.8).

Al parecer, la brecha en infraestructura en el ámbito nacional es mayor en transporte y energía (IPE, 2009); mientras que, en opinión de los expertos, la brecha en telecomunicaciones y servicios básicos es menor. La brecha en transporte es de suma importancia para el desarrollo del emprendimiento, pues contribuye a la integración territorial y al desarrollo de las actividades productivas, al facilitar el traslado de personas y el intercambio de bienes y servicios, y reducir así los costos que conducen al mejoramiento de la competitividad del país (Ceplan, 2011).

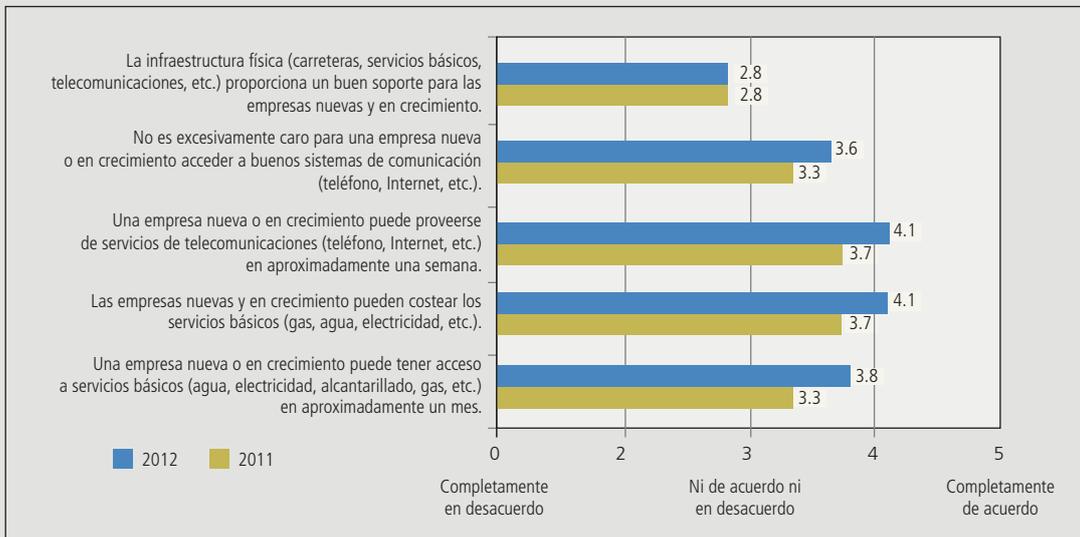
El desarrollo de la infraestructura en el Perú es aún deficiente en comparación con otros países (gráfico 66). Una región con infraestructura deficiente o con ausencia de esta se torna menos atractiva para la inversión, haciéndola menos competitiva. Por ese motivo, son los países con economías basadas en innovación los que ostentan una calificación más alta: Suiza (4.7), los Países Bajos (4.6) y Singapur (4.4).

Gráfico 64. Evolución de la opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura física, GEM Perú 2006-2012



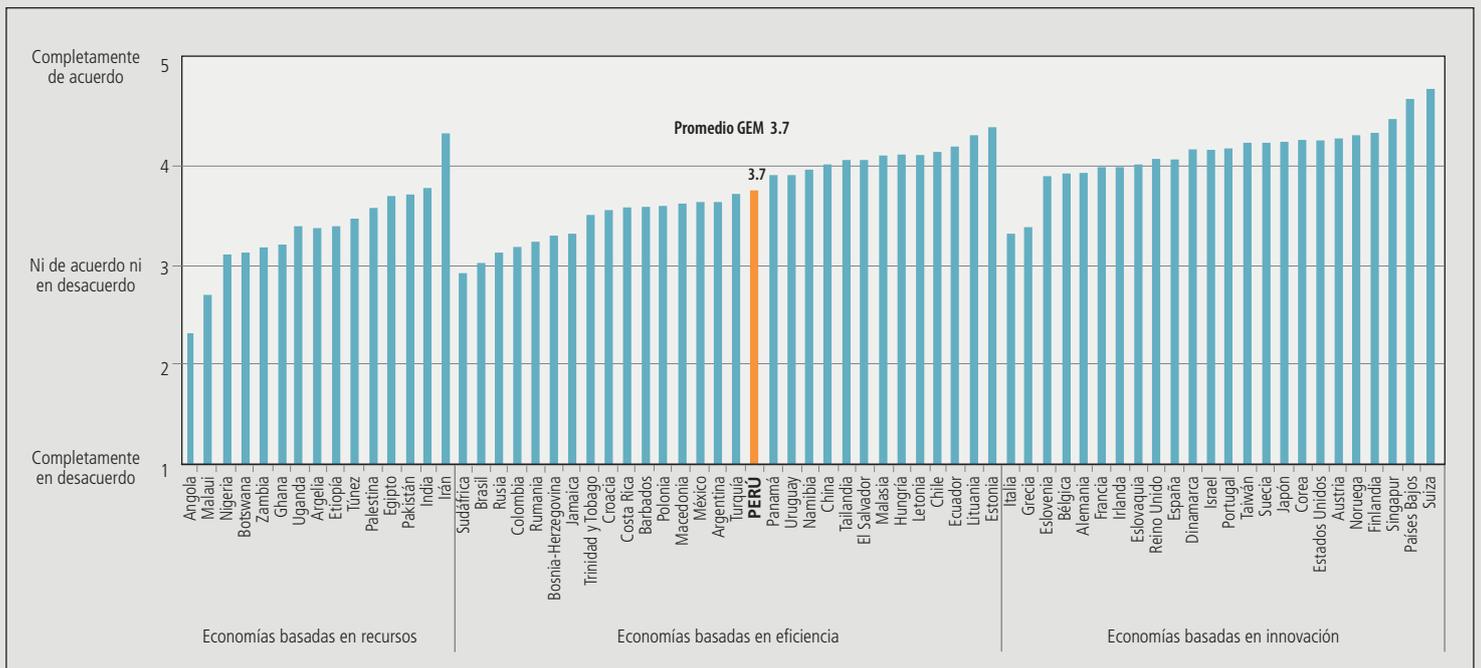
Fuente: GEM Perú 2006-2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 65. Opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura física, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 66. Valoración de los expertos sobre el acceso a la infraestructura física, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Por otro lado, en el grupo de países basados en recursos, que en promedio tienen menor nivel de infraestructura en la serie GEM, destacan Irán (4.3) y los países del continente asiático y África del Norte sobre los países de África subsahariana.

