



Global Entrepreneurship Monitor Perú 2008



esan
ediciones



CDE | UNIVERSIDAD
esan

Centro de Desarrollo Emprendedor



Global Entrepreneurship Monitor Perú 2008



esan
ediciones



CDE | UNIVERSIDAD
esan

Centro de Desarrollo Emprendedor

ESAN/Cendoc

SERIDA, Jaime ; NAKAMATSU, Keiko ; UEHARA, Liliana
Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2008. – Lima : Universidad ESAN, 2010. – 180 p.

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

HB 615 S47 2008

ISBN: 978-9972-622-77-9

©Jaime Serida, Keiko Nakamatsu, Liliana Uehara, 2009

©Universidad ESAN, 2010
Av. Alonso de Molina 1652, Surco, Lima-Perú
www.esan.edu.pe
esanediciones@esan.edu.pe

Primera edición
Lima, mayo de 2010
Tiraje: 100 ejemplares

Registro de Proyecto Editorial N.° 11501401000392
Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.° 2010-05675

CUIDADO DE EDICIÓN

Ada Ampuero
Keiko Nakamatsu

CORRECCIÓN DE ESTILO

Ada Ampuero

CARÁTULA, DISEÑO, DIAGRAMACIÓN Y REPRODUCCIÓN CD

Shitsu Publicidad & Diseño S. A.
Calle Mártir Olaya 169 of. 803, Miraflores

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 GENERAL

	Pág.
PRESENTACIÓN	5
AGRADECIMIENTOS	11
RESUMEN EJECUTIVO	13
1. EL PROYECTO GEM	17
1.1 El modelo conceptual GEM revisado	18
1.1.1 Emprendimiento y fases del desarrollo económico	18
1.1.2 Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones	20
1.1.3 El contexto para el emprendimiento	21
1.1.4 El proceso emprendedor	22
1.2 Consideraciones metodológicas del estudio GEM 2008	26
1.2.1 Algunas consideraciones sobre el GEM Perú 2008	26
1.2.2 Disponibilidad de datos y el sitio Web del GEM	27
2. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA MUNDIAL	29
2.1 La actividad emprendedora en etapa inicial	30
2.2 El índice de emprendedores establecidos	32
2.3 La actividad emprendedora total	34
2.4 La discontinuación de la actividad emprendedora	34
2.5 El emprendimiento por oportunidad	39
2.6 Actividad emprendedora por sectores económicos	42
2.7 Tendencias y perspectivas de la actividad emprendedora	45
3. EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO	49
3.1 La actividad emprendedora en etapa inicial y el desarrollo económico	49
3.2 Emprendimiento, desarrollo económico e instituciones	52
3.2.1 El índice de Emprendimiento Global (GEI)	53
3.2.2 El Perú en el GEI	58
4. PERFIL DEL EMPRENDEDOR	61
4.1 Demografía	61
4.1.1 Género	61
4.1.2 Edad	63
4.1.3 Nivel educativo	65
4.1.4 Nivel de ingreso	65
4.1.5 Situación laboral	67
4.2 Actitudes y percepciones emprendedoras	68
4.2.1 Percepciones y actitudes en los países GEM	69
4.2.2 Evolución de las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento, 2001-2008	71
4.2.3 Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en el Perú	75
4.3 Aspiraciones emprendedoras	79
4.3.1 Emprendimiento con expectativa de alto crecimiento	79
4.3.2 Actividad emprendedora orientada a la innovación y la tecnología	83

5. LA MUJER EMPRENDEDORA	Pág. 93
5.1 Panorama del emprendimiento femenino	93
5.1.1 Emprendimiento femenino por oportunidad	95
5.1.2 Actividad emprendedora femenina por sectores económicos	96
5.1.3 Participación femenina en el proceso emprendedor	97
5.2 Perfil de la peruana emprendedora	99
5.2.1 Edad	99
5.2.2 Nivel educativo	100
5.2.3 Nivel de Ingreso	102
5.2.4 Situación laboral	102
5.2.5 Aspiraciones de las emprendedoras	103
5.2.6 Actitudes y percepciones	107
5.3 Apoyo al emprendimiento femenino	110
 6. FINANCIAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO	 113
6.1 Necesidad de inversión	113
6.2 Expectativas económicas de los emprendedores	114
6.3 La inversión informal en el ámbito GEM	114
 7. CONTEXTO EMPRENDEDOR	 119
7.1 Detalle de las EFC que afectan al emprendimiento en el Perú	121
7.1.1 Entorno financiero relacionado con el emprendimiento	121
7.1.2 Políticas gubernamentales relacionadas con el emprendimiento	122
7.1.3 Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	125
7.1.4 Educación emprendedora	127
7.1.5 Grado de transferencia de I+D	129
7.1.6 Acceso a infraestructura profesional y comercial	131
7.1.7 Apertura del mercado interno	132
7.1.8 Acceso a la infraestructura física	134
7.1.9 Normas sociales y culturales y apoyo social al emprendedor	136
7.1.10 Situación de los derechos de propiedad intelectual	136
7.2 Las EFC que apoyan la actividad emprendedora en el Perú	138
7.3 Las EFC que limitan la actividad emprendedora en el Perú	139
7.4 Recomendaciones de los expertos para promover la actividad emprendedora en el Perú	140
 8. TEMÁTICA ESPECIAL 2008: EDUCACION Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO	 143
8.1 Participación en educación y capacitación para el emprendimiento	144
8.2 La opinión de los expertos respecto de la calidad de la capacitación para el emprendimiento	148
8.3 Actitudes, aspiraciones y actividad en la formación y capacitación para emprender	152
 BIBLIOGRAFÍA	 157
 APÉNDICES	 161
Apéndice 1: Glosario sobre los principales indicadores y otra terminología en el GEM 2008	161
Apéndice 2: Definiciones y orígenes de las medidas utilizadas en la construcción de los subíndices del GEI	164
Apéndice 3: Descripción de las Condiciones Específicas del Contexto Emprendedor (EFC, Entrepreneurial Framework Conditions) en el GEM 2008	166

PRESENTACIÓN



UNIVERSIDAD
esan

La Universidad ESAN es una institución peruana, privada, de alcance internacional y sin fines de lucro, con autonomía académica y de gestión. Su misión es ofrecer una educación superior humanista y científica que contribuya al desarrollo integral de la persona, al bienestar de la sociedad y a la formación de líderes y profesionales responsables, capaces de responder a las exigencias de un entorno globalizado y de participar activamente en la creación de una sociedad equitativa y justa, guiados por los principios de libertad y democracia.

Fue fundada el 25 de julio de 1963 en el marco de un convenio entre los gobiernos del Perú y 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. De esta manera nació la primera institución de posgrado en Administración del mundo de habla hispana. Cuarenta años después, el 12 de julio de 2003, fue transformada en universidad.

La Universidad ESAN ofrece maestrías en Administración, maestrías especializadas, programas para ejecutivos y empresarios, y cinco carreras en el nivel de pregrado. Su metodología de enseñanza, plana docente de primer nivel y excelencia académica la han posicionado como una de las mejores instituciones académicas de enseñanza de posgrado de Latinoamérica. La Universidad ESAN ha suscrito convenios con más de 70 prestigiosas universidades del mundo y es miembro de las más importantes redes académicas internacionales: The Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB), Association of MBAs (AMBA), Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (Cladea), Fundación Europea para el Desarrollo de la Administración (EFMD), Asia-Pacífico Economic Cooperation (APEC), Partnership in International Management (PIM) y Nibes Network of International Business and Economic Schools (NIBES).

La Universidad ESAN preserva el prestigio, la excelencia académica y el reconocimiento internacional construido en 46 años de exitosa trayectoria. Asimismo, mantiene el liderazgo académico en el país y una de las primeras posiciones en Latinoamérica.



El Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN fue creado en junio del 2003 por iniciativa de un grupo de destacados académicos con la finalidad de fomentar el desarrollo de una sociedad emprendedora que sustente el progreso en nuestro país.

Al asumir este compromiso, uno de nuestros principales interrogantes fue cómo alcanzar el objetivo trazado. Sobre la base de la experiencia y los conocimientos adquiridos, nos convencimos de que este ideal podía concretarse a través de tres elementos claves: la generación de un **entorno empresarial favorable** para la creación y el fortalecimiento de iniciativas emprendedoras, el desarrollo de **emprendedores con una sólida formación empresarial** y el surgimiento de **empresas innovadoras** preparadas para aprovechar las ventajas de un mundo globalizado.

De esta manera generamos cinco líneas estratégicas de actuación:

Formación Integral

A través de esta línea, el CDE-ESAN ha diseñado una amplia gama de programas de formación para emprendedores, empresarios y agentes vinculados al emprendimiento.

Estos programas se basan en un modelo de aprendizaje dinámico y centrado en el participante que combina conocimientos, habilidades y experiencias de éxito con una metodología práctica y que ha permitido fortalecer profesional y empresarialmente a más de 2,500 emprendedores y profesionales a lo largo de nuestros seis años de vida.

Investigación y difusión de conocimientos en emprendimiento

Nuestra línea de investigación busca generar y difundir conocimientos que contribuyan a la elaboración de medidas y políticas que mejoren el entorno empresarial de nuestro país.

Uno de los principales esfuerzos dirigidos a lograr este objetivo es el Global Entrepreneurship Monitor, un proyecto de Investigación de

alcance Internacional que mide la actividad emprendedora en más de 51 países de todo el mundo.

Este proyecto, concebido en 1999 por el Babson College y la London Business School, reúne a los mejores especialistas en *entrepreneurship* del mundo con la finalidad de analizar el proceso emprendedor y su contribución al desarrollo económico de los países, así como promover la formulación de políticas públicas orientadas a fomentar la actividad emprendedora.

El CDE-ESAN tiene a su cargo la elaboración del Reporte GEM Perú en nuestro país.

Los resultados presentados en las últimas ediciones de este reporte no solo han sido reveladores, también han sido utilizados como referentes para la elaboración de políticas públicas orientadas a mejorar el entorno del emprendedor. Asimismo, esta información ha despertado el interés de investigadores, instituciones académicas, empresas y, en general, todos los miembros de la sociedad civil inmersos en el tema.

Creación de empresas

Contribuir a la generación de empresas innovadoras de rápido crecimiento y que sean capaces de posicionarse en el mercado local e internacional es otro de los objetivos del CDE. Como parte de esta línea de acción se han realizado diversas actividades, entre las que destacan el proyecto de incubación empresarial y la organización de concursos nacionales e internacionales de ideas y planes de negocios.

Entre los concursos nacionales que promueven el emprendimiento destaca el Concurso Nacional de Emprendedores, que por varios años consecutivos ha seleccionado a emprendedores universitarios con ideas de negocios innovadoras para, a través de una beca de formación integral, proporcionarles conocimientos y ayudarlos a desarrollar habilidades que les permitan elaborar su plan de negocios e implementar su futura empresa.

La Competencia de Planes de Negocios “Emprende” es otra de nuestras actividades. A diferencia del concurso anterior, en esta competencia puede participar cualquier persona que cuente con un plan y esté interesada en implementarlo. El concurso busca que el emprendedor demuestre el potencial de su emprendimiento a lo largo de una serie de evaluaciones eliminatorias. Al término de este proceso, los seleccionados reciben el soporte empresarial de asesores con el fin de mejorar su plan de negocios y tener la posibilidad de presentarlo a la red de ángeles inversionistas, para obtener el capital semilla e iniciar la empresa.

Por otro lado, el CDE-ESAN también tiene a su cargo la realización en el Perú de dos concursos internacionales: a) el Global Innovation Tournament, concurso de creatividad e innovación dirigido a estudiantes universitarios y promovido a nivel mundial por el Stanford Technology Ventures Program de Stanford University, y b) el Global Entrepreneurship Competition, concurso de planes de negocio innovadores que se lleva a cabo en el marco del congreso de innovación más importante a escala mundial, denominado HIT Barcelona. Esta competencia brinda a emprendedores latinoamericanos con ideas innovadoras la oportunidad de obtener financiamiento y redes de contacto.

Soporte empresarial

Como parte del soporte empresarial, el CDE-ESAN proporciona asesoría durante las fases de gestación, crecimiento y consolidación de los negocios, de modo que estos sean capaces de insertarse con éxito en el mercado donde desenvolverán sus operaciones.



Estimados señores:

La imagen del Perú ha cambiado de forma significativa en los últimos años. A este proceso ha contribuido el esfuerzo de muchas personas por mostrar lo mejor que tenemos, nuestras fortalezas. Una de ellas, a no dudarlo, es nuestra gente. Destacar que uno de los activos más importantes del país es su población implica una revolución cultural en una sociedad poco dispuesta al reconocimiento.

Para **Imasen**, empresa de investigación sociológica y de mercados, ha sido un verdadero honor el poder contribuir al conocimiento de los peruanos desde una perspectiva diferente a la tradicionalmente acostumbrada. Focalizarse en el espíritu emprendedor de los peruanos ayuda a que nos veamos como dueños de nuestro futuro, como un grupo humano siempre dispuesto a conseguir sus objetivos, más allá de las condiciones adversas que podamos enfrentar.

Las mediciones constantes del espíritu empresarial de los peruanos, realizadas en el marco el proyecto GEM, han permitido profundizar en la actividad emprendedora de los peruanos. El presente documento recoge información que lo convierte en un punto de referencia obligado para autoridades y estudiosos. Estamos seguros de que las cifras e indicadores que aquí se muestran ayudarán a diseñar políticas más acertadas, orientadas a crear las condiciones propicias para el desarrollo de nuestro país.

Giovanna Peñaflor Guerra
Gerente General

AGRADECIMIENTOS

El equipo GEM Perú agradece a todas aquellas personas que brindaron su generosa colaboración para la realización de este estudio, principalmente a los expertos que amablemente aportaron su valioso tiempo y sus conocimientos sobre las áreas de estudio contempladas y a los más de dos mil peruanos encuestados, por su gentileza y disposición para participar en la investigación de campo.



RESUMEN EJECUTIVO

En el 2008, el Perú es considerado uno de los países con mayor índice de actividad emprendedora en el mundo. Obtuvo un índice TEA de 25,6%, lo que significa que uno de cada cuatro peruanos adultos realiza algún tipo de emprendimiento. Entre el grupo de países con economías basadas en eficiencia (según la clasificación del World Economic Forum), nuestro país presenta la tasa más alta de actividad emprendedora. Con relación al entorno GEM, este año solamente fue superado por Bolivia.

El índice de emprendedores establecidos es tan solo un tercio del índice de actividad emprendedora en etapa inicial (ratio 0,32), hecho que refleja un elevado nivel de discontinuación de las empresas al poco tiempo de ser creadas. El 10,4% de la población adulta ha cerrado, vendido o, en general, discontinuado un negocio en los últimos doce meses. Sin embargo, en el 37% de los casos, el negocio continuó operando tras la salida del emprendedor. Los principales motivos de discontinuación del negocio fueron los motivos personales (33%), la falta de rentabilidad del emprendimiento (28%) y la oportunidad de acceder a un empleo o incursionar en otro negocio (14%).

El ratio TEA por oportunidad/TEA por necesidad se mantiene en 2.1; es decir, en el Perú, por cada emprendimiento generado por necesidad surgen dos por oportunidad. Entre las motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad, destaca el interés por obtener mayores ingresos (30.7%), que casi dobla, en términos porcentuales, el deseo de independencia (15%).

El 58.7% de los emprendedores peruanos invirtieron en empresas orientadas al consumidor final, especialmente de los rubros de hoteles, restaurantes y comercio minorista, con 53,1%. El sector de transformación (29.4%) y el extractivo (5.6%) ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente. En comparación con el 2007, hubo un incremento del sector transformación en detrimento del sector extractivos y los orientados al consumidor.

En cuanto al emprendimiento femenino, el Perú presenta la tasa más alta (23,6%) entre los países con economías basadas en eficiencia y ocupa el tercer lugar en toda la serie GEM. Sin embargo, el ratio de participación femenina respecto de la masculina muestra un descenso de 1,0 a 0,86 con relación al año 2007.

Entre otras características del emprendimiento en el Perú, la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 35.9 años, las personas que tienen mayor nivel educativo muestran una mayor propensión a emprender, la mayoría de los emprendedores se sitúa en la media o por encima de la media del ingreso per cápita del país y más del 70% de los emprendedores en etapas iniciales manifiesta estar trabajando a tiempo parcial o completo en sus negocios.

Entre los países con economías basadas en eficiencia, el Perú es uno de los países con mayor porcentaje de personas adultas que perciben buenas oportunidades de negocio (60%), ocupa el segundo lugar en cuanto a personas que creen tener capacidades para emprender (66%), y el 38% de su población adulta manifiesta que el miedo al fracaso le impediría poner un negocio. Estos indicadores conducen a que el Perú sea el segundo país (después de Macedonia) en presentar el porcentaje más alto de personas con intenciones de abrir una empresa en los próximos tres años.

En el Perú, en general, el emprendimiento es bien percibido. El 82% de las personas no emprendedoras refieren que poseer y dirigir un negocio es una buena opción de carrera. Este porcentaje se eleva a 84% cuando se considera a la población en general, y más aun entre las personas involucradas en el proceso emprendedor (90.6% en los emprendedores nacientes y 91.2% en los emprendedores con negocios consolidados).

Entre los países con economías basadas en eficiencia, el Perú muestra el mayor porcentaje de población adulta con expectativas de alto crecimiento, aunque

entre los emprendedores en etapas iniciales solo el 9% piensa crecer hasta tener más de 20 empleados en cinco años. Asimismo, el 93% de los emprendedores intenta iniciar un negocio con una nueva combinación producto-mercado, pero únicamente 11.9% espera expandir su mercado con uso de nueva tecnología.

En el 2008, los emprendedores peruanos encuestados invirtieron alrededor de 11'478,364 soles, lo que equivale a una inversión promedio de alrededor de 29,000 soles por negocio, procedentes, en el 56% de los casos, de los recursos propios del emprendedor. Por otro lado, hasta el 50% de los emprendimientos demandó una inversión de no más de 2,000 soles y hasta el 80% fue puesto en marcha con una inversión de máximo 5,000 soles.

En cuanto a características sociodemográficas, en el 2008, el inversor informal peruano tiene una edad promedio de 36.1 años, más del 59% son varones, el 35% cuenta con un grado universitario y el 87% pertenece a los niveles socioeconómicos medio y alto. El valor promedio de su aporte asciende a 4,670 soles.

Aunque se ha mejorado en algunos aspectos del contexto emprendedor, todavía el Perú se mantiene en una posición desfavorable en 9 de las 10 EFC evaluadas por los expertos. En opinión de estos expertos, las principales EFC que estimulan el emprendimiento son el clima económico, las normas sociales y culturales que apoyan socialmente al emprendedor y la apertura del mercado interno; mientras entre las principales EFC que limitan el desarrollo del emprendedor se cuentan las políticas gubernamentales, la educación básica y superior y el entorno financiero.

Para concluir, esta entrega presenta el Índice Global de Emprendimiento (GEI), un índice complejo que va más allá del TEA, la medida estándar del GEM. El GEI es compatible con el modelo GEM revisado y con la noción de un "diamante de desarrollo" compuesto por cuatro facetas principales: la libertad

económica, la competitividad, el costo de hacer negocios y el emprendimiento. Estos cuatro elementos están correlacionados positivamente y parecen variar en la misma dirección cuando una economía se desarrolla. El GEI, que toma un valor entre 0 y 1, es simplemente el promedio de tres subíndices: el de actitudes, el de aspiraciones y el de actividades emprendedoras. El Perú ocupa la posición número 41 del ranking, siendo el subíndice de las actitudes

emprendedoras el que mejor contribuye a la actividad emprendedora en nuestro país (posición 26), mientras el que menos contribuye es el de las aspiraciones (posición 51). Es decir, existe una actitud positiva hacia el emprendimiento, pero nuestros emprendedores ven con cierto pesimismo las condiciones para su crecimiento. Esta perspectiva podría ayudar a formular políticas adecuadas que impulsen el emprendimiento productivo.

Capítulo 1

EL PROYECTO GEM

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el estudio de investigación de mayor envergadura en el ámbito mundial sobre el proceso emprendedor y la contribución de este al desarrollo económico de los países. Fue concebido en 1997 por Michael Hay, de la London Business School, y Bill Bygrave, del Babson College.

La primera versión del GEM se realizó en 1999 con la participación de un grupo de 10 países y con Paul Reynolds como investigador principal. Desde entonces el GEM se ha transformado en un consorcio que hasta la fecha agrupa a 64 equipos nacionales. En el 2004, la London Business School y el Babson College transfirieron el capital intelectual del GEM a la Asociación de Investigación en Emprendimiento Global (GERA, por su sigla en inglés), una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales más las dos instituciones fundadoras y las instituciones patrocinadoras.

Consciente del potencial emprendedor del Perú y de la utilidad de los resultados de esta investigación, la Universidad ESAN, a través del Centro de Desarrollo Emprendedor, decidió sumarse a esta iniciativa en el año 2004.

Desde su concepción, el GEM busca dilucidar la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo, que está aún lejos de ser comprendida por completo. Los esfuerzos por desentrañar esta compleja relación han sido particularmente obstaculizados por la carencia de 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.

De este modo, el GEM se centra en tres objetivos fundamentales:

- Medir en qué grado varía el nivel de actividad emprendedora entre los distintos países del entorno GEM.
- Descubrir los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora de los países.

- Identificar las políticas nacionales que permitan mejorar el nivel de actividad emprendedora.

En su décimo año, el GEM presenta un modelo conceptual revisado y actualizado de acuerdo con los enfoques más recientes sobre emprendimiento y crecimiento económico, el que ayudará a ampliar la exploración del rol de la actividad emprendedora en la economía.

1.1 El modelo conceptual GEM revisado

La mayoría de los enfoques tradicionales sobre crecimiento económico tienden a centrarse en la contribución de las empresas grandes y consolidadas más que en la de los negocios nuevos y pequeños. Asimismo, privilegian la generación de un entorno con condiciones favorables para las grandes corporaciones.

Sin embargo, en la actualidad hay un amplio consenso acerca de la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico de las naciones (Carree & Thurik, 2003; Acs, 2006; Audretsch, 2007). Gran parte de los emprendedores impulsan y dan forma a la innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía y fuerzan a las viejas empresas a actualizarse; por tanto, generan una contribución indirecta a la productividad. Por ello, es ampliamente aceptado que los emprendedores, particularmente los de alto crecimiento, realizan una importante contribución a la creación de empleos; es más, a veces explican la totalidad de nuevos empleos en la economía (Acs y colaboradores, 2007).

1.1.1 Emprendimiento y fases del desarrollo económico

La contribución de los emprendedores a la economía también varía con relación a la fase

de desarrollo económico en que se encuentren los países (Wennekers & colaboradores, 2005; Gries & Naude, 2008). Se supone que cuando los niveles de desarrollo económico son bajos, el nivel de actividad emprendedora impulsada por la necesidad es alto, posiblemente porque la economía no es capaz de sostener un gran número de empleos en sectores de alta productividad. A medida que la economía se desarrolla y los sectores productivos crecen, el nivel de actividad emprendedora por necesidad declina gradualmente, porque se generan más oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, el emprendimiento por oportunidad tiende a elevarse, con lo que introduce un cambio cualitativo en la actividad emprendedora en su conjunto. Esta disminución del emprendimiento por necesidad seguida por un aumento del emprendimiento por oportunidad se conoce como la "hipótesis de la curva en U" (véase una explicación más detallada sobre este tema en el capítulo 3).

Si bien hay evidencia que la sustenta, la hipótesis de la curva en U solo demuestra una asociación, pero no refleja plenamente la compleja relación de causalidad entre el emprendimiento y el desarrollo económico. Por ello, este año el GEM introduce en su modelo las fases del desarrollo económico según la tipología de Porter et ál. (2002), es decir: economías basadas en recursos, economías basadas en eficiencia y economías basadas en innovación.

El capítulo 3 se centra en la relación entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico en estas tres fases, para lo cual se introduce un nuevo indicador, resultado de combinar los datos del estudio GEM sobre emprendimiento con los datos sobre libertad económica, competitividad y costo de hacer negocios obtenidos de estudios de otras tres instituciones de alcance mundial.

Emprendimiento y fases del desarrollo económico

Emprendimiento en economías basadas en recursos

El desarrollo económico consiste en cambios en la calidad y el carácter del valor económico agregado (Lewis, 1954). Tales cambios tienen por efecto una mayor productividad y un aumento de los ingresos per cápita, los cuales con frecuencia coinciden con la migración de la fuerza de trabajo entre los diferentes sectores económicos: de los sectores primarios y extractivos al sector manufacturero y, finalmente, al sector servicios (Gries & Naude, 2008). Los países de bajos niveles de desarrollo económico tienen tradicionalmente un gran sector agrícola proveedor de subsistencias para la mayoría de la población, que vive en áreas rurales. Esta situación cambia cuando la actividad industrial comienza a desarrollarse, frecuentemente en torno a la explotación de recursos naturales. A medida que la industria extractiva comienza a desarrollarse e impulsa el desarrollo económico, induce a la población agrícola excedente a migrar hacia sectores emergentes e intensivos en economías de escala, los cuales por lo general se concentran en regiones específicas. La sobreoferta de fuerza de trabajo resultante alimenta la generación de emprendimientos de subsistencia en estas concentraciones regionales, pues los trabajadores excedentes procuran autoemplearse como una vía para subsistir.

Emprendimiento en economías basadas en eficiencia

A medida que el sector industrial se sigue desarrollando, comienzan a surgir instituciones que apoyan una mayor industrialización y la búsqueda de una mayor productividad por medio de economías de escala. Normalmente, las economías con sectores intensivos en economías de escala diseñan sus instituciones económicas y financieras para favorecer principalmente a las grandes empresas nacionales. Conforme la productividad económica crece y contribuye a la formación de capital financiero, se abren nichos en las cadenas de suministro industrial que proveen servicios a dichas empresas. Este hecho, sumado a 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, por lo que se podría esperar que la actividad emprendedora basada en necesidad disminuya gradualmente.

Emprendimiento en economías basadas en innovación

Conforme la economía madura y su riqueza se incrementa, el énfasis en la actividad empresarial va cambiando paulatinamente hacia una expansión del sector servicios, que atiende las necesidades de una población cada vez más pudiente y suministra los servicios que normalmente espera una sociedad con mayor nivel de ingresos. El sector industrial, por su parte, evoluciona y experimenta progresos en variedad y sofisticación. Tal desarrollo se asocia generalmente con una creciente actividad en investigación y desarrollo, y la intensidad del uso del conocimiento, condicionando la creación de instituciones generadoras de conocimiento. Este desarrollo económico abre el camino para una actividad emprendedora innovadora y basada en la búsqueda de oportunidades reales de negocio, que no teme hacer frente a los operadores tradicionales de la economía. Con frecuencia, las empresas pequeñas e innovadoras disfrutan de una ventaja productiva basada en innovación sobre las grandes empresas establecidas, lo que les permite actuar como “agentes de destrucción creativa”. En la medida en que las instituciones económicas y financieras sean capaces de adaptarse y apoyar la actividad emprendedora basada en la búsqueda de oportunidades, los nuevos emprendimientos innovadores podrán emerger y actuar como los impulsores principales del desarrollo económico

1.1.2 Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones

En la literatura reciente y a lo largo del tiempo pueden encontrarse diferentes opiniones sobre el emprendimiento y, por tanto, también diversas definiciones. Se cree que fue Cantillon (1755) el primer estudioso que definió el emprendimiento y quien calificó al emprendedor como “alguien dispuesto a correr personalmente el riesgo financiero de emprender un negocio”. Tal definición refleja el rol del emprendedor en Europa en el siglo XVIII y está más relacionada con la noción estática del emprendedor como alguien “dueño de un negocio” que con la noción más dinámica asociada con el proceso de creación de nuevas empresas.

A fines del siglo XIX, la visión de Marshall se centraba en la clase emprendedora y su importancia para la economía de mercado (Marshall, 1890). Este economista describía a los emprendedores industriales de mayor éxito como aquellos que mejor aprovechaban sus habilidades y las economías de escala, y los comparaba con los grandes árboles de un bosque que destacan por encima de sus vecinos, privándolos, a la vez, de la luz y el aire. La visión de Marshall se relaciona bien con la visión del emprendimiento intensivo en economías de escala, como un reflejo de la etapa basada en la eficiencia. Schumpeter (1934, 1942) por su parte, fue pionero en vincular el aspecto dinámico del emprendimiento a la innovación y el desarrollo económico. Su concepto de “destrucción creativa” puede asociarse directamente con el rol del emprendimiento en las economías basadas en innovación. Los emprendedores son capaces de introducir nuevas combinaciones producto-mercado, moviendo la frontera tecnológica hacia delante y destruyendo la actividad económica basada en tecnologías más antiguas.

Las visiones actuales sobre el emprendimiento son muy variadas y subrayan la naturaleza multifacética de este. Por ejemplo,

Davidsson (2004) enumera siete fenómenos asociados al emprendimiento, mientras que Wennekers & Thurik (1999) proporcionan trece diferentes conceptos de emprendimiento. En un estudio reciente, Godin et ál. (2008) encontraron seis elementos comunes entre los emprendedores.

Analizando algunos de estos conceptos, se pueden identificar tres componentes principales del emprendimiento: actividad emprendedora, actitudes emprendedoras y aspiraciones emprendedoras (Acs & Szerb, 2008). Estos componentes están interrelacionados de modo complejo formando un sistema continuo de retroalimentación. En efecto, la actividad emprendedora afecta positivamente las actitudes en la medida en que aparecen más modelos positivos que imitar, lo que a su vez puede incrementar las aspiraciones y la propia actividad emprendedora. Asimismo, las aspiraciones positivas pueden cambiar la naturaleza de la actividad y, al mismo tiempo, las actitudes.

Actividad emprendedora

La actividad emprendedora es mejor vista como un proceso que como un acontecimiento aislado (Gartner, 1986; Shane & Venkataraman, 2000). Por esta razón el GEM mide las intenciones emprendedoras y la actividad de negocios en las tres fases: negocios nacientes, negocios nuevos y negocios establecidos; inclusive la discontinuación de los negocios.

En un ámbito más estrecho, la actividad emprendedora tiene múltiples facetas; por ejemplo, la creación de negocios puede variar según 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: género, edad o educación.

El examen de los múltiples componentes de la actividad emprendedora también permite explorar las diferencias del proceso

emprendedor a través de las tres fases principales del desarrollo económico nacional. Así, se espera que la actividad de negocios nacientes y nuevos sea mayor en economías basadas en recursos, debido a que muchos emprendimientos son motivados por necesidades económicas.

Actitudes emprendedoras

El grado en que las personas creen que hay buenas oportunidades para comenzar un negocio o el estatus que le asignan a los emprendedores pueden ser consideradas actitudes emprendedoras. Otras actitudes relevantes podrían ser el grado de riesgo que la persona está dispuesta a asumir y la percepción que tenga de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia para la creación de un negocio.

Como se mencionó anteriormente, las actitudes emprendedoras pueden influir en la actividad emprendedora y viceversa. Por ejemplo, una actitud emprendedora positiva, como es la legitimidad del emprendimiento en una sociedad, puede aumentar las probabilidades de que las personas conozcan a otras que han iniciado un emprendimiento recientemente. Asimismo, las personas que conocen a otras personas que recientemente han comenzado un negocio son más propensas a considerar el emprendimiento como algo legítimo.

Las actitudes emprendedoras son importantes porque expresan el sentimiento general de la población hacia los emprendedores y su actividad. Es significativo para los países que haya personas capaces de reconocer oportunidades de negocio valiosas y que perciban que tienen los conocimientos necesarios para explotar dichas oportunidades. Además, las actitudes positivas hacia el emprendimiento generan apoyo cultural, recursos financieros, creación de redes y asistencia para aquellos que ya son emprendedores o para quienes recién quieren comenzar un negocio.

Aspiraciones emprendedoras

Las aspiraciones emprendedoras reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad emprendedora, y su cumplimiento puede afectar en forma significativa el impacto económico de estas actividades emprendedoras.

Así, los emprendedores difieren en cuanto a expectativas de introducción de nuevos productos, generación de nuevos procesos productivos, acceso a mercados externos, desarrollo de una organización significativa y financiamiento del crecimiento con capital externo.

La innovación de productos y procesos, la internacionalización y el interés por un alto crecimiento son considerados como distintivos de los emprendimientos ambiciosos o de grandes expectativas.

Las actitudes y aspiraciones emprendedoras se examinan en detalle en el capítulo 4 referido al perfil del emprendedor. La actividad emprendedora y la dinámica de sus componentes se analizarán en el capítulo 2.

1.1.3 El contexto para el emprendimiento

El Reporte Global GEM 2007 discutió la relevancia de las denominadas Condiciones del Contexto Emprendedor (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC) como indicadores del potencial de un país para fomentar el emprendimiento (Bosma & colaboradores, 2008). Las EFC reflejan las principales características del entorno socioeconómico del país que pudieran tener un impacto significativo sobre el emprendimiento. Al igual que el modelo conceptual original del GEM, el modelo GEM revisado mantiene que, a nivel nacional, las condiciones relevantes para la actividad de los negocios establecidos son diferentes de las que son relevantes para la actividad de nuevos negocios (Levie y Autio, 2008). Lo nuevo en el modelo revisado es que estas

condiciones se relacionan con la fase de desarrollo económico en que se encuentra el país.

Las condiciones nacionales relevantes para las economías basadas en recursos y para las economías basadas en eficiencia se han tomado del Reporte Global de Competitividad 2008 (GCR, por sus siglas en inglés) (Porter & Schwab, 2008). Respecto de las economías basadas en innovación, el modelo GEM revisado hace una contribución a la perspectiva que el GCR tiene en relación con el desarrollo económico, al identificar las condiciones que son específicas tanto a la innovación como al emprendimiento. Como proponen Acs y colaboradores (2003), el mecanismo del emprendimiento es el que transforma la innovación en resultado económico; luego, la falta de emprendimiento puede ser vista como un "cuello de botella" para que los países basados en innovación puedan lograr sus ambiciones de crecimiento.

Es importante reconocer que los tres principales tipos de actividad económica: basada en recursos, basada en eficiencia y basada en innovación, están presentes en todas las economías nacionales, pero su prevalencia relativa –y contribución al desarrollo económico– varía. La propuesta del GCR es que cada fase del desarrollo económico tiene una combinación óptima y diferente de estas tres actividades, de ahí que cada fase se denomina según la actividad más significativa para ella. De este modo, la importancia relativa de las condiciones del contexto emprendedor puede variar de acuerdo con la fase de desarrollo económico en que el país se encuentre.

El Modelo GEM revisado se presenta en la Figura 1. Para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en algunos requisitos básicos: desarrollo de las instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria; sin embargo, estos requisitos básicos ayudarán a sostener el emprendimiento por necesidad, pero no contribuirán del todo a facilitar el emprendimiento por oportunidad.

A medida que la economía progresa y las economías de escala cobran mayor relevancia, otras condiciones, denominadas "potenciadoras de la eficiencia", se vuelven importantes, ya que garantizan un funcionamiento apropiado del mercado. Aun cuando estas condiciones no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido que le dio Schumpeter (destrucción creativa), sí están indirectamente relacionadas, ya que el desarrollo de los mercados atraerá más emprendimientos. En los países cuyo desarrollo está basado principalmente en innovación, otras condiciones son más importantes, como apalancadoras del desarrollo económico, que los requisitos básicos o las "potenciadoras de eficiencia".

Estas condiciones del contexto emprendedor, para el año 2008, son resultado del análisis de las opiniones y las recomendaciones de los expertos nacionales. Cada año, el informe GEM destaca un aspecto del modelo conceptual GEM; el tema especial elegido para el año 2008 es el de la educación y formación para el emprendimiento, el cual será visto en detalle en el capítulo 8.

1.1.4 El proceso emprendedor

La sección anterior mostró que el emprendimiento es un fenómeno complejo. En consonancia con sus objetivos, la visión del GEM se enfoca en el rol jugado por las personas en el proceso emprendedor; es decir, estudia el comportamiento de éstas con respecto a la puesta en marcha y la gestión de un negocio. Esto lo diferencia de otros estudios que utilizan bases de datos provenientes de la inscripción de nuevas empresas sin tomar en cuenta que estas son, en la mayoría de los casos, iniciadas por individuos. Aun en el caso de organizaciones ya establecidas, las actitudes, las actividades y las aspiraciones emprendedoras tienen diferente impacto sobre el emprendimiento.

El GEM es un estudio social dirigido a individuos. Desde su perspectiva de investigación, las personas son los agentes

Figura 1. Modelo conceptual GEM



Fuente: Gera, 2009.

primarios que idean, comienzan y mantienen los nuevos negocios emprendedores. Por ello es importante recalcar algunas de las principales diferencias entre los datos del GEM y los datos provenientes de los registros nacionales de inscripciones de empresas.

Los datos del GEM se obtienen a partir de un diseño de investigación estandarizado para todos los países participantes. A pesar de las recientes iniciativas de la Eurostat, la OECD, y el Banco Mundial, aún no se logra la estandarización de los registros de empresas entre las naciones. A ello se debe que los datos del GEM sean los únicos que permiten realizar comparaciones confiables entre los países. La solidez del método GEM se demuestra año tras año por la estabilidad de sus mediciones.

El diseño de investigación del GEM implica un nivel de incertidumbre estadística en los resultados agregados (a nivel de país). Esto se reconoce por medio de la publicación de los intervalos de confianza para los índices de emprendimiento obtenidos. En cambio, los

datos provenientes de los registros nacionales de empresas son “datos discretos” y no requieren intervalos de confianza. Por ejemplo, en el Reino Unido algunos negocios no están en todos los registros (y no están obligados a inscribirse), mientras que en España es obligatorio el registro para que el negocio pueda empezar sus operaciones. En otros países las empresas deben ser registradas únicamente por razones fiscales, de ahí que algunas omitan el registro deliberadamente para no pagar impuestos. El grado en que estas prácticas suceden varía mucho entre los países.

El GEM hace una estimación del número de personas que están en el proceso de constituir una empresa, así como del número de personas que poseen y gestionan un negocio en marcha. Esto también incluye a quienes trabajan por su cuenta o a otros emprendedores que en algunas jurisdicciones no necesitan registrarse.

El propósito principal del GEM no es contar el

número de nuevos negocios en los diferentes países, sino medir el espíritu y la actividad emprendedora a través de las distintas fases del proceso emprendedor. Por tanto, los datos del GEM pueden no ser la mejor fuente para caracterizar a las empresas en algunos países, particularmente en aquellos que regulan fuertemente la actividad de los nuevos negocios y cuya ciudadanía tiene un alto respeto por el cumplimiento de las normas. En estos casos, los datos de los registros nacionales son preferibles a los datos del GEM para determinar la distribución de las empresas por sector económico, con la posible excepción de los países del GEM con un gran número de encuestados, tales como España y el Reino Unido.

El GEM no genera únicamente mediciones de la actividad emprendedora, también genera mediciones de las actitudes, las percepciones y las aspiraciones emprendedoras. Ejemplos de ello son las motivaciones para trabajar por cuenta propia, el nivel alcanzado por las actividades innovadoras, y las expectativas de crecimiento. La comprensión de las fases iniciales del proceso emprendedor son de mucha relevancia para quienes deben formular políticas destinadas a la promoción del emprendimiento.

En el apéndice del Reporte Global GEM 2005 (Reynolds & colaboradores), se presentaron mediciones de los índices de autoempleo y de constitución de empresas semejantes a los publicados por la OECD y la Eurostat. Los índices así calculados resultaron muy compatibles con aquellos obtenidos con las bases de datos provenientes de los registros nacionales de empresas. De cualquier manera, conviene tener en cuenta que los datos del GEM son diferentes y están diseñados para medir la actividad emprendedora a través de un amplio espectro de países, incluyendo aquellos donde los datos de los registros gubernamentales de empresas no puedan proporcionar un reflejo verdadero y fidedigno de la actividad empresarial real.

Entonces, se puede concluir que uno de los

principios rectores de la investigación GEM es la comprensión de que el emprendimiento es un proceso. En consecuencia, se necesita hacer un trabajo que vaya más allá de comparar actitudes y aspiraciones emprendedoras de aquellos que están o no están comprometidos con emprender. También es necesario identificar actitudes, actividades y aspiraciones en las diferentes fases del emprendimiento, desde la etapa donde solo hay intenciones generales hasta la fase del negocio establecido, pasando por la etapa más activa de inicio o “nacimiento” del negocio, la de aquellos que han comenzado operaciones y, posiblemente, la etapa de discontinuación o cierre del negocio. El proceso emprendedor se inicia antes de que la empresa sea operativa, y un emprendedor individual que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo este proceso.

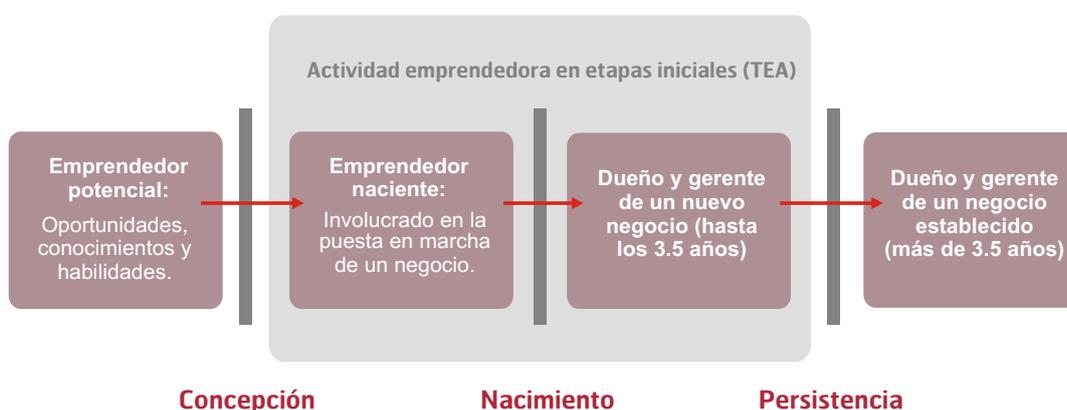
Por otro lado, hay que considerar que alguien que está empezando una empresa y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es un emprendedor, a pesar de que no tenga aspiraciones de gran crecimiento. Igualmente, un empresario que ha estado en el negocio por un buen número de años y puede todavía ser innovador, competitivo y tener una mentalidad orientada al crecimiento es también un emprendedor. El GEM proporciona un paraguas bajo el cual pueden estudiarse, sistemática y rigurosamente, una variedad de características emprendedoras, como motivación, innovación, competitividad y aspiraciones de alto crecimiento.

Con este enfoque, el GEM recopila los datos cubriendo el ciclo de vida del proceso emprendedor y considera a las personas como emprendedoras desde el momento en que comprometen recursos para poner en marcha un negocio del cual tienen la expectativa de ser propietarias (emprendedores nacientes); es decir, desde cuando se dedican a la búsqueda de equipos o local, a la organización de un grupo de trabajo, a la elaboración de un plan de actividades, etc. El proceso continúa con los emprendedores que ya tienen y dirigen un nuevo negocio y

han pagado salarios por más de tres meses, pero menos de 42 meses (emprendedores de negocios nuevos); finalmente, se identifica a las personas que poseen y dirigen un negocio establecido que ha estado en operación por más de 42 meses (emprendedores establecidos). La figura 2 resume el proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM.

La pregunta relevante en la entrevista indaga sólo el año en que se inició el pago de sueldos y salarios, y la mayoría de las entrevistas se realizaron en los meses de verano, por lo tanto, las alternativas para elegir la "edad de la nueva empresa" fueron 1.5 años, 2.5 años, 3.5 años, etc. El tiempo más corto que podría proveer suficiente estabilidad en las tasas de prevalencia con una muestra total de 2.000 casos parece ocurrir a los 3.5 años.

Figura 2. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM



Fuente: Reynolds et ál., 2005.

Para el GEM, cualquier tipo de pago por más de tres meses a alguna persona, incluyendo los dueños, es considerado como el "momento del nacimiento" del negocio. Así, la distinción entre emprendedores nacentes y emprendedores de negocios nuevos depende de la antigüedad de la empresa. Los negocios que han pagado sueldos y salarios por más de tres meses y menos de 42 meses pueden ser considerados nuevos negocios.

El punto de corte de 42 meses se ha definido por medio de una combinación de fundamentos teóricos y operacionales. En teoría, la mayoría de las nuevas empresas no sobreviven más allá de tres o cuatro años, pero la elección de 42 meses también refleja aspectos operacionales descritos por Reynolds y colaboradores (2005):

Conceptualmente, cualquier período de tiempo de cinco años parece satisfactorio por lo que esta edad se consideró un adecuado balance entre las consideraciones conceptuales y operacionales en los primeros años del proyecto. No ha habido ninguna razón de peso para ajustar este criterio y el deseo de una serie de tiempo estable ha llevado a continuar usándolo. Debería considerarse como un procedimiento de captura de información de las empresas existentes con menos de tres o cuatro años de antigüedad.

La prevalencia de emprendedores nacentes y emprendedores de nuevos negocios tomados en conjunto puede ser vista como un indicador de la actividad emprendedora en etapas iniciales de un país. Representa la actividad dinámica de nuevas empresas.

Incluso si una parte importante de los emprendimientos nacientes no tienen éxito en abrir el negocio, sus acciones pueden tener un efecto beneficioso en la economía en tanto la amenaza del ingreso de nuevos competidores presiona a las empresas establecidas a mejorar su desempeño.

Los dueños de negocios que han pagado sueldos y salarios por más de 42 meses son clasificados como emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido y han dejado de ser nuevos. Una alta prevalencia de propietarios de negocios establecidos puede indicar que existen condiciones positivas para la sobrevivencia de las compañías. Sin embargo, esto no necesariamente es así. Si un país muestra niveles altos de empresas establecidas pero un grado bajo de actividad emprendedora en etapas iniciales, entonces su economía tiene un pobre nivel de dinamismo.

En el apéndice 1, al final de este reporte, se presenta el glosario de la terminología y las principales medidas utilizadas en el GEM 2008, referentes a la actividad, las aspiraciones y las actitudes emprendedoras.

1.2 Consideraciones metodológicas del estudio GEM 2008

Una fortaleza reconocida del estudio GEM es su sólido diseño de investigación, el cual se evalúa continuamente y utiliza una metodología estandarizada de recolección de datos que permite contar con información confiable y comparable. Esta información se obtiene de dos fuentes primarias: la encuesta a la población adulta (Adult Population Survey, APS) y la encuesta a expertos nacionales (National Expert Survey, NES).

La encuesta a la población adulta consiste en la aplicación de una encuesta estandarizada a una muestra de adultos de ambos sexos

cuyas edades estén comprendidas entre 18 y 64 años de edad. La aplicación de la encuesta se encarga a reconocidas empresas nacionales de investigación de mercado. Todos los países utilizan un cuestionario estándar, traducido al idioma correspondiente. Considerando que el GEM se centra en el papel desempeñado por los individuos en el proceso emprendedor más que en la medición del número de empresas recientemente instaladas, la encuesta a la población adulta recoge datos sobre actitudes, percepciones, actividad y aspiraciones relacionadas con el emprendimiento. Para el estudio del 2008, la encuesta ha sido aplicada a más de 150 mil personas de los 43 países participantes. Las muestras suelen variar entre 2,000 y 3,500 personas, salvo notables excepciones como España (31 mil encuestados) y Reino Unido (8 mil encuestados).

La encuesta a expertos nacionales se aplica, como su nombre lo indica, a expertos nacionales en algunas de las nueve condiciones del contexto emprendedor (Entrepreneurial Framework Conditions, EFC), seleccionados por cada equipo nacional que participa en el proyecto de investigación. El objetivo es determinar cómo las condiciones del entorno emprendedor difieren entre los países. Cada experto aporta su visión sobre las principales EFC que contribuyen o limitan el desarrollo del proceso emprendedor; asimismo, ofrecen recomendaciones para mejorar la actividad emprendedora de su país.

Adicionalmente, se utiliza información sobre variables socioeconómicas de los países participantes a través de fuentes internacionales estandarizadas, como el Reporte Global de Competitividad, las bases de datos de la OECD, la Unesco, el Banco Mundial, entre otras.

1.2.1 Algunas consideraciones sobre el GEM Perú 2008

En el Perú, el estudio GEM es realizado desde

el año 2004 por el Centro de Desarrollo Emprendedor (CDE) de la Universidad ESAN, actualmente miembro activo de la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), la organización que coordina el estudio GEM global. El CDE fue creado con la finalidad de contribuir al surgimiento de una sociedad emprendedora que sustente el desarrollo económico y social de nuestro país a través de iniciativas de capacitación, incubación, asesoría e investigación.