Entre los países con economías basadas en eficiencia, el Perú se mantiene en una posición intermedia; mientras que otros países de la región, como Ecuador y Chile, destacan con calificaciones mayor de 4 (4.2 y 4.1, respectivamente).

4.3.9. Normas sociales y culturales, y apoyo al emprendedor

La toma de decisiones está condicionada por los esquemas mentales, los que varían en los diferentes grupos sociales. Por ello, el contexto cultural tiene una gran influencia en la decisión de emprender de las personas. Si una sociedad percibe favorablemente el hecho de emprender y fomenta entre su población aspectos individuales relacionados con el emprendimiento, como la actitud proactiva, la motivación al logro y la creatividad (Morris *et al.*, 1994; Lee *et al.* 2004), es muy probable que los emprendimientos sean de naturaleza innovadora.

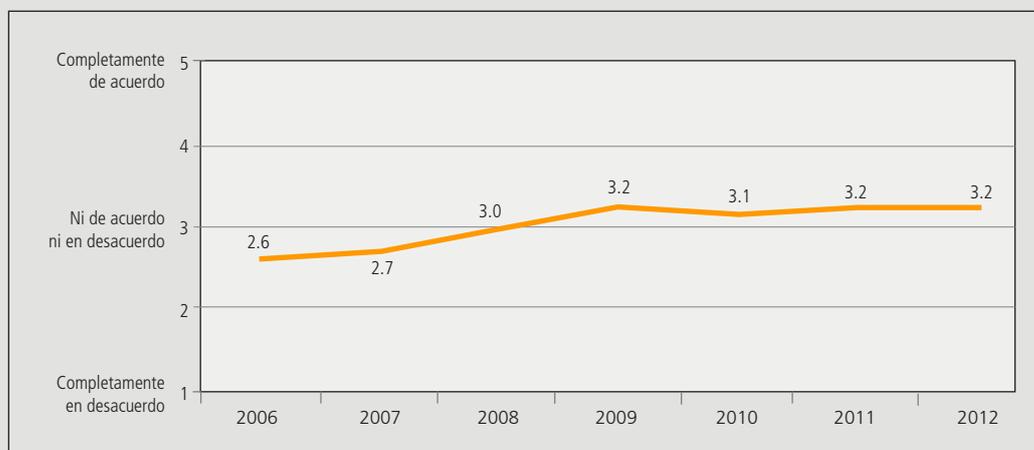
En los últimos seis años, el Perú ha mejorado su calificación para esta EFC (gráfico 67), pasó del rango negativo al positivo, aunque se evidencia cierto estancamiento en los últimos cuatro años. Es decir, para los expertos, no hay cambios notables en la forma en que la sociedad peruana percibe el emprendimiento. Ciertamente es que en la actualidad existen más oportunidades de empleo, pero también la coyuntura ha permitido más oportunidades de negocio, desde que la población tiene un mejor poder adquisitivo y las empresas más necesidades de servicios. Por eso

es urgente promover la creación de iniciativas emprendedoras desde el Estado y las entidades ligadas a la educación, pues es desde la infancia donde los componentes culturales de la sociedad se empiezan a establecer.

El gráfico 68 muestra que el componente mejor calificado para esta EFC se relaciona con el hecho de que las normas sociales valoran los éxitos individuales conseguidos a partir del empeño y el esfuerzo personal. Además, a diferencia de otros años, todos los aspectos evaluados por los expertos merecen una calificación de 3 a más, lo que implica que para ellos, el énfasis puesto por la sociedad en los aspectos individuales —como autosuficiencia, autonomía, iniciativa personal, la creatividad y la innovación, así como la toma de riesgos— está evolucionando favorablemente.

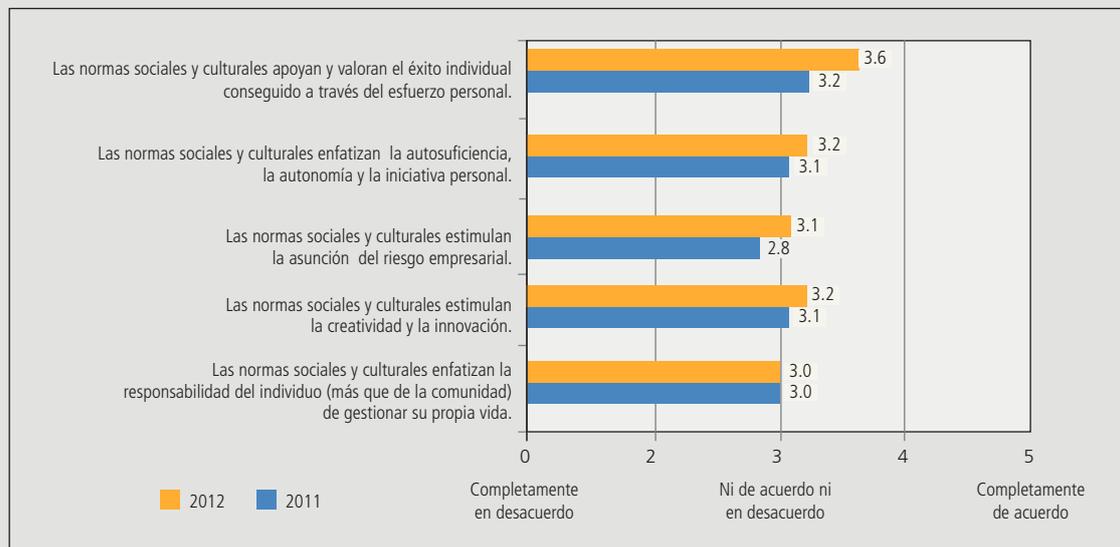
En cuanto a la serie GEM (gráfico 69), cabe destacar que las más altas calificaciones corresponden a Israel (4.3) y los Estados Unidos (4.1), entre los países basados en innovación; a Jamaica (3.8), entre los países basados en eficiencia y a Uganda (3.5), entre los países basados en recursos. Por su parte, el Perú se encuentra por encima del promedio mundial, es el quinto país de su grupo y el segundo país latinoamericano con mayor valoración.

Gráfico 67. Evolución de la opinión de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM Perú 2006-2012



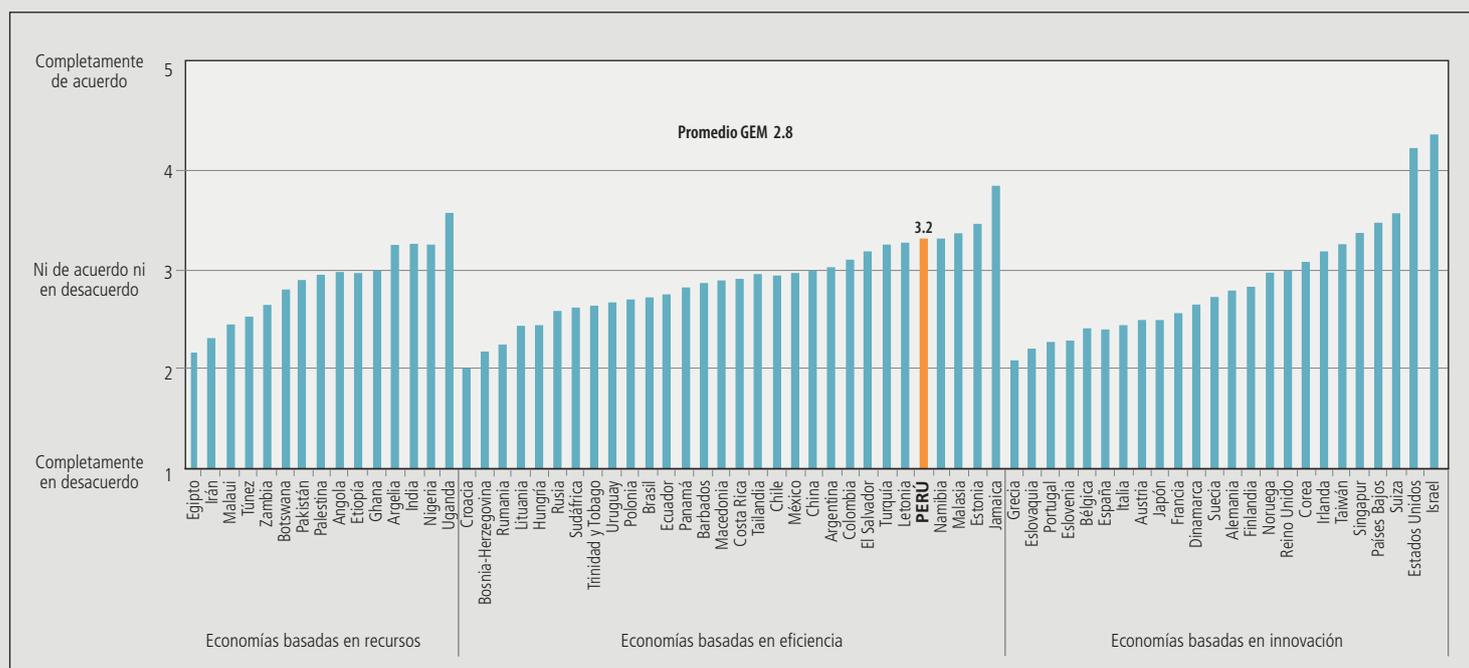
Fuente: GEM Perú 2006-2011, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 68. Opinión de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 69. Valoración de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM 2012



Fuente: GEM 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

4.4. Condiciones específicas del entorno que apoyan la actividad emprendedora en el Perú

De acuerdo con los expertos, el clima económico, las normas sociales y culturales, y el soporte financiero para los emprendedores fueron los principales aspectos que estimularon la actividad emprendedora en el Perú en el año 2012 (gráfico 70). Llama la atención la caída en el porcentaje de la EFC relacionada con la transferencia de tecnología: en el 2011 este fue de 28% y en el 2012, de 0%; es decir, ningún experto la mencionó.

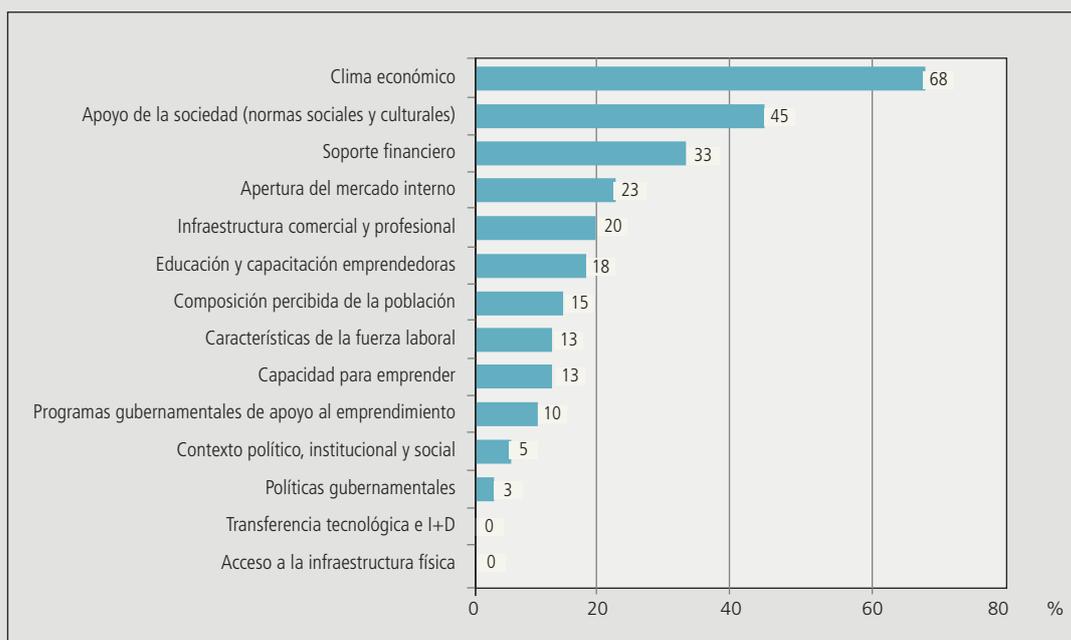
En el gráfico 71 se puede observar la evolución de las tres primeras EFC que estimulan la actividad emprendedora en el Perú, las que han tenido una evolución favorable, sobre todo en el caso del acceso financiero por parte de los emprendedores. Sin embargo, para los expertos, la EFC mejora gracias al componente de mayor disponibilidad de recursos propios de los emprendedores y no tanto por el mayor acceso a financiamiento externo. A