La empresa Imasén se encargó de la aplicación de la encuesta a la población adulta, mediante la cual recogió información de dos mil personas en todo el territorio nacional, considerando la proporción por región del país y su distribución por zonas urbanas y rurales.

En cuanto a la encuesta a expertos, se entrevistó a cuatro expertos nacionales por cada una de las nueve EFC consideradas. Así, un total de 40 especialistas aportaron su visión del contexto emprendedor.

1.2.2 Disponibilidad de datos y el sitio web del GEM

Como se ha mencionado anteriormente, el GEM es un consorcio de equipos nacionales miembros de la Global Entrepreneurship Research Association (GERA), la

organización paraguas que hospeda al proyecto GEM. Gracias al esfuerzo y la dedicación de cientos de académicos y personas interesadas en el fenómeno del emprendimiento, así como de asesores en la formulación de políticas públicas a través del mundo, el consorcio GEM se ha convertido en una red articulada que enriquece el conocimiento generado en el estudio con las valiosas experiencias nacionales. De esta manera, los países participantes obtienen una valiosa ayuda para la formulación de políticas destinadas a promover el desarrollo y el bienestar de sus pobladores.

En la siguiente dirección: <www.gemconsortium.org> pueden encontrarse los datos de contacto del equipo coordinador global y de los equipos nacionales, los reportes globales y nacionales, así como información de mucha utilidad relacionada con el emprendimiento y el proyecto GEM.

Capítulo 2

LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA MUNDIAL

En este capítulo se analizarán los principales indicadores respecto de la actividad emprendedora en los países GEM, así como en el Perú. El capítulo se centra en las características de la actividad emprendedora dentro del proceso emprendedor.

Día a día un gran número de emprendedores crean empresas competitivas e innovadoras que ingresan al mercado y desplazan a aquellas ineficientes u obsoletas, en un proceso de destrucción creativa que, finalmente, genera un impacto positivo en el crecimiento económico de los países. Conocer las características y el comportamiento de estas unidades empresariales, capaces de ingresar con una propuesta innovadora al mercado, hacer frente a un entorno altamente competitivo o fracasar en el intento, resulta de vital importancia para comprender la actividad emprendedora y generar propuestas que conduzcan a su sólido crecimiento.

Considerando que el modelo conceptual GEM revisado reconoce las distintas fases del desarrollo económico de los países, así como las diferencias en el rol y la naturaleza del emprendimiento a lo largo de ellas, se han categorizado a los países participantes en función de las tres fases principales del desarrollo económico, de acuerdo con el Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial (Porter & Schwab, 2008).

De esta manera, la tabla 1 muestra los 43 países participantes del GEM 2008 agrupados según la fase de desarrollo económico en que se encuentran. Así, se distinguen las economías basadas en recursos, fundamentalmente en actividades extractivas; las economías basadas en eficiencia, en las cuales la intensidad de las economías de escala es el principal impulsor del desarrollo; y finalmente las economías basadas en innovación.

Tabla 1 . Países participantes del GEM 2008 según la fase de desarrollo económico en que se encuentran

Economías basadas en recursos	Angola, Bolivia, Bosnia y Herzegovina*, Colombia*, Ecuador*, Egipto, India e Irán*
Economías basadas en eficiencia	Argentina, Brasil, Chile, Croacia**, República Dominicana, Hungría**, Jamaica, Letonia, Macedonia, México, Perú, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía y Uruguay
Economías basadas en innovación	Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, República de Corea, Países Bajos, Noruega, Eslovenia, España, Reino Unido y Estados Unidos
* País en transición: de economía basada en recursos a economía basada en eficiencia.	
** País en transición: de economía basada en la eficiencia a economía basada en innovación.	

2.1 La actividad emprendedora en etapa inicial

Desde que se inició el Proyecto GEM, uno de los indicadores más conocidos y utilizados es el de la Actividad Emprendedora en Etapas iniciales, conocida como TEA por sus siglas en inglés: Total Entrepreneurship Activity. El índice TEA mide el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad que está inmersa en las etapas iniciales del proceso de creación de nuevas empresas (emprendedores nacientes y emprendedores nuevos). Este índice constituye un importante elemento de juicio para estimar el nivel de actividad emprendedora de un país; sin embargo, cabe considerar que por sí solo no informa acerca de la dimensión, la calidad ni el impacto sobre la economía de las empresas creadas, aspectos que se analizarán más adelante.

El gráfico 1 muestra la actividad emprendedora en etapa inicial de los 43 países participantes en el GEM 2008, agrupados de acuerdo con las tres principales fases del desarrollo económico y ordenados en forma ascendente según la estimación nacional del

índice TEA. De esta manera, permite comparar la actividad emprendedora entre países en etapas similares de desarrollo económico.

Las barras verticales muestran el intervalo, al 95% de confianza, para el valor estimado del índice TEA. Esto significa que si el GEM pudiera cubrir a toda la población adulta económicamente activa, el índice TEA estaría en algún punto de ese intervalo. Por otro lado, la longitud de la barra refleja el tamaño de la muestra poblacional, de forma tal que cuanto más corta sea una barra más grande es la muestra; por ejemplo, España tiene el menor intervalo de confianza (la línea es más pequeña) dado que tiene una muestra mayor de 30 mil individuos, lo cual permite inferir con mayor precisión sobre toda la población. Por otra parte, es necesario tener en cuenta que si las barras verticales de dos países cualquiera no se superponen, esto significa que sus índices TEA son diferentes; si las barras se superponen, tienen índices TEA similares.

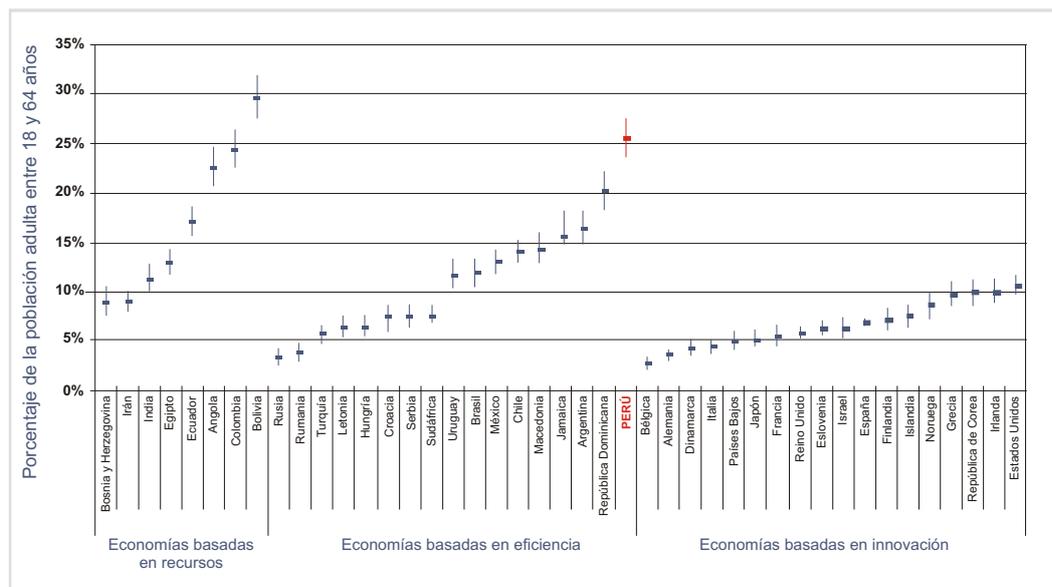
Debe considerarse que aunque un índice TEA alto es, por lo general, preferible a un índice TEA bajo, en el caso de las economías basadas en recursos una reducción del índice

TEA puede ser vista como una buena señal que refleja la mejora del clima económico con un aumento de oportunidades laborales y, por ende, una disminución de los emprendimientos por necesidad.

En el grupo de economías basadas en recursos, los países que tienen los índices más altos de actividad emprendedora son Bolivia (29.8%), Colombia (24.5%) y Angola (22.7%), mientras que Bosnia y Herzegovina (9%), Irán (9.2%) e India (11.5%) muestran los niveles más bajos. En las economías basadas en eficiencia, el Perú es el país más empen-

Se observa también que en Estados Unidos hay más actividad emprendedora en etapas iniciales que en los países de la Unión Europea y el Japón. El índice TEA en Japón ha estado aumentando gradualmente en los años recientes y ahora está en torno a la media de la Unión Europea. Algunos países europeos tienen consistentemente los índices más bajos de actividad emprendedora. Es posible que la aversión al riesgo sea relativamente más alta entre los habitantes europeos, al igual que su declarada preferencia relativa al empleo frente al auto-empleo. Pero este resultado también indica

Gráfico 1. Actividad emprendedora en etapa inicial (TEA) por país, GEM 2008



dor, con un índice TEA de 25.6%, seguido por República Dominicana (20.4%) y Argentina (16.5%), en tanto que los países con el índice TEA más bajo son Rusia (3.5%), Rumanía (4%) y Turquía (6%). Finalmente, Estados Unidos tiene el índice TEA más alto entre las economías basadas en innovación (10.8%), seguido por Islandia (10.1%) y República de Corea (10%), mientras Bélgica (2.9%), Alemania (3.8%) y Dinamarca (4.4%) son los que tienen el menor índice de actividad emprendedora.

que hay muy buenas alternativas de trabajo disponibles. Es probable que en Europa el comportamiento emprendedor se manifieste más dentro de las empresas establecidas, lo cual se conoce como intrapreneurship, intraemprendimiento o emprendimiento corporativo. En la actualidad se sabe poco sobre la actividad de intraemprendimiento y cómo difiere entre los países.

El Perú, por su parte, es el país que cuenta con el segundo mayor porcentaje de emprendedores del estudio, con un índice

de 25.6%. Esto significa que algo más de 250 por cada mil habitantes están comprometidos en la puesta en marcha de un negocio o poseen y dirigen empresas con menos de 3.5 años de antigüedad. La tabla 2 muestra el número de emprendedores de cada tipo en el Perú, considerando que la población de 18 a 64 años estimada en el 2008 es de 17'043,658 personas.

La actividad emprendedora en el Perú presenta una ligera disminución con relación al año pasado; el índice TEA pasó de 25.9% a 25.6%. Si bien la actividad emprendedora naciente aumentó de 15.1% a 19.7%, hubo una reducción en el indicador de emprendimiento de nuevos negocios, de 12.3% a 6.8%. También ocurrió una disminución en los emprendedores establecidos, de 13.3% a 8.3%.

Claramente, el Perú ha experimentado un descenso muy considerable en sus indicadores desde el año pasado. Este resultado se debe principalmente a un ajuste metodológico, porque las mediciones pasadas incluían a un porcentaje importante de la población que se identificaba con el término “emprendedor” aunque estuviese realizando otras actividades parecidas. El indicador del período 2008 es ya consistente con el cambio realizado en el 2007.

2.2 El índice de emprendedores establecidos

La actividad emprendedora comprende un componente dinámico, que se focaliza en la actividad emprendedora en etapas iniciales, y un componente estático, representado por la actividad económica de los emprendedores establecidos y que es importante para preservar la estabilidad económica de una nación. El GEM estudia a los emprendedores de empresas establecidas como parte del proceso emprendedor por cuanto las características del entorno conjugadas con las del propio emprendedor permiten la consolidación de los negocios. En el GEM, el índice de emprendedores establecidos se define como el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad que dirige o gerencia su propia empresa y que, además, ha pagado salarios durante más de 42 meses (3.5 años).

El gráfico 2 muestra el índice de emprendedores establecidos como porcentaje de la población activa en cada país, de acuerdo con la fase de desarrollo económico en que se encuentran los países.

Tabla 2. Población adulta estimada en el 2008 que se encuentra involucrada en actividades emprendedoras en fases iniciales, Perú GEM 2008

	Actividad emprendedora naciente	Propietarios-gerentes de nuevos negocios	Actividad emprendedora en fase inicial (TEA)
% de adultos entre 18-64 años	19.7	6.8	25.6
Número estimado de adultos entre 18-64 años	3'357,601	1'158,969	4'363,176

Fuente: APS, GEM 2008

En general, entre los países con índices más altos de emprendedores establecidos destacan Bolivia (19.1%), India (16.5%) y Brasil (14.6%), mientras que entre los países con los índices más bajos se encuentran Rusia (1.1%), Rumania (2.1%) y Sudáfrica (2.3%).

En este punto, conviene comparar el índice de actividad en etapa inicial y el índice de emprendimientos establecidos para observar el nivel de crecimiento de las empresas durante el proceso emprendedor, que puede reflejar las dificultades que atraviesan los negocios emprendedores para lograr su supervivencia. En el gráfico 3 se muestra la comparación de estos índices para los distintos grupos de países del ámbito GEM, en la forma del ratio entre el índice de emprendedores establecidos y el índice de actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA).

Como se observa, entre los países con economías basadas en recursos solo la India tiene un ratio mayor de 1; es decir, por cada 100 empresas que se crean existen 143 empresas consolidadas. Entre los países con economías basadas en eficiencia, solo Brasil y Serbia poseen un ratio mayor de 1. Por el contrario, la mayor parte de los países con economías basadas en innovación, 11 de un

total de 18, muestran un ratio mayor de 1. Se supone que en estos países las condiciones del entorno y las características de los emprendedores favorecen la consolidación empresarial.

La mayoría de los países con economías basadas en recursos o con economías basadas en eficiencia tienen un bajo nivel de empresas establecidas, a pesar de mostrar los índices de actividad emprendedora más altos. Al parecer, en estos países existirían factores propios de los emprendedores y del entorno que, además de impedir la continuidad de los negocios en el mercado, no contribuyen a la estabilidad económica.

En el caso particular del Perú, el índice de emprendedores establecidos es tan solo un tercio del índice de los emprendedores en etapa inicial (ratio 0.32), hecho que refleja un elevado nivel de discontinuación de las empresas al poco tiempo de ser creadas. Más adelante se analizará en detalle las condiciones del entorno y las características de nuestros emprendedores que necesitan mayor atención, toda vez que estarían limitando la calidad y el crecimiento de las nuevas empresas y, por ende, restringiendo el desarrollo económico de nuestro país.

Gráfico 2. Prevalencia de emprendedores establecidos, GEM 2008

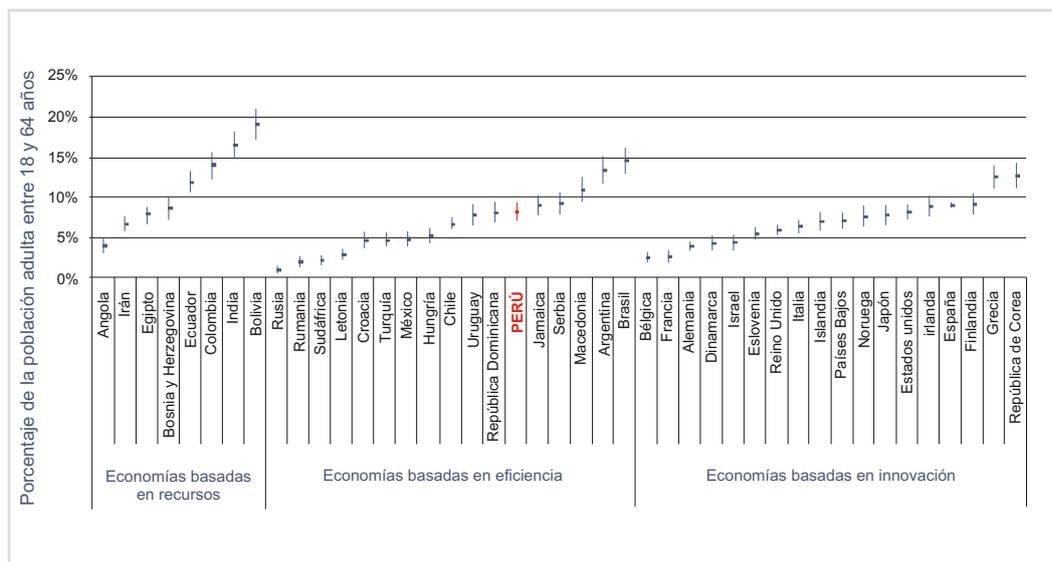
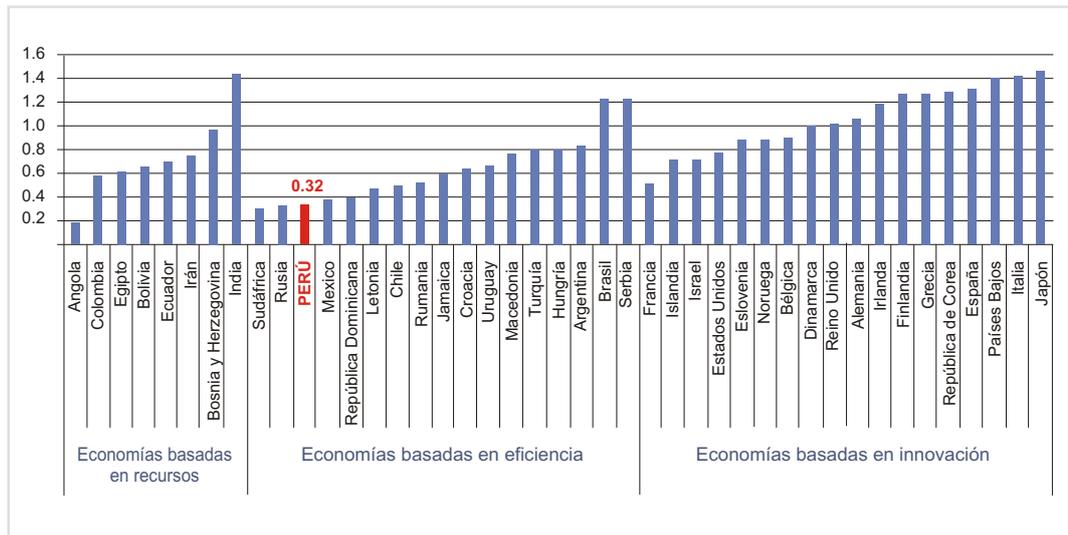


Gráfico 3. Ratio índice de emprendedores establecidos/ TEA, GEM 2008



2.3 La actividad emprendedora total

Como se comentó anteriormente, el GEM concibe el emprendimiento como un proceso en el que las personas se involucran cada vez más en la puesta en marcha de una empresa. De acuerdo con este concepto, la tabla 3 resume la actividad emprendedora en las diferentes fases del proceso emprendedor para cada uno de los 43 países participantes del GEM 2008; es decir, expone los tipos de actividad emprendedora que abarca todo el proceso emprendedor. No es de extrañar que en las economías basadas en recursos, con muchos negocios pequeños y principalmente de carácter local, se observen altos índices de actividad tanto en las fases iniciales del emprendimiento como en la fase de negocios establecidos. En Angola, sin embargo, la actividad de negocios establecidos es muy pequeña comparada con la de otras economías basadas en recursos, mientras que el indicador de negocios discontinuados es muy alta. Estos resultados pueden estar reflejando la reciente salida de Angola de una convulsión social marcada por disturbios y una prolongada guerra civil.

El gráfico 4 muestra el índice de la Actividad Emprendedora Total, que incluye a la población involucrada en alguna de las fases del proceso emprendedor, tanto en etapas iniciales (empresas nacientes y nuevas) como en negocios establecidos; es decir, comprende los componentes dinámico y estático de la actividad emprendedora. Se observa que los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia presentan los índices más altos de actividad emprendedora total, aunque su mayor componente reside en emprendedores en etapas iniciales. Por su parte, en los países con economías basadas en innovación, el componente de emprendedores establecidos es más importante.

2.4 La discontinuación de la actividad emprendedora

Para el GEM, la discontinuación de la actividad emprendedora se define como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) que en los últimos 12 meses ha cerrado, vendido o, en general, discontinuado su relación de propietario-gerente con el negocio.

Tabla 3. Prevalencia (en %) de actividad emprendedora y de dueños de negocios por país según fase de desarrollo económico, GEM 2008

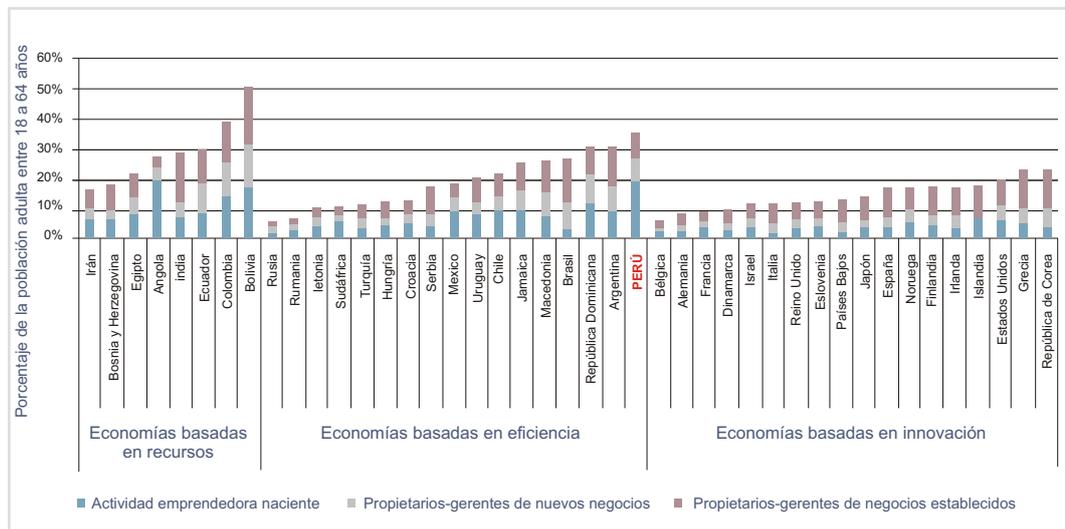
	Actividad emprendedora naciente	Propietarios-gerentes de nuevos negocios	Actividad emprendedora en fase inicial (TEA)	Propietarios-gerentes de negocio establecidos	Actividad emprendedora total	Tamaño de la muestra
<i>Economía basadas en recursos</i>						
Angola	19.3	4.1	22.7	4.1	26.0	1,490
Bolivia	17.4	14.3	29.8	19.1	45.6	1,879
Bosnia y Herzegovina	6.4	2.7	9.0	8.7	17.1	1,586
Colombia	13.8	11.7	24.5	14.1	36.7	2,000
Ecuador	8.7	9.1	17.2	11.9	28.1	2,142
Egipto	7.9	5.5	13.1	8.0	20.2	2,603
India	6.9	4.9	11.5	16.5	27.6	1,919
Irán	5.9	3.4	9.2	6.8	15.7	3 119.0
<i>Economía basadas en eficiencia</i>						
Argentina	8.5	8.5	16.5	13.5	29.6	1,731
Brasil	2.9	9.3	12.0	14.6	26.4	2,000
Chile	8.6	5.8	14.1	6.8	20.2	4,068
Croacia	4.9	2.8	7.6	4.8	12.3	1,696
Hungría	3.8	2.8	6.6	5.3	11.8	1,994
Jamaica	9.0	7.1	15.6	9.1	24.3	2,300
Letonia	3.9	2.8	6.5	3.0	9.4	2,011
Macedonia	7.2	7.7	14.5	11.0	24.8	1,746
México	9.3	4.0	13.1	4.9	17.8	2,433
Perú	19.7	6.8	25.6	8.3	32.7	1,990
República Dominicana	11.7	9.8	20.4	8.2	27.9	2,013
Rumanía	2.5	1.6	4.0	2.1	5.9	1,667
Rusia	1.7	2.0	3.5	1.1	4.4	1,660
Serbia	4.0	3.6	7.6	9.3	16.5	1,813
Sudáfrica	5.7	2.1	7.8	2.3	9.9	2,719
Turquía	3.2	3.0	6.0	4.8	10.7	2,400
Uruguay	7.7	4.4	11.9	7.9	19.3	1,645
<i>Economía basadas en innovación</i>						
Alemania	2.4	1.5	3.8	4.0	7.7	4,751
Bélgica	2.0	0.9	2.9	2.6	5.3	1,997
Dinamarca	2.3	2.3	4.4	4.4	8.4	2,012
Eslovenia	4.1	2.4	6.4	5.6	11.8	3,019
España	3.3	3.9	7.0	9.1	14.8	30,879
Estados Unidos	5.9	5.0	10.8	8.3	18.7	3,441
Finlandia	4.1	3.3	7.3	9.2	16.0	2,011
Francia	3.8	1.9	5.6	2.8	8.2	1,573
Grecia	5.3	4.6	9.9	12.6	22.0	1,962
Irlanda	3.3	4.3	7.6	9.0	16.3	1,924

Fuente: APS, GEM 2008.

La discontinuación de un negocio es una característica importante de las economías dinámicas y tienen una correlación estrecha con el ingreso y la salida de empresas en una economía (Robinson & colaboradores,

2006). El gráfico 5 muestra la prevalencia de personas que discontinuaron, vendieron o se retiraron de un negocio en los doce meses anteriores a la encuesta GEM 2008.

Gráfico 4. Población involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora, GEM 2008

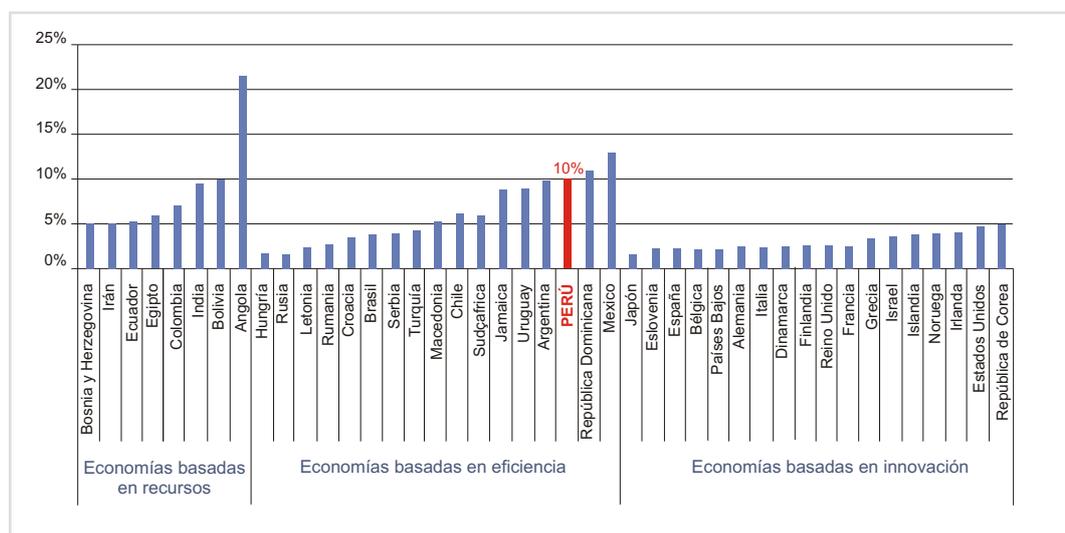


Se puede observar que las tasas de interrupción de negocios son relativamente altas en las economías basadas en recursos (en Angola, por ejemplo, la tasa reportada es de 23%), lo que sugiere que en estos casos hay una rápida rotación de experiencias empresariales; por el contrario, en las economías basadas en innovación las tasas de discontinuación son relativamente bajas. Entre los países de altos ingresos, República

de Corea (4.7%), Estados Unidos (4.4%) e Irlanda (3.6%) muestran las tasas más altas de discontinuación de negocios; sin embargo, estas tasas son menores que la tasa más baja observada en las economías basadas en recursos (Bosnia y Herzegovina, 5%)

El Perú, en particular, muestra una tasa de discontinuación de negocios de 10.4%, la

Gráfico 5. Tasa de discontinuación de negocios, GEM 2008



tercera más alta entre los países con economías basadas en eficiencia y la cuarta entre el conjunto del estudio GEM. Esta cifra indica un aumento de casi un punto porcentual respecto del resultado del 2007, que fue de 9.5%. Por consiguiente, en nuestro país, si bien se están promoviendo mecanismos para facilitar la constitución de empresas y se cuenta con un enorme potencial emprendedor, no se han establecido políticas específicas que favorezcan la preservación de la masa empresarial, sobre todo en el sector de los pequeños negocios. Por tanto, este tema debe ser prioritario en la agenda nacional.

Por otro lado, es importante poner énfasis en que no todos los negocios que no sobreviven se consideran fracasados. Un estudio de Headd (2003) muestra que los propietarios de aproximadamente un tercio de los negocios que cerraron manifestaron que sus empresas eran exitosas al momento del cierre. Asimismo, este año el GEM da cuenta de que, en promedio, alrededor de un tercio de las empresas que fueron discontinuadas por los encuestados siguieron operando de otra forma o con un dueño diferente (gráfico 6).

Para muchos emprendedores que se retiran de un negocio, este no es el fin de su carrera empresarial, sino un nuevo comienzo. El "reciclaje de emprendedores" (Mason & Harrison, 2006) se manifiesta principalmente de dos modos. Primero, los emprendedores que se retiraron pueden volver a entrar. Este fenómeno es más frecuente en economías basadas en recursos y en economías basadas en eficiencia que en economías basadas en innovación; además, también es más comúnmente referido por emprendedores en etapas iniciales, sobre todo por emprendedores nacientes (gráfico 7). Segundo, es más probable que los emprendedores retirados inviertan en negocios de otras personas que el resto de la población. En los tres grupos de países, casi una quinta parte de los emprendedores que dejaron sus negocios eran inversionistas informales: alrededor de cuatro o cinco veces más que la población general en las economías basadas en recursos y las economías basadas en eficiencia, y siete veces más en las economías basadas en innovación.

El gráfico 8 muestra que la razón más importante para la discontinuación del

Gráfico 6. Continuidad de los negocios tras la salida del emprendedor, GEM 2008

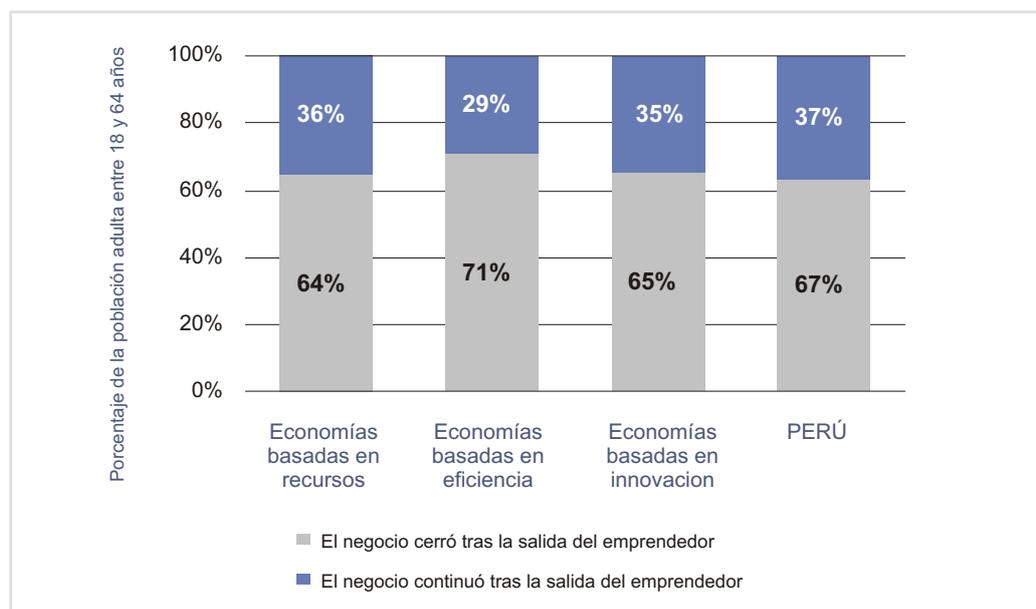
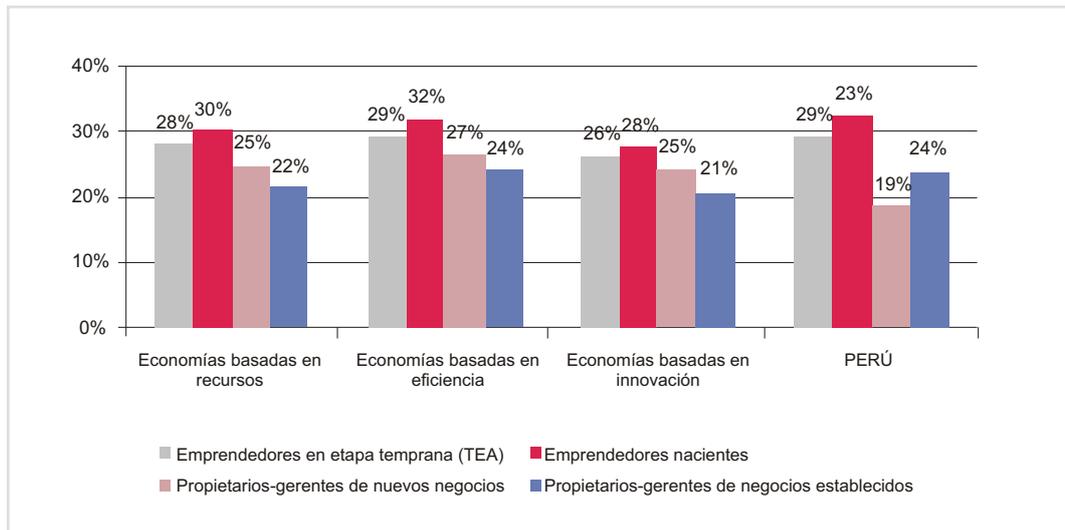


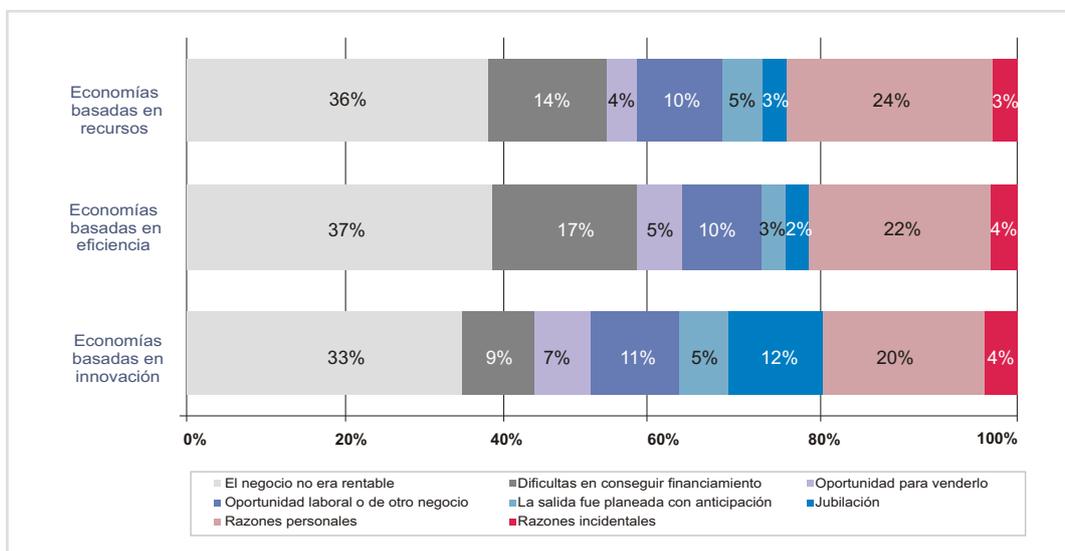
Gráfico 7. Porcentaje de emprendedores que refieren una experiencia empresarial anterior, GEM 2008



negocio no necesariamente implica que este haya fracasado. Hasta el 55% de los encuestados mencionaron los problemas financieros como la razón para discontinuar la empresa, con mayor frecuencia en los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia (estos reportaron algo más de 50%), mientras que en las economías basadas en innovación señalaron esta razón hasta un poco más del

40% de los encuestados. La poca rentabilidad del negocio fue el problema financiero más mencionado. La dificultad para obtener financiamiento fue considerablemente menor en las economías basadas en innovación, en las cuales la EFC "Financiamiento para el emprendimiento" está más desarrollada. La oportunidad de vender y, en particular, la jubilación, se señalaron con más frecuencia como la razón más importante

Gráfico 8 . Razones detrás de la discontinuación del negocio, GEM 2008



para interrumpir el negocio en las economías basadas en innovación. Los motivos personales ocasionaron entre el 20% y el 25% de todas las discontinuaciones. Estos motivos incluyen enfermedad, razones familiares, pérdida de un socio de negocios, divorcio, necesidad de financiar un evento (una boda, un viaje, etc.) a través de la venta de activos y no del negocio en sí, o simplemente aburrimiento. Estas razones fueron más frecuentes en economías basadas en recursos.

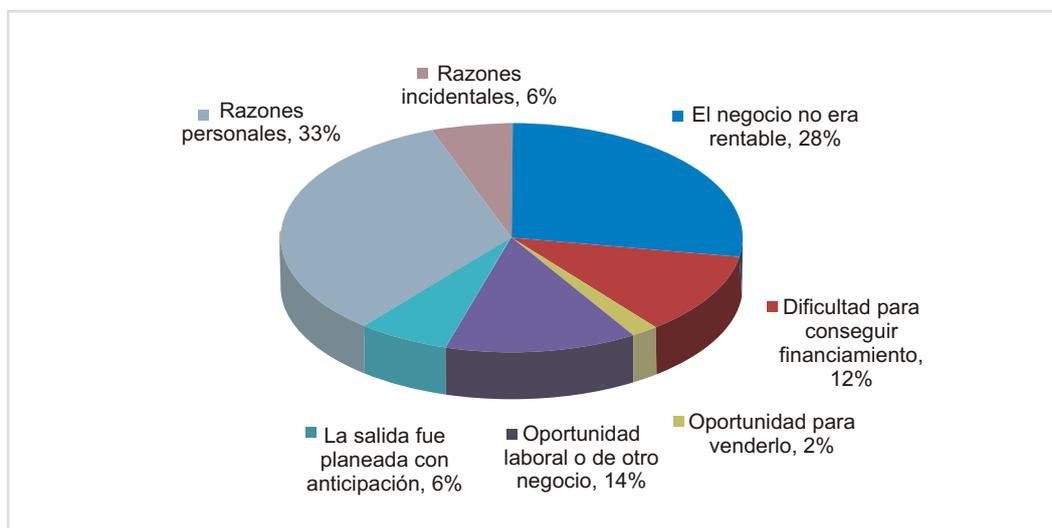
En el caso particular del Perú, las principales causas de discontinuación del negocio (gráfico 9) fueron los motivos personales (33%), la insuficiente rentabilidad del emprendimiento (28%) y la oportunidad de acceder a un empleo u otro negocio (14%). De estos, en comparación con el año pasado, solo persiste como motivo de discontinuación la escasa rentabilidad del negocio, lo cual supone que aún deben hacerse esfuerzos para preparar emprendedores con conocimientos y habilidades capaces de montar y dirigir negocios con mayor potencial y, sobre todo, capaces de mantenerse en el mercado ante situaciones adversas.

2.5 El emprendimiento por oportunidad

Desde hace varios años, el GEM ha identificado que una persona pone en marcha un negocio impulsada por dos motivaciones principales: la oportunidad o la necesidad. Las personas que emprenden por oportunidad están interesadas en independizarse y obtener mayores ingresos, mientras que las personas motivadas por la necesidad no tienen otra alternativa para ganarse la vida o temen quedar desempleados en un futuro cercano y se encaminan hacia la generación de negocios para subsistir.

Al respecto, la pregunta relevante del cuestionario GEM fuerza a los entrevistados a elegir entre “no existen mejores opciones de trabajo” y “explotar una oportunidad de negocio”. Hay poco espacio para elegir una opción entre esos extremos, y aquellos que se encuentran en un punto intermedio tienden con mayor frecuencia a optar por la última opción –aun cuando en realidad estén más cerca de la primera–. Considerando solo este aspecto, el GEM podría estar subestimando el emprendimiento por necesidad y

Gráfico 9 . Razones detrás de la discontinuación del negocio, GEM Perú 2008



sobreestimando el emprendimiento por oportunidad. Por ello, en el 2007 se perfeccionó el método de cálculo del emprendimiento por oportunidad (TEA por oportunidad). Desde entonces este indicador solo incluye a aquellos que son atraídos a emprender por el reconocimiento de una oportunidad, porque desean independencia o porque desean incrementar sus ingresos, y no a quienes son empujados a la puesta en marcha de un negocio por necesidad ni a aquellos que solamente pretenden mantener su nivel de ingresos actuales.

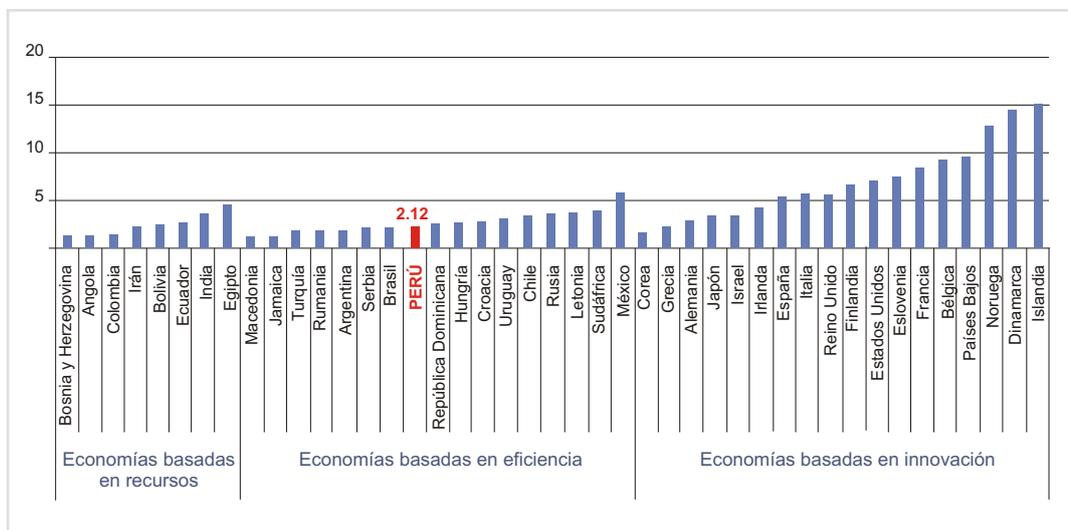
El ratio que indica la proporción entre emprendedores motivados por oportunidad y emprendedores impulsados por necesidad da una medida aproximada de la importancia del emprendimiento por oportunidad y una idea de la calidad de los negocios creados. El gráfico 10 muestra que mientras en los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia no hay más de 4 o 6 emprendimientos por oportunidad por cada emprendimiento por necesidad, en los países con economías basadas en innovación esta proporción puede llegar a ser algo más de 15 por 1, lo cual no es de extrañar si se tiene en cuenta que en estos países se presentan oportunidades adicio-

nales para generar ingresos porque en muchos de ellos, sobre todo en Europa, la mayoría de la población goza de una apropiada seguridad social.

En nuestro país, del 2007 al 2008 el emprendimiento por oportunidad tuvo un ligero descenso, de 17.6% a 17%, mientras que el emprendimiento por necesidad decreció de 8.2% a 8%. En este año, el ratio TEA por oportunidad/TEA por necesidad se mantiene en 2.1; es decir, por cada emprendimiento generado por necesidad surgen dos por oportunidad. Considerado de manera individual, este resultado podría indicar un panorama favorable, pero comparado con los de otros países refleja una situación muy diferente, pues es uno de los menores ratios encontrados en el estudio GEM.

Por otro lado, según el pensamiento económico clásico, cuando el ciclo económico es poco favorable, menos personas querrán involucrarse en actividades emprendedoras porque las expectativas de rentabilidad son más bajas en comparación con las épocas de prosperidad económica. Un argumento en contra es la llamada hipótesis del "refugiado" (Storey, 1991; Thurik & colaboradores, 2008), según la cual cuando se avecina una recesión el número de

Gráfico 10. Ratio TEA oportunidad/TEA necesidad por país, GEM 2008

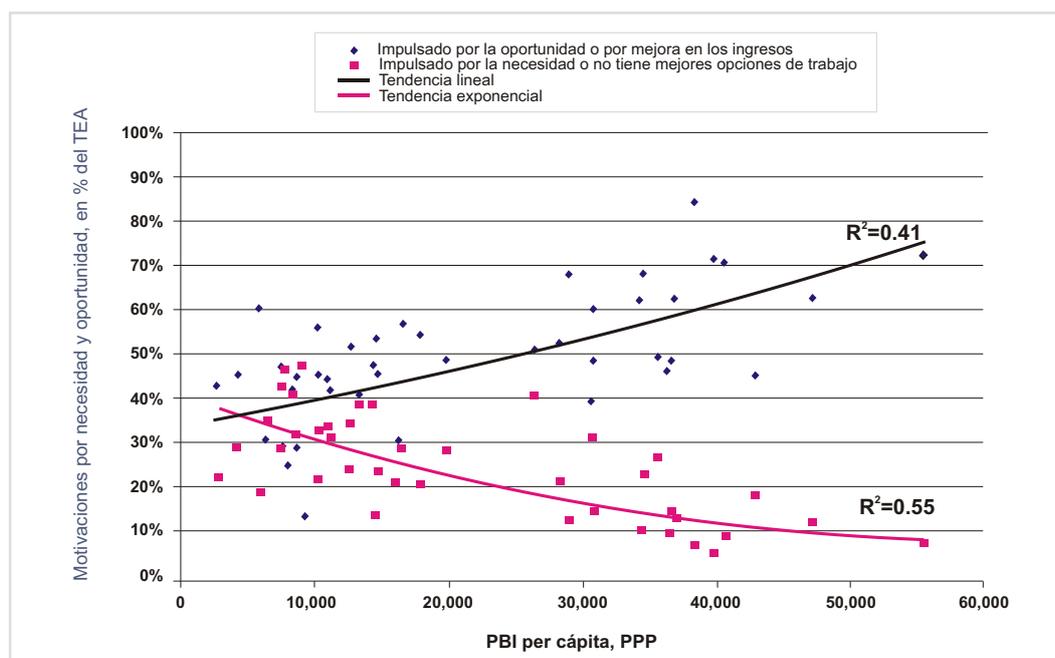


personas involucradas en emprendimientos aumenta, porque los empleados temen que sus salarios estén en riesgo, o ya han sido despedidos y el empleo independiente es su último recurso.

El gráfico 11 muestra que en el 2008 el emprendimiento por necesidad desempeñó un papel relativamente pequeño en los países basados en innovación. De hecho, en estos países, que tienen altos ingresos per cápita, una gran parte de los emprendedores son personas cuyo principal impulsor en la puesta en marcha de un negocio es la posibilidad de trabajar de forma independiente. Por ello, tampoco es de extrañar que a lo largo de los años estos países hayan mostrado solo pequeñas diferencias en los índices TEA.

En los países con economías basadas en innovación se puede esperar que haya mayor cantidad de oportunidades y las personas puedan tener más alternativas para ganarse la vida. Por tanto, en el la línea de tendencia del índice TEA por oportunidad en relación con el PBI per cápita presenta una suave pendiente hacia arriba. A su vez, la línea inferior describe el patrón del emprendimiento por necesidad y presenta una pendiente hacia abajo. De esta manera, cuando crece el desarrollo económico de los países, la tasa de emprendimiento por necesidad disminuye. De ahí que este sea un claro ejemplo de que el desarrollo económico afecta al índice TEA y no al revés. Una consideración importante es que cuando se vincula el emprendimiento con el desarrollo económico resulta necesario tener en

Gráfico 11. Motivaciones por necesidad y por oportunidad como porcentaje de la actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) y su relación con el PBI per cápita, GEM 2008



Fuente: Encuesta a la población adulta GEM (APS), 2008. Fondo Monetario Internacional (2008).

cuenta la fase de desarrollo económico en que se encuentra cada país, tal como se explicará más adelante, en el capítulo 3 .

Detrás de los emprendimientos motivados por oportunidad hay dos impulsores principales: el anhelo de independizarse y el deseo de incrementar los ingresos (suponiendo que estos serían mayores a los que se obtendría con un empleo).

El gráfico 12 muestra la proporción de estos dos motivadores dentro del índice TEA para cada grupo de países, según la fase de desarrollo económico; de manera especial se destaca el caso del Perú. Como se puede apreciar, la necesidad de independizarse prima en los países con economías basadas en innovación, mientras que en los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia el principal motivador es el incremento de los ingresos. En el Perú los resultados favorecen al interés por obtener mayores ingresos (30.7%), el cual casi dobla el porcentaje del deseo de independizarse (15%).