pesar de ello, los expertos reconocen que gracias a la intervención de los agentes multilaterales (BID, CAF, etcétera) se están estableciendo y fortaleciendo las bases para el financiamiento por parte de los inversionistas ángeles o de capital de riesgo. Aunque su accionar es muy limitado, la presencia de estos mecanismos de financiamiento proporciona una perspectiva más favorable para el entorno emprendedor, toda vez que sus experiencias puedan tener réplicas para el surgimiento de un sistema de financiamiento desde la banca de desarrollo estatal.

Destaca también la mención del clima económico como principal estímulo para emprender. El crecimiento de la economía, también evidente en las provincias, traducido en un mejor poder adquisitivo de la población, brinda oportunidades para los emprendedores.

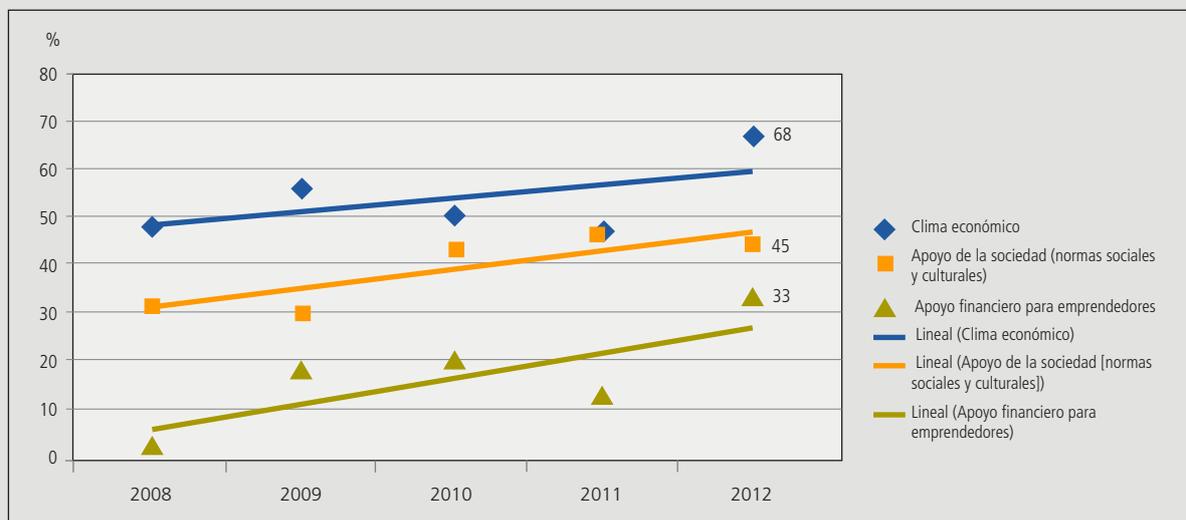
Como en otros años, la presencia de la EFC referida al soporte social que reciben los emprendedores se mantiene como uno de los principales estímulos

Gráfico 70. Porcentaje de los expertos que opinaron acerca de las EFC que apoyan la actividad emprendedora, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a los Expertos Nacionales (NES).

Gráfico 71. Evolución del porcentaje de los expertos que opinaron acerca de las tres principales EFC que apoyan la actividad emprendedora, GEM Perú 2008-2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

para emprender, lo cual es consecuente con la presencia de cada vez más casos de figuras públicas exitosas gracias a sus emprendimientos. Esto también genera mayor aceptación del emprendimiento como carrera, lo que ya ocurre en sectores económicos como la gastronomía y la moda.

4.5. Condiciones específicas del entorno que limitan la actividad emprendedora en el Perú

Desde el año 2008, las tres principales condiciones del ecosistema emprendedor que obstaculizan la creación de nuevos negocios siguen siendo las mismas: las políticas gubernamentales, la educación y la capacitación, y el soporte financiero (gráfico 72).

Para los expertos, el interés por la creación de nuevos negocios como estrategia de sostenibilidad e innovación empresarial sigue siendo escaso y no prioritario entre los formuladores de política. Esto es cierto también en el plano del Gobierno local, donde la burocracia es predominante y los funcionarios no tienen mucho interés en los emprendedores en la mayoría de los casos.

Por otro lado, los expertos siguen reclamando que la calidad educativa, sobre todo en la educación básica regular, no facilita la comprensión de términos ni la lógica de una economía de mercado. Como resultado, el modelo educativo actual no proporciona los elementos básicos para que el potencial pueda detectar oportunidades de negocio y, aun más, implementar una propuesta empresarial.