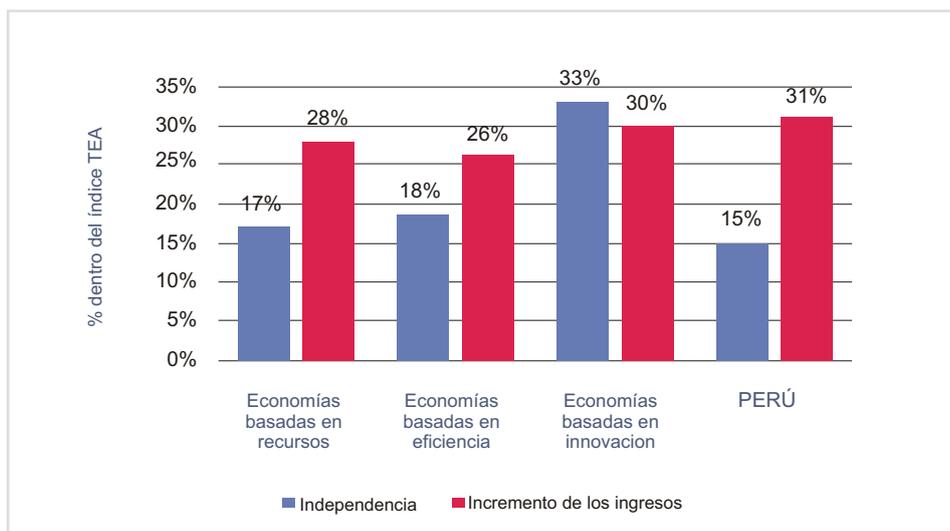
2.6 Actividad emprendedora por sectores económicos

El GEM analiza los sectores económicos donde se produce la actividad emprendedora utilizando la International Standard Industrial Classification (ISIC), que distingue más de 500 tipos diferentes de actividades agrupadas en cuatro sectores principales. Esta clasificación facilita el análisis de los resultados y las comparaciones tanto entre países como entre empresas (en etapa inicial o establecidas).

Los sectores considerados por la ISIC son:

- Sector extractivo. Agrupa las actividades de extracción de productos en su ambiente natural, como agricultura, ganadería, pesca y minería.
- Sector transformación. Incluye las actividades de transformación física, así como el transporte de bienes y personas, construcción, manufactura y distribución mayorista.
- Sector de servicios para empresas. Comprende aquellos cuyos clientes principales

Gráfico 12. Motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad, GEM 2008



son otros negocios, como servicios financieros, seguros, inmobiliarias, entre otros.

- Sector orientado al consumidor. Comprende aquellos cuyos clientes principales son personas; por ejemplo, venta minorista, restaurantes y bares, hospedaje, salud, educación, servicios sociales y recreación.

El gráfico 13 muestra la distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales según sectores económicos y fases de desarrollo económico. Como puede observarse, esta distribución es diferente en cada una de las tres etapas de desarrollo económico. Los negocios extractivos son más frecuentes en economías basadas en recursos, mientras los negocios de transformación lo son en economías basadas en eficiencia; por último los negocios de servicios son más frecuentes en economías basadas en innovación. La reducción de la frecuencia de servicios al consumidor conforme se pasa de una o otra etapa de desarrollo es particularmente notoria.

El sector predominante de las empresas en etapa inicial en el Perú es el orientado al consumidor, con 58.7%, donde destaca el rubro de comercio minorista, hoteles, y restaurantes, con 53.1% (gráfico 14). El sector de transformación (29.4%) y el extractivo (5.6%) ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente. En comparación con el 2007, destaca el incremento del sector transformación a expensas de la disminución de los sectores extractivos y orientados al consumidor.

En cuanto a los emprendedores establecidos, se observa la misma relación: los sectores de servicios al consumidor obtienen los mayores porcentajes (gráfico 15). Al igual que en el caso de los emprendedores en etapas iniciales, a medida que el desarrollo económico aumenta, el sector servicios gana cada vez mayor participación a expensas, principalmente, del sector orientado al consumidor. Puede suponerse que conforme el ingreso per cápita se incrementa, los consumidores se vuelven más exigentes y sofisticados, de modo que

Gráfico 13. Distribución de la actividad emprendedora según sector y fase de desarrollo económico, GEM PERÚ 2008

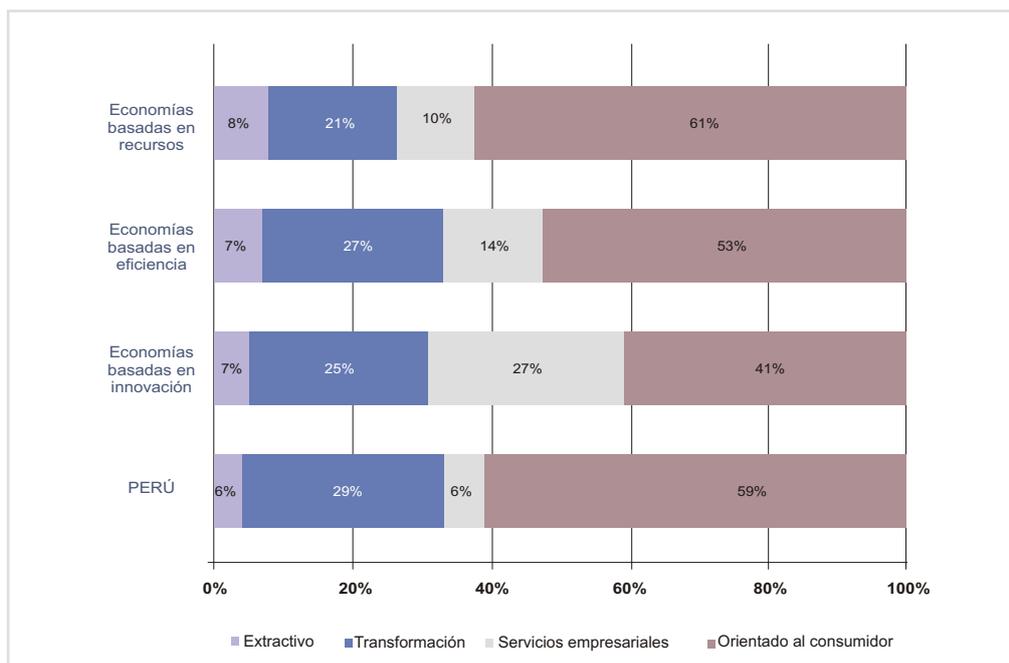
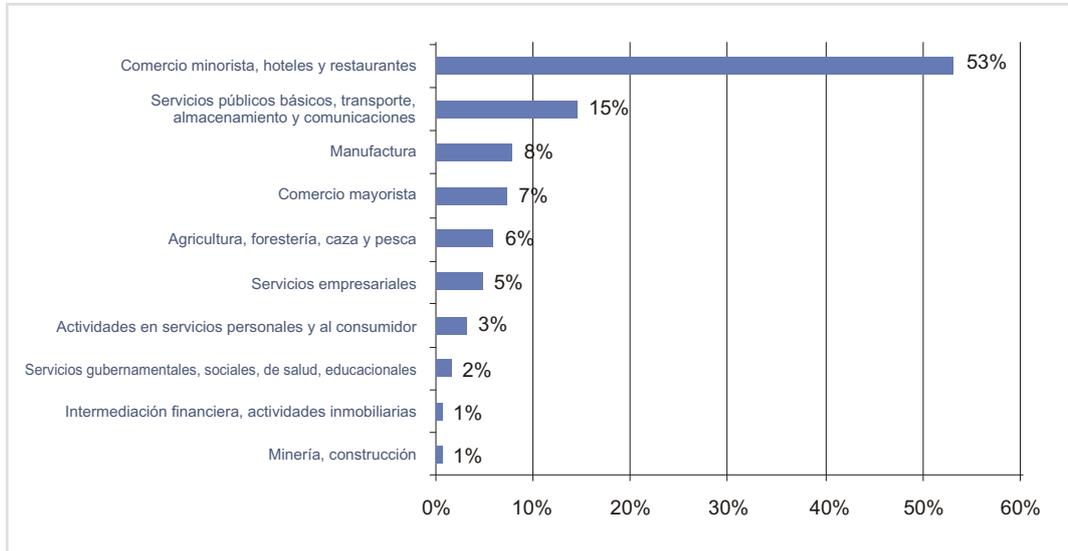


Gráfico 14. Distribución por actividades económicas de la actividad emprendedora en etapas iniciales, GEM Perú 2008

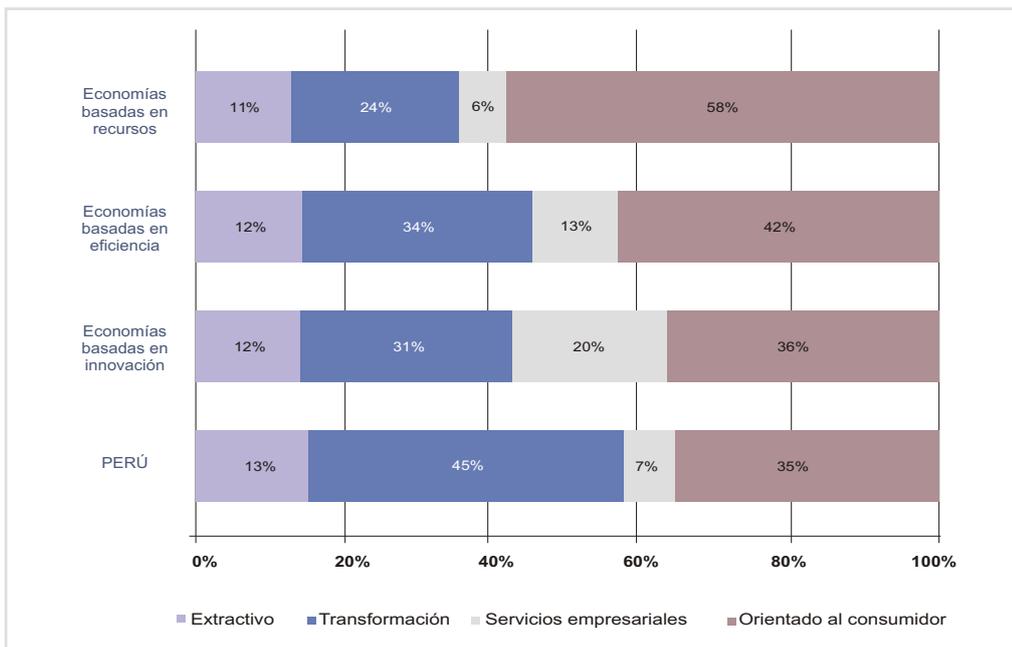


solo las empresas más fuertes y competitivas logran consolidarse en el mercado.

En el Perú las empresas establecidas se orientan principalmente al sector transfor-

mación, el cual se ha incrementado de 22.7% en el 2007 a 45.2% en el 2008, mientras que el sector orientado al consumidor ha disminuido de 45.5% en el 2007 a 34.7% en el 2008. Por su parte el sector extractivo ha pasado de

Gráfico 15. Distribución de empresas establecidas según sector y fase de desarrollo económico, GEM 2008



una participación de 23.4% en el 2007 a 13.3% en el 2008. El sector de servicios a empresas no ha mostrado mayor variación. Según muestra el gráfico 16, la actividad más representativa es la de comercio minorista, hoteles y restaurantes con 27.7%, seguida de cerca por servicios públicos, transporte, almacenamiento y comunicaciones (22.5%).

Si se compara la distribución sectorial de los empresarios establecidos con la de los emprendimientos en etapas iniciales, mediante el ratio correspondiente (gráfico 17), se observa que el sector con mayor ratio de consolidación y el único mayor de 1 es el de minería y construcción, posiblemente por el nivel de inversión y profesionalización que implican estas actividades. El sector extractivo, que comprende agricultura, forrestería, caza y pesca, es el segundo en consolidarse. En cambio, en el resto de sectores la mitad o menos de la mitad de los emprendimientos no logra la consolidación.

2.7 Tendencias y perspectivas de la actividad emprendedora

El gráfico 18 muestra la tendencia de la actividad emprendedora en etapas iniciales entre los años 2001 y 2008 para un grupo de países GEM. Para estudiar la tendencia, se seleccionó solamente al grupo de países que han participado en el estudio desde el 2001 y que a lo más han estado ausentes en una sola oportunidad. Por ello, los resultados deberían ser interpretados con cierto cuidado. Únicamente hay datos disponibles para seis economías impulsadas por eficiencia: Argentina, Brasil, Chile, Croacia, Hungría y Sudáfrica, y para 17 economías impulsadas por la innovación.

Como se observa, el desarrollo del índice TEA para las economías basadas en la innovación es bastante estable en el tiempo. Solo se observa un aumento ligero y gradual, de 5.7% en el 2002 a 6.4% en el 2008. Asimismo, la actividad emprendedora por necesidad para estos países ha sido muy estable (gráfico 19).

Gráfico 16. Distribución por actividades económicas de las empresas establecidas, GEM Perú 2008

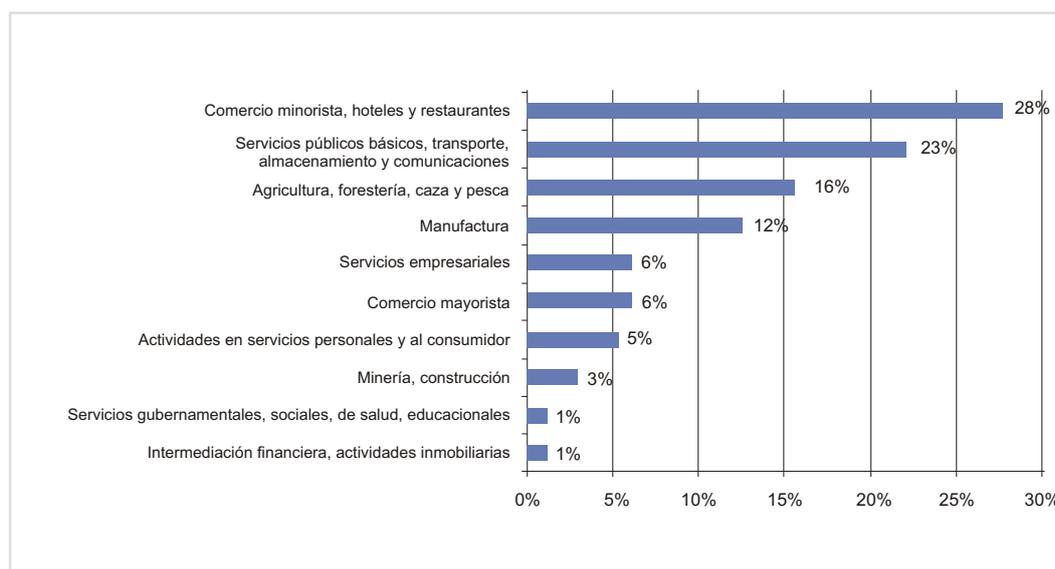
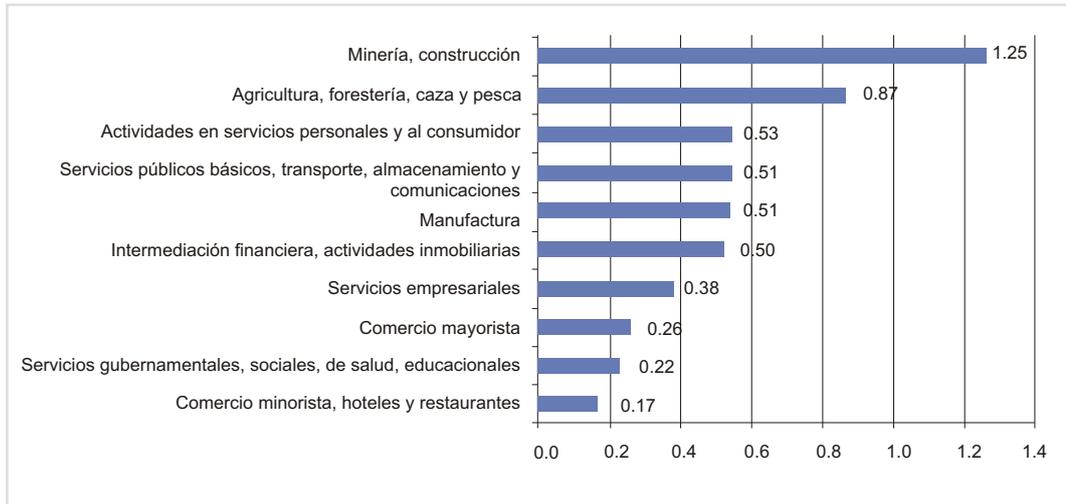


Gráfico 17. Distribución sectorial del ratio índice de emprendedores establecidos/ TEA, GEM Perú 2008

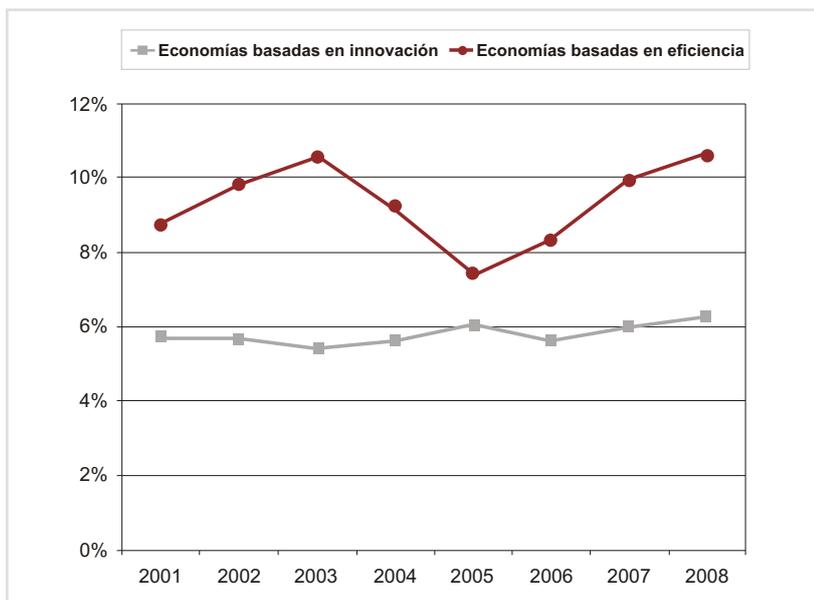


En cambio, en las economías basadas en eficiencia, el patrón es más sensible al ciclo económico. Tal es el caso de Argentina, que durante la crisis económica que atravesó en el periodo 2001-2003 mostró una reacción significativa; el índice TEA se incrementó de

3.9% a 7.4%, para luego estabilizarse a medida que la economía nacional se iba recuperando.

Hasta qué punto la actual crisis económica mundial impactará en los índices TEA sigue

Gráfico 18. Niveles promedio de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) entre 2001-2008 para los países con economías basadas en la eficiencia y economías basadas en la innovación, GEM 2008.



Nota: Cada punto es un promedio simple del índice TEA para el año correspondiente. Fuente: Encuesta a la población adulta, GEM 2008.

siendo una pregunta sin respuesta. A pesar de que el colapso de la burbuja de Internet en el 2001 no pareció afectar en forma significativa el índice TEA de los países basados en innovación, la crisis actual plantea claramente más amenazas a la actividad emprendedora y la actividad económica en general.

Debido a que la mayoría de las encuestas del estudio GEM 2008 se llevaron a cabo entre julio y setiembre, cuando la verdadera magnitud de la crisis no se había manifestado todavía, el impacto de la crisis sobre los índices TEA aún no se ha hecho evidente, y en gran medida esto también es válido para los resultados del año 2009.

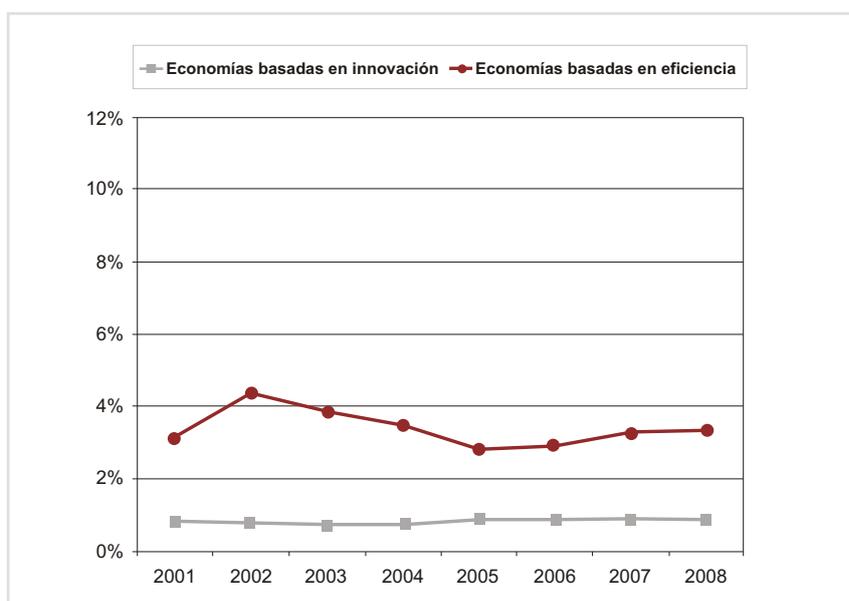
La crisis, que de financiera se transformó en económica, está afectando a muchos sectores industriales y, por tanto, a todo el espectro de la actividad económica, desde las pequeñas unidades de negocio hasta los grandes grupos industriales consolidados. El emprendimiento es considerado uno de los mecanismos que puede ayudar a superar las

recesiones al desplazar recursos de modo tal que actividades nuevas y prometedoras reemplacen a actividades económicas obsoletas. Sin embargo, para que estos mecanismos sean efectivos es necesario contar con instituciones que favorezcan la iniciativa emprendedora y no mantengan vivos artificialmente los tipos obsoletos de actividad económica.

Se ha mencionado que la actividad emprendedora contiene un componente estático, representado por la actividad económica de los negocios establecidos, y un componente dinámico, focalizado en la actividad emprendedora en etapas iniciales. Sin embargo, el componente dinámico también incluye las nuevas actividades económicas llevadas adelante por los negocios establecidos.

Muchos negocios establecidos en sectores consolidados han visto caer sus ventas como consecuencia de la reducción de la demanda causada por la crisis. Es posible que sus ganancias decrezcan y los recursos disponi-

Gráfico 19. Niveles promedio de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales impulsadas por la necesidad entre 2001–2008 para los países con economías basadas en la eficiencia y economías basadas en la innovación, GEM 2008.



Nota: Cada punto es un promedio simple del índice TEA para el año correspondiente.
Fuente: Encuesta a la población adulta, GEM 2008.

bles para inversiones disminuyan rápidamente. La expansión se puede volver más difícil para los negocios con problemas de liquidez. Algunas empresas manufactureras restringirán su producción o inclusive cerraran permanentemente. Puede ocurrir que los negocios establecidos que operan en nichos de mercado, o que apuntan a los segmentos inferiores del mercado, se vean menos dañados. Por otro lado, los negocios que tienen disponibilidad de dinero pueden encontrar buenas oportunidades para crecer absorbiendo otras empresas cuyo valor en el mercado se ha reducido.

En el ámbito mundial los gobiernos pueden procurar brindar apoyo a los negocios en marcha, tanto si son grandes e importantes como si corresponden al sector de la pequeña empresa. De hecho, la existencia de muchos negocios pequeños depende de las necesidades de las compañías más grandes. En todo caso, las empresas que se encuentran en problemas porque sus productos y servicios son esencialmente obsoletos, es decir, poco competitivos, quizás no deberían recibir apoyo, a menos que realicen ajustes en su estrategia económica. En esta situación es inevitable que se incremente el número de negocios que discontinúen su actividad. El desafío para los gobiernos es mantener en operación a las empresas que aún tienen un buen potencial a largo plazo.

Si bien los negocios establecidos son fundamentales para preservar la estabilidad, el emprendimiento en etapas iniciales es importante para generar dinamismo en la actividad económica. Es claro que las proyecciones económicas pesimistas pueden ocasionar que un menor número de personas inicien emprendimientos; sin embargo, la pérdida de empleos puede incrementar los emprendimientos motiva-

dos por la necesidad. Muchas personas con altos niveles de capital intelectual (experiencia y conocimiento) están siendo desvinculadas de organizaciones con problemas (por ejemplo, el sector financiero). Es probable que estos individuos se vean obligados a emprender por necesidad y, considerando su preparación, algunos podrán crear emprendimientos dinámicos que incluso formen parte de las soluciones a la crisis en algunos sectores.

Es poco probable que la mayoría de las personas que planearon poner un negocio antes de que surgiera la crisis cambien estas intenciones, especialmente si su motivación es el deseo de trabajar de forma independiente, que es el caso de la mayoría de los emprendedores en los países con economías basadas en innovación. El confirma que, en promedio, no ha habido ningún cambio significativo en el índice TEA de los países basados en innovación desde el año pasado. No obstante, es posible que muchas personas que participan en la fase previa a la puesta en marcha del negocio tengan que replantear sus productos y estrategias, considerando que es más fácil ajustar un modelo de negocio en la fase inicial que en la fase establecida.

Por otro lado, los bancos y otros inversores, estando menos dispuestos a prestar dinero, se asegurarán de hacer una selección más rigurosa para su cartera de inversiones.

En conclusión, el componente dinámico de la iniciativa empresarial, tanto de las primeras etapas empresariales como de nuevas actividades empresariales realizadas por las empresas establecidas, puede ser importante para el cambio en la actividad económica que se necesita para superar las recesiones.

Capítulo 3

EMPRENDIMIENTO Y
DESARROLLO ECONÓMICO

En los últimos años, los economistas han llegado a reconocer los impactos positivos potenciales de la actividad empresarial sobre la innovación y el crecimiento y, por ende, su significativa contribución a la prosperidad y el bienestar económicos (Acs & Armington, 2006; Schramm, 2006; Audretsch, 2007). En otras palabras, el emprendimiento es considerado como un importante mecanismo para el desarrollo económico a través del empleo, la innovación, y sus efectos sobre el bienestar (Wennekers & Thurik, 1999; Baumol, 2002).

En esta sección, además de explorar la compleja relación entre emprendimiento y desarrollo, se introduce un indicador compuesto de la actividad emprendedora que podría ser más útil para comprender el complejo comportamiento del emprendimiento tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo.

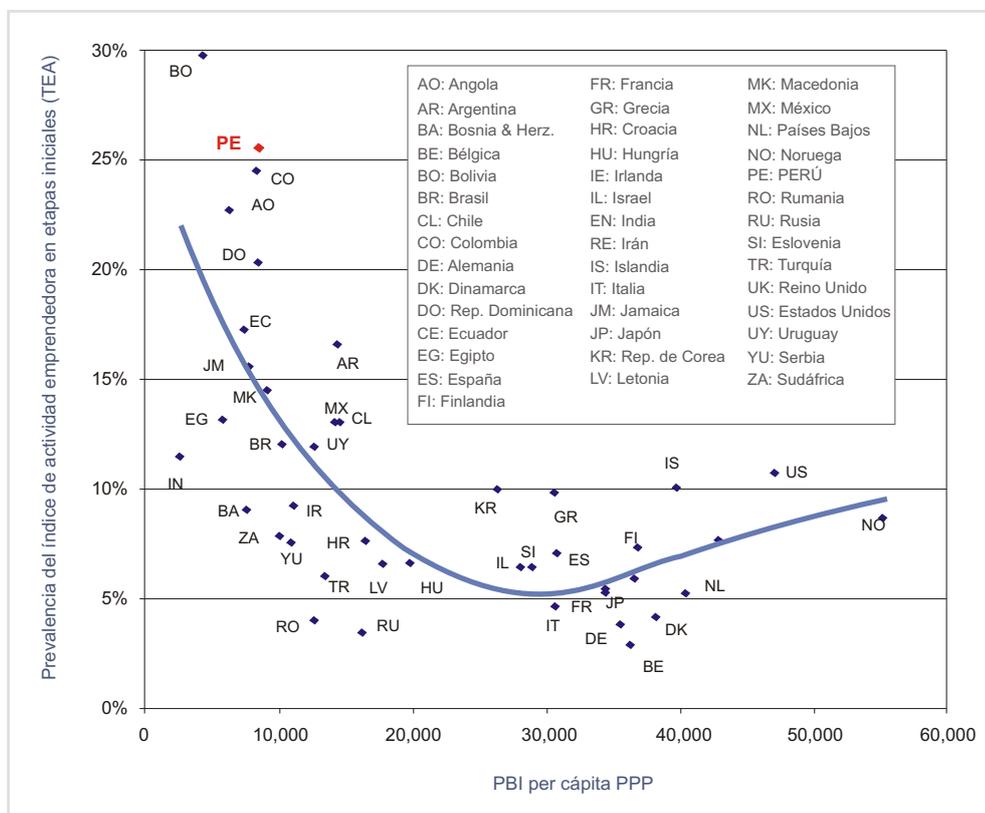
3.1 La actividad emprendedora en etapa inicial y el desarrollo económico

La investigación sobre la relación entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico se ha expandido en la última década. Durante los últimos diez años, los reportes GEM han demostrado una asociación constante, en forma de U, entre el nivel de desarrollo económico de un país y su nivel y tipo de actividad emprendedora ($R^2 = 0.49$). Esta asociación se ha encontrado en otros estudios; por ejemplo, Carrée y colaboradores (2002), examinaron la relación entre el desarrollo económico y el número de empresas en los países de la OCDE y confirmaron la existencia de una relación en forma de U. Por su parte, Wennekers y colaboradores (2005) fueron los primeros en hacer una regresión con los datos del estudio GEM para emprendedores nacientes y el nivel de desarrollo económico y encontraron también sustento a la relación en forma de U entre los países en diferentes etapas de desarrollo.

Esta relación en forma de U entre el PBI per cápita y los índices TEA se ilustra en el gráfico 20, donde se observa que los países con niveles muy bajos de ingreso per cápita, como Angola, Perú y Ecuador, tienen altos índices de actividad emprendedora en etapas iniciales. A medida que aumenta el ingreso per cápita, la actividad empresarial tiende a disminuir, pero luego se nivela. En la parte inferior de la U se ubican los países que parecen estar transitando de economías basadas en eficiencia a economías basadas en innovación, tal como les sucede a algunos países de Europa oriental. Muchos países como Alemania, Francia, Bélgica e Italia tienen índices relativamente bajos de actividad emprendedora, pero los más ricos, como Estados Unidos, Noruega e Islandia, tienden a presentar índices más altos.

El patrón en forma de U puede explicarse de la siguiente manera: en los países con bajos niveles de ingreso per cápita, la economía nacional se caracteriza por la prevalencia de muchos negocios muy pequeños. A medida que el ingreso per cápita aumenta, la industrialización y las economías de escala permiten que las empresas se consoliden y crezcan para satisfacer el incremento de la demanda, (por crecimiento de los mercados), y para aumentar su papel relativo en la economía. El desarrollo de las grandes empresas puede estar acompañado de una reducción del número de nuevos negocios, ya que un número creciente de personas encuentran empleo estable en las grandes plantas industriales.

Gráfico 20. Relación entre actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) y PBI per cápita, GEM 2008



Fuente: GEM, Encuesta a la población adulta, y Fondo Monetario Internacional (2008).

Entonces, en los países que se encuentran en las primeras fases de desarrollo económico (economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia), la actividad emprendedora tendría una relación negativa con el desarrollo económico. Así, en países con bajos niveles de ingreso per cápita, una disminución de los índices de actividad emprendedora puede ser una buena señal, especialmente si está acompañada por crecimiento económico y estabilidad política.

A medida que el ingreso aumenta, el sector emprendedor se incrementa porque más personas pueden acceder a recursos para poner un negocio por su cuenta en un ambiente económico que permite el aprovechamiento de oportunidades. Por ello, en los países desarrollados (economías basadas en innovación) se podría esperar que la actividad emprendedora se relacione positivamente con el desarrollo económico, porque las personas cambian un trabajo asalariado por la actividad empresarial.

Hay tres razones por las cuales se eleva la actividad emprendedora en los países con economías basadas en innovación. En primer lugar, la fase basada en innovación se caracteriza por la disminución de la participación de la industria manufacturera en la economía y la expansión relativa de los servicios empresariales. Las empresas de servicios son más pequeñas que el tamaño promedio de las empresas manufactureras; por tanto, la economía en función del tamaño promedio de las empresas puede disminuir. Por otra parte, las empresas de servicios proporcionan más oportunidades para la iniciativa emprendedora. Este es notoriamente el caso en Estados Unidos, así como en varios países de la Unión Europea, como Alemania y Suecia. En segundo lugar, el cambio tecnológico durante el periodo de la posguerra ha estado sesgado hacia sectores en los que la actividad emprendedora es importante (Jorgenson, 2001). Las mejoras en las tecnologías de información, tales como las telecomunicaciones, pueden

incrementar la rentabilidad de la iniciativa empresarial. Los servicios de mensajería, servicios de fotocopias, computadoras personales, Internet, servicios Web y servicios de telefonía móvil facilitan que las personas geográficamente separadas puedan intercambiar información en menor tiempo y con menor costo. En tercer lugar, algunos teóricos sugieren que cuanto más fácil sea sustituir capital por trabajo, más fácil será convertirse en emprendedor (Aquilina & colaboradores, 2006).

Dado que el emprendimiento no es solamente un fenómeno económico, sino también socioeconómico, la dispersión de las estimaciones del índice TEA alrededor de la línea de tendencia demuestra que las tasas de emprendimiento no están en función solo de las diferencias en el nivel de desarrollo económico, sino que hay influencia también de otros factores, ya que en cada país hay condiciones importantes que influyen en la actividad emprendedora de sus habitantes. El número creciente de estudios sobre emprendimiento y los diez años de investigación del GEM indican que las tasas de actividad emprendedora pueden diferir entre países por razones culturales, institucionales, económicas y demográficas. Por ejemplo, los requisitos para constituir un negocio (y su cumplimiento) pueden ser muy diferentes en cada lugar del mundo; así también, las instituciones de un país reflejan la cultura nacional, ya que se diseñan para formalizar las normas y los valores imperantes.

Aunque el comportamiento de la actividad emprendedora en forma de U es consistente a lo largo de los años, esto no significa que todos los países sigan este patrón a lo largo del tiempo. Por otro lado, la curva creciente que corresponde a los países de alto nivel de ingresos per cápita ha sido explorada solo en parte, porque el número de países con estos niveles de ingresos es limitado, pero no hay razón para esperar que la parte creciente de la curva sea tan pronunciada como la parte decreciente.

3.2 Emprendimiento, desarrollo económico e instituciones

La teoría de la curva en U, tratada en la sección anterior, no está exenta de limitaciones para el estudio de la actividad emprendedora y el desarrollo. Por ejemplo, considera la cantidad más que la calidad de la iniciativa emprendedora y no toma en cuenta las diferencias culturales e institucionales entre los países que se encuentran en la misma fase de desarrollo económico. La relación en forma de U es difícil de utilizar con propósitos de política, ya que parece sugerir que menor emprendimiento es mejor para los países en desarrollo, mientras que, por el contrario, más emprendimiento es mejor para los países desarrollados.

Como se señaló anteriormente, el nivel de emprendimiento no solo está en función de la fase de desarrollo económico, sino que el entorno económico también influye en la dinámica de la iniciativa empresarial de un país determinado. Este entorno está marcado por la interdependencia entre el desarrollo económico y el desarrollo institucional, la cual influye a su vez en la calidad de la gobernabilidad, el acceso al capital y a otros recursos, y las percepciones de los emprendedores. Por ello, un factor importante para lograr el crecimiento del emprendedor es la estabilidad macroeconómica y política, reflejada en el desarrollo de instituciones fuertes. Por tanto, si hay interés en comprender el fenómeno emprendedor, dentro o entre los países, un área crítica de investigación es el vínculo complejo entre el emprendimiento, el desarrollo económico y las instituciones.

Estudiar este nexo es especialmente importante por dos razones: en primer lugar, la comunidad internacional ha aprendido que un modelo económico único para todos los países simplemente no funciona (Easterly, 2001). En segundo lugar, la importancia económica atribuida al emprendedor y el interés político en sus

actividades han crecido mucho en los últimos años. Entonces, las políticas públicas deberían considerar cómo es la dinámica entre el emprendimiento y el desarrollo económico y cómo influyen las condiciones locales y las variables institucionales específicas del contexto en esta dinámica.

Hay por lo menos tres índices compuestos que han sido diseñados y utilizados por organizaciones de alcance mundial con el propósito de estimar los diferentes aspectos del desarrollo económico considerando elementos institucionales de cada país. Estos tres índices se describen brevemente en los párrafos siguientes.

El Índice de Facilidad para Hacer Negocios o índice Doing Business (EDBI, por sus siglas en inglés) fue creado por el Banco Mundial para medir la simplicidad de las regulaciones para las empresas y el nivel de protección de los derechos de propiedad. Fue diseñado para evaluar el efecto de la mejora de las regulaciones en el crecimiento económico y para determinar los niveles óptimos de regulación para las empresas. Mientras menos y más sencillas sean las regulaciones, mejores puestos generarán en el ranking mundial. El índice se basa en el estudio de las opiniones de expertos en leyes y regulaciones y clasifica a los países sobre la base del promedio de otros diez subíndices.

El Índice de Libertad Económica (IEF, por sus siglas en inglés), creado por el Wall Street Journal y The Heritage Foundation, utiliza diez medidas económicas para evaluar el grado de libertad económica. Se basa en las teorías económicas de la libertad con el objetivo de crear instituciones básicas que protejan las libertades individuales en pos de una mayor prosperidad económica. La libertad económica se define como "el derecho absoluto de la propiedad, la libertad plena de circulación de mano de obra, capital y mercancías, y una absoluta ausencia de coerción o restricción de la libertad económica más allá de lo requerido para que los ciudadanos protejan y mantengan la propia libertad". El IEF, por lo tanto, evalúa si el entorno económico o el conjunto de

políticas propician la libertad económica. Para hacer su medición, el índice utiliza las estadísticas del Banco Mundial, el FMI y la Economist Intelligence Unit.

El Índice de Competitividad Global (GCI, por sus siglas en inglés) es un informe anual del Foro Económico Mundial, que abarca alrededor de 131 países. Evalúa "la capacidad de los países para ofrecer altos niveles de prosperidad a sus ciudadanos", lo cual depende de cuán productivo sea un país en utilizar los recursos disponibles. El GCI mide el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan los niveles sostenibles de prosperidad económica a corto y mediano plazo. El índice se basa en investigación teórica y empírica y está compuesto por alrededor de 90 variables, dos tercios de las cuales provienen de la Encuesta Ejecutiva de Opinión; y el tercio restante, de fuentes de datos públicos, como las Naciones Unidas. El GCI clasifica a las variables en nueve áreas, cada una considerada como un factor determinante de la competitividad.

El estudio GEM y estos tres proyectos representan las cuatro facetas del "diamante del desarrollo": el emprendimiento, la libertad, la competitividad y la facilidad para hacer negocios. Hay conexiones naturales entre estas cuatro facetas; por ejemplo, como Carl J. Schramm ha afirmado: "En los últimos dos años [...] los estudios sobre el emprendimiento y la libertad de trabajo han manifestado un creciente reconocimiento de que la evolución en el nivel micro es de importancia central para la libertad económica" (Schramm, 2008).

Estos proyectos, incluido el GEM, se realizan con cierta regularidad, pero no hay una medida global bien desarrollada que comprenda a todos ellos en conjunto. En consecuencia, puede ser muy útil contar con medidas compuestas y más complejas que puedan ayudar a entender mejor la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico.

3.2.1 El Índice de Emprendimiento Global (GEI)

Acs y Szerb (2008), Acs y Stenholm (2008), Ahmad y Hoffmann (2008), y Klapper y colaboradores (2007), entre otros, están desarrollando una nueva familia de índices de emprendimiento global. En esta sección se resume uno de esos intentos: el Índice Global de Emprendimiento (GEI, por sus siglas en inglés) de Acs y Szerb (2008). El GEI usa 32 variables (19 de GEM) para crear 14 indicadores y 3 subíndices que miden la actividad emprendedora, las aspiraciones emprendedoras y las actitudes emprendedoras de los 64 países que han participado en el estudio GEM, incluyendo países en desarrollo y desarrollados, entre los años 2003 y 2008.

El GEI propuesto por Zoltan Acs y Laszlo Szerb, del GEM Hungría, presenta cuatro niveles: variables y ponderaciones, indicadores, subíndices y, finalmente, el superíndice. Los tres subíndices, de actitudes, actividades y aspiraciones, contienen varios indicadores y se combinan entre sí para producir un superíndice de emprendimiento: el Índice de Emprendimiento Global.

El Índice de Emprendimiento Global (GEI) no reemplaza al índice TEA ni a cualquier índice que el GEM ha creado. Más bien, aprovecha la información de estos índices para crear un índice más amplio de la actividad emprendedora, en general, de un país. La ventaja de esta herramienta es que vincula el emprendimiento y el entorno emprendedor con el desarrollo económico al combinar medidas de la actividad, las aspiraciones y las actitudes emprendedoras con medidas relevantes sobre las condiciones del entorno que favorecen el emprendimiento. De esta forma, el diseño del GEI es consistente con el modelo GEM revisado.

El GEI toma un valor entre 0 y 1 y es simplemente el promedio de tres subíndices: uno para las actitudes, otro para las actividades y un tercero para las aspiraciones. Gran parte del material necesario para desarrollar los

componentes de estos tres subíndices se pueden extraer de los datos del GEM.

Las actitudes emprendedoras se definen como la actitud general de la población de un país hacia el reconocimiento de oportunidades, el conocimiento personal de otros emprendedores, la asociación de la condición de emprendedor con un alto estatus en la sociedad, la aceptación del riesgo vinculado con el inicio de un negocio, y la posesión de las habilidades requeridas para un emprendimiento exitoso. Las actitudes emprendedoras son importantes porque expresan los sentimientos generales de la población hacia los emprendedores y hacia el emprendimiento. Aquellas personas que reconocen oportunidades valiosas de negocios, que tienen las habilidades necesarias para aprovechar esas oportunidades, que asocian a los emprendedores con un alto estatus, que pueden asumir y manejar los riesgos de emprender, y que conocen personalmente a otros emprendedores pueden ser consideradas como un ejército de reserva para la actividad emprendedora futura. Es más, estas personas suelen aportar soporte cultural, asesoría, recursos financieros y un potencial de conexiones para aquellos que ya son emprendedores o quieren iniciar un negocio.

La actividad emprendedora se define aquí como la tasa de creación de nuevas empresas que son iniciadas por emprendedores educados e impulsados por motivaciones de oportunidad. Para el cálculo de la tasa de creación de empresas se usa el índice TEA del GEM, ajustado por el efecto de rotación que generan los negocios que cierran. El efecto de rotación mide el cambio neto en los negocios y se basa en el supuesto de que una alta tasa de negocios descontinuados puede ser perjudicial para la economía. Las diferencias en la calidad de los emprendimientos son cuantificadas por la educación; por ejemplo, tener al menos educación postsecundaria. Se asume que los emprendimientos por oportunidad tienen una mejor planificación, una estrategia sofisticada y expectativas de crecimiento más altas en comparación con los emprendimientos motivados por necesidad.

Las aspiraciones emprendedoras se definen como el esfuerzo del emprendedor de comprometerse en la introducción de nuevos productos o nuevos procesos productivos, en abrir mercados foráneos, en planificar el incremento del número de empleados, y en ser capaz de financiar el negocio con capital de riesgo formal o informal. La innovación de productos o procesos, la internacionalización y el crecimiento se consideran como el corazón del emprendimiento. Los emprendimientos de referencia son aquellos que venden productos y servicios nuevos por lo menos para algunos de sus clientes, usan una tecnología que no tiene más de cinco años de antigüedad y venden a mercados extranjeros. También está incluido en este subíndice una variable financiera que sirve para medir el capital de riesgo formal e informal que es vital para los emprendimientos innovadores y las empresas de alto crecimiento.

Cada subíndice es el promedio de cuatro o cinco indicadores estandarizados y ajustados al "cuello de botella" o indicador más débil en un país. Esta noción de "cuello de botella" es importante para propósitos de política. El modelo GEM sugiere que las actitudes, la actividad y las aspiraciones deben interactuar en forma equilibrada; si alguna está desbalanceada, el emprendimiento se inhibe. Los subíndices se componen de cuatro o cinco indicadores, que se ajustan de manera que tomen en cuenta esta noción de equilibrio. Después de la estandarización del resultado de todos los indicadores, el valor de cada indicador en un país es ajustado para vincularlo al valor del indicador más débil en ese país. Esto simula la noción de un "cuello de botella"; es decir, si se mejorara el valor del indicador más débil, el índice general mostraría una mejora significativa. Por otro lado, una debilidad de estos subíndices es que consideran solamente un número limitado de aspectos de las actitudes, la actividad y las aspiraciones. Sin embargo, es lógico esperar que las variables perdidas tengan una alta correlación con las variables elegidas.

La tabla 4 muestra el ranking y los valores normalizados de los tres subíndices y el GEI para los 64 países que han participado en el GEM entre el 2003 y el 2008. Se puede observar que la posición de un país con el GEI

puede ser diferente de su posición con los otros subíndices. Asimismo, un país puede lograr una mejor posición con un subíndice que con otro.

Tabla 4 . El Índice Global de Emprendimiento y sus subíndices para los países participantes del GEM entre el 2003 y 2008, GEM 2008

Países	GEI		ACTITUD		ACTIVIDAD		ASPIRACIONES	
	Ranking	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Índice
Dinamarca	1	0.75	4	0.75	1	0.97	11	0.54
Suecia	2	0.73	3	0.77	5	0.82	6	0.61
Nueva Zelanda	3	0.72	1	0.82	2	0.89	18	0.44
Estados Unidos	4	0.68	12	0.61	8	0.77	2	0.66
Australia	5	0.67	2	0.81	7	0.78	21	0.42
Canadá	6	0.67	6	0.72	16	0.82	15	0.46
Islandia	7	0.65	9	0.64	12	0.65	3	0.66
Irlanda	8	0.64	16	0.55	3	0.86	12	0.50
Noruega	9	0.62	8	0.69	9	0.77	24	0.41
Suiza	10	0.61	14	0.55	15	0.60	1	0.69
Holanda	11	0.60	7	0.72	11	0.66	25	0.41
Bélgica	12	0.57	33	0.37	10	0.75	8	0.59
Finlandia	13	0.56	5	0.73	21	0.54	22	0.42
Francia	14	0.55	22	0.47	17	0.59	9	0.58
Puerto Rico	15	0.54	28	0.41	4	0.85	28	0.36
Eslovenia	16	0.54	10	0.62	18	0.58	23	0.41
Israel	17	0.52	41	0.31	13	0.63	5	0.62
Hong Kong	18	0.52	15	0.55	30	0.43	10	0.58
Austria	19	0.52	11	0.62	27	0.48	16	0.45
Singapur	20	0.51	40	0.31	14	0.60	7	0.61
Reino Unido	21	0.51	13	0.57	24	0.52	19	0.43
Corea	23	0.48	17	0.53	19	0.56	30	0.36
Italia	23	0.48	17	0.53	19	0.56	30	0.36
República Checa	24	0.46	37	0.36	43	0.37	4	0.65
Japón	25	0.45	51	0.27	16	0.59	14	0.50
Chile	26	0.45	18	0.51	25	0.51	31	0.33
Emiratos Árabes	27	0.45	25	0.44	33	0.40	13	0.50
Portugal	28	0.44	21	0.48	26	0.49	29	0.36
Alemania	29	0.44	23	0.45	28	0.47	26	0.40
España	30	0.43	19	0.50	23	0.52	37	0.27
Letonia	31	0.39	31	0.38	22	0.52	34	0.28
Malasia	32	0.37	20	0.49	31	0.41	46	0.21
Croacia	33	0.36	29	0.39	50	0.30	27	0.39
Polonia	34	0.34	27	0.42	37	0.39	45	0.21
Colombia	35	0.34	32	0.38	36	0.39	39	0.24
Jordania	36	0.33	39	0.33	32	0.40	38	0.25
Uruguay	37	0.33	36	0.36	34	0.40	44	0.22
Grecia	38	0.32	38	0.34	44	0.37	36	0.27
China	39	0.32	42	0.31	55	0.24	20	0.42
Turquía	40	0.32	44	0.30	42	0.37	33	0.29
Perú	41	0.32	26	0.43	41	0.37	51	0.15
Argentina	42	0.31	34	0.37	40	0.38	48	0.20
Sudáfrica	43	0.31	52	0.25	38	0.38	35	0.28
Hungría	44	0.30	35	0.36	29	0.45	62	0.09
Macedonia	45	0.29	56	0.23	47	0.33	32	0.32
Egipto	46	0.28	55	0.25	45	0.36	40	0.23
Rumanía	47	0.28	49	0.29	48	0.32	42	0.23
India	48	0.26	43	0.31	54	0.25	43	0.22
México	49	0.25	53	0.25	35	0.40	57	0.11
Tailandia	50	0.24	58	0.23	46	0.35	52	0.14
Serbia	51	0.24	47	0.29	53	0.26	50	0.16
Rusia	52	0.24	64	0.13	39	0.38	49	0.19
República Dominicana	53	0.23	30	0.38	61	0.18	54	0.13
Indonesia	54	0.22	61	0.20	52	0.26	47	0.20
Kazajstán	55	0.22	54	0.25	49	0.30	55	0.12
Jamaica	56	0.22	50	0.29	51	0.27	56	0.11
Bosnia y Herzegovina	57	0.21	59	0.22	59	0.19	41	0.23
Brasil	58	0.20	46	0.30	57	0.22	58	0.10
Venezuela	59	0.19	45	0.30	62	0.17	59	0.10
Filipinas	60	0.19	48	0.29	60	0.18	60	0.09
Irán	61	0.18	57	0.23	63	0.16	53	0.14
Bolivia	62	0.17	60	0.21	56	0.23	63	0.07
Ecuador	63	0.16	62	0.19	58	0.22	61	0.09
Uganda	64	0.11	63	0.13	64	0.14	64	0.05

Fuente: Acs y Szreb, 2009.

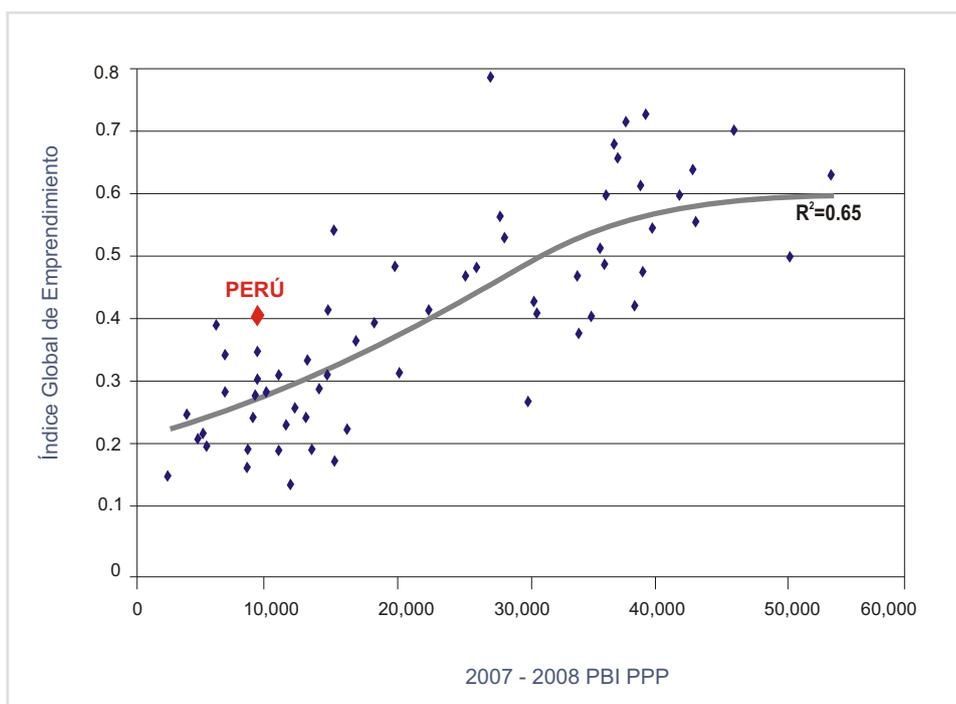
El gráfico 21 muestra que cuando el GEI es contrastado con el ingreso per cápita ajustado a la paridad del poder de compra en dólares americanos, la relación entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico adquiere una forma ligeramente de S en lugar de una forma en U. Índices como este pueden permitir la comparación de países en desarrollo y países desarrollados en el mismo análisis (Acs & Szerb, 2008).

El GEI es consistente con el modelo de las tres fases de desarrollo económico, basadas, respectivamente, en recursos, eficiencia e innovación (Porter & colaboradores, 2002). En la etapa de la economía basada en eficiencia, la actividad emprendedora va incrementándose paulatinamente o permanece relativamente estable en la medida en que el emprendimiento por necesidad se va reduciendo, y la innovación proviene del exterior porque los países en

desarrollo están fuera de la frontera tecnológica (Acemoglu & colaboradores, 2007). Esto ha sido demostrado en el caso de América Latina por Acs y Amorós (2008). El rol de la inversión extranjera directa se vuelve crítica para la generación de la eficiencia en los países con economías basadas en esta. En países con economías basadas en innovación, el conocimiento impulsa al país a la frontera tecnológica permitiendo una actividad emprendedora de mayor intensidad (Baumol & otros, 2007).

El gráfico 22 muestra la relación entre el Índice GEI, el Índice de Facilidad Para Hacer Negocios, el Índice de Libertad Económica y el Índice Global de Competitividad. Los resultados demuestran que el emprendimiento complementa y redondea las otras facetas del “diamante de desarrollo”. En otras palabras, aunque esto no implique causalidad, el emprendimiento, la facilidad

Gráfico 21. El Índice Global de Emprendimiento, GEM 2008

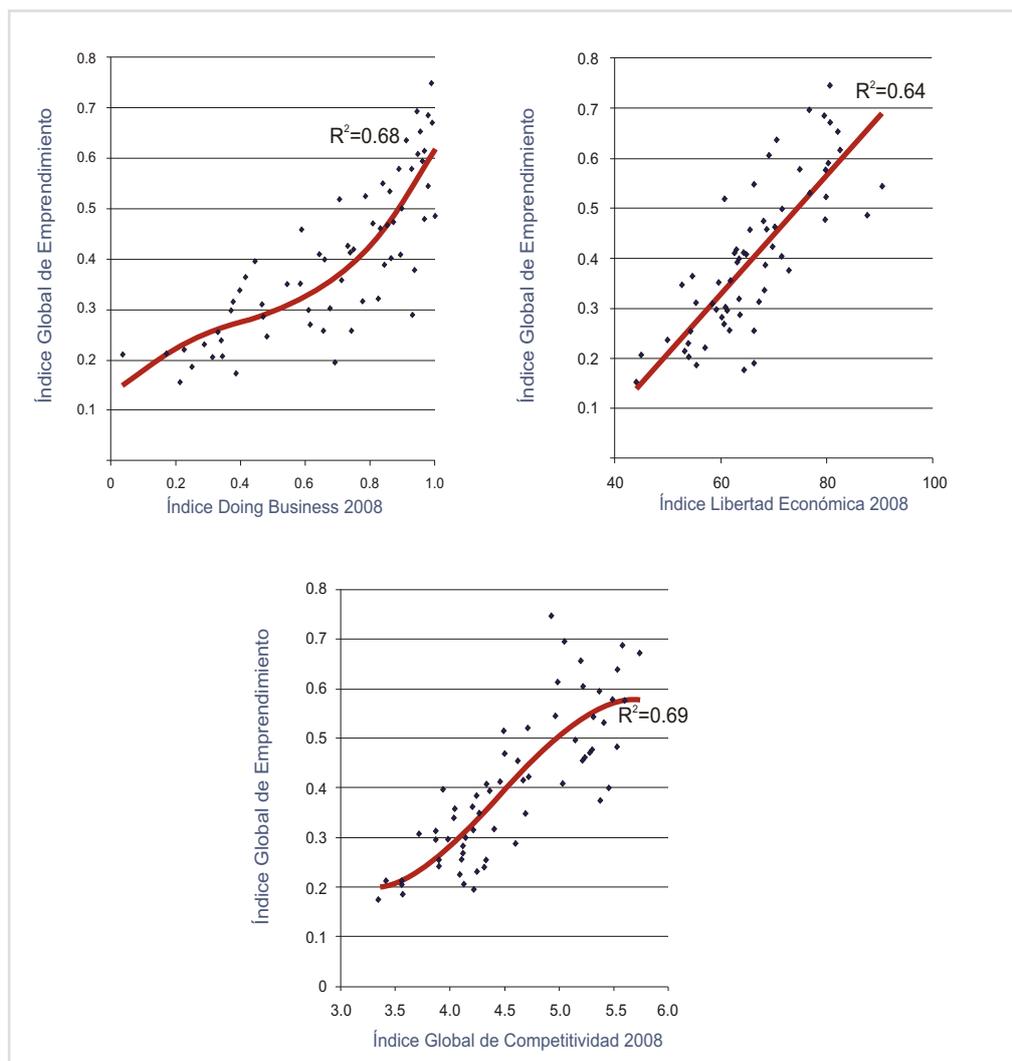


Fuente: Acs y Szerb, 2009.

La tabla 5 proporciona una matriz de correlación entre el GEI, y los otros cuatro indicadores principales de instituciones y desarrollo. La correlación de 0.79 entre el índice GEI y el Índice de Facilidad para Hacer Negocios, y de 0.79 entre el GEI y el Índice de Libertad Económica sugieren que las diferentes facetas del “diamante del desarrollo” varían en la misma dirección que el desarrollo económico.

Al igual que el Índice de Competitividad Global y el índice de Facilidad para Hacer Negocios, el GEI no es inamovible y evolucionará conforme haya mejores indicadores disponibles y evolucione la teoría. Sin embargo, los formuladores de políticas pueden encontrar en el GEI una herramienta útil que integra en sí mismo el emprendimiento, el entorno y el desarrollo económico.

Gráfico 22. Relación entre el Índice Global de Emprendimiento y el Índice de Facilidad para Hacer Negocios, el Índice de Libertad Económica y el Índice Global de Competitividad, GEM 2008



3.2.2 El Perú en el GEI

El Perú se encuentra en una posición relativamente intermedia sobre la línea de tendencia del gráfico 19 y ocupa la posición 41 de acuerdo con el Índice Global de Emprendimiento (tabla 4). Como se muestra en el gráfico 23, los subíndices se mantienen por encima de la línea de tendencia, lo que indica mejores posiciones que el promedio de países del mismo nivel de desarrollo económico. Asimismo, el subíndice que mejor contribuye a la actividad emprendedora en el Perú es el de las actitudes emprendedoras (posición 26), mientras que el que menos contribuye es el de las aspiraciones (posición 51). Es decir, existe una actitud positiva hacia el emprendimiento pero los emprendedores peruanos ven con cierto pesimismo las condiciones favorables para su crecimiento.

Para explorar con mayor detalle cada uno de los subíndices, en la tabla 6 se presentan los valores de cada uno de los indicadores que los componen. Estas medidas no normalizadas están codificadas por color; es decir, se utiliza un sistema de “semáforos” para mostrar la posición relativa del Perú en cada uno de los componentes. Si se encuentra en la parte superior de la lista de participantes, es verde e indica una situación

favorable; si se encuentra en la parte media, es ámbar e indica una situación neutral; si se encuentra en la parte inferior, es rojo e indica una posición desfavorable.

En el apéndice 2 se describen los indicadores que componen cada subíndice, así como las variables con las cuales se construye cada indicador.

Como se mencionó anteriormente, el mejor subíndice para el Perú es el de las actitudes emprendedoras, principalmente en lo que se refiere a la percepción de oportunidades innovadoras. Esta buena puntuación puede ser resultado del crecimiento económico que el país ha experimentado en forma sostenida durante varios años, así como de la riqueza de sus recursos naturales, algunos únicos en el mundo. Ante la reciente apertura de mercados internacionales, esta riqueza se traduce en una sensación de oportunidades para la exportación de productos nativos con valor agregado.

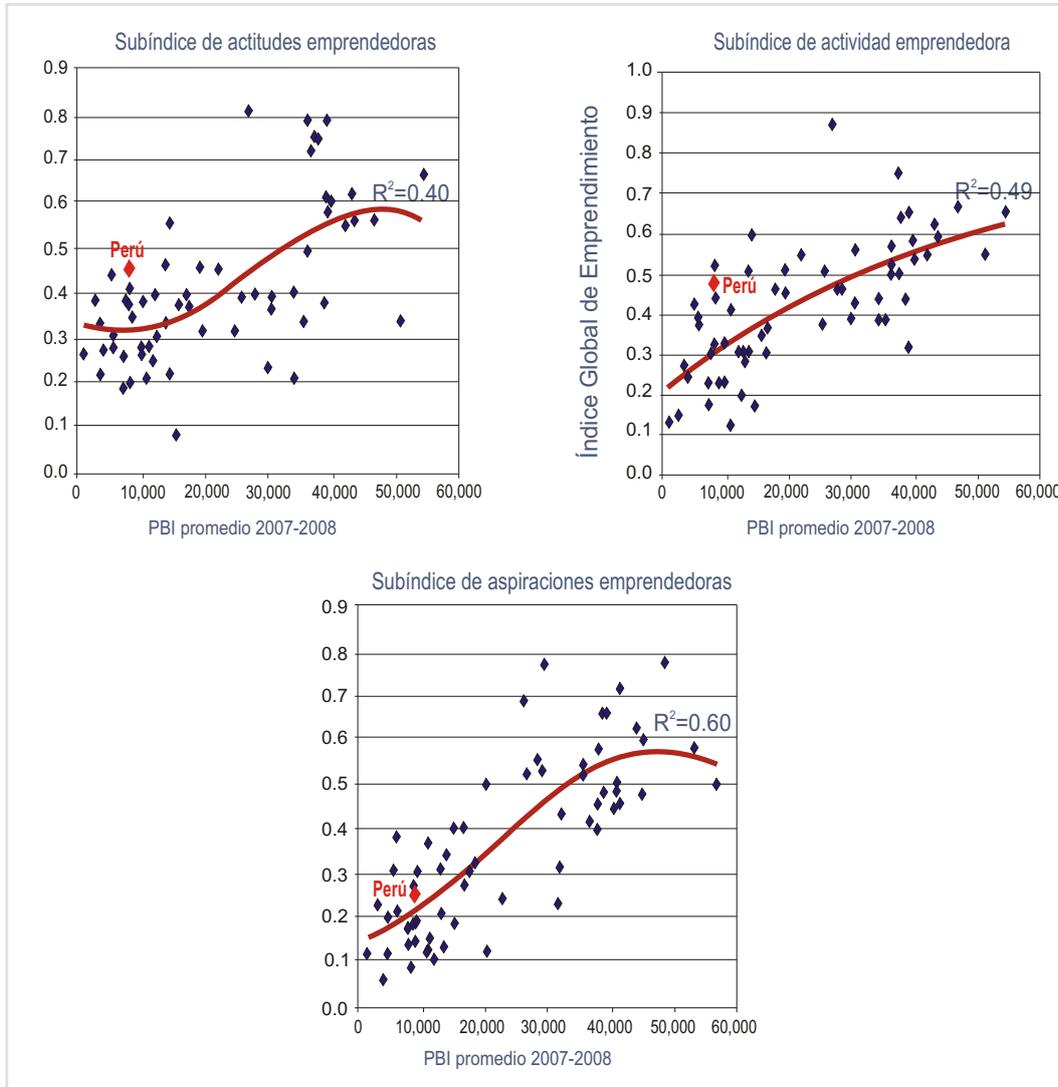
El resto de indicadores de este subíndice, tales como la autopercepción de habilidades suficientes para poner en marcha un negocio, el miedo al fracaso como impedimento para una aventura empresarial, el potencial de creación de redes y contactos, y el emprendimiento como opción deseable

Tabla 5. Coeficientes de correlación entre el GEI y los otros índices del “diamante del desarrollo”, GEM 2008

	1	2	3	4	5	6	
1	Índice Global de Emprendimiento	1	0.82	0.79	0.79	0.89	0.79
2	Índice Global de Competitividad		1	0.82	0.76	0.88	0.83
3	Índice Doing Business (normalizado)			1	0.84	0.82	0.74
4	Índice de Libertad Económica				1	0.85	0.74
5	Índice de Percepción de Corrupción					1	0.86
6	PBI per cápita en PPP 2008 Banco Mundial						1

Todos los coeficientes son significativos a un nivel mayor a 0.001.
Fuente: Acs y Szerb (2008).

Gráfico 23. Subíndices del GEI, GEM 2008



de carrera, se mantienen en la zona ámbar; esto es, aún hay aspectos en la percepción de los emprendedores susceptibles de mejora.

En el caso de la actividad emprendedora, se observa un problema específico en la rotación de empresas, es decir, en el balance entre las empresas que se crean, se consolidan y se discontinúan. Ahora bien, ya se ha mencionado que el Perú, a pesar de tener uno de los más altos índices de actividad emprendedora, tiene también una tasa de discontinuación de negocios relativamente alta, por lo que los esfuerzos

por procurar facilidades para que los negocios puedan consolidarse contribuirá a mejorar este indicador y, por ende, sentará mejores bases para el bienestar económico del país.

El subíndice más débil para el Perú es el de las aspiraciones emprendedoras. Hasta cierto punto, esto concuerda con el hecho de que un gran porcentaje de empresas se discontinúan cada año, lo que produce una sensación de incertidumbre en los emprendedores. Si bien se trata de ofrecer productos nuevos para la región o modelos

Tabla 6 . Indicadores componentes de los subíndices Actitudes, Actividad y Aspiraciones, del Índice Global de Emprendimiento, GEM Perú 2008.

Componentes del Subíndice de Actitudes Emprendedoras (puntajes no normalizados)					
	OPPORTINNOV	SKILEDUC	NONFEARFREE	KNOWNET	CARSTATCOR
Perú	188	2652	4543	188	28
Percentil 33%	117	1869	3920	155	27
Percentil 67%	176	2813	4717	194	43

Componentes del Subíndice de Actividad Emprendedora (puntajes no normalizados)				
	TEADO INGBUS2	OPPERCGLOB	TEAEDUCHUM	CHURNRISK
Perú	17,5	4085	0,32	1,23
Percentil 33%	4,2	4058	0,29	1,29
Percentil 67%	5,9	5924	0,49	2,28

Componentes del Subíndice de Aspiraciones Emprendedoras (puntajes no normalizados)					
	NEW PRODCOMP	NEW TECHGERD	HGROW THSTRAT	INTERNAT	FINANCE
Perú	3381	4	68	130	0,15
Percentil 33%	1556	12	62	148	0,26
Percentil 67%	2260	45	94	372	0,47

de negocio innovadores, la creación de nueva tecnología no es destacable. Es más, el gasto en investigación y desarrollo (I+D) es uno de los más bajos de la región (8.9 dólares per cápita frente a 42.5 dólares en Argentina, 67.3 dólares en Brasil y 76.5 dólares en Chile) y del mundo. Asimismo, las pocas empresas que se crean en sectores de media o alta tecnología están prácticamente orientadas al mercado local. Por otro lado, un aspecto

preocupante reside en el financiamiento de los emprendimientos, respecto del cual, como se observa en la tabla 6 , el Perú también está en desventaja. Cabe señalar que hacen falta mecanismos que faciliten el acceso de los emprendedores a fuentes de capital de riesgo. Este tema se tratará más adelante, cuando se analicen las condiciones del entorno emprendedor peruano.

Capítulo 4

PERFIL DEL EMPRENDEDOR

El presente capítulo describe las características que configuran el perfil del emprendedor peruano, tanto en lo referente a sus principales aspectos sociodemográficos - género, edad, educación, entre otros -, como en cuanto a sus aspectos actitudinales frente al emprendimiento y sus aspiraciones al momento de emprender. Conocer las características del emprendedor peruano y compararlas con las de los emprendedores del grupo de países participantes del GEM permitirá identificar dónde radican sus principales fortalezas y su potencial, y qué elementos necesitan mayor atención y deben fortalecerse para incentivar la actividad emprendedora en el Perú.

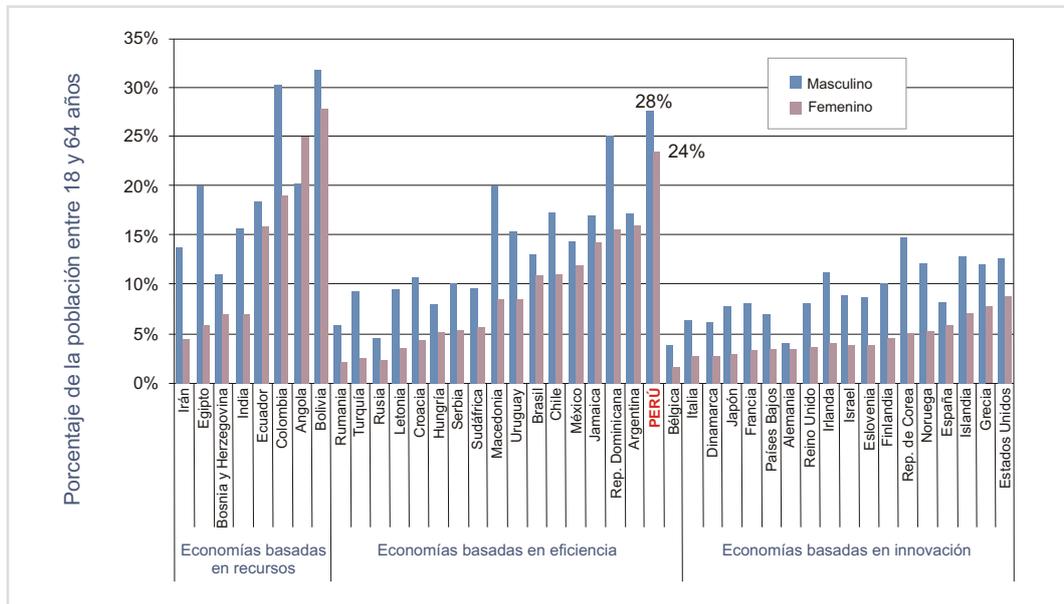
4.1 Demografía

4.1.1 Género

Con respecto al género de los emprendedores, el gráfico 24 muestra los índices de participación femenina comparándolos con los de participación masculina en los emprendimientos en etapas iniciales para cada país GEM en el 2008, desagregados según la fase de desarrollo económico. Como se observa, la proporción de las mujeres emprendedoras varía considerablemente en cada fase de desarrollo, de manera similar a lo ya comentado sobre el emprendimiento en general, toda vez que, el comportamiento emprendedor relacionado con el ingreso per cápita se mantiene; es decir, las economías basadas en recursos y las economías basadas en eficiencia tienen mayor nivel de emprendimiento femenino que los países con economías basadas en innovación.

En cambio, si se compara el ratio Índice TEA femenino/Índice TEA masculino entre los países sin considerar el nivel de desarrollo económico (ver gráfico 25), se puede encontrar que la diversidad de la participación de las mujeres en la actividad económica guarda relación con las diferencias culturales entre los países y las regiones

Gráfico 24. TEA por género, GEM 2008

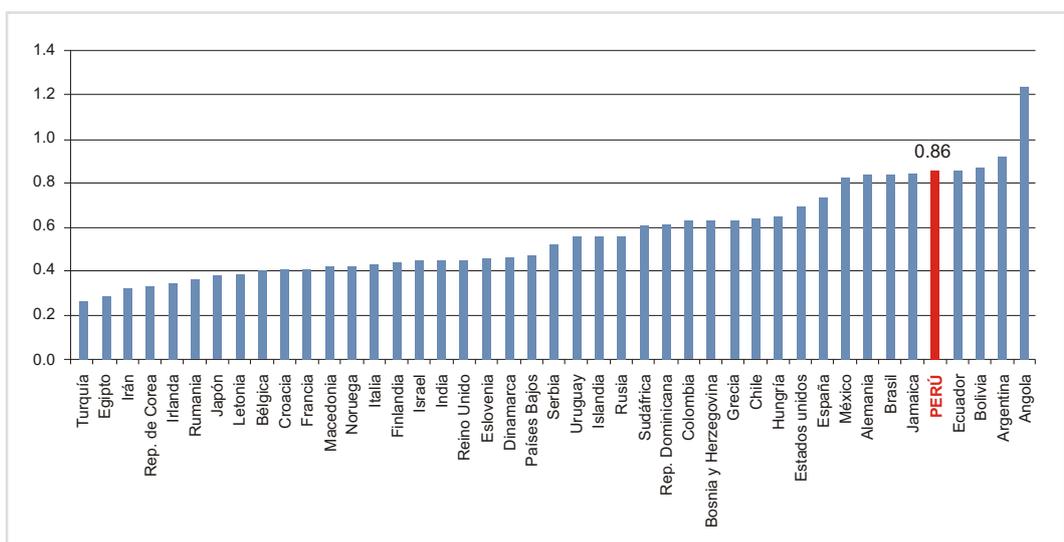


del mundo. Por ejemplo, en la mayoría de países latinoamericanos hay alrededor de 8 emprendedoras por cada 10 emprendedores; es decir, la participación de las mujeres en los emprendimientos es algo menor que la de los varones.

En la mayoría de los países europeos esta diferencia se acentúa, aunque no tanto como en los países cuyas culturas son más

restrictivas para con la mujer, como es el caso de los países del Medio Oriente y Asia. En estos países se encuentran los ratios más bajos de toda la serie. Un caso especial lo proporciona Angola, donde el emprendimiento femenino supera al masculino. Aquí existe un considerable número de hogares encabezados por mujeres, como consecuencia de casi 30 años de guerra civil, factor que se suma a ciertas actitudes discriminatorias

Gráfico 25 . Ratio TEA femenino/TEA masculino por país, GEM 2008



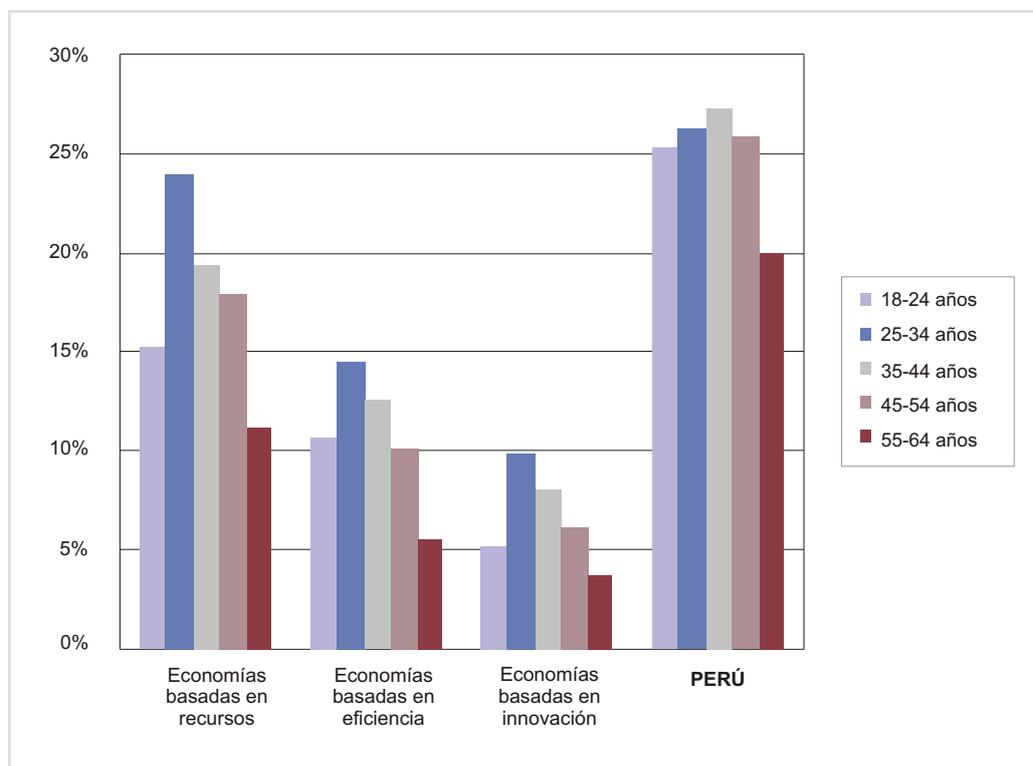
contra las mujeres jóvenes que buscan empleo.

En el Perú, la actividad emprendedora femenina en etapas iniciales como porcentaje de la población adulta disminuyó de 26.1% a 23.6% entre el 2008 y el 2007. También disminuyó la proporción de mujeres con relación a los varones, que pasó de 1.0 a 0.86 en el mismo periodo. Si bien el Perú se mantiene como el país con mayor participación femenina entre los países con economías basadas en eficiencia y ocupa el tercer lugar en toda la serie GEM, con relación al ratio de participación femenina respecto de la masculina muestra un descenso: pasó de ocupar la segunda posición en el 2007 a la quinta posición en el 2008.

4.1.2 Edad

El gráfico 26 muestra que la actividad emprendedora en etapas iniciales difiere según los grupos etarios entre los países categorizados por fase de desarrollo económico, aunque la distribución es bastante similar entre los diferentes conjuntos. Así, se observa que en todos los grupos de países las personas cuya edad está entre 25 y 34 años son las más emprendedoras; inversamente, la tasa de emprendimiento disminuye a medida que la edad se incrementa. Este patrón en forma de una U invertida refleja la interacción entre el deseo de iniciar un negocio, que tiende a reducirse con la edad, y la autopercepción de habilidades, que tiende a aumentar con la edad.

Gráfico 26 . Distribución por edad de emprendedores en etapas iniciales por grupo de países según desarrollo económico, y para el Perú, GEM 2008



En el Perú, el promedio de edad del emprendedor en etapas iniciales es de 35.9 años. A diferencia del resto de países, la actividad emprendedora en la población adulta dentro del rango 35 a 44 años presenta el porcentaje más alto. Sin embargo, como lo muestra el gráfico 27, la distribución se asemeja más a una U invertida dentro del grupo emprendedor, ya que el rango entre 25 y 34 años es el que reúne mayor número de personas. Por otro lado, la distribución de los emprendedores establecidos tiende a

congregar más individuos entre 35 y 54 años; ello significa que cerca del 60% de los emprendedores establecidos se encuentra entre estas edades.

En el Perú, como se observa en la tabla 7, la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es de 35.9 años; y la de los emprendedores establecidos, de 41.3 años. Estos indicadores muestran muy poca variación con respecto al periodo 2007 (etapas iniciales: 36.1 años; establecidos: 41.4 años).

Gráfico 27 . Distribución por edad de los emprendedores en etapas iniciales y los emprendedores establecidos, GEM Perú 2008

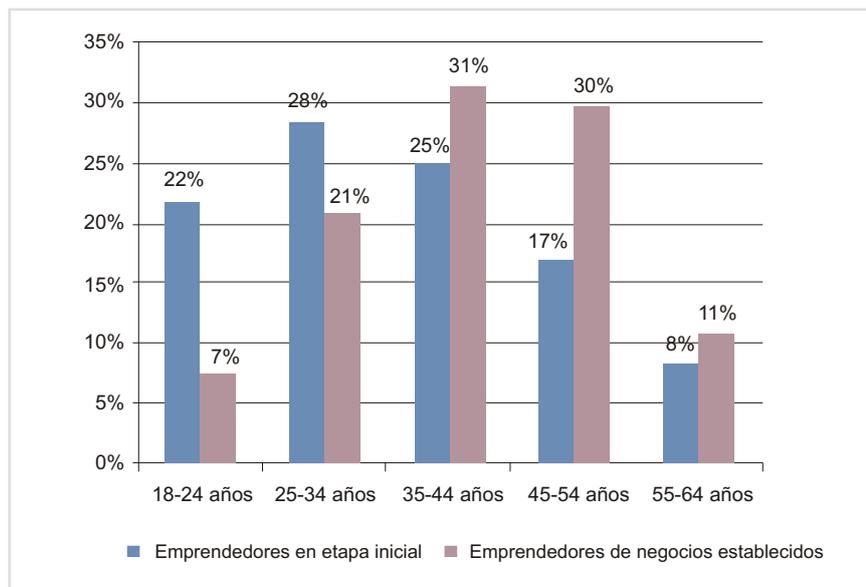


Tabla 7. Estadística descriptiva respecto de la edad de los emprendedores en etapas iniciales y los emprendedores establecidos, GEM Perú 2008

Estadísticos	Emprendedores en etapas iniciales	Emprendedores de negocios establecidos
Media	35.9	41.3
Mediana	34.0	41.0
Moda	24.0	46.0
Desviación Estándar	11.8	11.0

4.1.3 Nivel educativo

El GEM estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de compararlos entre los países. Utiliza cuatro categorías de acuerdo con el máximo grado alcanzado de estudios: educación secundaria inconclusa, educación secundaria concluida, educación postsecundaria (incluye educación técnica y profesional) y grado académico (incluye educación universitaria y posgrados). El gráfico 28 muestra las estimaciones de porcentajes de la población adulta del país que está involucrada en alguna actividad emprendedora, por nivel educativo.

Resulta interesante observar que, en comparación con el año pasado, las personas con mayor nivel educativo muestran mayor propensión al emprendimiento. De otro lado, el número de emprendedores establecidos muestra una reducción en cuanto a la proporción de aquellos con menor nivel educativo y un incremento de los más instruidos. Este cambio es favorable, y si se mantiene esta tendencia podríamos esperar una mejor calidad en los emprendi-

mientos y mayores posibilidades de consolidación y crecimiento.

4.1.4 Nivel de ingreso

Con el fin de comparar el nivel de ingresos de los emprendedores entre los países participantes, el GEM divide la renta de los emprendedores en tercios de acuerdo con el ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. La clasificación origina tres niveles de ingreso familiar: alto, medio y bajo.

El gráfico 29 muestra la distribución de los emprendedores peruanos en etapas iniciales y su evolución desde el 2007. Como se puede observar, la mayoría de los emprendedores se sitúa en la media o por arriba de la media del ingreso per cápita del país. Se debe señalar que el porcentaje de emprendedores en etapa inicial que corresponde a la población de menores ingresos ha disminuido significativamente de 52.6% en el 2007 a 12.4% en el 2008,

Gráfico 28. Nivel educativo de los emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos en el 2007 y 2008, GEM Perú 2008

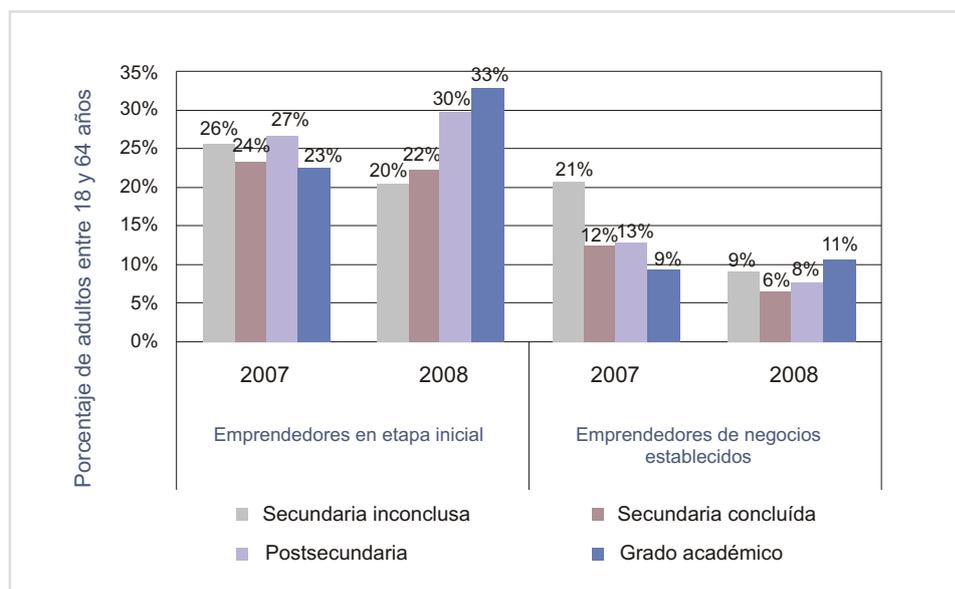
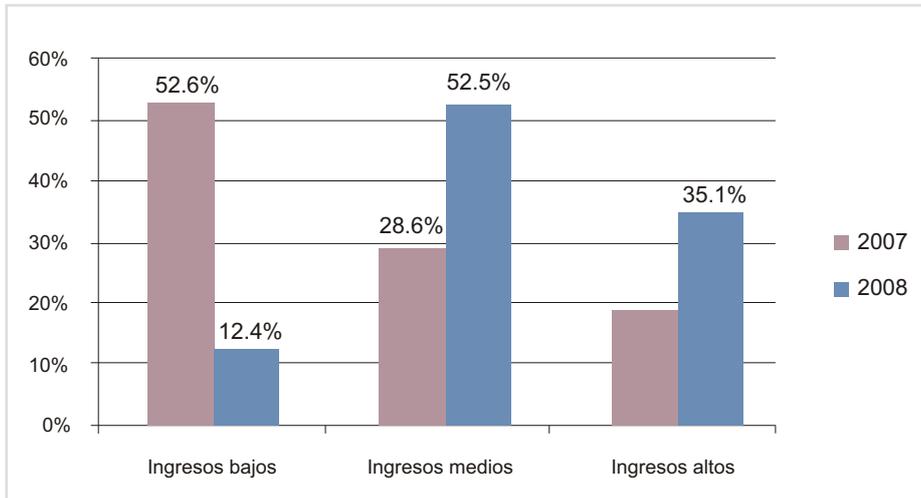


Gráfico 29. Distribución por nivel de ingreso de emprendedores en etapa inicial en los años 2007 y 2008, GEM Perú 2008



desplazándose hacia segmentos de mayores ingresos, sobre todo entre los que se sitúan en la media del ingreso per cápita del país.

Comportamiento similar puede apreciarse para el caso de los emprendedores establecidos (gráfico 30), en que el porcentaje del segmento con menores ingresos se redujo de 54% a solo 15%, mientras que el

segmento de ingresos medios casi se ha duplicado (de 20.9% a 51.6%).

A pesar de que las personas de mayor nivel de ingresos tienen mayor participación en la actividad emprendedora en el país, estos negocios aún son de menor cuantía. Se observa en el gráfico 31 que cerca del 80%, tanto entre los emprendedores en etapas

Gráfico 30. Distribución por nivel de ingreso de emprendedores establecidos en los años 2007 y 2008, GEM Perú 2008

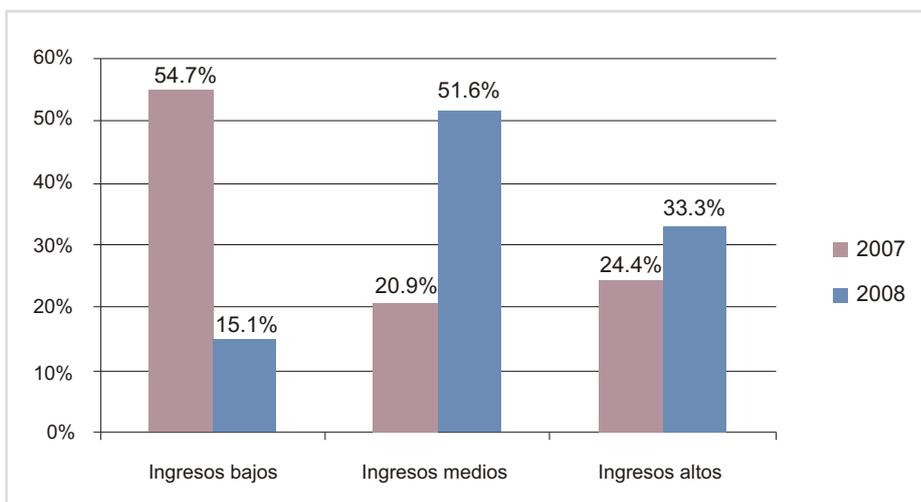
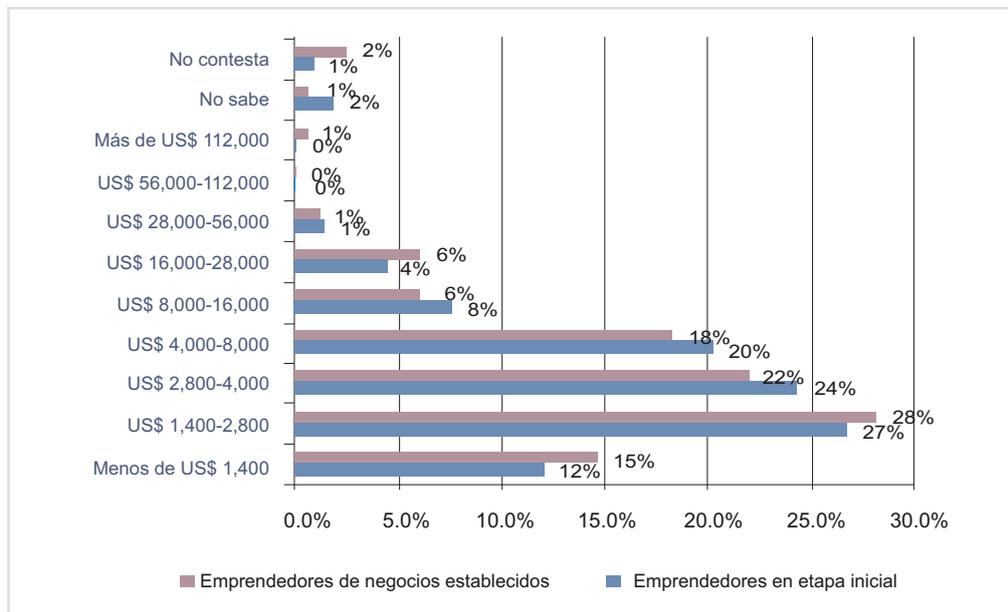


Gráfico 31. Distribución por monto de ingreso de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2008

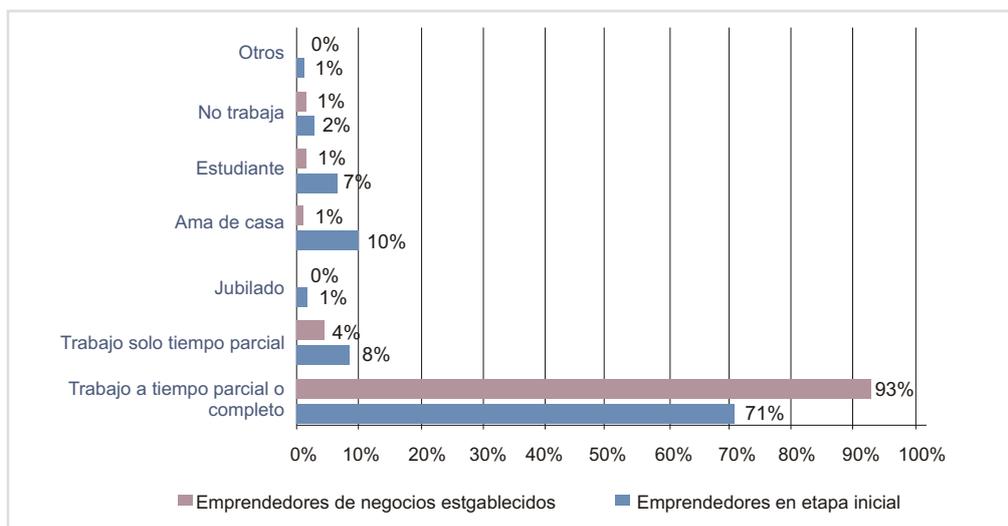


4.1.5 Situación laboral

Como se observa en el gráfico 32, en el Perú más del 70% de los emprendedores en etapas iniciales manifiesta estar trabajando a tiempo parcial o completo en sus negocios. En cambio, más del 92% de los empre-

dores establecidos se dedican en parte o íntegramente a su negocio, probablemente porque ya han logrado una demanda establecida y la rentabilidad de la empresa les permite dedicarse a ella completamente. Entre los emprendimientos en etapas iniciales se observa que el 10% estaría en manos de

Gráfico 32. Situación laboral en emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2008



amas de casa con posibilidades de llevar adelante un negocio desde el hogar, mientras 6.5% estaría iniciado por estudiantes. Estos porcentajes pueden ser resultado de los programas de empresa, talleres ocupacionales, etc., que se están promoviendo últimamente en nuestro país; si estas iniciativas se consolidasen, permitirían por lo menos el autoempleo para su creador.

4.2 Actitudes y percepciones emprendedoras

Las percepciones sobre el emprendimiento pueden afectar tanto la oferta como la demanda de este. Del lado de la oferta, constituida por el conjunto de emprendedores potenciales, las percepciones más importantes incluyen tanto la disposición como la capacidad percibida para transformarse en un emprendedor (Davidsson, 1991). Esta última posiblemente esté determinada por los niveles de educación y la disponibilidad de programas de capacitación para emprendedores. Por el lado de la demanda, en lo que viene a ser “el espacio para el emprendimiento”, tan importante como que existan oportunidades de negocio es el que los emprendedores lo puedan percibir así (Kirzner, 1973; Shane, 2003).

La cantidad y la calidad de las oportunidades percibidas pueden ser reforzadas por condiciones nacionales, como el crecimiento económico, el crecimiento de la población, la cultura y la política nacional en materia de emprendimiento. Además de las comparaciones nacionales, para muchos países las diferencias regionales entre la conducta de los emprendedores son también significativas. Esto ha sido documentado, usando los datos GEM, por Bosma y Schutjens, en Europa (2007), y por Bergmann y Sternberg (2007), en Alemania.

Pero existen otros factores que están en juego, además de los arriba mencionados.

Así, múltiples condiciones nacionales pueden afectar las capacidades percibidas directa e indirectamente. Por ejemplo, en la medida en que las personas observan más y más emprendedores exitosos en su entorno directo, dicho contexto influirá positivamente en la percepción de sus propias capacidades, sin que haya mediado un reforzamiento efectivo de estas. Este efecto puede ser mayor si se vive un clima económico favorable. Es más, puede haber diferencias en las poblaciones respecto de sus capacidades emprendedoras percibidas debido a razones históricas, socioeconómicas o culturales, pero no tendrán mayor influencia. Tomando esto en consideración, los programas públicos pueden apuntar explícitamente a los grupos que muestran niveles bajos de percepción de capacidades emprendedoras, así como bajos niveles de capacidades reales.

El que una persona tenga una percepción positiva hacia el emprendimiento no supone que necesariamente se involucrará efectivamente en una actividad emprendedora, pues, consciente o inconscientemente, hay de por medio algunas consideraciones. En primer lugar, se evalúa el costo de oportunidad, lo cual implica comparar los beneficios esperados del emprendimiento con los beneficios esperados de otra alternativa ocupacional (Lucas, 1978; Shane y Venkataraman, 2000; Parker, 2004), como el “ser empleado”, la alternativa más común. Luego, hay una evaluación de riesgos frente a recompensas: aun cuando los beneficios esperados del emprendimiento sean considerablemente mayores que la mejor alternativa, el riesgo percibido asociado puede ser demasiado alto para una persona que está pensando iniciar un negocio. La aversión al riesgo de una persona puede ser un factor determinante en la transición de emprendimiento potencial (o latente) a uno efectivo (Kihlstrom y Laffont, 1979). Al mismo tiempo, la persona también puede ser influenciada por características demográficas, como edad, género, origen, etnia, e incluso institucionales. Por ejemplo, las personas con más edad podrían valorar más un empleo que cubra los costos

asociados al sistema de cuidado de salud, mientras que los inmigrantes, al percibir menos alternativas de ser empleado, ven la posibilidad de un emprendimiento de manera más positiva.

No hay un patrón general que describa la secuencia de las evaluaciones y las decisiones tomadas, ni los pasos que se han dado. Es también posible que algunas personas decidan iniciar un negocio cuando una oportunidad muy específica aparece de forma inesperada. De hecho, el individuo puede actuar bajo circunstancias específicas, a pesar de que antes de que apareciera la oportunidad de negocio no se percartara de ella. En general, estas personas no habrían considerado constituir un negocio hasta que la oportunidad se les presentó. Así, para los emprendedores, la percepción de la existencia de oportunidades puede aparecer por adelantado, justo antes de iniciar el negocio o de forma simultánea.

Un estudio de Hills y Singh (2004) reportó que en 1998 el 37% de 472 nuevos emprendedores estadounidenses descubrieron la oportunidad antes de que decidieran poner un negocio. En cambio, 42% de emprendedores desearon iniciar un negocio antes de reconocer su oportunidad. Para el 21% restante el reconocimiento de una oportunidad y el deseo de poner un negocio ocurrieron prácticamente al mismo tiempo. Al respecto, Shane (2003) ha propuesto un modelo del mundo en el cual las oportunidades existen y necesitan ser descubiertas. Desde esa perspectiva, los gobiernos nacionales deberían considerar maneras de incrementar la probabilidad de que esas oportunidades sean descubiertas como un medio para reforzar el entorno emprendedor.