Más adelante, en la educación superior, la mayoría de los emprendedores carece de conocimientos básicos de mercadeo y finanzas, con lo que a pesar de tener una propuesta técnica concreta, esta no es viable ni sostenible. A ello debe mencionarse la proliferación de universidades e institutos superiores de deficiente calidad educativa. Además, la disponibilidad de fondos para la creación de negocios sigue siendo una necesidad.

A pesar de que estas EFC limitantes para la actividad emprendedora siempre son las más mencionadas, han mostrado una evolución decreciente. Esto sucede, sobre todo, en el caso de las políticas gubernamentales. De hecho, los expertos notan un esfuerzo de parte del Gobierno por atender

Gráfico 72. Opiniones de los expertos acerca de las EFC que limitan la actividad emprendedora, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

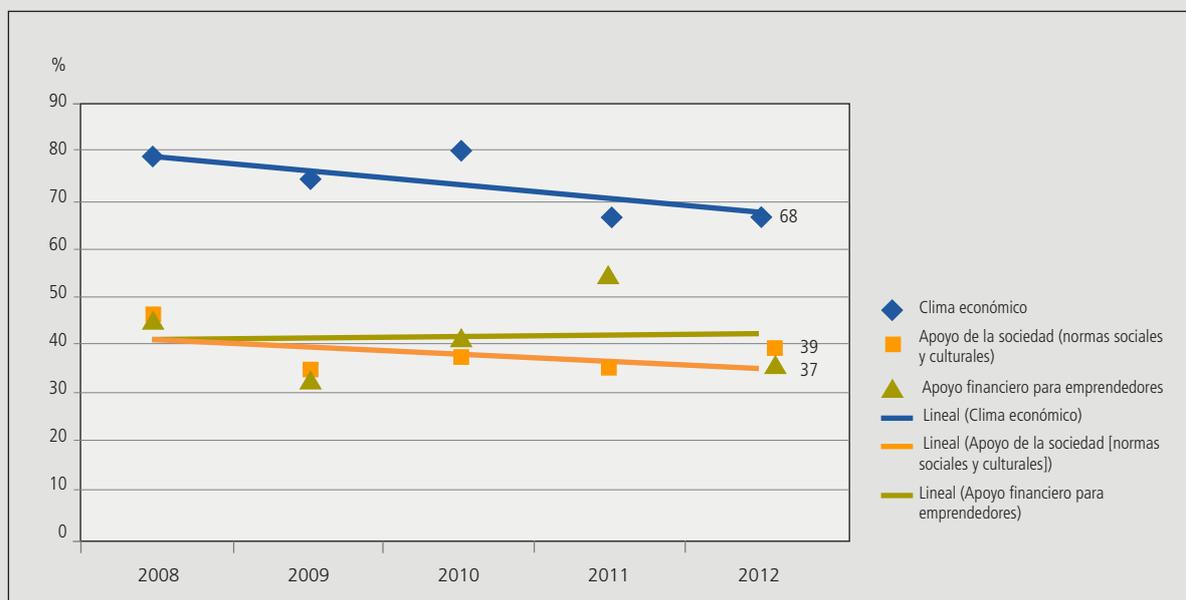
a los emprendedores, aunque todavía no hay un reconocimiento pleno de su importancia económica y social. Por otro lado, los expertos reconocen que la formalización tributaria aún se percibe como engorrosa y cara, lo que desanima a

los potenciales emprendedores o los orienta hacia emprendimientos informales.

La evolución de la educación también ha sido decreciente. Si bien son cada vez más las entidades



Gráfico 73. Evolución del porcentaje de expertos que opinaron acerca de las tres principales EFC que limitan la actividad emprendedora, GEM Perú 2008-2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

educativas que están incorporando el elemento productivo y emprendedor en sus contenidos metodológicos, continúa como limitante del emprendimiento, pues aún no hay incorporación explícita del emprendimiento en el contenido curricular oficial ni, mucho menos, es de interés general en las escuelas.

Asimismo, destaca la prácticamente nula evolución de la EFC referida al soporte financiero para emprendedores. Aunque el aumento del poder adquisitivo genera excedentes que se invierten en nuevos negocios, los expertos perciben que todavía no existe un mecanismo formal y masivo que brinde financiamiento externo sin costos excesivos.

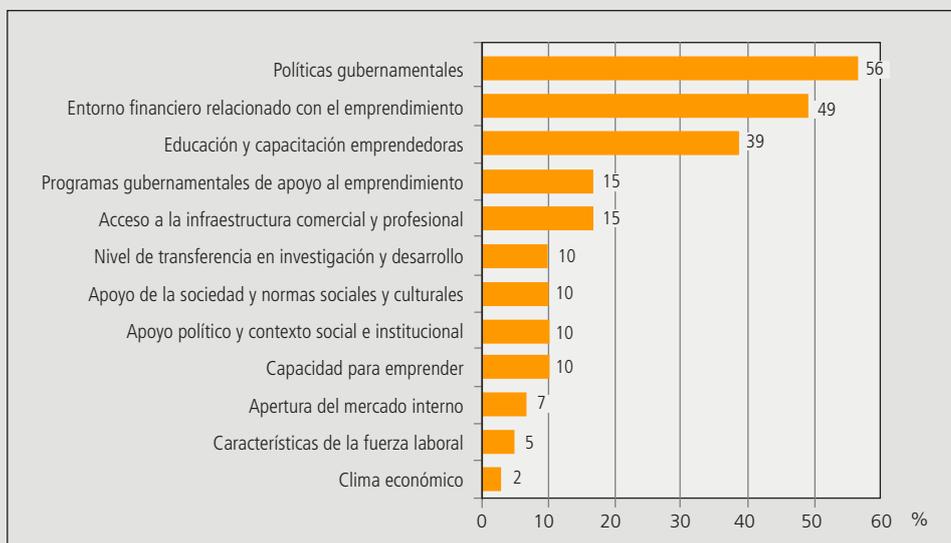
4.6. Recomendaciones de los expertos acerca de las medidas necesarias para promover la actividad emprendedora en el Perú

El gráfico 74 muestra el porcentaje de expertos que recomiendan mejoras en cada EFC y categoría de estudio. Al igual que en los años anteriores, la

primera EFC, con un 56% en el 2012, que la mayoría de expertos recomienda es orientar las mejoras a las políticas gubernamentales. En segundo lugar, con un 49%, recomiendan mejoras en el entorno financiero relacionado con el emprendimiento. Por último, el 39% de ellos sugirió cambios en la educación y capacitación emprendedoras.