4.2.1 Percepciones y actitudes en los países GEM

La tabla 8 muestra varios indicadores del GEM referentes a las percepciones de las personas con relación al emprendimiento en cada uno de los 43 países participantes en el

2008. Algunos países tienen percepciones favorables del emprendimiento combinadas con bajas tasas de intenciones de emprender, como es el caso de numerosos países europeos con economías basadas en innovación. En otras palabras, aunque las actitudes y las percepciones favorables hacia el emprendimiento son altas, el atractivo de convertirse en un emprendedor parece ser bajo para muchos europeos en comparación con otras posibles fuentes de ingreso.

Diversas características nacionales pueden ser las causas subyacentes de este fenómeno. Podrían existir demasiadas trabas burocráticas asociadas con la constitución de una empresa, las cuales reducirían el atractivo del emprendimiento. También es probable que la protección del empleo sea alta, lo que podría desanimar a los empleados con percepciones emprendedoras positivas a dejar su empleo para convertirse en emprendedores. Otro efecto de la alta protección laboral es que los potenciales emprendedores podrían pensar cuidadosamente antes de realizar nuevas contrataciones, debido a las pérdidas sustanciales en las que incurrirían si sus trabajadores terminan siendo inadecuados o si tuviesen que reducir su número.

El miedo al fracaso es con frecuencia considerado como un importante componente cultural en detrimento de la actividad emprendedora. Sin embargo, esto aún no ha sido completamente confirmado. Cada año, el GEM pregunta a una muestra aleatoria de individuos si el miedo al fracaso podría disuadirlos de comenzar un negocio. Tiene sentido el considerar esta pregunta, sobre todo en el caso de aquellos que no están actualmente involucrados en un emprendimiento pero que perciben que hay buenas oportunidades de iniciar un negocio. Si el miedo al fracaso prevalece entre aquellos que en principio ven buenas oportunidades de iniciar un negocio, esto podría justificar una intervención de algún tipo para reducir el miedo al fracaso entre las personas y motivarlas a asumir una aventura empresarial.

Tabla 8. Percepciones y actitudes emprendedoras en los 43 países GEM 2008, según fase de desarrollo económico

	Ve buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos 6 meses (a)	El miedo al fracaso lo disuadirá de iniciar un negocio (b)	Personalmente conoce a alguien que ha puesto en marcha un negocio en los pasados 2 años (a)	Tiene las habilidades y conocimientos requeridos para poner en marcha un negocio (a)	Espera iniciar un negocio en los próximos 3 años (a)	Actitudes nacionales percibidas por los individuos	
						El emprendimiento es considerado una opción de carrera deseable (c)	Los medios de comunicación ponen atención a los emprendimientos (c)
<i>Economías basadas en recursos</i>							
Angola	74	45	71	44	27	49	46
Bolivia	52	49	38	67	38	81	60
Bosnia y Herz.	50	26	39	62	25	82	60
Colombia	65	41	34	54	60	92	78
Ecuador	50	35	33	66	37	79	57
Egipto	40	25	40	53	35	73	57
India	58	46	56	45	33	67	81
Irán	35	22	45	58	36	57	53
<i>Economías basadas en eficiencia</i>							
Argentina	48	40	30	53	15	69	80
Brasil	44	43	44	49	26	68	78
Chile	30	34	41	54	29	80	44
Croacia	53	36	51	56	10	70	61
Rep. Dominic.	58	31	54	70	30	92	64
Hungría	26	47	26	43	6	48	19
Jamaica	52	26	46	65	17	81	71
Letonia	37	37	33	23	7	75	71
Macedonia	47	35	46	52	39	80	66
México	59	31	50	55	26	66	52
Perú	60	38	50	66	34	82	71
Rumania	45	52	36	21	9		56
Rusia	39	66	33	14	3	60	50
Serbia	56	28	52	60	31	72	67
Sudáfrica	60	38	41	31	13	65	69
Turquía	47	39	27	44	21	72	63
Uruguay	57	33	40	58	17	71	67
<i>Economías basadas en innovación</i>							
Bélgica	23	30	28	34	6	47	38
Dinamarca	69	43	43	30	5	57	32
Finlandia	54	32	46	30	5	46	71
Francia	34	53	33	25	13	63	48
Alemania	35	49	29	30	4	56	50
Grecia	35	55	35	46	13	76	55
Islandia	38	36	60	45	12	61	81
Irlanda	35	37	33	42	6	55	65
Israel	39	43	35	35	14	58	57
Italia	35	48	30	35	7	68	40
Japón	13	44	21	9	4	26	59
Rep. de Corea	20	32	32	23	17	69	67
Países Bajos	54	33	32	30	4	85	61
Noruega	46	28	34	33	7	61	71
Eslovenia	55	33	50	44	7	58	67
España	32	52	36	43	5	68	43
Reino Unido	41	38	23	45	5	52	54
Estados Unidos	44	28	33	48	7	63	73
(a) Denominador: Población adulta activa entre 18 y 64 años no emprendedora.							
(b) Denominador: Población adulta activa entre 18 y 64 años no emprendedora pero que ve buenas oportunidades.							
(c) Denominador: Población adulta activa entre 18 y 64 años.							

En muchos países, cuyas economías se sustentan en recursos y en eficiencia, se ha observado que la diferencia entre las actitudes emprendedoras y las intenciones emprendedoras son relativamente pequeñas, incluso negativas. Esta evidencia sugiere que existen bajos costos de oportunidad para la actividad emprendedora y más emprendimientos basados en necesidad.

En el lado derecho de la tabla 8 se presentan los resultados de dos indicadores que miden las actitudes hacia el emprendimiento en cada país. El primero evalúa el porcentaje de habitantes que sienten que en su país el emprendimiento es considerado una opción de carrera deseable. Este indicador varía ampliamente para cada una de las tres fases del desarrollo económico. El segundo indicador se refiere a la popularidad del emprendimiento y pregunta sobre la percepción que se tiene acerca de la cobertura que los medios de comunicación del país le dan al tema de la creación de nuevos negocios. En países que tienen economías fundamentalmente basadas en recursos, las actitudes mencionadas no necesitan ser la principal preocupación del gobierno (ver figura 1, Modelo conceptual GEM revisado). En países cuyas economías se basan fundamentalmente en eficiencia, se debería comenzar a prestar atención a estas actitudes. Por ejemplo, de acuerdo con la tabla 8, Hungría debería prestar atención al mejoramiento de estos indicadores, mientras que en Latinoamérica los indicadores, en general, muestran actitudes muy favorables hacia el emprendimiento.

En cuanto a los países con economías basadas en innovación, algunas anomalías visibles en estos indicadores podrían aportar a los gobiernos indicios de lo que podrían hacer para estimular la actividad emprendedora. Por ejemplo, en el Japón la mayoría de las personas concuerda en que existe una gran atención por parte de los medios de comunicación al emprendimiento, pero iniciar un negocio no se considera una buena opción de carrera. El caso de Dinamarca es todo lo contrario. Holanda, por su parte,

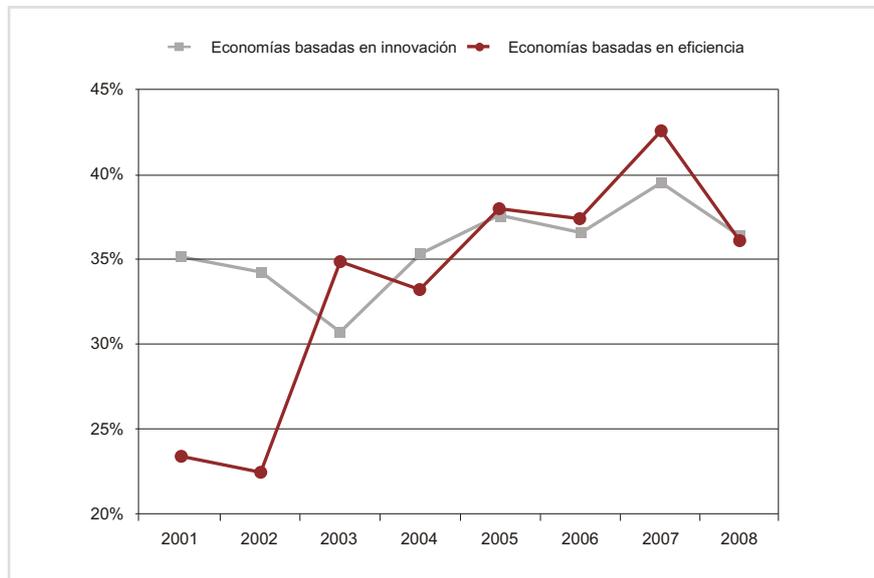
su parte, muestra las tasas más altas de aprobación del emprendimiento como carrera, pese a que solo el 4% de la población adulta (luego de excluir a los emprendedores de etapas iniciales y a los dueños de negocios establecidos) espera iniciar un negocio dentro de los tres próximos años. Holanda es un ejemplo de un país donde existe considerable apoyo al emprendimiento y hay también un mercado de trabajo favorable.

Entre los países con economías basadas en eficiencia, el Perú es uno de los países (junto con Sudáfrica) con más porcentaje de personas adultas que perciben buenas oportunidades de negocio (60%), y el segundo (luego de República Dominicana) en el que las personas creen tener capacidades para emprender (66%) y donde solo el 38% permitiría que el miedo al fracaso le impida poner un negocio. Esto coloca al Perú como el segundo país (luego de Macedonia) con más porcentaje de personas con intenciones de abrir una empresa en los próximos 3 años. De ahí que nuestro país pueda mostrar el TEA más alto en el grupo. Con relación a las actitudes hacia el emprendimiento, los indicadores muestran también niveles favorables tanto en la consideración del emprendimiento como carrera como respecto de la cobertura que los medios de comunicación dan a este fenómeno.

4.2.2 Evolución de las percepciones y las actitudes hacia el emprendimiento 2001-2008

El gráfico 33 muestra las diferencias en el promedio anual entre los países con economías basadas en eficiencia y países con economías basadas en innovación con relación a dos tipos de actitudes empresariales durante el período 2001-2008. En esta evaluación se incluyen los países que han estado participando en el GEM durante los ocho años, con máximo un año de ausencia. Aquí se consideran 16 países con economías basadas en innovación (Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Islandia, Irlanda, Italia, Japón, Países Bajos, Noruega,

Gráfico 33. Percepción de oportunidades para la puesta en marcha de un negocio, GEM 2001-2008



Eslovenia, España, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos) y seis basadas en eficiencia (Argentina, Brasil, Chile, Croacia, Hungría y Sudáfrica).

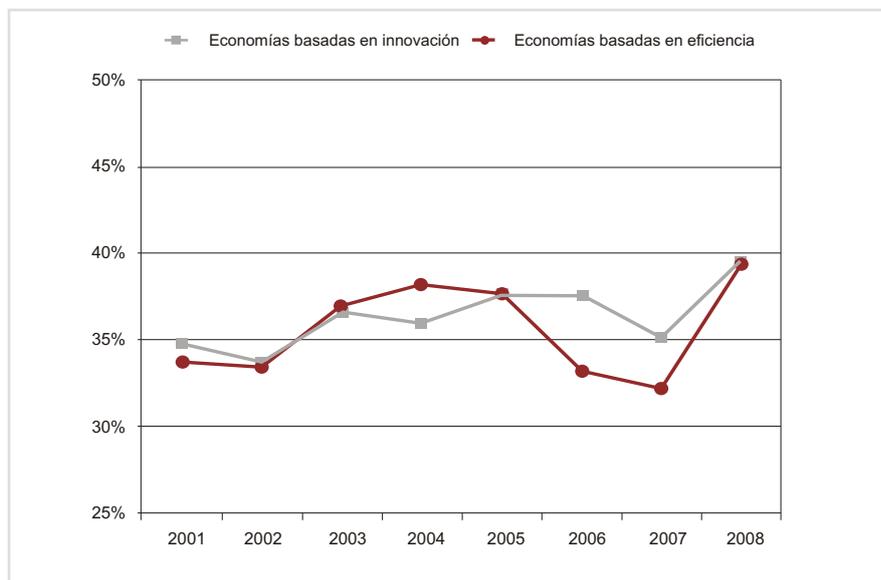
Se observa que la evolución del indicador que mide la percepción de oportunidades discurre de manera casi paralela para las dos fases de desarrollo económico. Desde el 2003, la proporción de personas en los países con economías basadas en eficiencia que ven buenas oportunidades para la creación de empresas en el área donde viven ha igualado la participación en los países con economías basadas en innovación. Este dato, sin embargo, se debe principalmente a que Argentina mostraba tasas muy bajas antes del 2003 a raíz de la crisis económica nacional y que después de ese año logró altos índices de recuperación.

Las encuestas GEM han sido en su mayoría llevadas a cabo entre mayo y junio del 2008, esto es, después de los primeros signos de la crisis financiera, pero antes de que la actual crisis económica se muestre en toda su

magnitud. Aquí se observa que la mayoría de los países muestran una disminución en la percepción de oportunidades desde el periodo 2007-2008. Los países que muestran las reducciones más severas en la tasa de percepción de oportunidades (entre 50 y 30%) son Islandia, Chile, Irlanda, Letonia y Hungría.

El gráfico 34 muestra los cambios que ha sufrido en el tiempo el indicador que mide si el miedo al fracaso es un disuasivo para iniciar un negocio. Los patrones cíclicos de los países con economías basadas en eficiencia y con economías basadas en innovación se siguen el uno al otro relativamente bien. Estos patrones parecen ser el inverso del indicador de oportunidad. El miedo al fracaso ha aumentado en cierta medida en el 2008 para ambos tipos de países, y aproximadamente el mismo porcentaje se ha reducido con relación a la percepción de oportunidades. Este dato puede estar directamente relacionado con la situación económica que se percibía ya como difícil. Durante las recesiones, los fracasos tienen consecuen-

Gráfico 34. Miedo al fracaso entre quienes perciben buenas oportunidades de nuevos negocios, GEM 2001-2008



cias más graves, puesto que las fuentes alternativas de ingresos en el mercado de trabajo son escasas.

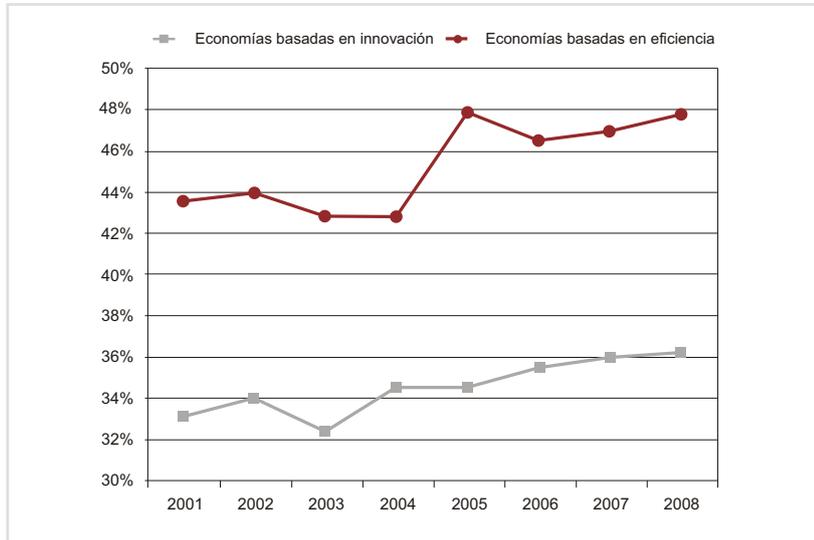
Si bien la percepción de oportunidades ha disminuido y el miedo al fracaso ha aumentado durante el periodo comprendido entre 2007-2008, la percepción de habilidades y conocimientos para iniciar un negocio se ha mantenido estable, tal como se muestra en el gráfico 35. Las percepciones de las personas acerca de sus propias habilidades no parecen haber sido afectadas por el ciclo económico. Por otra parte, la percepción de la propia capacidad para iniciar un negocio en las economías basadas en eficiencia es, en promedio, superior a la encontrada en las economías basadas en innovación. Esto probablemente se deba a que la percepción del negocio "promedio" es diferente en estos dos tipos de países (Bosma & Schutjens, 2009). Por tanto, las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar una empresa, generalmente asociados con estos "negocios promedio", no son completamente comparables. Si la empresa promedio en México, por ejemplo,

se asocia con un menor requerimiento de habilidades en comparación con Noruega, el número de personas que dicen tener estas competencias obviamente será mayor

Para saber más sobre las expectativas futuras, desde el 2002 el GEM ha preguntado sobre las intenciones de iniciar un negocio en algún momento durante los próximos tres años. La tabla 8 muestra las estimaciones de este indicador para los países GEM en el 2008. Se espera que los niveles respecto de las intenciones de iniciar un negocio difieran entre las economías basadas en eficiencia y las economías basadas en innovación.

En el segmento de bajos ingresos de las economías basadas en eficiencia, las alternativas de empleo son, en general, escasas. Esto implica que hay más personas con la intención de iniciar un negocio. De hecho, en el gráfico 36 se observa que los niveles de intención para abrir un negocio son consistentemente más altos en las economías basadas en eficiencia que en las economías basadas en innovación.

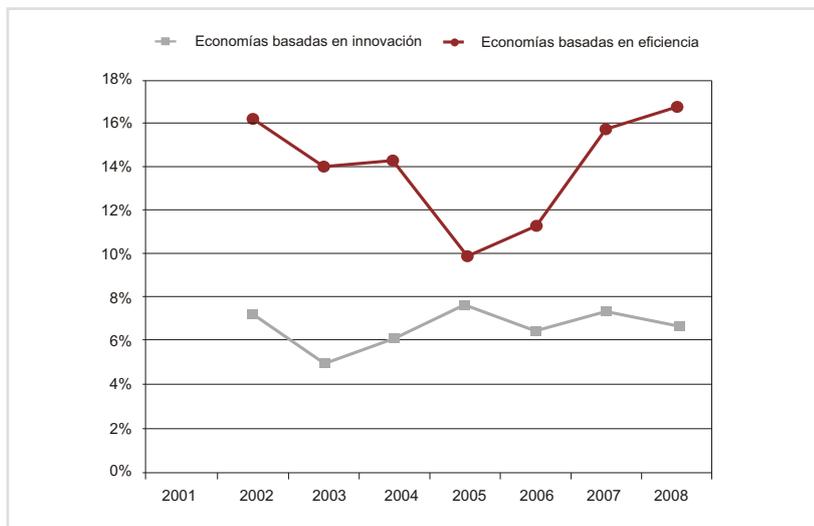
Gráfico 35 . Percepción de conocimientos y habilidades para la puesta en marcha de un negocio, GEM 2001-2008



Una segunda observación es que las intenciones no parecen disminuir en el 2008 en la misma medida que la percepción de oportunidades. Hay varias posibles explicaciones para este comportamiento. En primer lugar, la crisis actual puede hacer que los individuos consideren seriamente convertirse en empresarios en un futuro

próximo, porque creen que podrían perder sus puestos de trabajo. En segundo lugar, los futuros (potenciales) empresarios pueden ser menos pesimistas que la población adulta en general y no percibir la crisis financiera como una carga considerable para iniciar su propio negocio. En tal sentido, el grupo podría, por ejemplo, confiar más en sus

Gráfico 36. Intenciones de iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años, GEM 2002-2008



propias capacidades para iniciar un negocio. En tercer lugar, los potenciales empresarios podrían haber decidido aplazar la puesta en marcha hasta el final del periodo de tres años, con la esperanza de que la recesión termine antes de ese plazo.

4.2.3 Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en el Perú

En esta sección se brinda, en forma más detallada, una aproximación a las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en la población peruana, a partir de los porcentajes de personas que respondieron afirmativamente a cada una de las preguntas relacionadas con los factores de percepción antes descritos. La información está separada por tipo de actividad emprendedora.

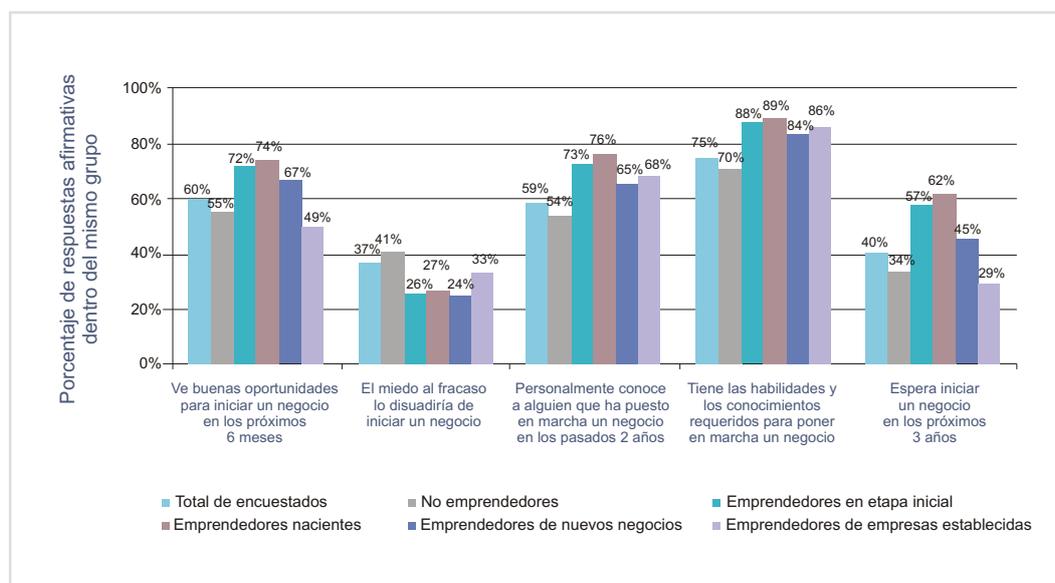
Como se observa en el gráfico 37, existen claras diferencias en las percepciones y las actitudes hacia el emprendimiento entre las personas relacionadas con alguna etapa de la

actividad emprendedora (empresa naciente, nueva o establecida) y aquellos que no están directamente involucrados.

Con relación a la percepción de futuras oportunidades de negocio, el 72% de los emprendedores en etapas iniciales y el 74% de los emprendedores nacientes son los más optimistas. Por otro lado, las personas no involucradas en ningún tipo de emprendimiento y los emprendedores establecidos son los que menos expectativas de oportunidades de negocio tienen para un futuro cercano (55% y 49% respectivamente).

El temor al fracaso puede llegar a ser un impedimento para poner en marcha un negocio. Así lo manifestó el 37% de los encuestados. Ciertamente, las personas no emprendedoras fueron las que señalaron el máximo nivel en este indicador (41%), mientras que los emprendedores solo llegaron al 26%. Por su parte, el 33% de los emprendedores con negocios consolidados afirmaron que no arriesgarían en otra empresa por temor al fracaso.

Gráfico 37. Percepciones hacia el emprendimiento, según condición del emprendedor, GEM Perú 2008.



¹ De este porcentaje, 76% son emprendedores nacientes y 65% son emprendedores con negocios nuevos.

Por otro lado, no es sorprendente que el 73% de los emprendedores en etapas iniciales¹ conozcan a otras personas con negocios propios, frente a solamente el 54% de las personas no emprendedoras. En efecto, es natural que las personas involucradas en actividades emprendedoras hayan tenido contacto con otros emprendedores para conseguir información, asesoramiento y/o financiamiento, entre otros mecanismos que les permita fortalecer sus propios emprendimientos.

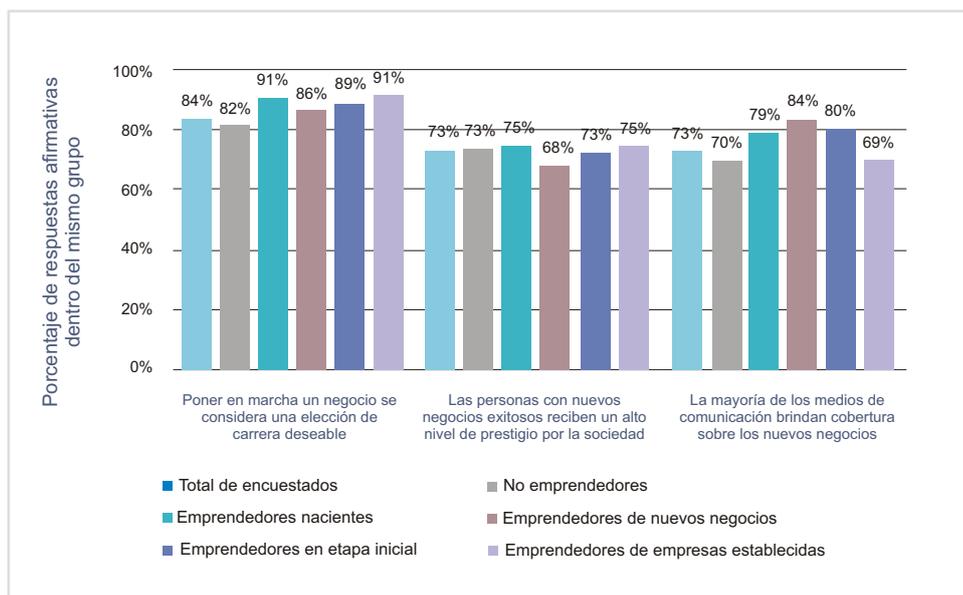
Es frecuente observar que durante el proceso emprendedor las personas, sobre todo aquellas que se encuentran en etapas iniciales, tomen contacto con otros emprendedores que están vinculados al mismo rubro empresarial. Asimismo, establecen asociaciones formales, redes de cooperación e incluso participan en algunos mecanismos públicos o privados que agrupan actividades relacionadas con el emprendimiento.

De igual modo, es destacable que alrededor del 75% de la población peruana en general tienda a percibir que tiene habilidades y

habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha un negocio, independientemente de si estas competencias son reales o no. Esto es más evidente entre las personas involucradas en cualquier fase del desarrollo emprendedor (más del 84%), pero en particular en los emprendedores nacientes (89%). También se debe señalar que aun cuando entre los peruanos no emprendedores solo el 70% manifiesta poseer estas competencias, este porcentaje es el más alto entre los países con economías basadas en eficiencia y uno de los más altos de entre toda la serie GEM.

El gráfico 38 toma en cuenta las actitudes de la población hacia la creación de negocios. Aquí se recogen los resultados porcentuales de respuestas afirmativas de la población adulta encuestada respecto de si el emprender se considera una buena elección de carrera, si los emprendedores son socialmente bien percibidos y si la exposición mediática que tiene el emprendimiento en el Perú es amplia.

Gráfico 38. Actitudes hacia el emprendimiento según la condición del emprendedor, GEM Perú 2008



En general, en el Perú se observa que el emprendimiento es bien percibido. Inclusive, 82% de las personas no emprendedoras refieren que poseer y dirigir un negocio es una buena opción de carrera profesional. Este porcentaje se eleva en la población general a 84%, y más aun entre las personas involucradas en el proceso emprendedor. Los emprendedores nacientes (90.6%) y los emprendedores con negocios consolidados (91.2%) son los que presentan los más altos porcentajes.

Posiblemente lo anterior guarda relación con que los peruanos en general, independientemente si son emprendedores o no, sienten que los empresarios exitosos gozan de un alto nivel de reconocimiento. Este hecho se corrobora al afirmarse que los medios de comunicación hacen una buena cobertura sobre casos y éxitos de los nuevos empresarios.

En cuanto a la opinión de los expertos, en el 2008 ellos coinciden en que el Perú es un país con muchas oportunidades de negocio (incluyendo aquellas de alto potencial de

potencial de crecimiento), pero no muestran la misma confianza en la capacidad de los emprendedores para aprovecharlas (gráfico 39).

En este sentido, los expertos, si bien valoran en término medio que los peruanos emprendedores podrían tener capacidad de reaccionar ante cambios en el entorno, tienen una pobre valoración sobre sus capacidades en cuanto a experiencia, habilidades y conocimientos para iniciar y luego gestionar un negocio. Esta opinión es más desfavorable al tratarse de negocios de alto crecimiento (gráfico 40). De mantenerse esta disparidad en el tiempo, las oportunidades, fruto de la bonanza económica de los últimos años y de la integración del Perú al comercio internacional, no podrán ser aprovechadas. Por ello la educación para el emprendimiento es un tema prioritario en estos momentos. Este aspecto se analizará de manera más detallada en el capítulo 8.

Los expertos peruanos manifiestan una valoración entre intermedia y favorable respecto de las actitudes hacia el emprendi-

Gráfico 39. Opinión de los expertos GEM sobre la percepción de oportunidades de negocio en el Perú, GEM Perú 2008

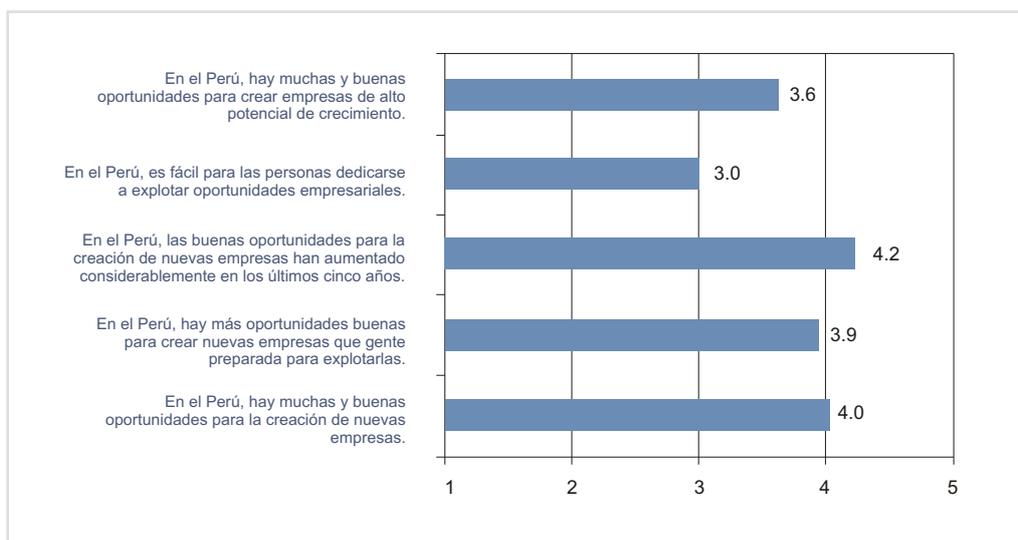
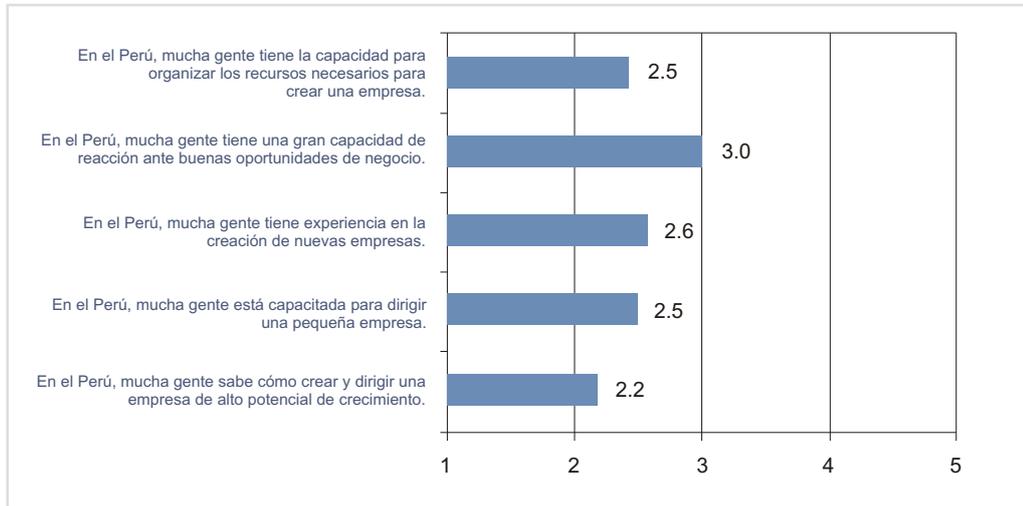


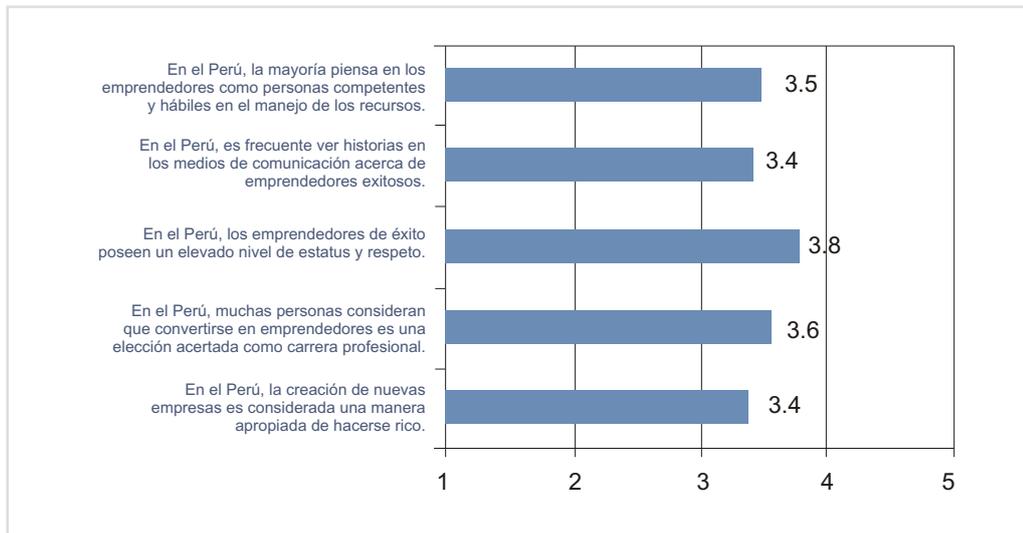
Gráfico 40. Opinión de los expertos GEM sobre la capacidad del emprendedor para iniciar y gestionar un negocio en el Perú, GEM Perú 2008



miento. El gráfico 41 indica que ellos consideran en mayor grado el alto nivel de prestigio del que goza el emprendedor. Es decir, en el Perú la valoración social entre y hacia los emprendedores es muy favorable, aspecto que debe considerarse parte del potencial emprendedor del país. Como se comentó en un inicio, la valoración del emprendedor impacta positivamente en su

actividad y sus aspiraciones, y de esta manera se genera un círculo virtuoso. Por ello, es necesario tomar conciencia y preparar las condiciones para que los emprendimientos que se generen tengan mayor calidad, mayores posibilidades de crecimiento y contribuyan en mayor escala al desarrollo económico del país.

Gráfico 41. Opinión de los expertos GEM sobre la valoración del emprendedor por la sociedad en el Perú, GEM Perú 2008



4.3 Aspiraciones emprendedoras

Puesto que muchos emprendedores en etapas iniciales se apoyan en sus propias habilidades y conocimientos sobre sus negocios, el impacto de la crisis en cuanto a las expectativas de crecimiento puede ser realmente bajo. En general, los emprendedores nacientes tienden a sobreestimar su expectativa de crecimiento (Koellinger, 2008). No obstante, también se ha observado que aquellos que esperaban un crecimiento significativo, después de algunos años muestran con frecuencia una mayor expansión que los emprendedores que tenían menores expectativas (Davidsson & Wiklund, 1997).

Por otra parte, se considera que, en cierta medida, la recesión puede estimular el emprendimiento innovador. En periodos de auge económico se destina mucho dinero a la investigación y el desarrollo, pero las innovaciones resultantes a menudo no se aplican en las actividades del negocio, ya que los productos y los procesos “antiguos” aún generan buenos rendimientos. Es en las épocas de recesión cuando se suelen aplicar los cambios en las empresas. Esto es especialmente válido para las actividades de los negocios establecidos, porque siempre existe mucha resistencia a los cambios internos en la organización. Las innovaciones en la recesión suelen pavimentar el camino para un nuevo periodo de prosperidad. Por ejemplo, el primer supermercado en Estados Unidos se puso en marcha a principios de la Gran Depresión (Hirooka, 2003). La desaceleración económica estimula más las actividades que están dirigidas hacia el futuro, que aquellas que solamente prolongan las rutinas establecidas.

4.3.1 Emprendimiento con expectativa de alto crecimiento

Los estudios muestran que relativamente pocos emprendimientos en etapas iniciales contribuyen de forma importante al total de

nuevos empleos creados por las empresas nuevas (Autio, 2007). De hecho, 70% de todos los emprendedores en etapas iniciales esperan crear algún empleo, solamente el 8% espera crear 20 o más puestos de trabajo. En otras palabras, las expectativas de alto crecimiento son escasas entre los emprendedores nacientes y nuevos.

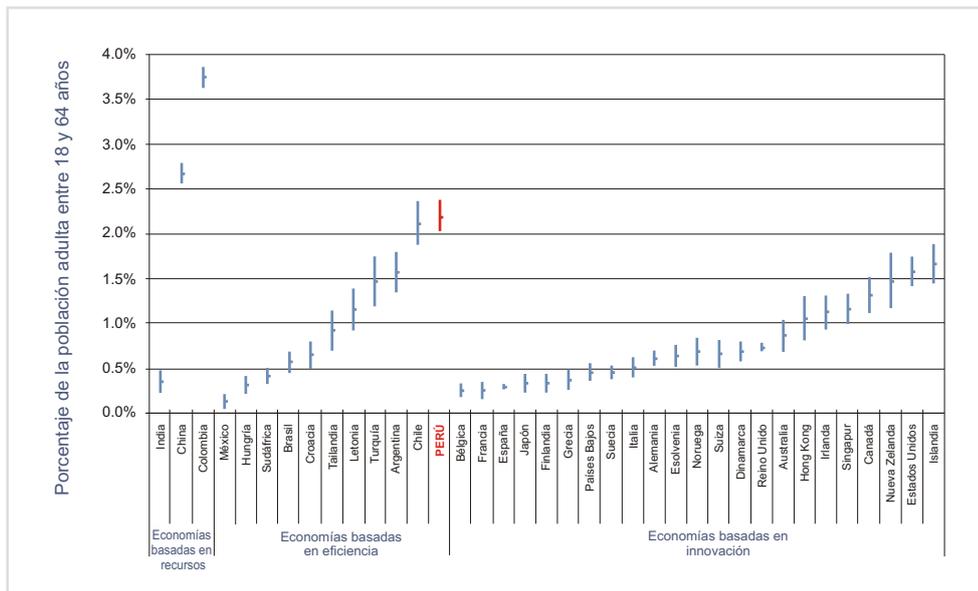
El método del GEM permite categorizar a los emprendedores de acuerdo con su expectativa de crecimiento. Así, para el GEM una expectativa de alto crecimiento (HEA, por sus siglas en inglés) implica el deseo de los emprendedores en etapas iniciales de crear 20 o más empleos en 5 años.

En el siguiente análisis se han combinado los datos del GEM de 7 años (2002-2008) para permitir un estudio más exacto de la forma en que las expectativas de crecimiento difieren entre los emprendedores en etapas iniciales. En total, el conjunto de datos abarca 678,714 entrevistas a la población adulta. Sobre la base de lo mencionado, el gráfico 42 presenta la tasa de HEA en los países, agrupados sobre la base del PIB per cápita.

Como puede observarse, los resultados coinciden en general con el concepto de que el indicador HEA varía según el contexto económico. En los países con economías basadas en innovación, las diferencias en la prevalencia del HEA son considerables, desde una media de 1.5% para Estados Unidos e Islandia hasta aproximadamente 0.3% en Bélgica. Además de Estados Unidos e Islandia, Nueva Zelanda y Canadá tienen los mayores niveles de HEA entre los países con economías basadas en innovación. En Reino Unido, Suiza, Alemania, Eslovenia, Noruega y Dinamarca, el indicador HEA está entre 0.5% y 0.8%. Los niveles más bajos, menos de 0.5%, se observan en Bélgica, Francia, España, Japón, Finlandia y Grecia.

El indicador HEA puede variar incluso entre los países con ingresos altos muy similares. Entre las grandes economías de la Unión Europea, el Reino Unido y Alemania muestran claramente niveles mayores del HEA que Francia y España. En los países del

Gráfico 42 . Emprendimiento en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento (HEA), GEM 2002-2008.



Benelux, el indicador HEA en los Países Bajos es superior al belga. En la región escandinava, el HEA en Islandia es cuatro veces mayor que en Finlandia.

Entre los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia, Colombia, China, Perú y Chile exhiben la mayor prevalencia de emprendimiento con expectativas de alto crecimiento. De hecho, el índice HEA de China es el más alto de todos los países GEM, aunque no es estadísticamente diferente del HEA de Estados Unidos, Nueva Zelanda e Islandia. La mayoría de países de medios y bajos ingresos en la muestra exhiben indicadores HEA más bajos que los países con ingresos más altos. Es de destacar que el HEA de India equivale a menos de la quinta parte del HEA de la China.

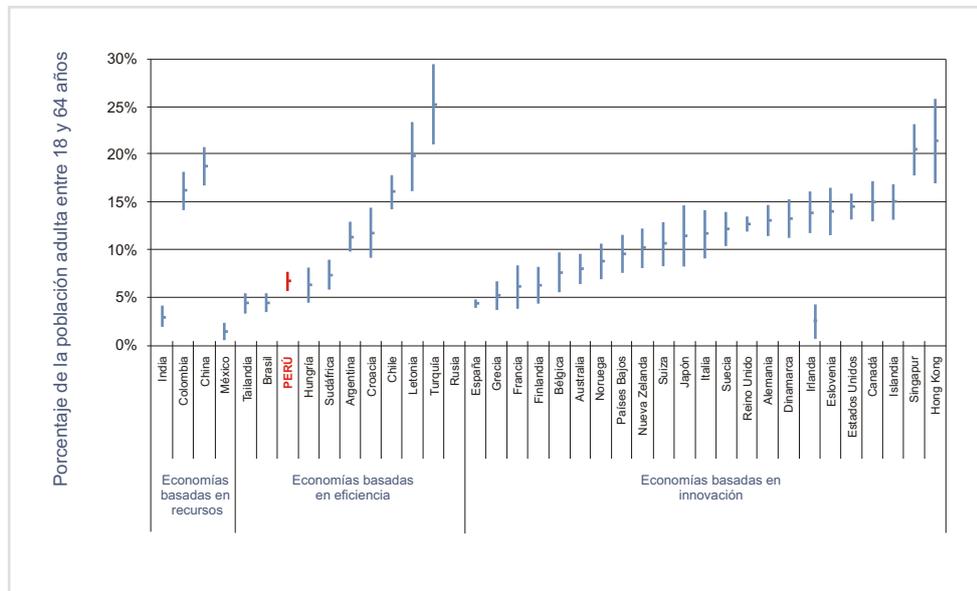
Un análisis de la anatomía de la actividad emprendedora (definido como el porcentaje de emprendedores HEA dentro de los emprendedores en etapa inicial) revela un patrón ligeramente diferente del que se observa en el gráfico 42. Por su parte, el gráfico 43 muestra que los países con

posiblemente las "mejores" anatomías emprendedoras son Singapur, Letonia, Hong Kong, China y Turquía. En Singapur y Hong Kong más del 20% de los emprendedores en etapas iniciales aspiran a un rápido crecimiento. Así, a pesar de su bajo índice de actividad emprendedora, la contribución de los emprendedores en estas dos economías de gran densidad poblacional puede ser muy significativa.

Grecia y España destacan como los países donde muy pocos emprendedores (alrededor de 5%) prevén la creación de una empresa de tamaño significativo. Por su parte, Francia, Finlandia, Bélgica, Australia y Noruega también presentan bajos niveles de expectativa de crecimiento empresarial, con menos de 10%. En general, las capitales y las grandes ciudades exhiben un mayor nivel de emprendedores HEA en etapas iniciales en comparación con el resto del país (Acs y colaboradores, 2008).

Entre los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia, los emprendedores nacientes y nuevos de

Gráfico 43 . Anatomía del emprendimiento con expectativas de alto crecimiento en etapas iniciales (HEA) como porcentajes en TEA, GM 2002-2008

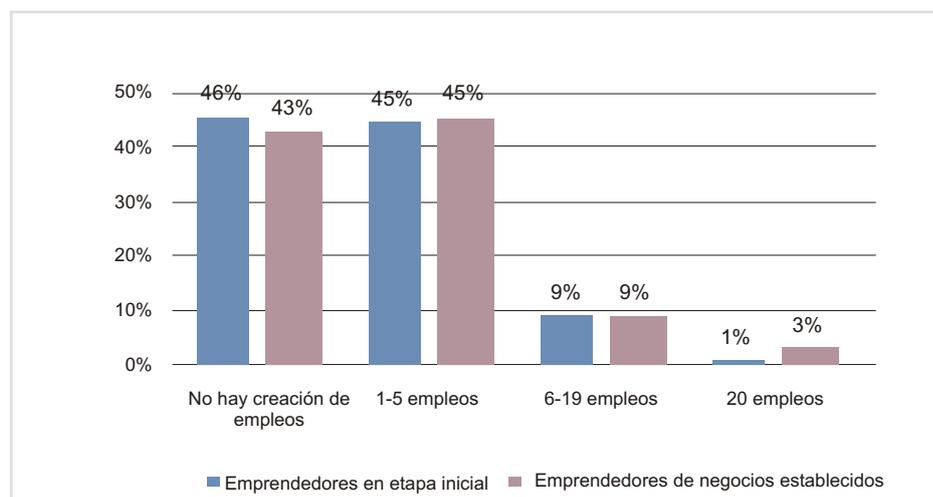


China parecen estar más orientados hacia el crecimiento, con casi 20% de los encuestados anticipando un alto crecimiento. Por otro lado, los emprendimientos en India y México se caracterizan por bajos niveles de expectativas de crecimiento. En resumen, salvo algunas excepciones, las economías basadas en innovación suelen tener un nivel relativamente más elevado del índice HEA

que las economías basadas en recursos y las basadas en eficiencia.

En cuanto al Perú, tal como se muestra en el gráfico 44, en el 2008 los emprendimientos son en su gran mayoría microempresas con hasta 5 empleados (91%); solamente 1% corresponde a negocios con más de 20 puestos de trabajo. Un panorama similar se

Gráfico 44. Número de empleos generados por los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de empresas establecidas, GEM Perú 2008



percibe entre los emprendedores establecidos; es decir, son esfuerzos muy pequeños. Por tanto, una preocupación de los entes relacionados con el crecimiento económico nacional debería ser la consolidación y el crecimiento de estos esfuerzos empresariales.

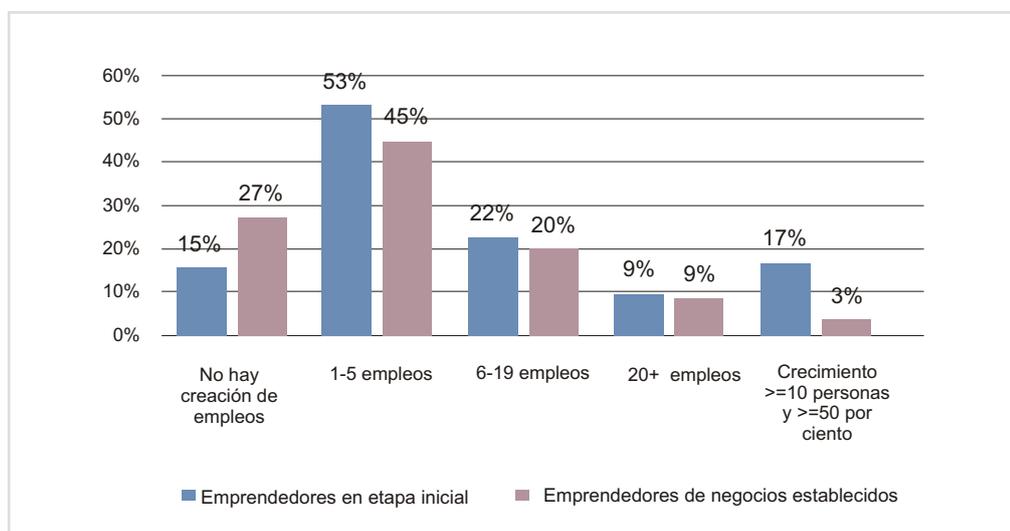
Por otro lado, el gráfico 45 muestra la expectativa de crecimiento de los emprendedores en el Perú. Aquí se observa que el 15% de los emprendedores en etapas iniciales y el 27% de los emprendedores establecidos no tienen intenciones de crecer; es decir, el emprendedor se muestra conforme con su situación actual. Sin embargo, la mayoría piensa tener más empleados en el futuro. El 53% de los emprendedores en etapas iniciales cree que podrá aumentar su empresa en hasta 5 empleos más y el 22% piensa que podría hacerlo hasta tener 19 empleados. Por su parte, el 45% y el 20% de los emprendedores establecidos tienen estas dos expectativas de crecimiento, respectivamente.

Se debe señalar que, entre los emprendedores en etapas iniciales y los emprendedores establecidos, aproximadamente 9% estarían dispuestos a crecer hasta emplear

20 trabajadores; es decir, convertirse en emprendedores de alto crecimiento. Sin embargo, otro indicador usado por el GEM considera parámetros de crecimiento distintos según la etapa del proceso emprendedor en que se encuentre el negocio. En efecto, a los emprendedores en etapas iniciales se les pregunta sobre si tienen expectativas para crecer hasta crear 10 o más puestos de trabajo, mientras que a los emprendedores ya establecidos se les pregunta sobre sus expectativas para aumentar el número actual de trabajadores en por lo menos 50%.

Así, en el caso de los emprendedores en etapas iniciales se indaga por sus expectativas respecto a crear 10 o más puestos de trabajo, mientras que a los emprendedores establecidos se les pregunta por sus expectativas para aumentar su actual número de empleados en por lo menos 50%. De esta forma se obtienen resultados más precisos, ya que para un empresario establecido puede ser más fácil pensar en crecer con unos cuantos empleados más y pasar la barrera de los 20 puestos de trabajo; sin embargo, tendría que reflexionar más para imaginar un crecimiento de por lo menos la mitad de sus empleados. Esto

Gráfico 45. Número de empleos que se esperan crear para los próximos 5 años por los emprendedores en etapas iniciales y los propietarios de empresas establecidas, GEM Perú 2008



último se muestra en los resultados del gráfico 45, en el cual los emprendedores en etapas iniciales tienen más expectativas de crecimiento (17%) que sus pares de empresas consolidadas (3%).

Por su parte, los expertos son conscientes de esta realidad y dan una valoración entre baja e intermedia en cuanto a las afirmaciones sobre el soporte que se otorga a los emprendimientos de alto crecimiento (gráfico 46). Ellos consideran que si bien habría funcionarios capaces de dar asistencia a los emprendedores con potencial de alto crecimiento en las instituciones que respaldan a los emprendedores, no existen instituciones diseñadas específicamente a dar apoyo a este tipo de iniciativas. Es más, en los escasos programas de asistencia que hay en el mercado se cuentan con pocas herramientas para seleccionarlos, considerando que no siempre es un criterio para elegir a los emprendedores beneficiarios; en parte porque no se les incluye en las políticas públicas actuales para la promoción del emprendimiento en el país.

Comparando la valoración de los expertos peruanos con la de sus pares de la serie GEM,

como se muestra en el gráfico 47 la situación del Perú es preocupante ya que es el tercer país (antes de Argentina y Turquía) que muestra la menor valoración en cuanto al apoyo a los emprendimientos de alto crecimiento.

4.3.2 Actividad emprendedora orientada a la innovación y la tecnología

La esencia de la teoría de la destrucción creativa (Schumpeter, 1942) es que los emprendedores distorsionan el equilibrio del mercado al introducir innovaciones o nuevas combinaciones de producto-mercado. A veces utilizan las nuevas tecnologías para hacerlo. Mediante la innovación, los emprendedores inducen la salida del mercado de otras empresas menos productivas y amplían la frontera tecnológica. La innovación es, por tanto, una vía importante para que los emprendimientos contribuyan al crecimiento económico.

El GEM analiza la innovación en los emprendimientos de varias formas. En primer lugar, valora la novedad (o

Gráfico 46. Opinión de los expertos GEM sobre el soporte para el emprendimiento de alto crecimiento en el Perú, GEM Perú 2008

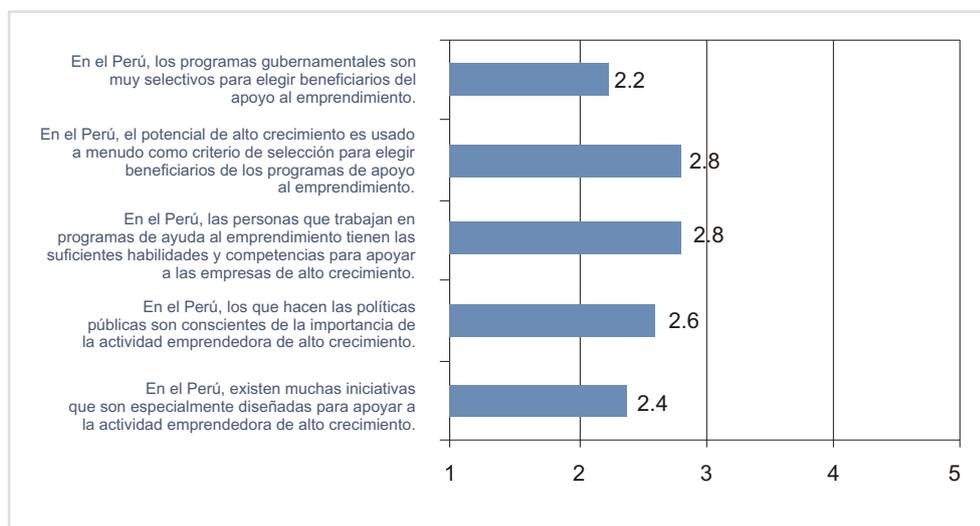
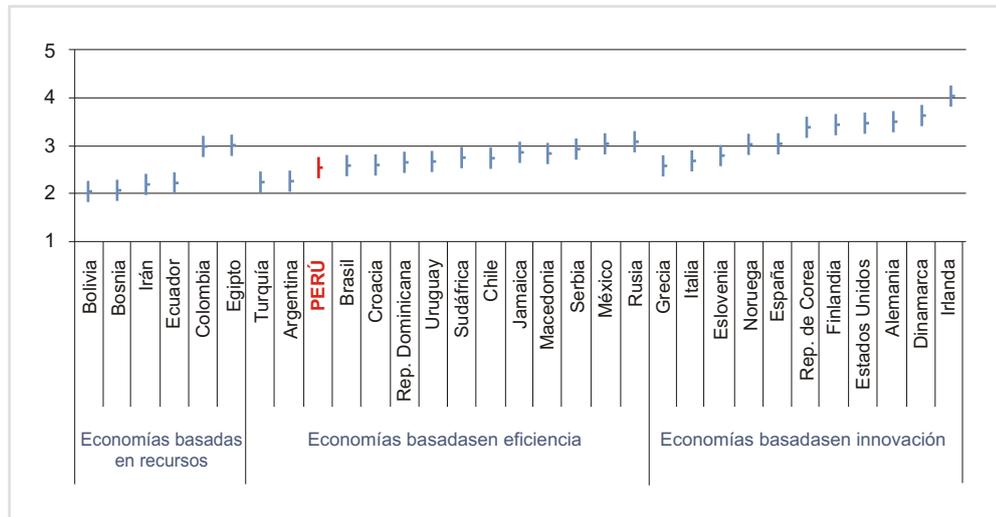


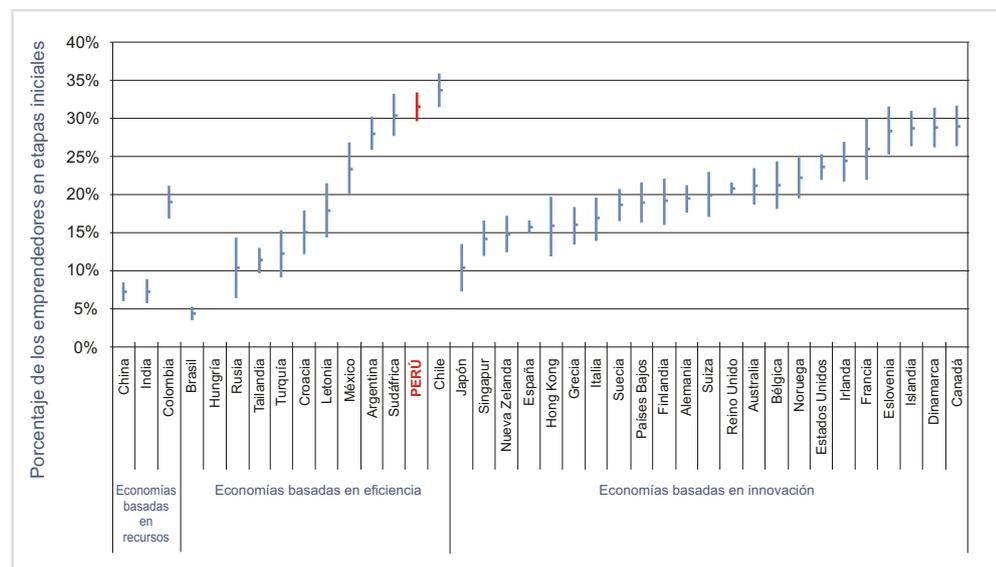
Gráfico 47 . Opinión de los expertos GEM sobre el soporte para el emprendimiento de alto crecimiento, GEM 2008



desconocimiento) de sus productos o servicios con relación a la experiencia actual de los clientes. Una segunda forma en que el GEM evalúa la capacidad de innovación de las recientes empresas es medir el grado de competencia que enfrenta el negocio, o si el propietario-director percibe que muchas, pocas, o ninguna otra empresa ofrecen productos o servicios similares.

El gráfico 48 muestra los países GEM sobre la base de un índice de innovación de la actividad emprendedora en etapas iniciales, el cual combina las dos medidas de innovación presentadas líneas arriba (novedad del producto y grado de competencia). Para hacer estimaciones más precisas, en este caso también se han usado los datos combinados del periodo 2002-2008.

Gráfico 48 . Porcentaje de actividad emprendedora en etapas iniciales con combinación de nuevos productos y mercados, GEM 2002-2008



En cuanto a los grupos de países, es evidente que en cada grupo hay países con niveles relativamente altos y bajos de la actividad emprendedora innovadora en etapas iniciales. Curiosamente, en el grupo de países con economías basadas en innovación, los de la Unión Europea tienen en promedio los niveles más altos. El gráfico 48 muestra, sin embargo, una amplia variación incluso dentro de este mismo bloque. Por ejemplo, Grecia, España e Italia tienen relativamente pocos emprendedores orientados a nuevos productos-mercado, mientras que Dinamarca, Eslovenia, Francia e Irlanda tienen niveles elevados. Entre otros países con economías basadas en innovación, es sorprendente que los países asiáticos muestren niveles relativamente bajos.

Los países con economías basadas en recursos tienden a presentar índices más bajos de actividad emprendedora innovadora; inversamente, algunos países con economías basadas en eficiencia parecen tener índices más altos que todos los países de la serie GEM. Al considerar estos patrones, es importante tener en cuenta un gran supuesto, vale decir, que este índice funciona bien si la disponibilidad de nuevos productos y servicios, así como la intensidad

de la competencia, están distribuidas uniformemente en todo el mundo. Al comparar entre los grupos de países podemos controlar, en cierta medida, las diferencias en la disponibilidad del producto y la intensidad de la competencia. Pero es probable que algunos países obtengan una puntuación alta en este índice tan solo porque relativamente hay pocos productos nuevos disponibles y la competencia es débil.

En el Perú, como se observa en el gráfico 49, el mayor porcentaje de emprendedores en etapas iniciales está ofreciendo productos novedosos solo para algunos clientes, mientras que el 22% está introduciendo productos aún desconocidos para el mercado. En el caso de los emprendedores establecidos, el 39% estaría ofreciendo productos totalmente novedosos. Es posible que esta diferencia se deba a que los empresarios de negocios consolidados tienen mayor conocimiento de las preferencias de sus consumidores y más acceso a las novedades que podrían estar ofreciéndoles sus proveedores.

Por otro lado, el gráfico 50 muestra que el 9.6% de los emprendedores en etapas iniciales no percibe competencia directa,

Gráfico 49 . ¿Qué tan novedoso es el producto o servicio para sus clientes? GEM Perú 2008

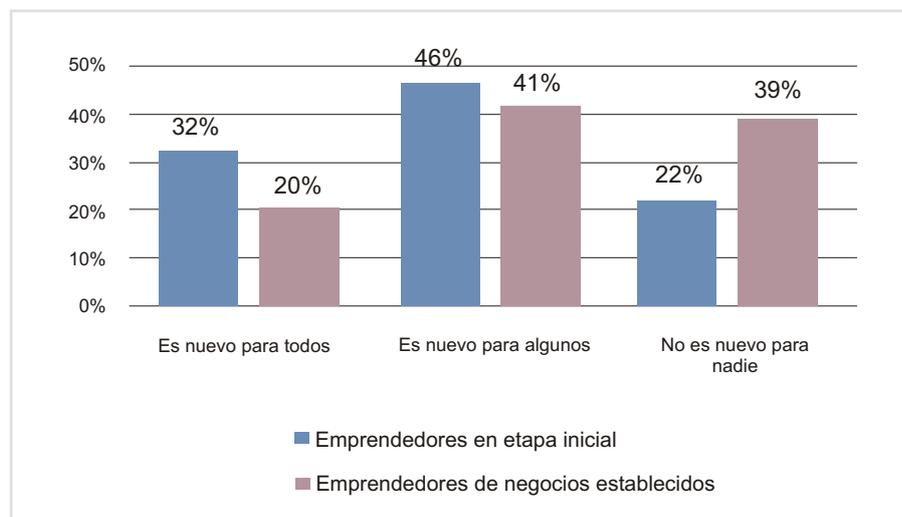
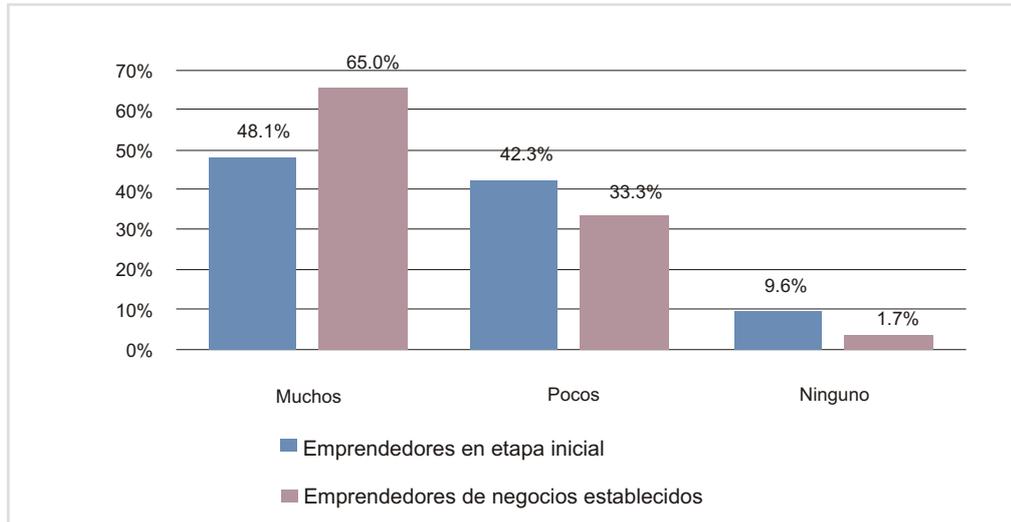


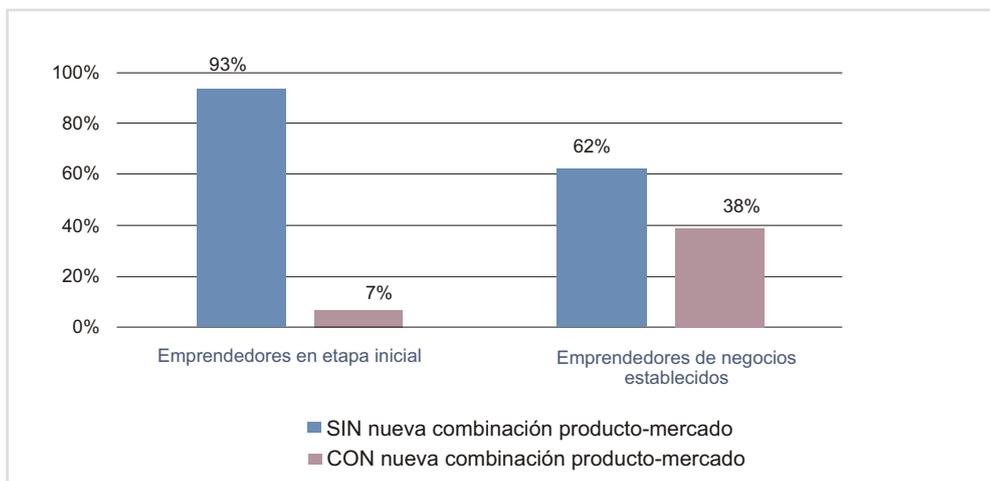
Gráfico 50 . ¿Cuántos negocios ofrecen los mismos productos o servicios a sus clientes? GEM Perú 2008



porcentaje que se ha incrementado desde el 2007, cuando se reportó que solamente el 5.7% no tenía competidores. Es posible que, ante la expectativa de la crisis económica mundial, los emprendedores hayan buscado nuevos nichos de mercado por donde empezar. En el caso de los emprendedores establecidos, el porcentaje ha disminuido de 2.5% en el 2007 a 1.7% en el 2008, lo que evidencia su relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado.

Considerando que los emprendedores en etapas iniciales tienen mayor capacidad para detectar nuevos mercados que los emprendedores establecidos, pero estos últimos ofrecen mayor novedad en los productos, el índice de innovación en nuevo producto-mercado permite conocer que los emprendedores en etapas iniciales son generalmente más propensos a innovar. El gráfico 51 muestra que el 38% de los emprendedores en etapas iniciales estarían

Gráfico 51. Actividad emprendedora en etapas iniciales con combinación de nuevos productos y mercados, GEM Perú 2008.



presentando modelos de negocio con combinaciones nuevas de productos para nuevos mercados, frente a solamente el 7% de los emprendedores establecidos.

Como se comentó líneas arriba, otro factor que permite medir el grado de innovación en el estudio es la tecnología o procesos utilizados en las empresas. Con frecuencia, las nuevas tecnologías y la modernización de los procesos se encuentran asociados a la utilización eficiente de los recursos, la mejora de la calidad o la mayor productividad. El gráfico 52 presenta la proporción estimada de los emprendedores en etapas iniciales que están activos en los sectores de tecnología, de acuerdo con la definición de la OCDE. Esta considera a los sectores de manufactura y servicios que utilizan tecnología de niveles medio-alto y alto (OECD, 2003) para los países GEM 2002-2008. Como se puede observar, se confirma que los países con economías basadas en innovación presentan mayor proporción de actividad emprendedora en etapa inicial orientada hacia la tecnología. Aquí algunos países europeos muestran puntuaciones más altas, aunque se les puede encontrar en el extremo inferior del rango. Chile, Rusia y Letonia muestran las puntuaciones más altas entre

los países con economías basadas en eficiencia, mientras que India, Tailandia y Brasil tienen los niveles más bajos.

En el caso específico del Perú, el nuestro es uno de los países del mundo con menor porcentaje de emprendimiento en sectores tecnológicamente más sofisticados. Para estudiar en detalle este hecho, el GEM indaga por el uso de nuevas tecnologías tanto de productos como de procesos. Nueva tecnología se define como aquella que ha sido introducida en el mercado local en un periodo no mayor de un año. Sin embargo, debe considerarse que la tecnología es generalmente creada en los países de mayor desarrollo económico y alto grado de industrialización, y posteriormente es transferida a los países en desarrollo como el Perú. En consecuencia, una determinada tecnología puede no ser tan novedosa en los países desarrollados (e incluso ser ya estándar), pero es totalmente nueva en los países de renta media y baja.

Así, el gráfico 53 muestra que los emprendedores en etapas iniciales tienen mayor propensión a utilizar tecnología más reciente que los emprendedores establecidos. Sin embargo, la mayoría de

Gráfico 52 . Porcentajes de actividad emprendedora en etapas iniciales en sectores de tecnología, GEM 2002–2008

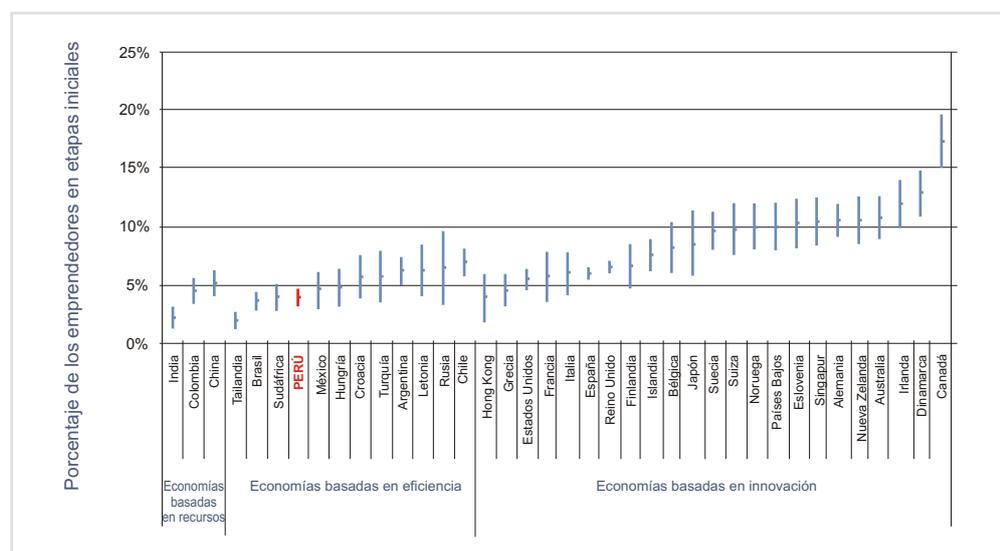
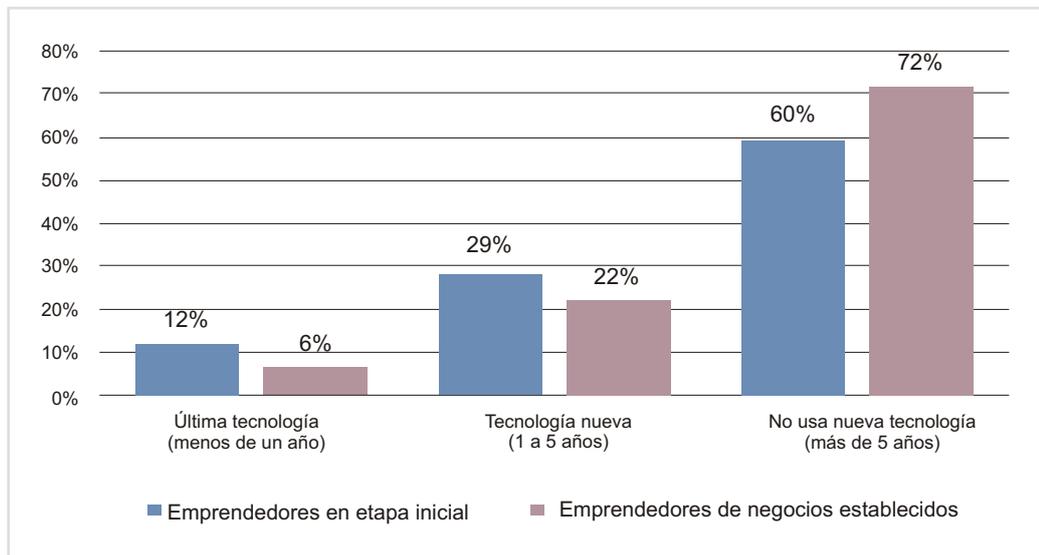


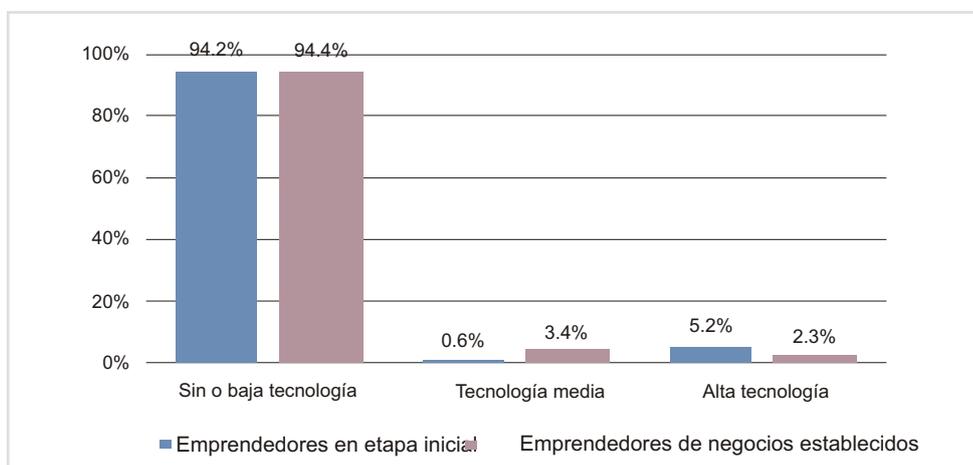
Gráfico 53 . ¿Qué tan nueva es la tecnología y los procesos utilizados en su empresa? GEM Perú 2008



todos los emprendedores prefieren iniciar o gestionar sus negocios usando tecnología con más de 5 años de antigüedad (60% de los emprendedores en etapas iniciales y 72% de los emprendedores establecidos). Es posible que este resultado guarde relación con el alto costo de la tecnología de última generación, de modo que los emprendedores prefieren utilizar tecnología menos reciente por ser más conocida y más barata.

Por otro lado, es preocupante que, además del escaso uso de tecnología reciente, existan muy pocos emprendimientos en sectores con alta sofisticación tecnológica. El gráfico 54 muestra que solamente el 5.2% de emprendedores en etapas iniciales invierten en sectores de alta tecnología; también se advierte que solo hay 2.3% de negocios consolidados en el mismo sector. Es posible que haya poca demanda de tecnología muy

Gráfico 54 . Porcentajes de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos según nivel de tecnología del sector



reciente; sin embargo, esto también implicaría que las condiciones del entorno no incentivan el emprendimiento en estos sectores.

Con la combinación de los factores descritos relacionados con la tecnología, más la opinión de los entrevistados en cuanto a la futura participación de los emprendedores en el mercado, el GEM calcula un índice de expansión de mercado con una escala de cuatro puntos, donde 4 indica máximo impacto en cuanto a expansión de mercado, 3 señala expansión de mercado usando tecnología, 2 indica expansión de mercado sin uso intensivo de tecnología, y finalmente 1 significa poca o nula expansión.

Estos indicadores se muestran en el gráfico 55. Se observa que la mayoría de los emprendedores en etapas iniciales piensa que al menos logrará alguna expansión de mercado (59.4%) y que por lo menos 9.1% piensa que alcanzará esta expansión con empleo de nueva tecnología. Frente a ello, una mayoría de emprendedores establecidos asumen que ya no experimentarán crecimiento, y solo 5.6% cree que se

expandirá en el mercado usando tecnología reciente.

Esta diferencia también se encuentra entre los emprendedores en etapas iniciales y los emprendedores establecidos. El 2.8% de los primeros espera una gran expansión de su negocio frente a solo 0.6% de los segundos. Las cifras demuestran que los emprendedores establecidos no están orientados hacia el crecimiento ni al uso de nuevas tecnologías, y aunque los emprendedores en etapas iniciales son más propensos a ello, los resultados indican que esto es aún insuficiente. Por esta razón, es necesario apuntar a incentivar nuevos emprendimientos de mayor potencial con expectativas de expansión, a la vez que ofrecer las condiciones para que estos logren consolidarse.

Los expertos, al ser consultados sobre el uso de tecnología y la innovación por parte de las empresas, indican que la situación del Perú es intermedia frente a los demás países (gráfico 56). En cuanto al uso de tecnología y la innovación por parte de los consumidores, los expertos ubican al Perú en posición más favorable (gráfico 57).

Gráfico 55 . Índice de expansión de mercado, GEM Perú 2008

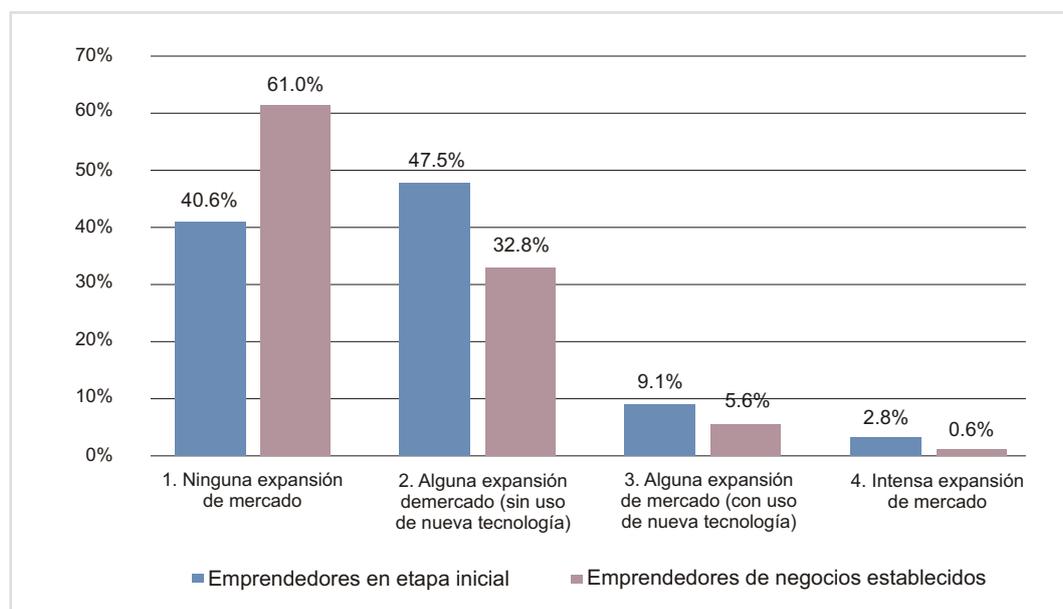
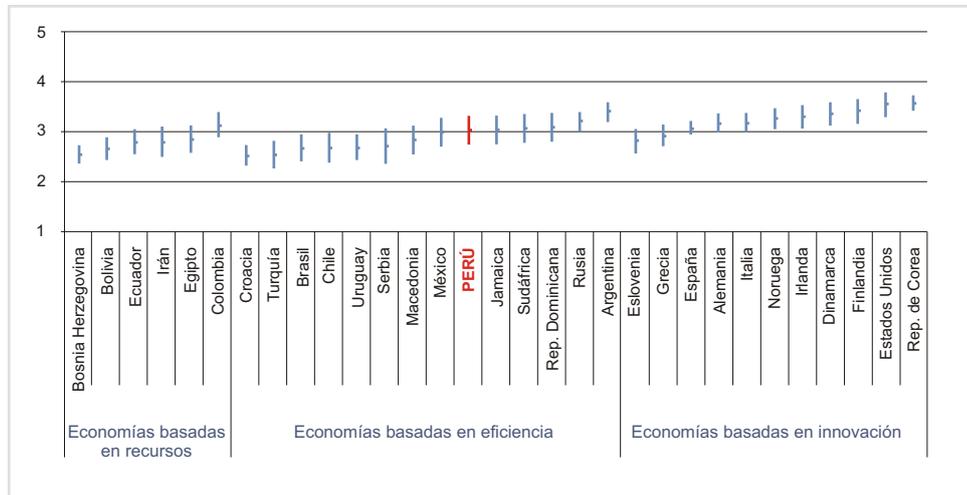


Gráfico 56. Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología por parte de las empresas, GEM 2008



Por otro lado, el gráfico 58 muestra que los expertos creen que si bien los negocios existentes valoran algo el uso de nuevas tecnologías y procesos, también podrían ser algo reacios a comprar esta tecnología a empresas recién creadas. Asimismo, consideran que el consumidor peruano valora en buen grado la innovación y por ello podría comprar nuevos productos y servicios proporcionados por empresas nuevas en el

mercado, pero tendría más disposición a comprar innovaciones de empresas ya conocidas. Esto demuestra que aunque haya una buena disposición hacia el emprendimiento y los emprendedores, la incertidumbre en torno a la sobrevivencia de los nuevos negocios en el mercado podría estar favoreciendo a las empresas consolidadas, en cuanto a la adquisición de nueva tecnología se refiere.

Gráfico 57 . Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología por parte de los consumidores, GEM 2008.

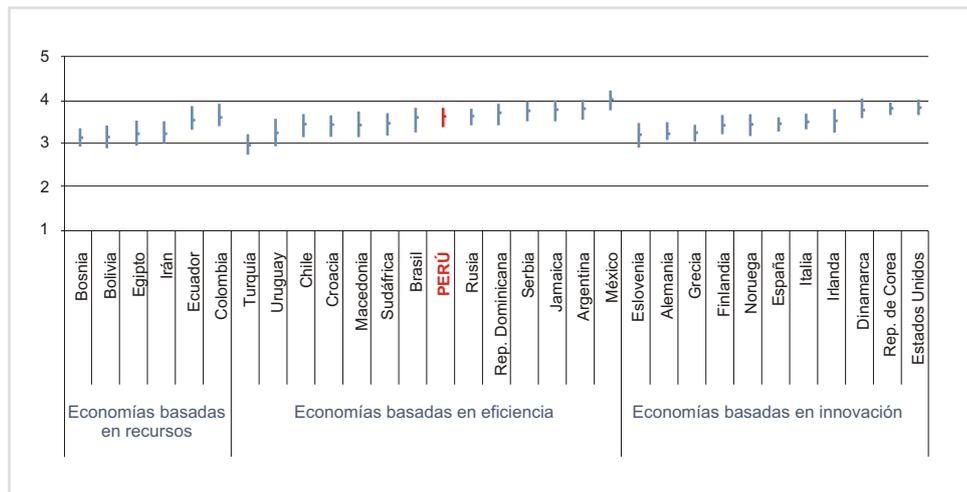
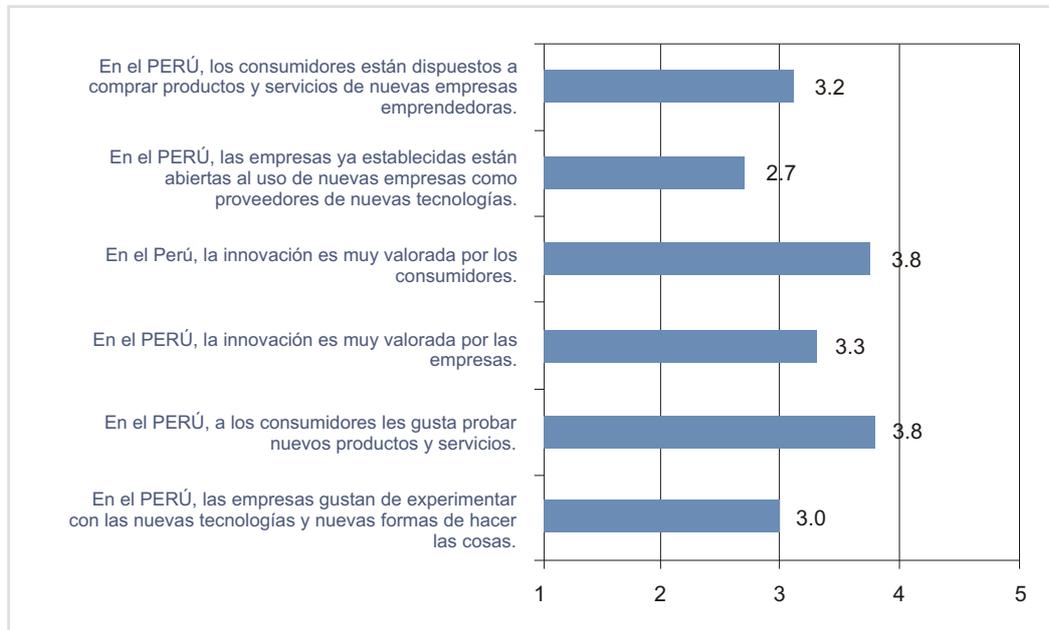


Gráfico 58. Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología en el Perú, GEM Perú 2008



Capítulo 5

LA MUJER EMPRENDEDORA

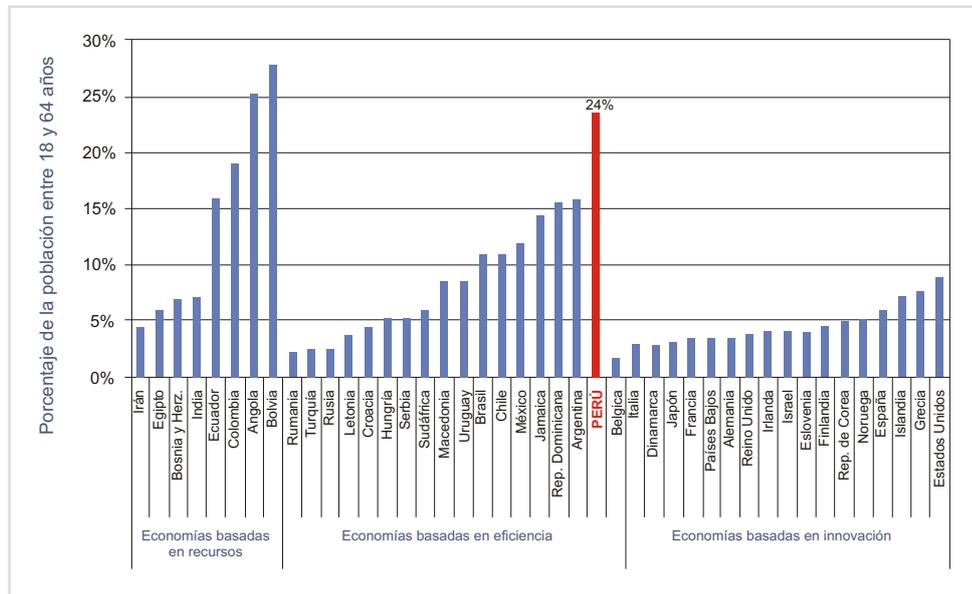
En la actualidad, las mujeres comparten con los hombres la responsabilidad de colaborar con el desarrollo económico y social del país, la comunidad y las familias. En las familias, la mujer muestra su carácter emprendedor naturalmente. Por eso un escenario frecuente es encontrar muchos hogares conducidos por una mujer, y cotidianamente muchas mujeres salen de sus hogares en busca de oportunidades laborales; tratan de ser independientes económicamente y contribuir con su ingreso a la manutención del hogar. Por otro lado, en el ambiente laboral son muchas las que dan la pauta del quehacer diario y su participación en los cuadros directivos es cada más frecuente.

Este capítulo explora el lado femenino del panorama emprendedor, tanto en términos de la actividad empresarial como caracterizando a sus protagonistas en cuanto a aspectos demográficos y relacionados con aspiraciones, percepciones y actitudes hacia el emprendimiento. Finalmente, se analiza el apoyo que el emprendimiento femenino recibe en nuestro país.

5.1 Panorama del emprendimiento femenino

El gráfico 59 muestra el TEA femenino para los países según la fase de desarrollo económico. Se observa que el emprendimiento femenino muestra un comportamiento similar al emprendimiento en general; es decir, los países con menor nivel de desarrollo exhiben las mayores tasas de emprendimiento, y viceversa. Entre los países con economías basadas en eficiencia, el Perú presenta el nivel más alto de emprendimiento femenino (23.6%), mientras respecto de toda la serie GEM 2008 muestra el tercer nivel más alto, luego de Bolivia (27.9%) y Angola (25.2%). Las tasas más bajas de emprendimiento femenino corresponden a Bélgica (1.7%), Rumania (2.1%) y Turquía (2.4%).

Gráfico 59 . Actividad emprendedora femenina en etapa inicial (TEA) por país, GEM 2008

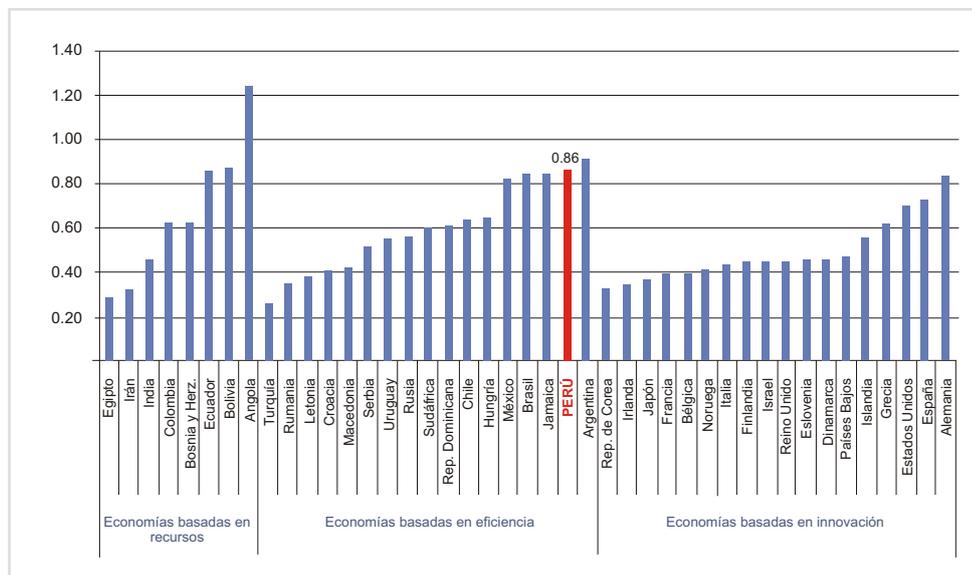


Comparando la actividad emprendedora femenina con la masculina a través del ratio TEA femenino/TEA masculino (gráfico 60), se observa que el año pasado las peruanas emprendedoras habían alcanzado el mismo nivel de participación en la actividad emprendedora que los hombres. Este año el

ratio disminuye a 0.86; es decir, por cada 100 varones que realizan una actividad empresarial hay 86 mujeres en la misma situación.

En el ámbito global, Angola presenta el índice TEA femenino/TEA masculino más alto

Gráfico 60. Ratio TEA femenino/TEA masculino por país, GEM 2008



(1.24), único país donde el ratio supera la unidad. En este país africano la prolongada guerra civil sustrajo a muchos varones de sus hogares y las mujeres tuvieron que hacerse cargo de ellos. Por esta razón, muchas de ellas buscaron maneras de generar ingresos para sus familias a través de emprendimientos basados en la necesidad. Esta situación es diferente a la que muestran los países con economías basadas en innovación, donde la participación femenina es menor pero tiene tras de sí motivaciones más favorables para el crecimiento. Los índices más bajos corresponden a Turquía (0.26), Egipto (0.29) e Irán (0.33), países donde la fuerte cultura musulmana dificulta una participación más abierta de las mujeres en la vida empresarial y económica.

5.1.1 Emprendimiento femenino por oportunidad

En la serie GEM, Bolivia (17.5%), Perú (15.2%) y Ecuador (11.2%) presentan los índices más altos de actividad emprendedora femenina motivada por oportunidad (gráfico 61), que

además superan al emprendimiento por necesidad. En los países con economías basadas en recursos y con economías basadas en eficiencia, si bien los emprendimientos por oportunidad son relativamente mayores a los de sus pares con economías basadas en innovación, los emprendimientos por necesidad equiparan o superan a los emprendimiento por oportunidad.

Este resultado es más claro si se analiza el gráfico 62, donde se muestra el ratio TEA oportunidad/TEA necesidad para los emprendimientos femeninos. Es notorio cómo en los países de mayor nivel de desarrollo las mujeres tienden a emprender por oportunidad, toda vez que existen empleos estimables con coberturas de asistencia desarrolladas. Destaca el caso de Bélgica, donde por cada mujer que emprende por necesidad hay alrededor de 150 mujeres que lo hacen explotando una oportunidad. En el Perú este ratio es de 1.96. Es decir, de cada 3 emprendimientos, 2 son generados por oportunidad.

Gráfico 61 . TEA por oportunidad y TEA por necesidad por país, GEM 2008

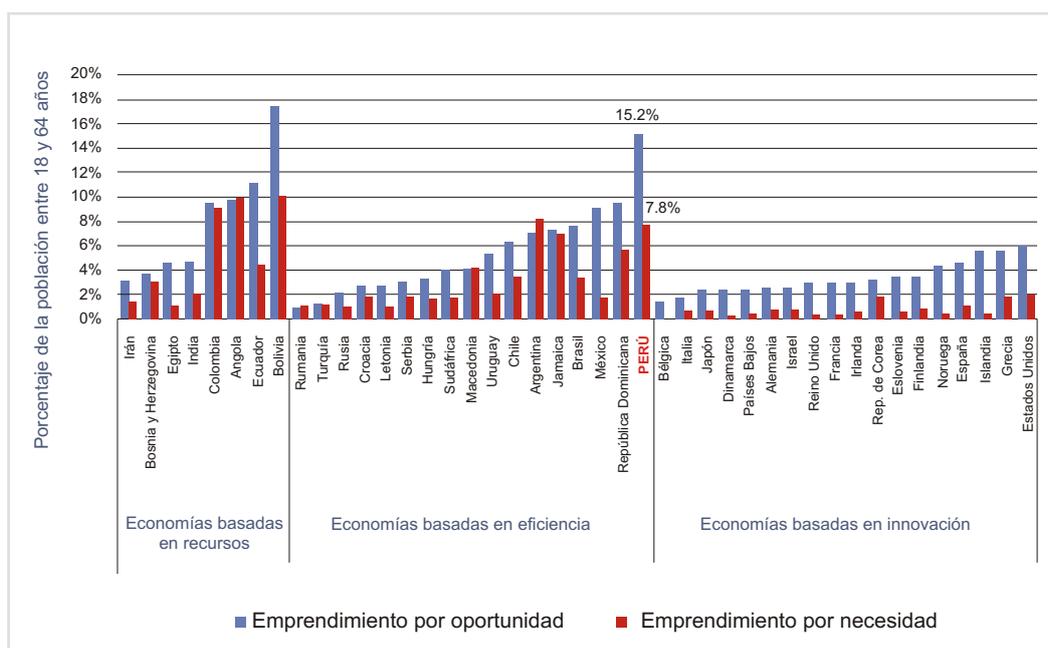
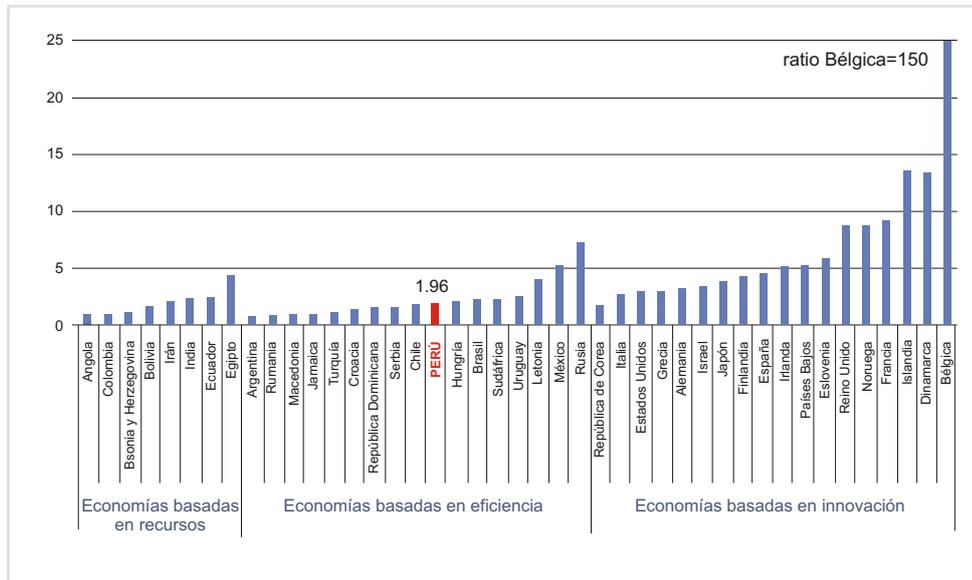


Gráfico 62 . Ratio TEA femenino por oportunidad/TEA femenino por necesidad por país, GEM 2008



El gráfico 63 muestra que en el Perú las mujeres emprendedoras que aprovechan una oportunidad de negocio buscan principalmente obtener mayores ingresos económicos (67%) antes que lograr mayor independencia (33%).