Desde el punto de vista de los expertos, el Estado desempeña un rol clave en materia de emprendimiento, toda vez que tiene el poder de gestar las relaciones estratégicas necesarias para involucrar a los actores principales de la economía y para difundir en la población el espíritu empresarial como una ventana de desarrollo para el país. También, proponen una política transversal y agresiva de emprendimiento e innovación que involucre un mayor presupuesto de fomento a la ciencia y tecnología que, a largo plazo, pueda mantener el crecimiento económico. Hace falta una política de fomento a la actividad privada, que debe ser difundido como apoyo a los emprendedores y no sea percibido solo como beneficios para las grandes empresas. De la misma manera, debe

Gráfico 74. Recomendaciones de los expertos acerca de medidas necesarias para fomentar la actividad emprendedora, GEM Perú 2012



Fuente: GEM Perú 2012, Encuesta a Expertos Nacionales (NES).

diferenciarse el apoyo para los emprendimientos de alto crecimiento del que se brinda a los microemprendimientos, de modo que ninguno de estos sectores sea desatendido. Sea cual sea la política de fomento al emprendimiento, los expertos coinciden en que la actuación de las entidades públicas en materia de emprendimiento e innovación debe ser de conocimiento público y no solo quedar entre los mismos organismos de política. Por otro lado, los expertos recomiendan seguir trabajando en la simplificación de trámites para la creación de empresas nuevas, sobre todo los relacionados con las licencias municipales y los permisos sectoriales; como, por ejemplo, los sanitarios. De manera paralela, proponen revisar el sistema impositivo para las nuevas empresas, que incentive no solamente su creación sino también su crecimiento y que, a su vez, sea más fácil de declarar y pagar.

Asimismo, ellos sugieren que se deben aprovechar las experiencias exitosas de políticas públicas de fomento de otros sectores, como es el caso de las exportaciones, la imagen país, etcétera.

En el aspecto financiero, se debe estimular y crear mecanismos para que las pequeñas y medianas empresas puedan acceder a financiamiento por medio de ofertas públicas, fondos de garantías, inversionistas ángeles, capital de riesgo, entre otras. Algunos expertos mencionan que el Estado, incluso, debería promover fondos para cubrir los primeros pasos de emprendimiento, ya sea parcialmente o a fondo perdido. En este sentido, deberían existir, por lo menos, fondos de capital semilla concursables tanto para emprendimientos en general como para emprendimientos de base tecnológica. Es necesario identificar a los sectores prioritarios y otorgar los fondos condicionados al logro de objetivos concretos, de producción, empleo, valor agregado, exportación, entre otros, en un plazo determinado.

Con relación al aspecto educativo, los expertos recomiendan que los alumnos de todos los niveles educativos deben tener más exposición al empresariado y a los negocios, en lo posible, mediante la aplicación del juego de roles en las diferentes áreas de la empresa. Es necesario



también, cambiar la curricular educativa hacia el desarrollo de una cultura emprendedora, que perciba a la empresa como una forma legítima de enriquecimiento.

Asimismo, se propone que la educación técnica-productiva y superior debe complementarse con nociones de márketing y finanzas, así como brindar información articulada y filtrada sobre trámites,

gestión, mercados y tecnología disponible que permita orientar de manera eficaz a quienes tienen el propósito de iniciar un negocio. A la vez, desarrollar plataformas que, en forma similar a sus bolsas de trabajo, puedan comunicar y conectar a los emprendedores con los inversionistas. Por otro lado, reclaman la creación de parques tecnológicos en las universidades e incubadoras de negocios en los institutos.

BIBLIOGRAFÍA

- ACS, Z. (2008). Foundations of high impact entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 4(6), 535-620.
- Acs, Z. J., Amorós, J. E., Bosma, N. S. & Levie, J. (2009). From entrepreneurship to economic development: Celebrating ten years of Global Entrepreneurship Monitor. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 29(16), Article 1.
- Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Autio, E. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor: 2007 Global Report on High-Growth Entrepreneurship*. Babson Park, MA, US: Babson College and London, UK: London Business School. Recuperado de <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/269>>
- Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., Parker, G. & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
- Bosma, N. & Schutjens, V. (2011). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. *The Annals of Regional Science*, 47(3), 711-742.
- Bosma, N., Acs, Z. J., Autio, E., Coduras, A. & Levie, J. (2009). *Global Entrepreneurship Monitor: 2008 executive report*. London, UK: London Business School; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo y Babson Park, MA: Babson College.
- Bosma, N., Wennekers, S. & Amorós, E. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2011 extended report: Entrepreneurs and entrepreneurial employees across the globe*. Babson Park, MA: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; London, UK: Global Entrepreneurship Research Association.
- Brandes, E. (2010). *Perú: política de negociaciones comerciales internacionales*. Recuperado de <<http://www.urp.edu.pe/epang/portal/imagenes/ppt2.pdf>>.
- Camisón, C. (2000). Reflexiones sobre la investigación científica de la pyme. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 6(2), 13-29.
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico-Ceplan (2011). *Plan Bicentenario. El Perú hacia el 2021*, [en línea]. Lima, Perú: Ceplan. Recuperado de <<http://www.ceplan.gob.pe/documents/10157/d25c8335-f587-4171-96ea-26e650bb7726>>.
- Davidsson, P. (2004). *Researching entrepreneurship*. Nueva York: Springer.
- Dean, T. J., Brown, R. L. & Bamford, C. E. (1998). Differences in large and small firm responses to envi-

ronmental context: Strategic implications from a comparative analysis of business formations. *Strategic Management Journal*, 19(8), 709-728.