5.1.2 Actividad emprendedora femenina por sectores económicos

El gráfico 64 muestra que el 67% de las mujeres emprendedoras se dedican a empresas orientadas al consumidor, lo que

Gráfico 63 . Motivaciones detrás del emprendimiento femenino por oportunidad, GEM Perú 2008

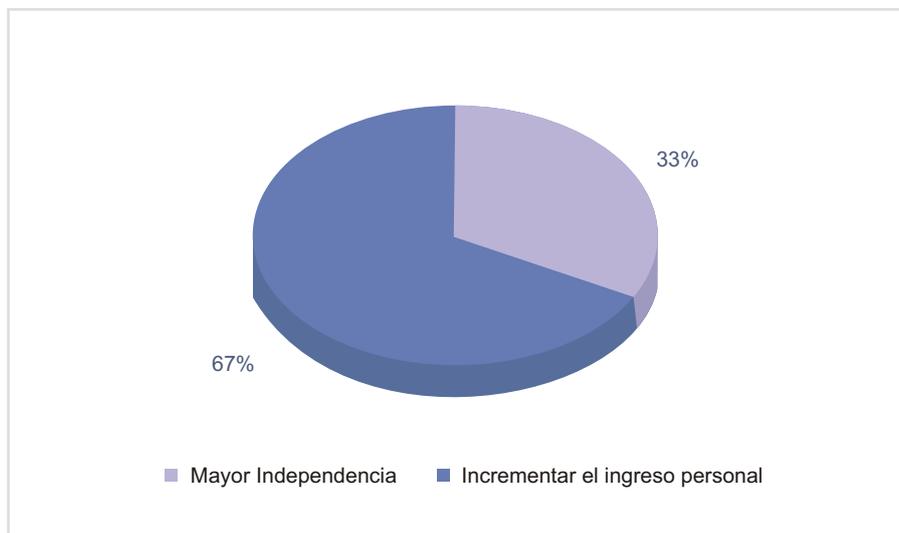
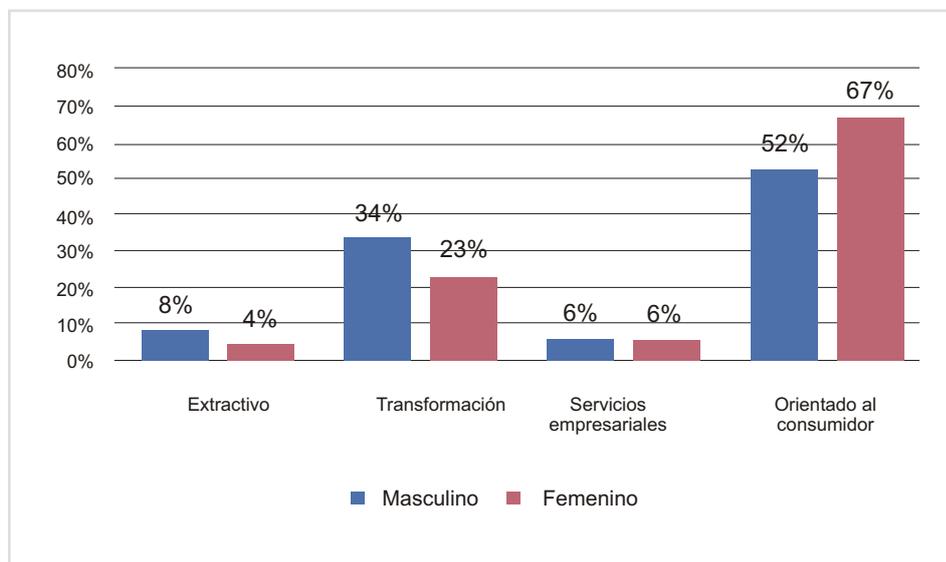


Gráfico 64 .Distribución por sectores de los emprendimientos en etapa inicial según género, GEM Perú 2008



indica un descenso respecto del 2007, cuando los negocios iniciados por mujeres en este sector abarcaban el 77%. A la vez, se observa un aumento de emprendedoras en el sector de transformación, pues el porcentaje pasó de 10% en el 2007 a 23% en el 2008.

En el caso de los varones, los que invierten en negocios orientados al consumidor han pasado de 50% en el 2007 a 52% en el 2008, a expensas de la disminución de su presencia en los sectores extractivos y de servicios empresariales. Sin embargo, la brecha de género en los sectores económicos continúa, por lo que se hace necesario fomentar una distribución más equitativa en el sentido de alcanzar mayor participación de varones en sectores con predominancia femenina y mayor presencia de mujeres en sectores mayormente en manos de hombres.

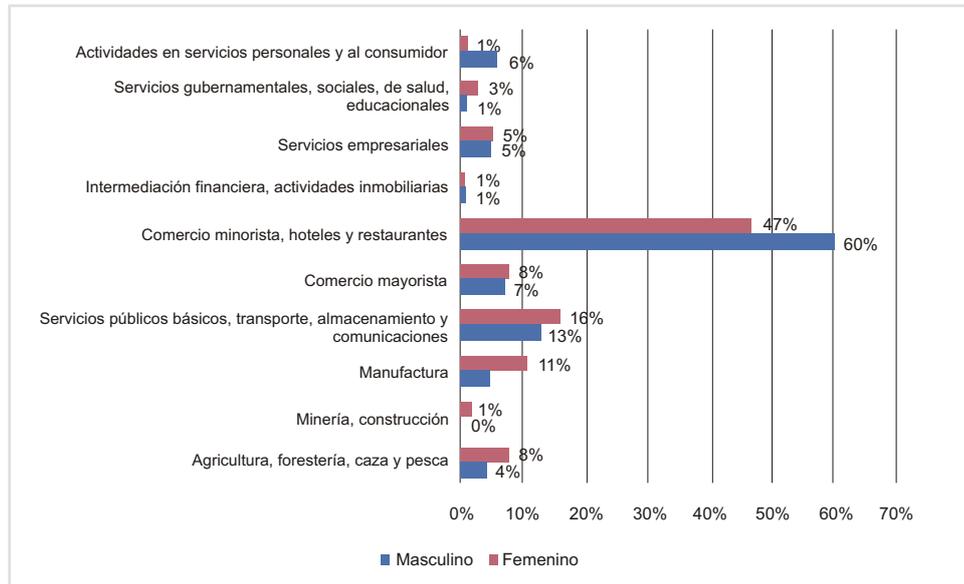
El gráfico 65 muestra que solo en las actividades económicas de servicios personales (6%), sobre todo en el comercio minorista, hospedaje y restaurantes (60%), hay predominancia de emprendimientos

femeninos. En el resto de sectores, si bien puede haber disminuido la brecha entre géneros, la predominancia de varones continúa, principalmente en las actividades extractivas y de manufactura.

5.1.3 Participación femenina en el proceso emprendedor

El gráfico 66 muestra que el 56% de los emprendedores nacientes son varones y el restante 44% son mujeres. Lo contrario sucede entre los emprendedores que poseen y dirigen un negocio nuevo: 56% son mujeres y 44% son varones. Es posible que las oportunidades laborales se presenten al varón emprendedor y que el negocio sea continuado luego por la esposa, considerando que pueden ser los negocios más pequeños. Por otra parte, se observa predominancia masculina (64%) entre los propietarios de negocios consolidados, los cuales probablemente son empresas más sólidas que permiten al emprendedor ejercer su carrera y obtener su sustento. En cuanto a la discontinuación de los negocios, las mujeres exhiben un leve predominio sobre sus pares varones.

Gráfico 65 .Distribución por actividades según género de los emprendimientos en etapa inicial, GEM Perú 2008



En cuanto a las razones para la discontinuación del negocio, el gráfico 67 muestra que las mujeres tienden a considerar más factores emocionales en sus decisiones. Las mujeres manifiestan dejar el negocio principalmente por razones personales e incidentales, mientras que sus

pares masculinos lo hacen, sobre todo, por problemas de índole financiero o de rentabilidad.

Gráfico 66 .Distribución según género de personas involucradas en el proceso emprendedor, GEM Perú 2008

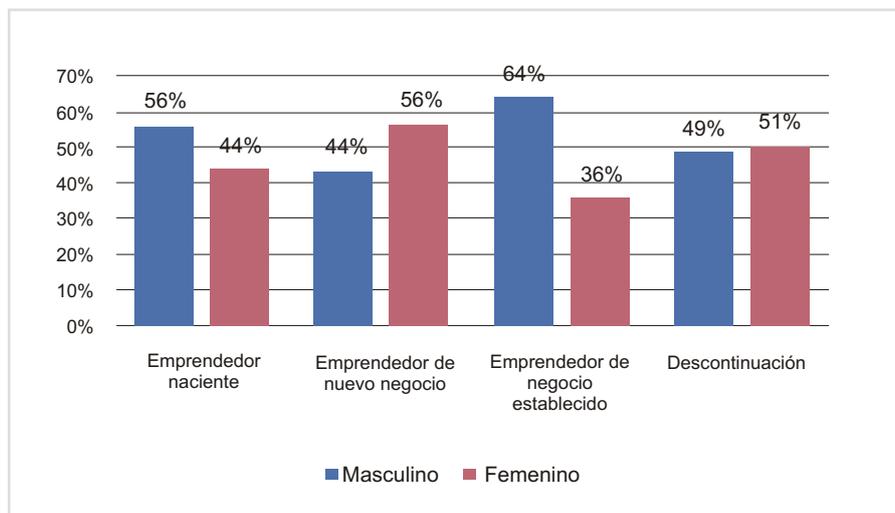
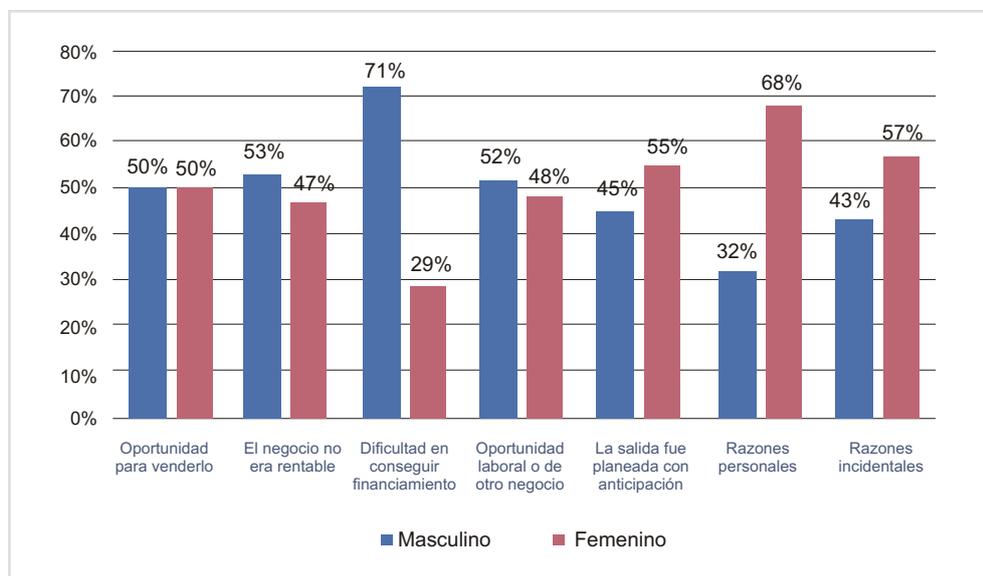


Gráfico 67 .Distribución según género de las razones más frecuentes para la discontinuación del negocio, GEM Perú 2008



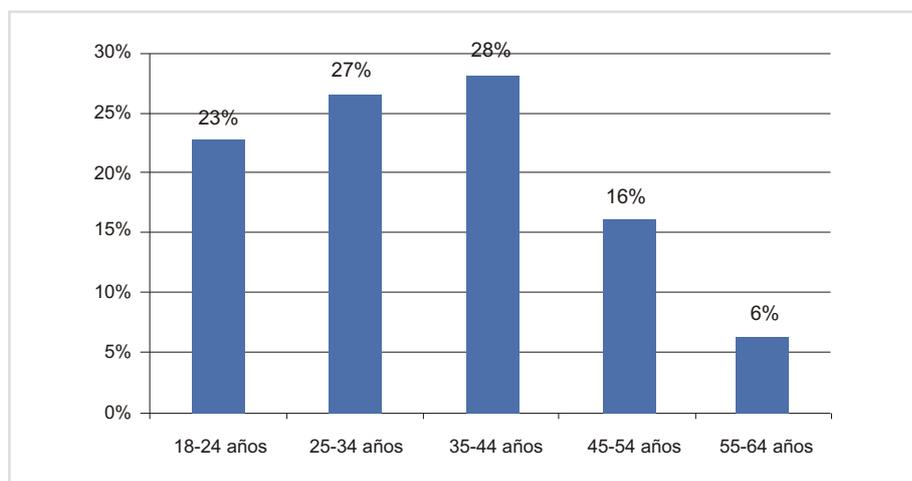
5.2 Perfil de la peruana emprendedora

El perfil sociodemográfico de la mujer emprendedora peruana permite descubrir características relevantes en cuanto a edad, educación, nivel de ingreso, entre otras, que pueden servir para el diseño de políticas de fomento al emprendimiento femenino.

5.2.1 Edad

El promedio de edad de la mujer peruana con emprendimientos en etapa inicial se mantiene en 36 años. El gráfico 68 muestra que la mayor proporción de emprendedoras (28%) tiene entre 35 y los 44 años de edad y el 26.6% está en el rango de edad comprendido entre 25 y 34 años. Respecto al 2007, la proporción entre estos dos grupos se ha

Gráfico 68 .Edad de la mujer emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2008



invertido, ahora predomina el de mayor edad.

El gráfico 69 muestra la proporción de mujeres emprendedoras sobre el total de mujeres encuestadas, según grupos etarios. Se puede advertir que en el 2008 el mayor porcentaje de emprendedoras (30%) se concentra entre los 35 y los 44 años, mientras que el 25% corresponde a mujeres cuyas edades están entre 45 y 54 años. En el 2007, en cambio, los porcentajes entre estos grupos etarios eran muy similares: 30% de

mujeres estaba en el grupo de 45-54 años, mientras 29% estaba en el rango de 35-44 años. Al igual que el año pasado, la tendencia al emprendimiento disminuye con la edad, pues solo el 16% de mujeres entre 55 y 64 años se encuentran involucradas en el inicio de un negocio.

5.2.2 Nivel educativo

El gráfico 70 muestra el nivel educativo de la emprendedora peruana en etapa inicial para el año 2008. El mayor porcentaje de

Gráfico 69 .Porcentaje de emprendedoras sobre el total de mujeres según grupo etario

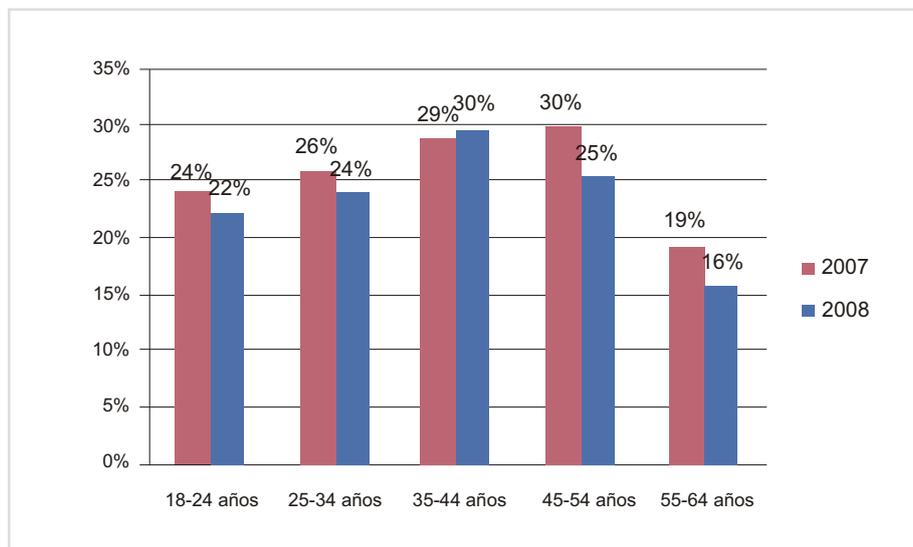
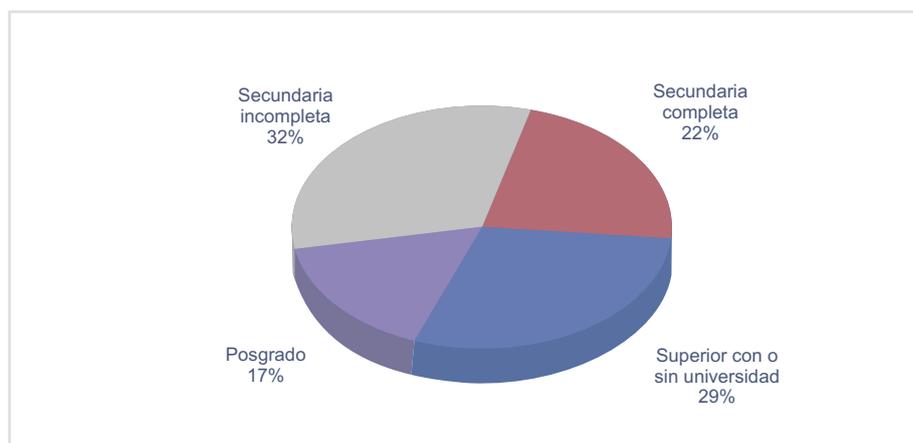


Gráfico 70 .Nivel educativo de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2008



empendedoras (32%) posee secundaria incompleta (32%), el 29% ha realizado estudios superiores, el 22% completó la secundaria y, por último, el 17% siguió estudios de posgrado.

En el gráfico 71 se observa que el 37% de las mujeres con estudios de posgrado son empendedoras en etapa inicial, mientras que este porcentaje se reduce a 27% en el

caso de mujeres con educación superior y a 22% para aquellas con secundaria completa. Estos resultados sugerirían que cuanto mayor es el nivel educativo alcanzado, mayor es la propensión al emprendimiento. Puede suponerse que las mujeres con mayor educación tienen visión de futuro y mayores conocimientos de gestión, lo que les daría mayor confianza en sus capacidades para lograr el éxito en sus negocios.

Gráfico 71 .Porcentaje de empendedoras sobre el total de mujeres según nivel educativo, GEM Perú 2008

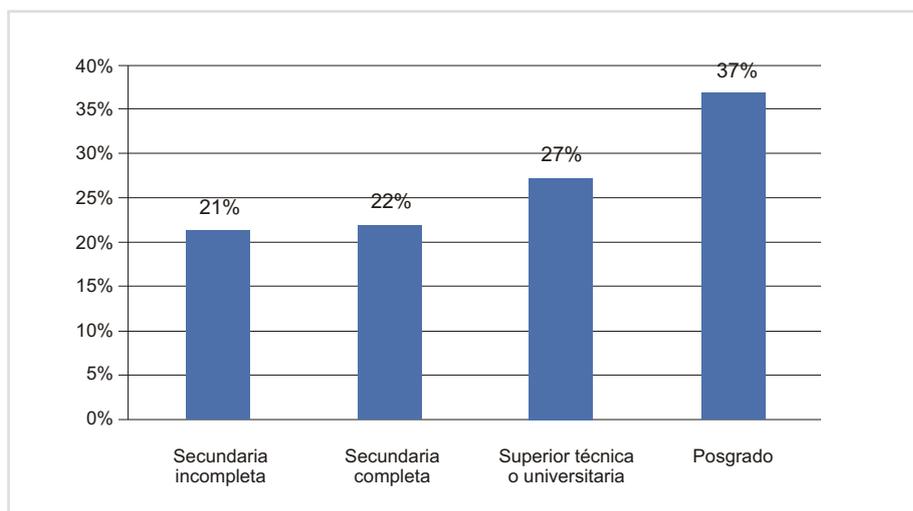
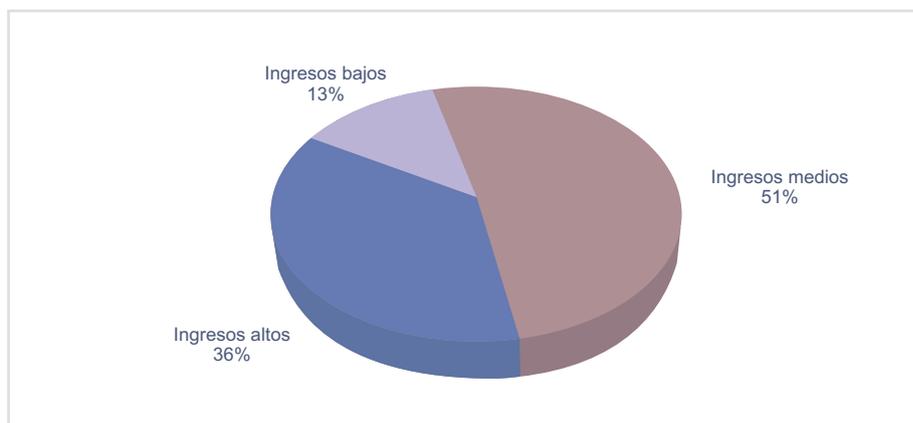


Gráfico 72 .Nivel de ingreso de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2008



5.2.3 Nivel de ingreso

En comparación con el año anterior, en el 2008 las emprendedoras peruanas de bajos ingresos disminuyen de 55% a solo 13%, mientras que las emprendedoras de ingresos medios aumentan de 29% a 51%, y las de altos ingresos aumentan de 16% a 36%. Estos resultados podrían guardar relación con lo dicho anteriormente respecto de que el mayor nivel educativo de las emprendedoras les permite gestionar negocios de mayor complejidad y, de este modo, obtener mayores ingresos.

El gráfico 73 muestra que la distribución de emprendedoras por nivel socioeconómico presenta variaciones respecto del año 2007. En el 2008, las mujeres de altos ingresos presentan el mayor porcentaje de emprendimiento (39%), seguidas por las mujeres de nivel de ingresos medios (24%) y, finalmente, las de nivel de ingresos bajos (16%). Proceder de un sector de mayores ingresos, hecho que podría estar asociado con el nivel educativo, permitiría a estas mujeres disponer de fuentes de capital y mayores facilidades que las emprendedoras de menores ingresos, cuyas iniciativas serían, sobre todo, de subsistencia.

5.2.4 Situación laboral

Previsiblemente, el gráfico 74 muestra que si bien el 64% de emprendedoras en etapa inicial se dedica en todo o en parte a gestionar su propio negocio, el 22% menciona dedicarse a las labores del hogar. Este último resultado refleja la condición de aquellas mujeres que, estando involucradas en algún tipo de emprendimiento, no se identifican como emprendedoras. Es de suponer que sus iniciativas se destinan a aumentar el ingreso familiar, pero no son la principal fuente de ingresos de la familia. Si el emprendimiento llega a afectar el tiempo dedicado a las tareas del hogar es posible que sean descontinuados, por lo que negocios con potencial de crecimiento no tendrían la oportunidad de consolidarse.

Desde otra perspectiva, el gráfico 75 muestra que del total de mujeres encuestadas distribuidas según su situación laboral, quienes trabajan a tiempo completo o parcial (66%) lo hacen en su propio negocio. Por su parte, entre las que manifestaron ser estudiantes, amas de casa o jubiladas, el 34% son emprendedoras en etapas iniciales. Al respecto, puede decirse lo mismo que en el acápite anterior: aunque estas mujeres están involucradas en un negocio, no se consideran como emprendedoras.

Gráfico 73 .Porcentaje de emprendedoras en etapa inicial sobre el total de mujeres según nivel socioeconómico, GEM Perú 2008.

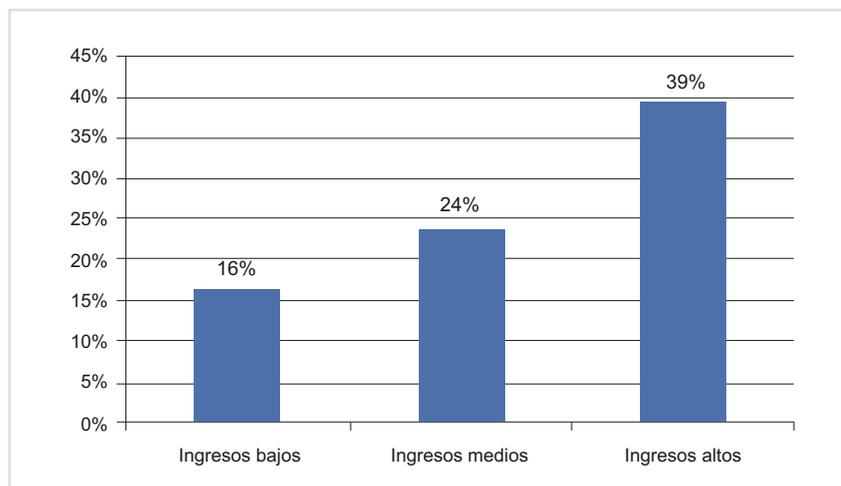
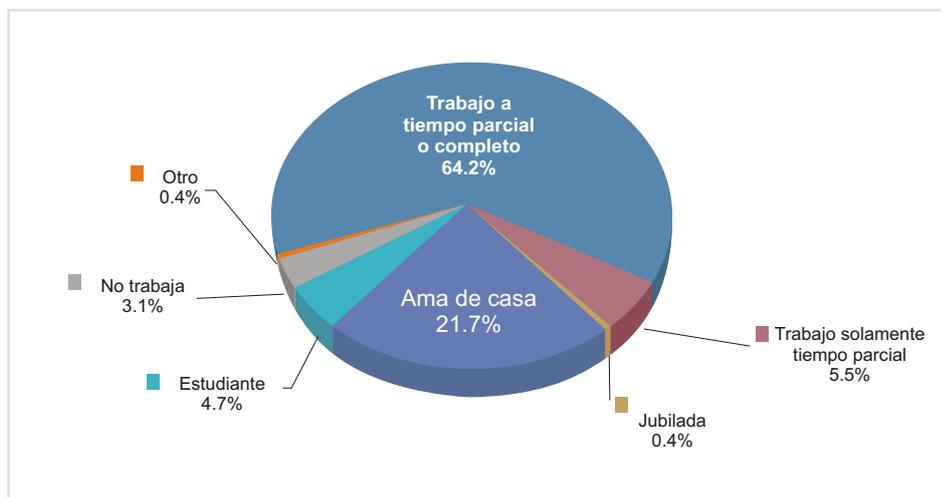


Gráfico 74 .Situación laboral de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2008



5.2.5 Aspiraciones de las emprendedoras

El GEM reconoce la importancia de investigar cuán grandes son las aspiraciones de las emprendedoras, toda vez que la contribución de estas mujeres es valiosa para el bienestar de la familia y de la comunidad.

Expectativa de crecimiento

Como se muestra en el gráfico 76, el mayor porcentaje de emprendedoras solamente genera su autoempleo, pero no otro puesto de trabajo. Por su parte, la mayoría de sus pares varones genera entre 1 y 5 empleos, por lo menos, al momento de iniciar el emprendimiento. También se aprecia que

Gráfico 75 .Porcentaje de emprendedoras en etapa inicial sobre el total de mujeres según situación laboral, GEM Perú 2008

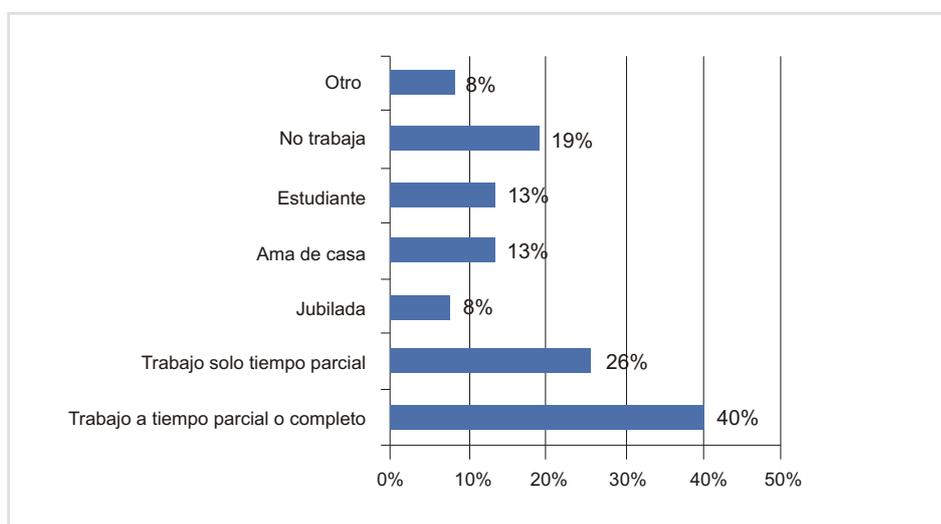
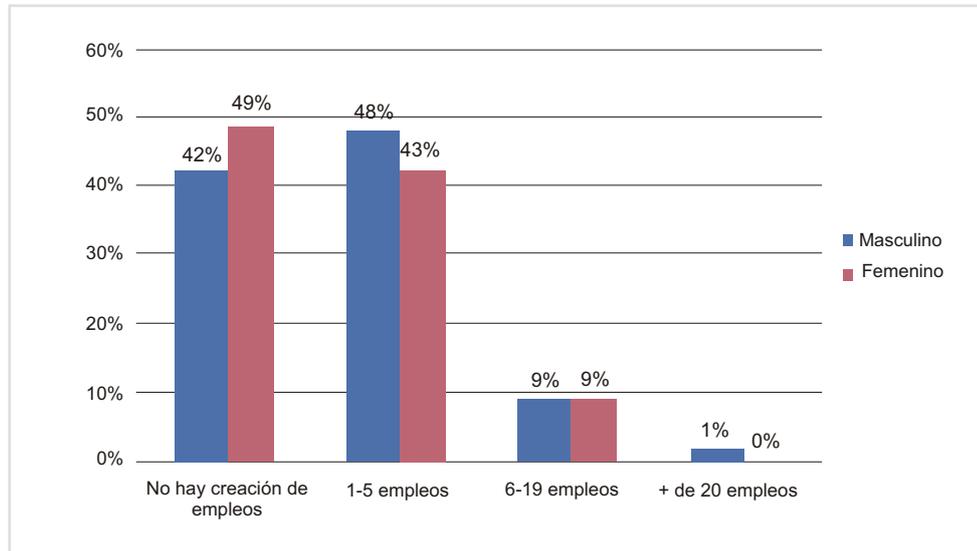


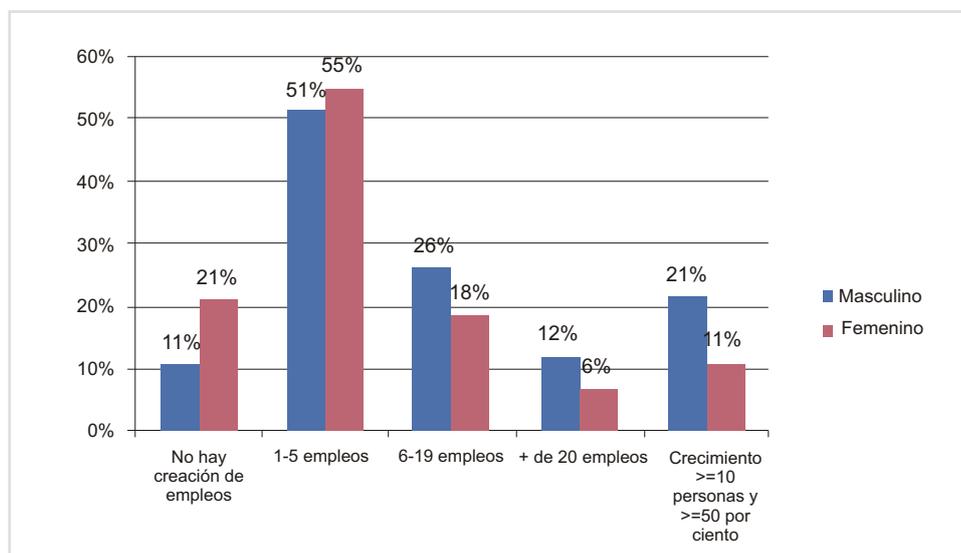
Gráfico 76 .Número de empleos generados por los emprendedores en etapas iniciales según género, GEM Perú 2008



tanto hombres como mujeres instalan negocios pequeños en su mayoría; sin embargo, se observa que las mujeres prácticamente no se aventuran en negocios de mayor complejidad que requieran más de 20 puestos de trabajo.

En forma similar, los hombres muestran mayores expectativas de crecimiento que las mujeres. El gráfico 77 muestra que el 12% de los varones espera que sus emprendimientos crezcan en más de 20 empleos en los próximos 5 años, mientras que solamente el

Gráfico 77 .Número de empleos que esperan crear en los próximos 5 años los emprendedores en etapas iniciales según género, GEM Perú 2008



6% de las mujeres espera lo mismo. Si se considera a todas aquellas personas involucradas en la puesta en marcha de un negocio, o en la gestión de un negocio consolidado, solo 11% de las mujeres menciona tener altas expectativas de crecimiento, frente a 21% de sus pares varones.

Innovación y tecnología en el emprendimiento femenino

En general, la mujer peruana se ha caracterizado por su ingenio y creatividad al plantear soluciones para superar las crisis económicas que el Perú ha vivido en el pasado. Por ejemplo, ellas organizaron programas como el Vaso de Leche o los Comedores Populares, que sobreviven hasta hoy, como fórmulas de lucha contra la pobreza. Según el gráfico 78, el 80% de las mujeres emprendedoras en etapa inicial indican que sus productos o servicios son novedosos, mientras el porcentaje de varones que piensa lo mismo llega solamente a 75%.

Por otro parte, el gráfico 79 presenta el número de competidores que los emprendedores manifiestan tener. La mitad de las mujeres emprendedoras y el 46% de sus pares varones indican tener muchos competidores. En el otro extremo, el porcentaje de mujeres que manifiestan no tener competidores supera levemente el de los emprendedores masculinos que afirman lo mismo.

El índice de innovación, medido en términos de una combinación producto-mercado novedosa, permite conocer en qué medida los emprendedores en etapas iniciales son, en términos generales, más propensos a innovar. El gráfico 80 indica que los varones señalan mayor nivel de innovación (40%) que las mujeres (36%).

El gráfico 81 muestra el grado de novedad de la tecnología utilizada en las empresas. Como puede observarse, en cuanto a utilizar tecnología muy nueva o nueva, solo el 35% de las emprendedoras peruanas manifiesta que sí lo hace, en comparación con el 49% de sus pares varones que señala lo mismo.

Gráfico 78. ¿Cuán novedosos son los productos para sus clientes? Distribución por género, GEM Perú 2008

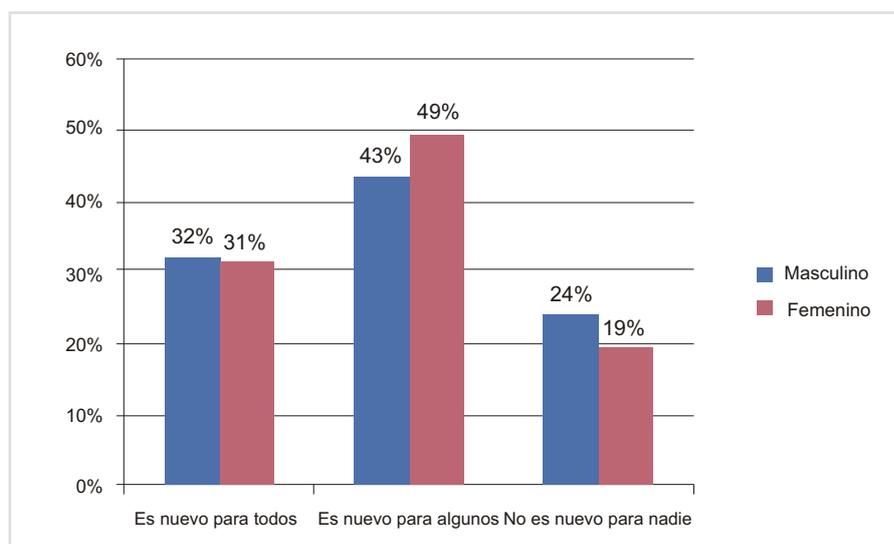
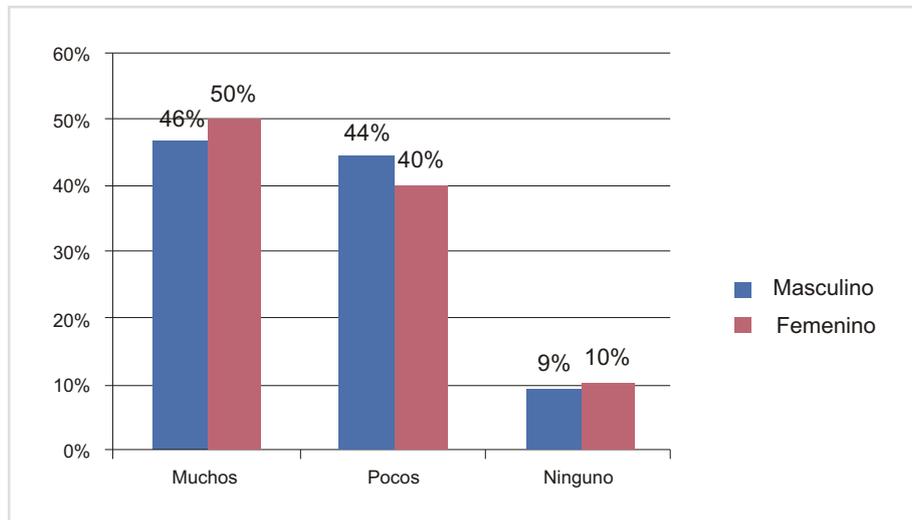


Gráfico 79 .¿Cuántos negocios ofrecen el mismo producto o servicio? Distribución por género, GEM Perú 2008

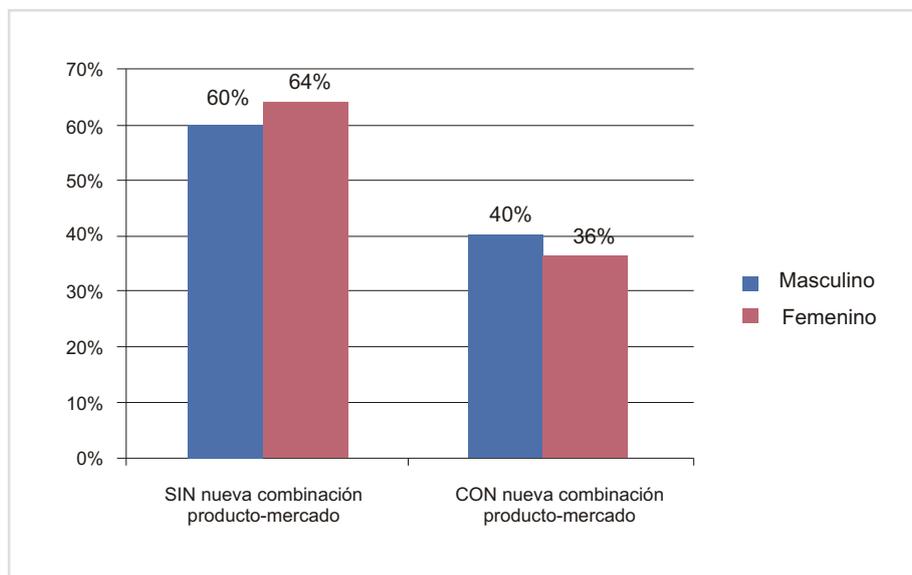


Respecto al uso de tecnología nueva, el 65% de las emprendedoras no utiliza tecnología nueva, mientras el 54% de varones tampoco lo hace.

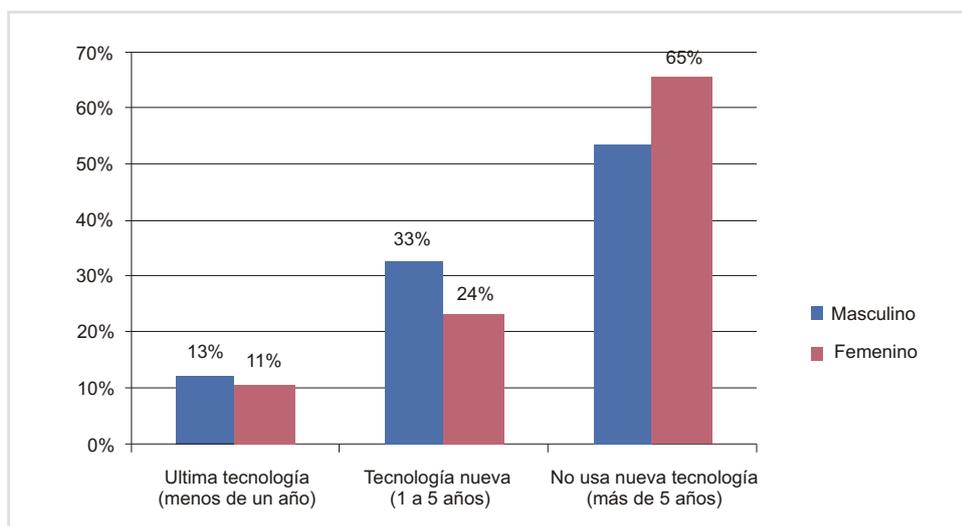
El índice de expansión de mercado, que toma en cuenta los resultados de innovación y tecnología combinados, se muestra en el

gráfico 82. En este se observa que el 40% de las mujeres emprendedoras, la gran mayoría, no tiene expectativa de expansión, porcentaje muy parecido al 41% de sus pares varones que indican lo mismo. Mujeres y varones tampoco difieren mucho en cuanto a mostrar algún nivel de expansión: 49% de las emprendedoras y 46% de los empen-

Gráfico 80 .Actividad emprendedora en etapas iniciales por género con nueva combinación de productos y mercados, GEM Perú 2008



**Gráfico 81. ¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos utilizados en su empresa?
Distribución por género, GEM Perú 2008**



dedores, pero esta expectativa no se basa en el uso de tecnología reciente. Las emprendedoras con algún nivel de expansión con tecnología nueva llegan a 9%, el mismo porcentaje que logran sus pares varones.

5.2.6 Actitudes y percepciones

Respecto de las percepciones sobre el emprendimiento (gráfico 83), las mujeres tienen una percepción más favorable en cuanto a visión de oportunidades de negocio futuras; también demostrarían mayor facilidad para la creación de redes

**Gráfico 82. Índice de expansión de mercado de los emprendimientos según género,
GEM Perú 2008**

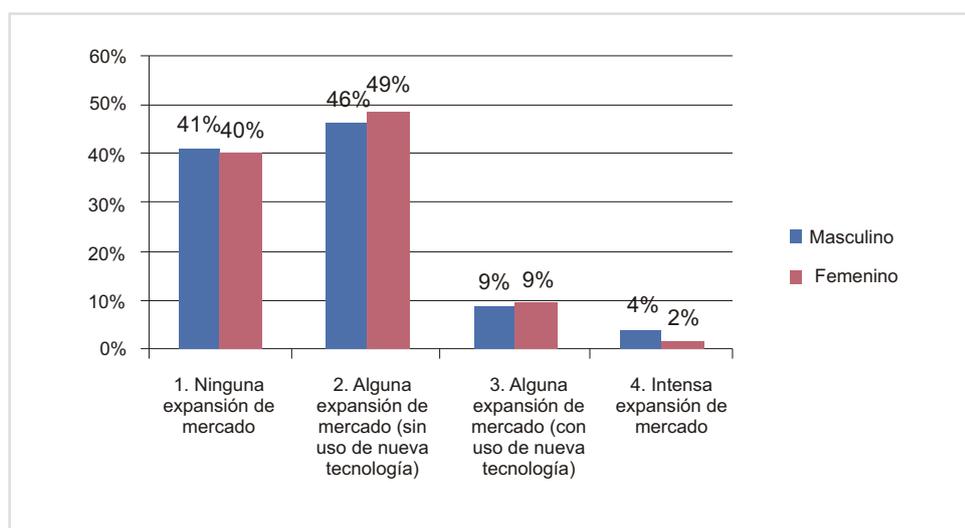
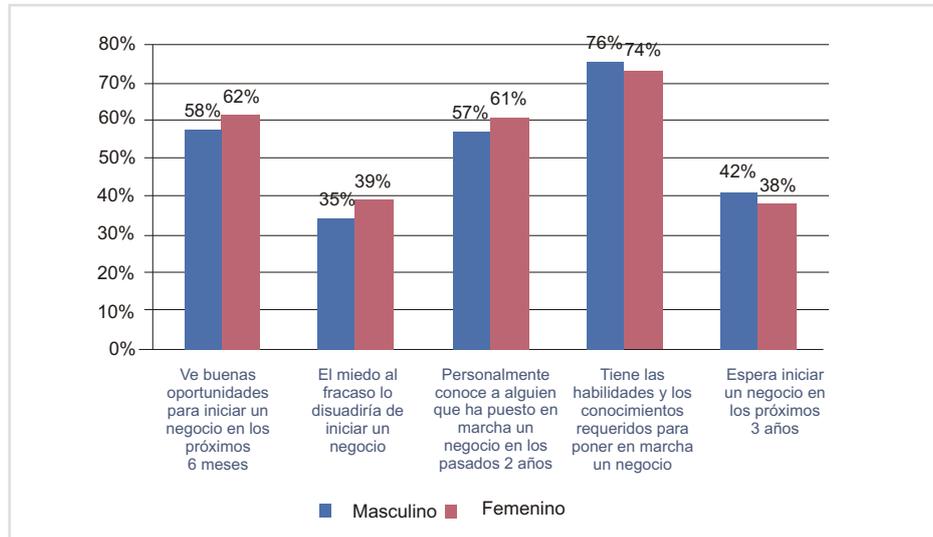


Gráfico 83 .Percepciones hacia el emprendimiento, según género, GEM Perú 2008



personales. Los varones, en cambio, manifiestan menor temor al fracaso, mayor confianza en sus propias habilidades para iniciar un negocio y están más propensos a emprender en el futuro.

Como se observa en el gráfico 84, si se consideran solo las respuestas de las mujeres involucradas en alguna fase del proceso emprendedor, las mujeres en etapa naciente demuestran percepciones más favorables,

mientras que las emprendedoras de empresas establecidas manifiestan mayor temor al fracaso, son más pesimistas respecto de oportunidades futuras y menos propensas a iniciar otros negocios en los siguientes años.