Eckhardt, J. T. & Shane, S. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349.

Fondo Multilateral de Inversiones (2008). *Guía de aprendizaje sobre emprendimientos dinámicos*. Washington, D.C.: Fondo multilateral de inversiones (Fomin), Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Gries, T. & Naude, W. (2010). Entrepreneurship and structural economic transformation. *Small Business Economics*, 34(1): 13-29.

Gnyawali, D. R. & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 43-62.

Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: A ten-year literature review, *International Small Business Journal*, 15(3), 56-79.

Hansemark, O. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research*, 4(1), 28-50.

Hatten, T. S., & Ruhland, S. K. (1995). Student attitude toward entrepreneurship as affected by participation in an SBI program. *Journal of Education for Business*, 70(4), 224-227.

Hindle, K. (2006). A measurement framework for international entrepreneurship policy research: from impossible index to malleable matrix. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3(2), 139-182.

Hindle, K. (2009). The relationship between innovation and entrepreneurship: Easy definition, hard policy. Paper published in the refereed stream of the 6th AGSE *International Entrepreneurship Research Exchange*, February 3-6, in Adelaide, South Australia, Australia. Recuperado de <<http://www.kevinhindle.com/publications/J4.2009-AGSE-Hindle-Inn-Ent-Pol.pdf>>

Instituto Peruano de Economía-IPE (2009). *El reto de la infraestructura al 2018. La brecha de inversión en infraestructura al 2008*. Estudio encargado por la Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN). Lima.

Kelley, D., Bosma, N. & Amorós, J. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010 global report*. Babson Park, MA: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo.

Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2011 global report*. Babson Park, MA: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; London, UK: Global Entrepreneurship Research Association.

Kihlstrom, R. E. & Laffont, J. J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719-749.

Kolvereid, L. & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.

Lee, S. Y., Florida, R. & Acs, Z. J. (2004). Creativity and entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. *Regional Studies*, 38(8), 879-891. Recuperado de <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/0034340042000280910>>.

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.

Morris, M., Sexton, D. & Lewis, P. (1994). Reconceptualizing entrepreneurship: An input output perspective. *SAM Advanced Management Journal*, 59(1), 21-31. Recuperado de <<http://www3.uma.pt/filipejmsousa/emp/Morris%20et%20al.%201994.pdf>>.

Naudé, W. A., Szirmai, A. & Goedhuys, M. (2011). Innovation and Entrepreneurship in Developing Countries. *UNU Policy Brief*, 1. Recuperado de <http://i.unu.edu/media/publication/000/011/875/policy_brief_11-01_web_rev.pdf>.

Porter, M., Sachs, J. & McArthur, J. (2002). Executive summary: Competitiveness and stages of economic development. En M. Porter, J. Sachs, K., Cornelius, J. McArthur & K. Schwab (Eds.), *The global competitiveness report 2001-2002* (pp. 16-25). Nueva York: Oxford University Press.

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.

Serida, J. & Morales, O. (2011). Using the theory of planned behavior to predict nascent entrepreneurship. *Academia*, 46, 55-71.

Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, socialism, and democracy*. Nueva York: Harper and Brothers.

Shane, S. & Venkatamaran, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., De Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N. & Jasper, F. (2012). *Ambitious entrepreneurship: A review of the academic literature and new directions for public policy*. The Hague: AWT.

Vásquez, A. & Bendejú, L. (2008). *Ensayos sobre el rol de la infraestructura vial en el crecimiento económico del Perú*. Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social y Banco Central de Reserva del Perú.

Veciana, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.

Villarán, F. (2012). *Educación emprendedora en la educación básica regular*. Lima: Instituto Peruano de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad de la Educación Básica (IPEBA).

Wennekers, S., Van Stel, A., Thurik, R. & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.

Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, A. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(3), 167-237.

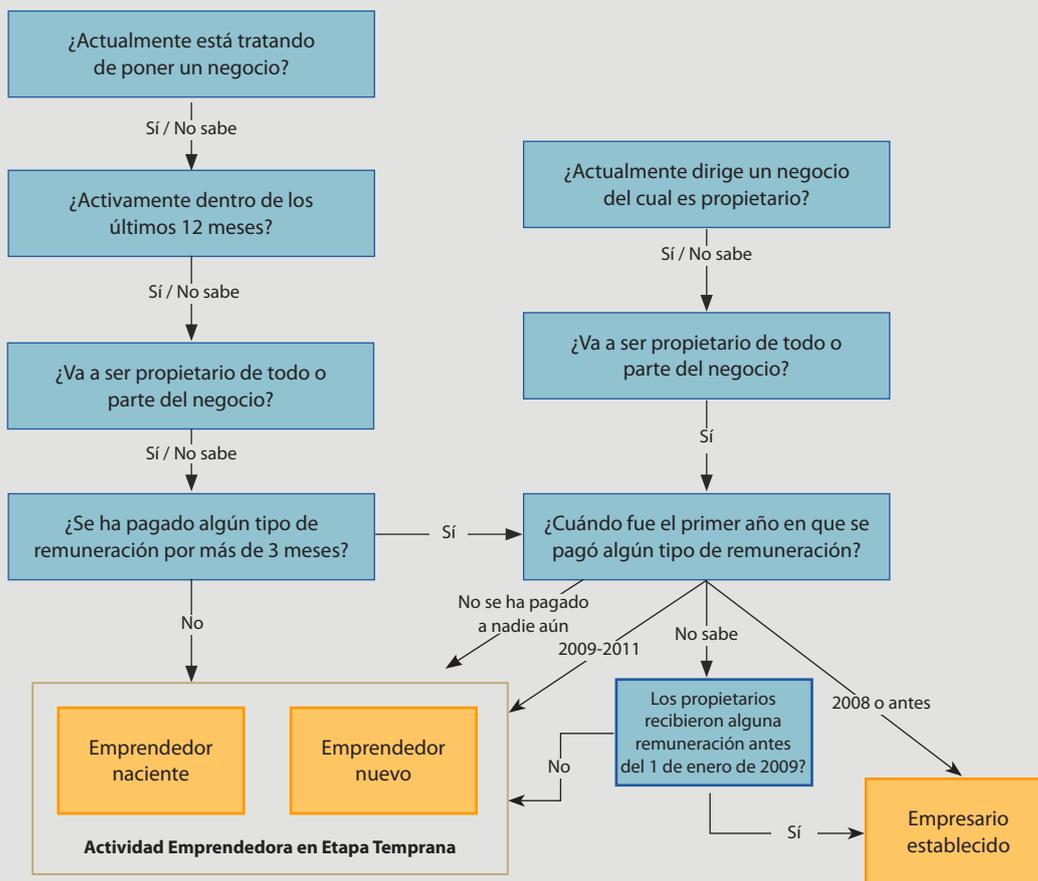
Wong, P., Ho, Y. & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.

World Economic Forum (2012). *The global competitiveness report 2011-2012*. Ginebra: World Economic Forum.

Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 25-41. Recuperado de <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1355-2554&volume=11&issue=1&articleid=1464556&show=html>>.

APÉNDICES

Apéndice 1. Diagrama de flujo sobre la operacionalización de variables para obtener el índice TEA



Fuente: Adaptada de Reynolds et ál. (2005).

Apéndice 2. Glosario sobre los principales indicadores y terminología en el GEM 2012

Indicadores	Descripción
Actividad emprendedora	
Índice de emprendedores nacientes	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que, en la actualidad, se encuentra involucrada activamente en la puesta en marcha de un negocio del cual será dueño o copropietario, y no han pagado sueldos, salarios o cualquier otra retribución a los propietarios por más de 3 meses.
Índice de emprendedores nuevos	Porcentaje de la población 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 período 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 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 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 entre 18 y 64 años de edad que ha discontinuado o cerrado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea que 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 emprenden 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 entre 18 y 64 años de edad que percibe buenas oportunidades de negocio para los próximos 6 meses en el área donde vive.
Actividad emprendedora	
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población 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 entre 18 y 64 años de edad que tiene intenciones de iniciar un negocio dentro de los próximos 3 años (no incluye a aquellos involucrados en alguna actividad emprendedora, tal como se presenta al inicio de la tabla).
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que ha percibido oportunidades, pero manifiesta que el miedo al fracaso lo disuadiría de constituir una empresa.



→ Apéndice 2

Descripción	Indicadores
Actividad emprendedora	
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que coincide con la afirmación de 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 entre 18 y 64 años de edad que coincide con la afirmación de que en su país se ve con frecuencia historias sobre nuevos emprendimientos.
Emprendimiento da alto nivel de estatus y prestigio	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que coincide con la afirmación de que en su país los emprendedores exitosos reciben alto nivel de estatus y prestigio por 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 (sobre los datos para el periodo 2009-2011).
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 (sobre los datos para el periodo 2009-2011).
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 (sobre los datos para el periodo 2009-2011).
Actividad emprendedora en etapa temprana con orientación internacional	Porcentaje de emprendedores en etapa temprana (de acuerdo con lo definido anteriormente) que indica que más del 25% de sus clientes son extranjeros (sobre los datos para el periodo 2009-2011).

Apéndice 3. Descripción de las Condiciones Específicas del Contexto Emprendedor (EFC)

Apoyo financiero / Financial Support (EFC1)

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 (pequeñas, micro o medianas), 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 está dirigido solo a algún grupo minoritario o específico de negocio.

Políticas gubernamentales / Government Policies (EFC2)

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

Programas de Gobierno / Government Programs (EFC3)

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 se analiza 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 / Education and Training (EFC4)

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, experiencia y la metodología utilizada. El análisis debe incluir educación primaria, secundaria, educación superior y posgrado (MBA y otros).

Transferencia de investigación y desarrollo / R&D Transfer (EFC5)

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

Acceso a la infraestructura profesional y comercial / Access to Commercial & Professional Infrastructure (EFC6)

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, marketing,

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.

Apertura del mercado / Market Openness (EFC7)

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, etc.), 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 / Access to Physical Infrastructure (EFC8)

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, puertos, servicio postal, telecomunicaciones, trenes, 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 los costos relacionados con las rentas de espacios físicos y oficinas, y con el acceso a productos naturales y materias primas.

Normas culturales y sociales / Cultural and Social Norms (EFC9)

Este factor se refiere a las actitudes y reconocimiento social que se les dan 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 y 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

Personas de 18 a más años, residentes en las zonas investigadas. La investigación se desarrolló en el ámbito nacional y abarcó 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 2,071 entrevistas efectivas, distribuidas de la siguiente manera:

		Cantidad	%
Sexo	Hombre	1,033	49.9
	Mujer	1,038	50.1
Edad	De 18 a 24 años	469	22.6
	De 25 a 34 años	539	26.0
	De 34 a 44 años	453	21.9
	De 45 a 54 años	334	16.1
	De 55 a 64 años	276	13.3
Zona	Lima/ Callao	416	20.1
	Norte	416	20.1
	Sur	416	20.1
	Centro	416	20.1
	Oriente	407	19.7
Área	Urbana	1,490	71.9
	Rural	581	28.1

Las zonas están delimitadas de la siguiente manera:

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

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

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

Centro: Los departamentos de Junín, Huánuco y Pasco.

Oriente: Los departamentos de 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 de $\pm 2.2\%$, para un nivel de confianza del 95%.

5. Ponderación

Por tratarse de una muestra no proporcional al peso poblacional de cada una de las zonas, se ha aplicado un factor de ponderación para el cálculo de los resultados totales.

6. Supervisión

Para la supervisión, que abarcó al 30% del trabajo realizado por cada uno de los encuestadores, se utilizó la técnica de la reentrevista.

7. Fecha del trabajo de campo

Se realizó entre junio y julio del 2012.

8. Encargado de la encuesta a la población adulta

Imasén S.A.C.