Por otra parte, en comparación con los varones, las mujeres emprendedoras creen un poco más en que los medios de comunicación les están brindando un

Gráfico 84 .Percepciones hacia el emprendimiento de las emprendedoras peruanas según su condición en el proceso emprendedor, GEM Perú 2008

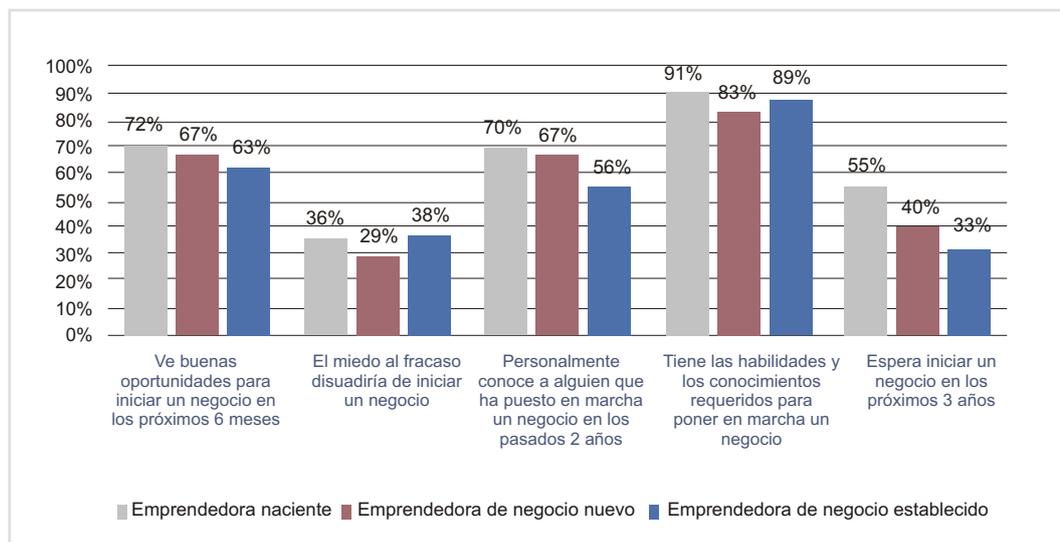
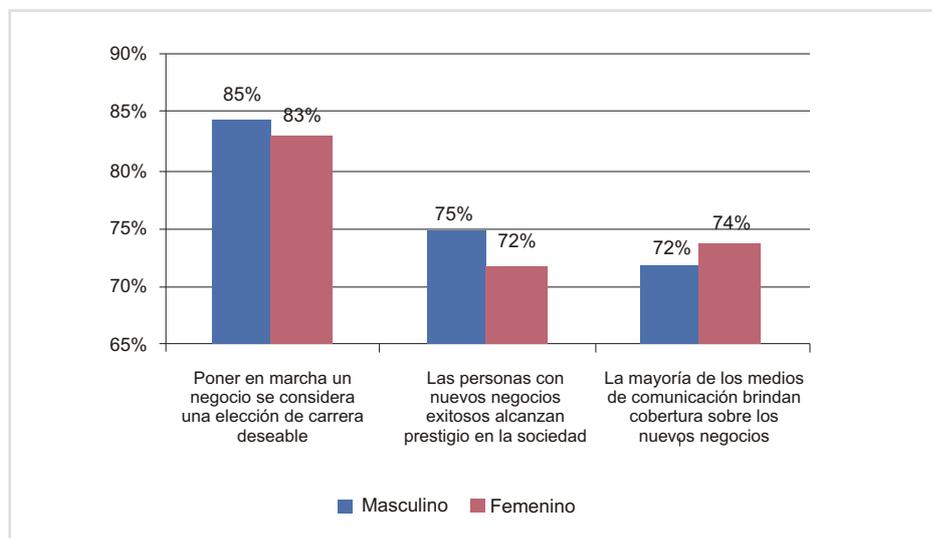


Gráfico 85 .Actitudes hacia el emprendimiento según género, GEM Perú 2008

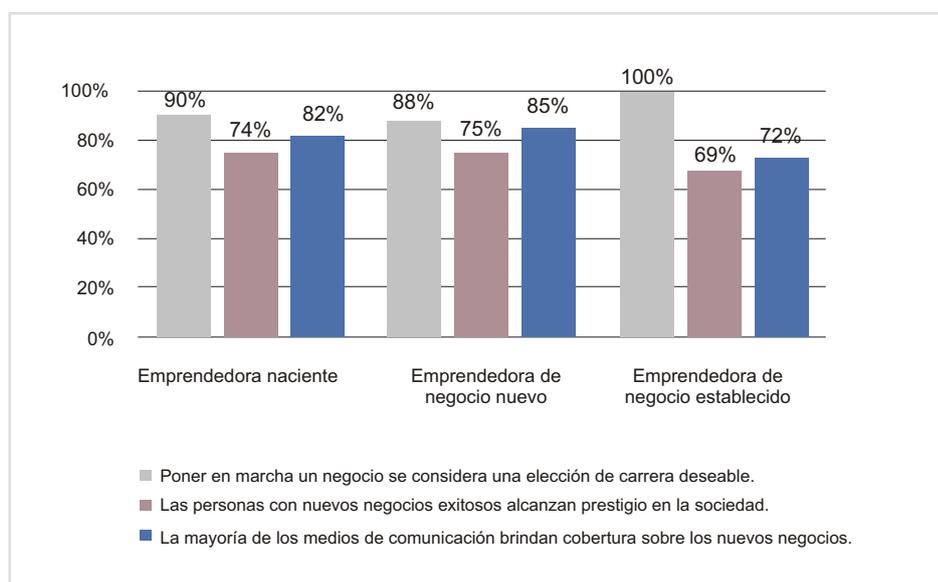


espacio adecuado para la difusión de sus emprendimientos, pero tienen una actitud menos dispuesta a considerar al emprendimiento como una buena elección de carrera y como fuente de prestigio social.

Por otra parte, en comparación con los varones, las mujeres emprendedoras creen

un poco más en que los medios de comunicación les están brindando un espacio adecuado para la difusión de sus emprendimientos, pero tienen una actitud menos dispuesta a considerar al emprendimiento como una buena elección de carrera y como fuente de prestigio social.

Gráfico 86 .Percepciones hacia el emprendimiento de las emprendedoras peruanas según su condición en el proceso emprendedor, GEM Perú 2008



De igual manera que lo observado en cuanto a las percepciones emprendedoras, las actitudes emprendedoras son más favorables entre las mujeres involucradas en negocios nacientes y, en menor grado, entre las emprendedoras de negocios ya consolidados.

5.3 Apoyo al emprendimiento femenino

El gráfico 87 muestra que la valoración de los expertos respecto del apoyo institucional que se brinda al emprendimiento femenino

Gráfico 87. Valoración de los expertos respecto del apoyo institucional a la mujer, GEM Perú 2008

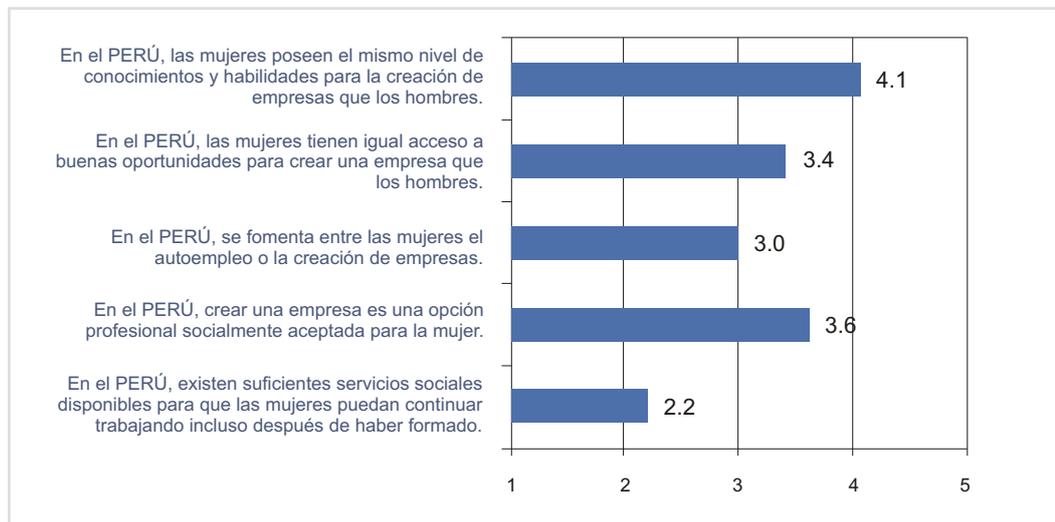
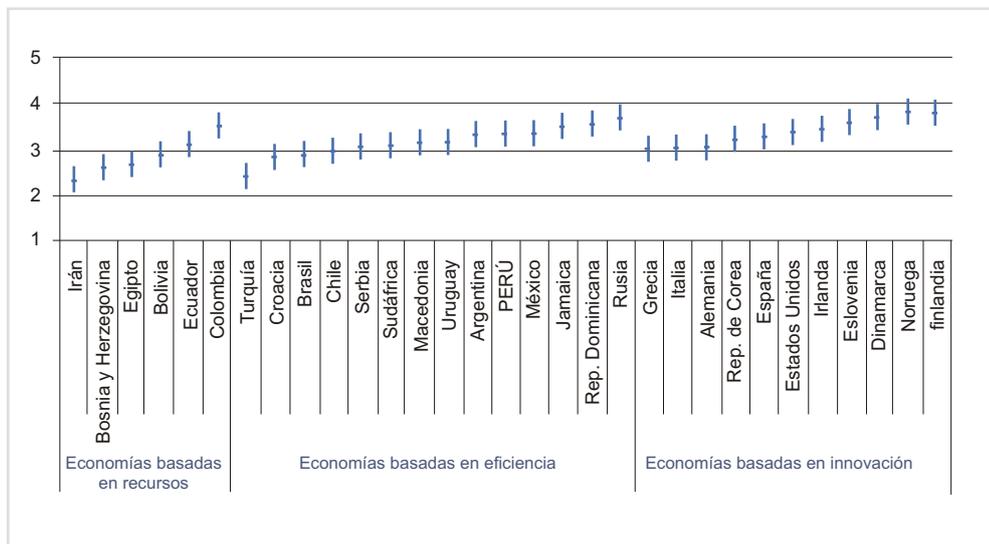


Gráfico 88. Apoyo institucional a la mujer por país, GEM 2008



en el 2008 es favorable y presenta una tendencia positiva. Los expertos piensan que la mujer posee el mismo nivel de conocimientos y habilidades que el hombre para la creación de empresas, que se le estimula a emprender y que para ella el emprendimiento es una opción aceptada socialmente. Sin embargo, a pesar de la buena valoración del nivel de conocimientos y habilidades de la mujer para iniciar negocios, en el 2008 este indicador ha sido levemente negativo respecto del año pasado. Por otro lado, un aspecto que recibe valoraciones desfavorables pero se mantiene estable con relación al año anterior es el hecho de que hace falta mejorar los servicios sociales para que las emprendedoras puedan continuar trabajando después de formar una familia. Esto evidencia la poca importancia que se le

atribuye a la promoción y el aumento de la participación femenina en el entorno empresarial.

Comparando la valoración de los expertos en el Perú con los de la serie GEM en cuanto al apoyo institucional a la mujer, se observa que la valoración en nuestro país se encuentra en un nivel intermedio positivo, superando a otros países cercanos, como Chile, Brasil y Bolivia. En general, el gráfico 88 indica que los países con economías basadas en innovación presentan mayores niveles de apoyo al emprendimiento femenino, mientras que los países con economías basadas en recursos, en especial los de alto nivel de población musulmana, brindan a las emprendedoras un apoyo evidentemente insuficiente.

Capítulo 6

FINANCIAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO

El acceso al financiamiento es especialmente importante para las personas que desean poner en marcha una nueva empresa de tamaño considerable. El Informe GEM 2006 sobre financiamiento demostró que la mayoría de los fundadores esperan financiar su empresa con sus propios recursos; en efecto, encontró que quienes buscan fuentes externas de financiamiento realmente obtienen sumas relativamente pequeñas (Bygrave & Quill, 2007). Sin embargo, puede existir un equilibrio entre la accesibilidad al financiamiento externo y el costo de los recursos. En una recesión, por ejemplo, los activos liberados por negocios discontinuados podrían ser reutilizados con costos relativamente bajos por otras empresas, sobre todo por las nuevas.

6.1 Necesidad de inversión

En el 2008, los emprendedores peruanos en etapas iniciales encuestados invirtieron alrededor de 11'478,364 soles, lo que hace una inversión promedio de alrededor de 29,000 soles por negocio. Este resultado muestra una disminución de la inversión con respecto al año 2007, en que el promedio por iniciativa emprendedora fue de 44,000 soles. Asimismo, en el 2008 hasta el 50% de los emprendimientos demandó una inversión de no más de 2,000 soles, y hasta el 80% fue puesto en marcha con una inversión máxima de 5,000 soles. El 56% de los emprendedores manifestaron que ellos proveerían el total de la inversión necesaria para montar su propio negocio. En otras palabras, los negocios son en su gran mayoría muy pequeños porque, en parte, el propio emprendedor financia su iniciativa.

Por otro lado, sea con sus recursos propios o con el apoyo financiero de otros, el monto invertido por emprendedor fue de 13,918 en promedio, y solo el 50% invirtió alrededor de 13,000 soles. La tabla 9 muestra la estadística de la inversión realizada, por emprendimiento y por emprendedor.

Tabla 9. Inversión realizada por emprendimiento y por emprendedor, GEM Perú 2008

	¿Cuánto dinero, en total, será necesario para iniciar este nuevo negocio?	¿Cuánto de su propio dinero, en total, es lo que espera invertir en este nuevo negocio?
Media	29,133	13,918
Mediana	2,000	1,333
Moda	1,667	1,667
Desviación estandar	453,576	251,878
Suma	11'478,364	5'483,748

6.2 Expectativas económicas de los emprendedores

El GEM indaga sobre las expectativas del emprendedor en cuanto al retorno de su inversión en el lapso de diez años después de iniciado el negocio. El gráfico 89 muestra que hasta el 25% de emprendedores espera solamente duplicar la inversión realizada, mientras que el 75% restante espera por lo menos quintuplicar su inversión.

6.3 La inversión informal en el ámbito GEM

El estudio utiliza el término “inversión informal” en un sentido amplio, pues incluye no solo inversiones, sino también préstamos reembolsables y no reembolsables realizados por terceros y que no son registrados como parte de las transacciones del sistema financiero formal. El gráfico 90 muestra el porcentaje de inversores informales activos por país. En este se observa que los países con economías basadas en recursos presentan los mayores

Gráfico 89. Expectativa sobre la recuperación de la inversión dentro de los 10 próximos años, GEM Perú 2008

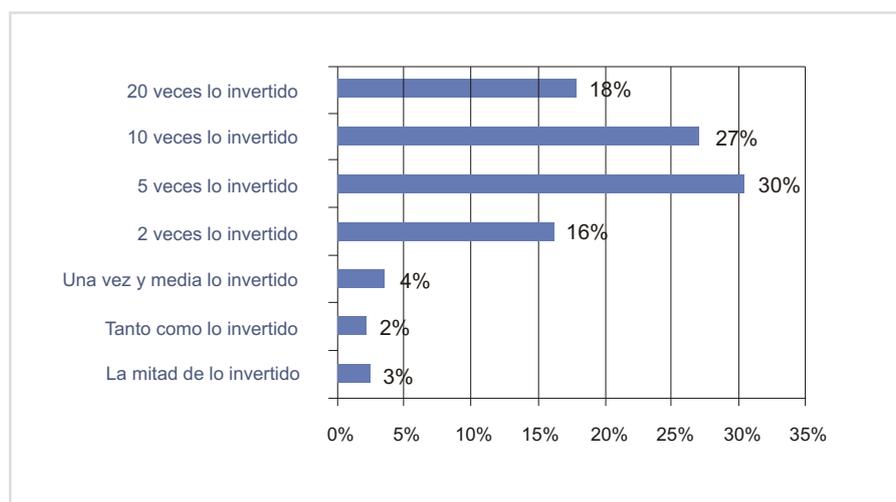
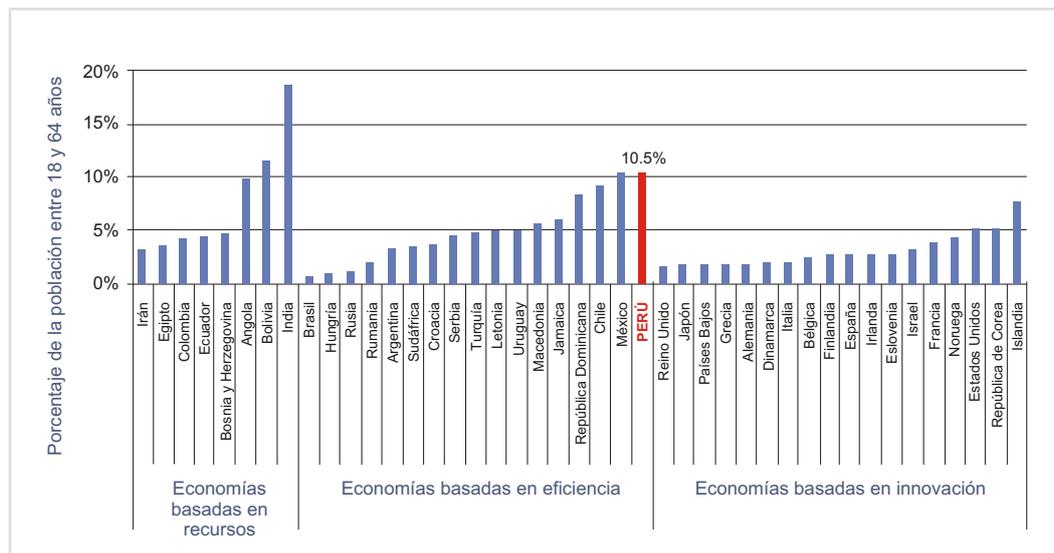


Gráfico 90. Porcentaje de inversores informales activos por país, GEM 2008



índices de inversión informal, en especial la India (18.6%), Bolivia (11.6%) y Angola (9.8%). Por su parte, los países con mayor desarrollo muestran en general menor nivel de inversión informal. Una razón para ello es que el grado de desarrollo del sistema financiero formal ofrece mayor acceso al financiamiento al poblador promedio del país. El panorama es distinto en los países de menor desarrollo, donde, con ingresos bajos y falta de garantías, los pobladores tienden a recurrir a inversores informales. En el Perú, el nivel de inversión informal es el mayor del grupo de países con economías basadas en eficiencia (10.5%), le siguen el de México (10.4%) y Chile (9.3%). No obstante, la inversión informal en el Perú ha disminuido con relación a lo encontrado en el 2007 (12.5%), hecho que puede estar asociado a mayores facilidades del sistema financiero formal, pero también puede deberse a que los inversores se han reducido como consecuencia de la crisis económica mundial.

Según el GEM, el inversor informal es toda aquella persona adulta que ha invertido dinero propio en un negocio ajeno en los tres últimos años (la inversión no incluye la compra de acciones, transacciones en la

bolsa de valores, compras o inversión en bonos o fondos mutuos). En nuestro país, el 10.5% de la población adulta ha proporcionado dinero propio para ayudar a la puesta en marcha de un negocio ajeno. Los inversores informales peruanos en el 2008 tienen una edad promedio de 36.1 años, más del 59% son hombres, 35% ha realizado estudios universitarios y 23% siguió un posgrado. El 87% pertenece a los niveles de ingresos medio y alto.

El valor promedio del aporte del inversor informal asciende a 4,670 soles. Sin embargo, es importante resaltar que el 50% de los montos de inversión informal están por debajo de los 2,000 soles, y la cifra más frecuente es de 1,000 soles (tabla 10).

Como era de esperarse, el gráfico 91 muestra que los principales beneficiarios del inversor informal son los familiares cercanos, ya sean padres, hermanos o hijos. El porcentaje de este tipo de receptores de inversión aumentó de 37.6% a 52% entre los años 2007 y 2008. A los familiares cercanos les siguen en importancia los amigos o vecinos (17%) y luego los familiares indirectos (15%). Es posible que las personas decidan no arriesgar sus fondos en proyectos ajenos

Tabla 10. Inversión informal, GEM Perú 2008

Estadístico	Valor
Media	4,670
Mediana	2,000
Moda	1,000
Desviación estándar	8,964
Varianza de la muestra	80'346,535
Mínimo	50
Máximo	70,000
Suma	719,221

ante la inminencia de la crisis, por lo que los emprendedores han dirigido su atención a sus familiares más cercanos, a quienes están ligados por vínculos afectivos, que cuentan más en la decisión de proporcionar los fondos que el hecho de la inversión en sí.

A diferencia del 2007, en que el 44.9% de los inversores no esperaba retorno alguno en los próximos diez años de realizada la inversión (en otras palabras, no esperaban ni la devolución de lo entregado), en el 2008 este porcentaje se ha reducido a solamente

12% (gráfico 92). Como se comentó líneas arriba, es posible que la incertidumbre económica, provocada por la crisis mundial, haya ocasionado que las personas presten con una mayor expectativa de retorno. Por tanto, las inversiones informales en este año presentan mayores expectativas de retorno; las hechas solamente con la promesa de la devolución del monto alcanzaron 19%, en el 2007 mientras que en el 2008 se han reducido a 7%.

Gráfico 91. Beneficiarios de la inversión informal, GEM Perú 2008

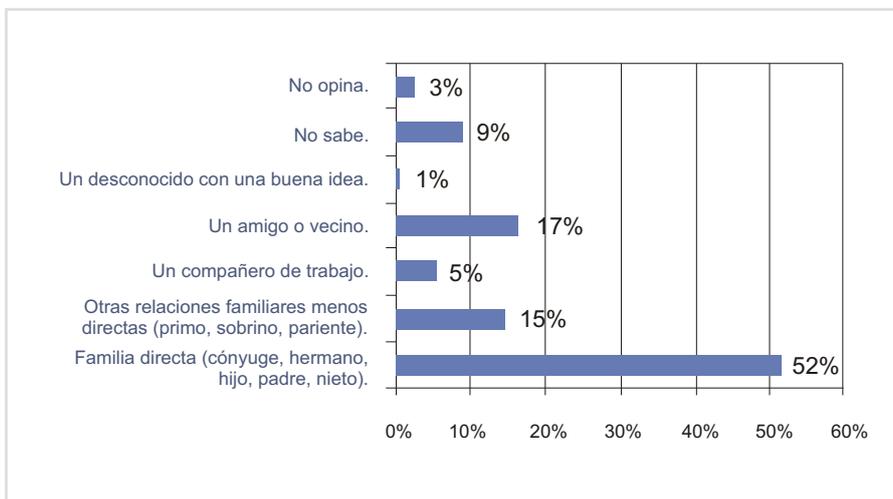
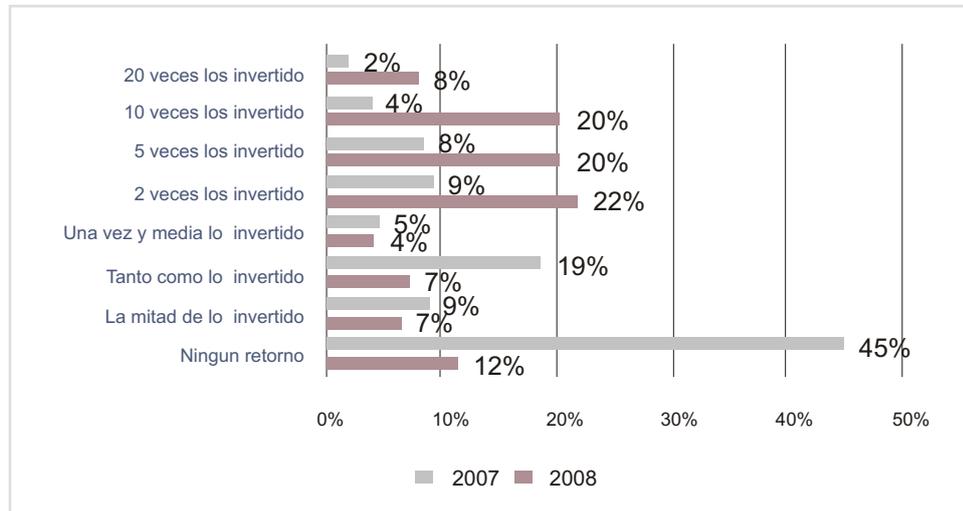


Gráfico 92. Retorno esperado por el inversor informal dentro de los próximos 10 años, GEM Perú 2008



Capítulo 7

CONTEXTO EMPRENDEDOR

Como todos los años, el GEM investiga las principales condiciones del entorno que pueden afectar la actividad emprendedora de un país, conocidas en el estudio como las EFC (por sus siglas en inglés) del contexto emprendedor. Las EFC reflejan las principales características del entorno socioeconómico del país que pueden influir significativamente en el emprendimiento. Dicho de otro modo, el emprendimiento tendría un mayor impacto en el desarrollo económico si se llevara a cabo en un entorno favorable.

De acuerdo con el modelo conceptual GEM, algunas de las EFC consideradas como “potenciadoras de la eficiencia” tendrían un mayor impacto sobre el fenómeno emprendedor en países que, como el Perú, se encuentran en la fase de desarrollo económico basado en eficiencia. Sin embargo, no dejan de ser importantes las demás condiciones, pues unas sustentan la base del crecimiento, mientras otras promueven un mayor bienestar.

La tabla 11 muestra las diez EFC consideradas por el GEM, tres de las cuales se han subdividido para permitir un análisis más detallado; en total son 13 categorías de estudio. En el apéndice 3 se describe con más detalle cada una de estas EFC.

Para efectuar la medición de las EFC, el GEM utiliza el cuestionario estandarizado para expertos. En el 2008 han colaborado aproximadamente 1,288 expertos procedentes de todos los países participantes, entre los cuales se encuentran los 40 especialistas peruanos. Para comparar los resultados de los estudios de los distintos países, los expertos responden el mencionado cuestionario donde expresan su acuerdo o desacuerdo con los enunciados que ahí se presentan; luego, sus respuestas se valoran de acuerdo con 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

Tabla 11. Condiciones del entorno que afectan la actividad emprendedora

	EFC	Descripción
EFC 1	Entorno financiero relacionado con el emprendimiento	La disponibilidad de recursos financieros, recursos propios y deuda, para las empresas nuevas y en crecimiento incluyendo otro tipo de ayuda y subvenciones.
EFC 2	a) Gobierno políticas concretas, prioridades y apoyo b) Gobierno burocracia e impuestos y tasas	La medida en que las políticas del gobierno reflejado en los impuestos o reglamentos, o en sus aplicaciones, estimulan a las empresas nuevas y en crecimiento.
EFC 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).
EFC 4	a) Educación emprendedora en escuela primaria y secundaria b) Educación emprendedora en escuela superior, formación profesional y universitaria	La medida en que la formación en creación o gestión de empresas pequeñas, nuevas o en crecimiento es incorporada dentro del sistema educativo y de formación en todos los niveles.
EFC 5	Grado de transferencia de I+D	La medida en que la investigación y desarrollo nacionales dará lugar a nuevas oportunidades comerciales y si éstos estarán disponibles para las nuevas empresas, pequeñas y en crecimiento.
EFC 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.
EFC 7	a) Dinámica o dinamismo del mercado interno b) Barreras de entrada al mercado interno	La medida en que los acuerdos comerciales son sometidos a constantes cambios y la presencia de nuevas empresas y empresas en crecimiento acrecienta la competencia y sustituyen a los proveedores, subcontratistas y consultores existentes.
EFC 8	Acceso a la infraestructura física 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.
EFC 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.
EFC 10	Situación de los derechos de propiedad intelectual	La medida en que la propiedad intelectual de las empresas nuevas y en crecimiento es protegida y se hace cumplir de acuerdo con la ley.

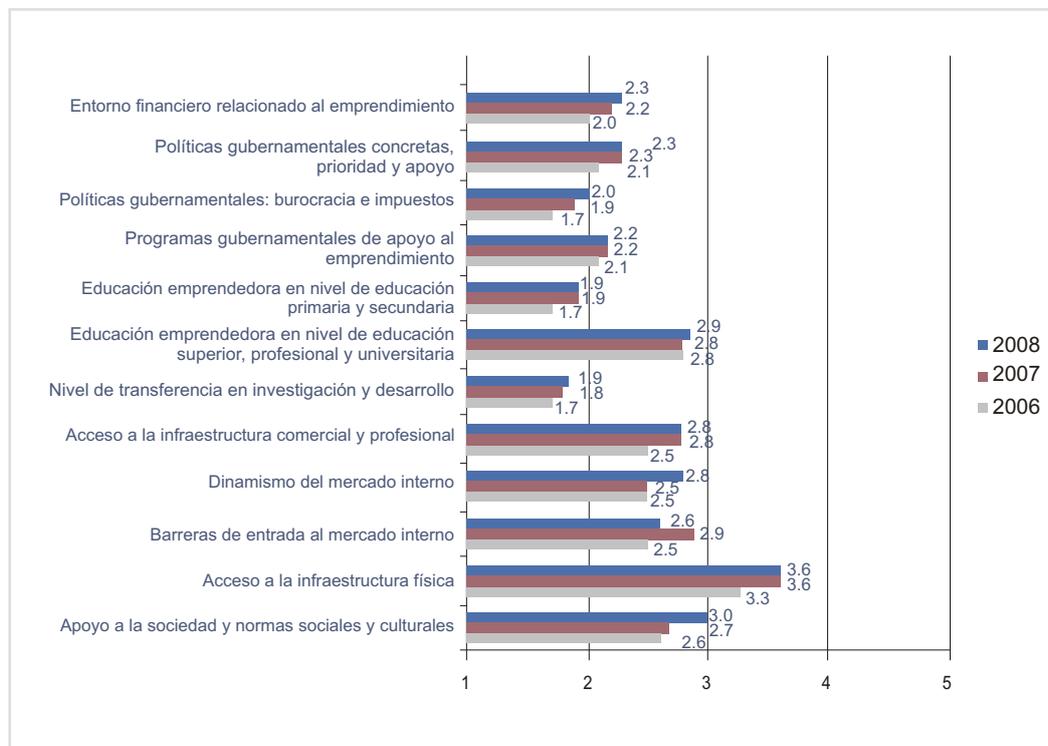
Sobre la base de esta escala, se calculan los índices promedios para cada ítem y los índices agregados de cada EFC. En general, una valoración cercana a 5 significa que los expertos perciben que las EFC favorecen la actividad emprendedora en el país, mientras que una valoración cercana a 1 significa que perciben que las EFC limitan el desarrollo del emprendimiento. El informe muestra la estimación puntual y el respectivo rango de desviación para cada una de las EFC de cada país de la serie GEM, así como también los resultados nacionales para cada uno de los enunciados considerados por cada EFC en el cuestionario.

El gráfico 93 muestra el análisis general para el Perú. Como puede observarse, las condiciones con menor puntaje, y respecto de las cuales los formuladores de políticas públicas deberían poner mayor énfasis, son las de “Transferencia en I+D” y “Educación emprendedora a nivel de primaria y secundaria”. Por otro lado, la única condición del entorno con una evaluación positiva es el “Acceso a la infraestructura

física”, que no ha mostrado mayor variación con relación al año pasado, aspecto que se analizará más adelante.

Se puede apreciar que seis de las categorías estudiadas mejoraron sus resultados respecto del año 2007. Las que lograron mayores avances fueron “Entorno financiero”, “Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos”, “Educación postsecundaria”, “Transferencia de I+D”, “Dinamismo del mercado interno” y “Normas sociales y culturales”. Todas ellas se encaminan hacia valoraciones más neutrales desde los últimos tres años. Si se mantiene esta tendencia, el Perú podría exhibir valoraciones positivas en algunas otras condiciones, además de la ya mencionada “Acceso a la infraestructura física”. Tal mejora del contexto emprendedor tendría consecuencias positivas, pues la actividad emprendedora se vería fortalecida con más y mejores iniciativas.

Gráfico 93. Opinión de los expertos sobre las EFC, GEM Perú 2008.



Por otro lado, otras seis de las categorías presentes en el gráfico 93 muestran retroceso en las valoraciones de los expertos. Ellas son: “Programas gubernamentales”, “Educación emprendedora en el nivel básico”, “Acceso a la infraestructura comercial y profesional”, “Barreras de entrada al mercado interno”, “Acceso a la infraestructura física” y “Protección a la propiedad intelectual”.

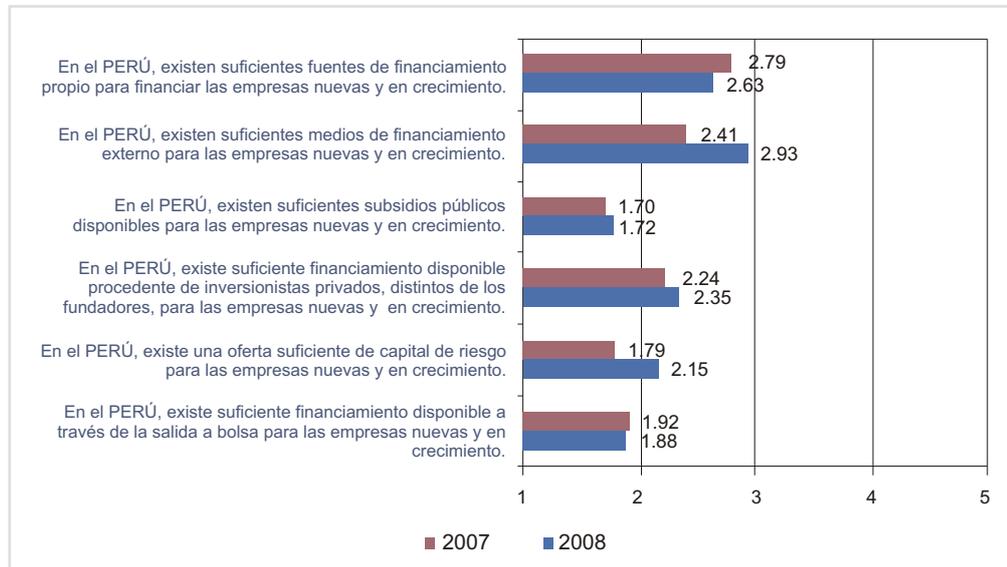
En términos generales, se aprecia que aunque se ha mejorado en algunos aspectos del contexto emprendedor, el Perú todavía muestra una posición desfavorable en nueve de las diez EFC que se evaluaron. A continuación se realiza el análisis específico de cada una de ellas.

7.1 Detalle de las EFC que afectan al emprendimiento en el Perú

7.1.1 Entorno financiero relacionado con el emprendimiento

Para los expertos, tal como lo ilustra el gráfico 94, el monto de recursos propios del que disponen los emprendedores es menor respecto del año 2007. En contraste, consideran que existe más financiamiento externo para los emprendedores, tanto del sistema financiero como de inversionistas privados. Con relación al acceso a capitales de riesgo, si bien la valoración ha mejorado, sigue habiendo una posición desfavorable. Los expertos consideran que estas fuentes

Gráfico 94. Opinión de los expertos sobre el entorno financiero relacionado al emprendimiento, GEM Perú 2008



de financiamiento todavía son insuficientes, porque la mayoría de los créditos e inversiones externos son proporcionados para proyectos nuevos de empresas establecidas.

Por otro lado, conseguir fondos a través de la venta de acciones en ofertas públicas está aún lejos de ser considerado como medio de financiamiento para los emprendedores. Esto es más difícil en el caso que estos fondos provengan de subsidios públicos, los cuales, cuando existen, son destinados principalmente a fortalecer las capacidades técnicas o de gestión de los emprendedores, no para proporcionar capital de trabajo o de inversión en activos.

La inmadurez del entorno financiero afín al emprendimiento en el Perú se refleja en el gráfico 95, donde se observa que nuestro país está en la novena posición entre los 14 países con economías basadas en eficiencia en la serie GEM. No obstante, ha mejorado su puntuación de 2.16 en el 2007 a 2.29 en el 2008. Asimismo, se puede apreciar que

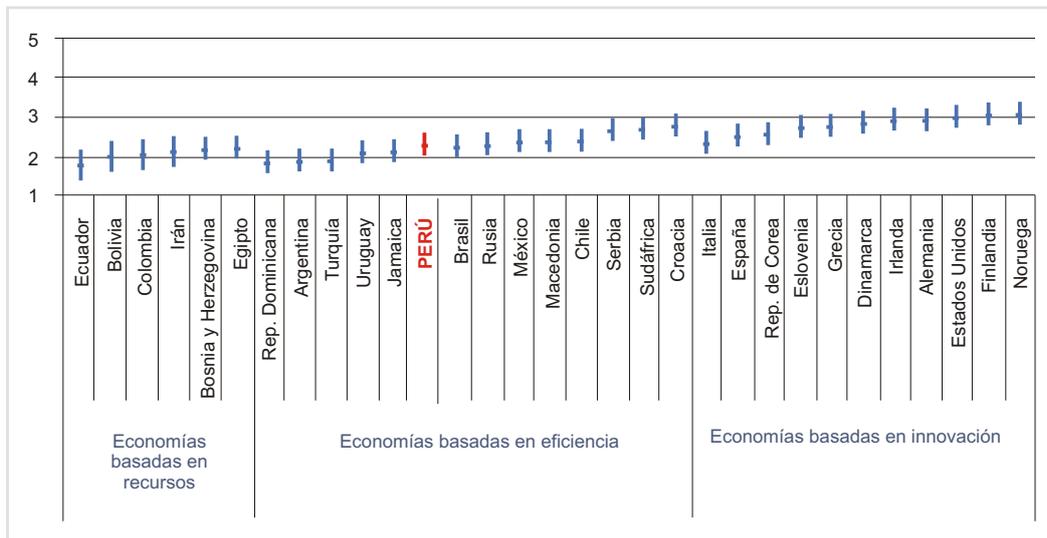
todos los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia cuentan con valores desfavorables.

7.1.2 Políticas gubernamentales relacionadas al emprendimiento

El estudio divide las políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento en dos subcategorías. La primera analiza las políticas gubernamentales nacionales y locales, mientras que la segunda toma en cuenta las regulaciones, los impuestos y los trámites que apoyan al emprendimiento.

Con relación a políticas concretas que priorizan la creación de empresas y que además apoyan a las empresas recién creadas o a aquellas con alto potencial de crecimiento, la valoración de los expertos no ha mostrado cambios significativos desde el año pasado y se mantiene con puntuaciones desfavorables. Para los expertos, como muestra el gráfico 96, se ha retrocedido en cuanto al apoyo de los gobiernos locales y

Gráfico 95. Valoración de los expertos sobre el entorno financiero relacionado al emprendimiento, GEM 2008



regionales a los emprendedores, mientras que el avance de la política del gobierno central al respecto ha sido mínimo.

Comparado con los otros países de la serie GEM con economías basadas en eficiencia, el Perú está en una posición intermedia y mantiene la puntuación de 2.30 desde el año pasado. De acuerdo con los expertos, entre

la serie GEM solo algunos países con economías basadas en innovación, como Corea, Finlandia, Alemania, Irlanda y Dinamarca, cuentan con más políticas preferentes para apoyar las iniciativas empresariales. Sin embargo, aun cuando estos países están en mejor posición que el resto de la serie GEM, la puntuación no sobrepasa el nivel 4, lo que evidencia que en

Gráfico 96. Opinión de los expertos sobre políticas gubernamentales concretas, prioridades y apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2008

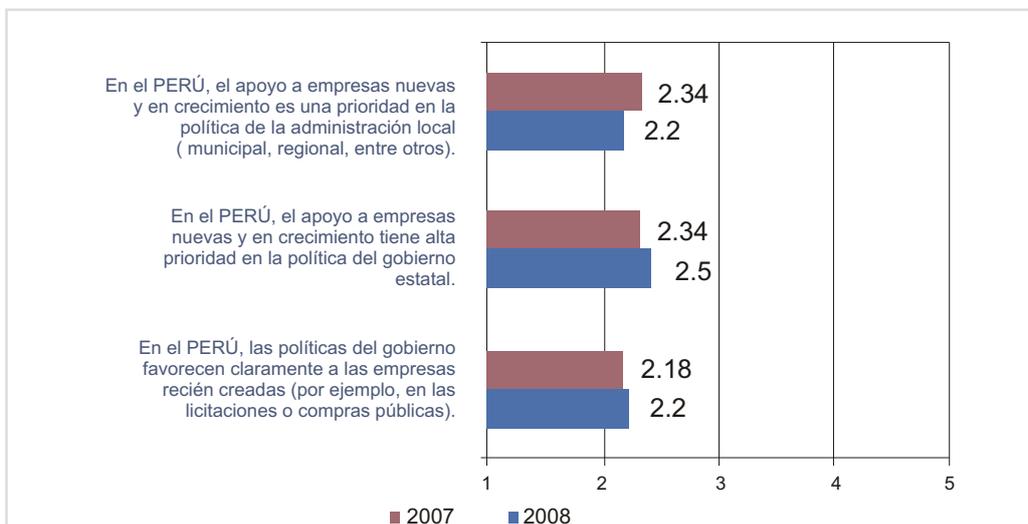
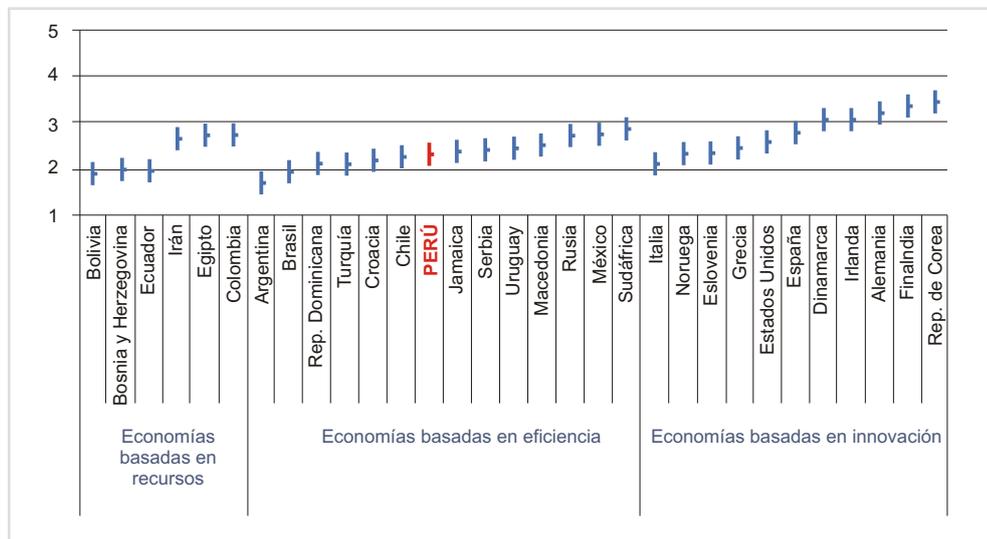


Gráfico 97. Valoración de los expertos sobre políticas gubernamentales concretas, prioridades y apoyo al emprendimiento, GEM 2008



el ámbito político todavía queda mucho por hacer para que el emprendimiento sea un tema prioritario en las agendas nacionales.

En cuanto a las políticas que regulan las obligaciones de las empresas –trámites para constitución, obligaciones tributarias, licencias de funcionamiento–, las opiniones de los expertos peruanos son desfavorables,

aunque para este año ha aumentado ligeramente su valoración (gráfico 98). Así, los expertos concuerdan en que es difícil, en términos de tiempo y esfuerzo, que las empresas cumplan con los requisitos exigidos para iniciar sus operaciones. Asimismo, expresan que las regulaciones impositivas no consideran la situación de las empresas que recién se crean o que luchan

Gráfico 98. Opinión de los expertos sobre burocracia e impuestos y tasas, GEM Perú 2008

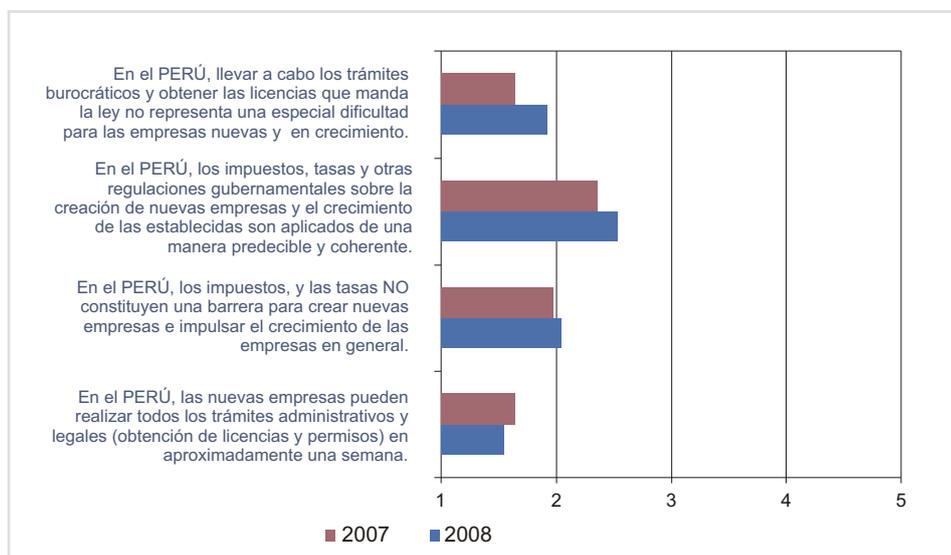
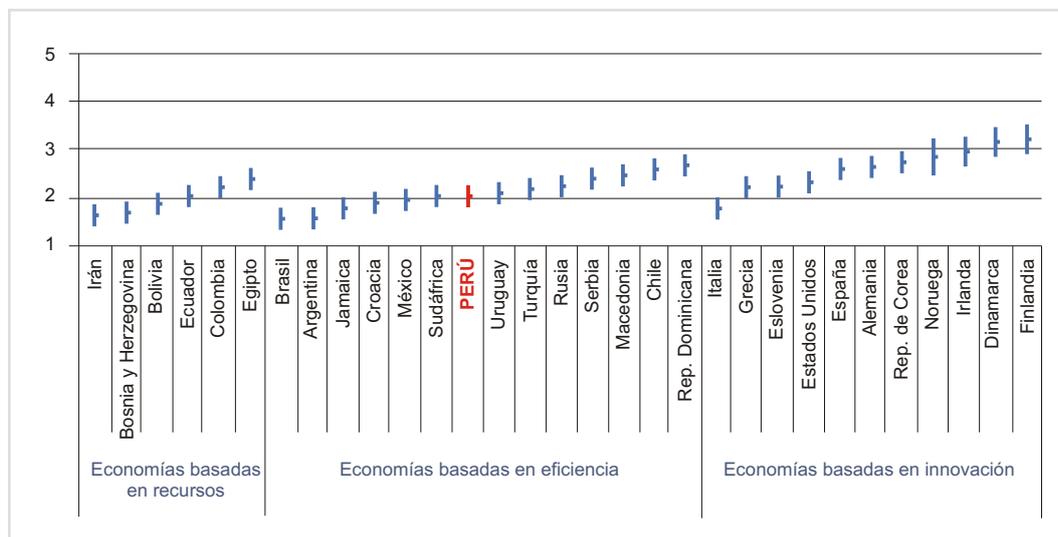


Gráfico 99. Valoración de los expertos sobre burocracia e impuestos y tasas, GEM 2008



por crecer; al contrario, piensan que llegan a convertirse en limitantes del ímpetu emprendedor y en estimuladoras de la informalidad.

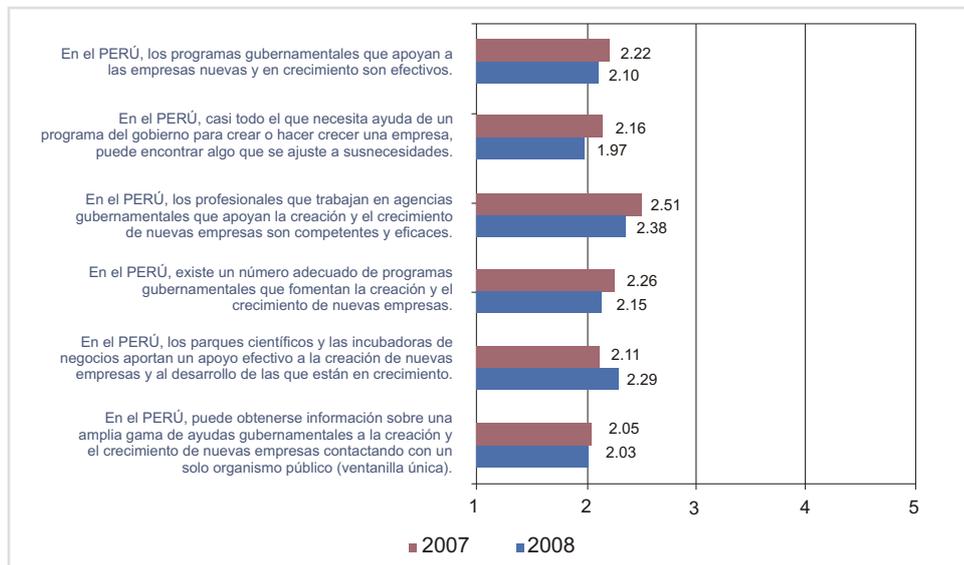
Entre los países con economías basadas en eficiencia, y sobre todo en la región de Latinoamérica, podría decirse que República Dominicana y Chile proveen políticas regulatorias más acordes con la situación y el crecimiento de las nuevas empresas; sin embargo, si bien se acercan a la neutralidad, no muestran todavía los niveles de Finlandia, Dinamarca e Irlanda, países del grupo de economías basadas en innovación. Por su parte, es evidente que el Perú tiene mucho que avanzar en este aspecto, a pesar de haber logrado un aumento en su puntuación de 1.90 en el 2007 a 2.03 para este año; se ubica así en una posición intermedia de su grupo. Considerando las metas de competitividad trazadas para el país, los encargados de la formulación de políticas deben reflexionar seriamente sobre este aspecto para mejorar las puntuaciones.

7.1.3 Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento

En el gráfico 100 puede observarse que la percepción de los expertos es desfavorable en todos los aspectos evaluados sobre el apoyo de los programas gubernamentales para las iniciativas emprendedoras. En efecto, en comparación con el 2007, con excepción del apoyo de las incubadoras y parques científicos, el resto de los aspectos han retrocedido en la valoración proporcionada por los especialistas. Las entidades estatales deberían tomar en cuenta seriamente esta situación, ya que su misión es apoyar y fomentar el crecimiento de las iniciativas emprendedoras. Al respecto, tanto la efectividad como la cantidad de programas y la variedad de servicios de apoyo brindados muestran una puntuación desfavorable y menor a la alcanzada en el 2007.

Por otro lado, los expertos indican que la escasez de parques científicos y el reducido apoyo que se brinda a las incubadoras de

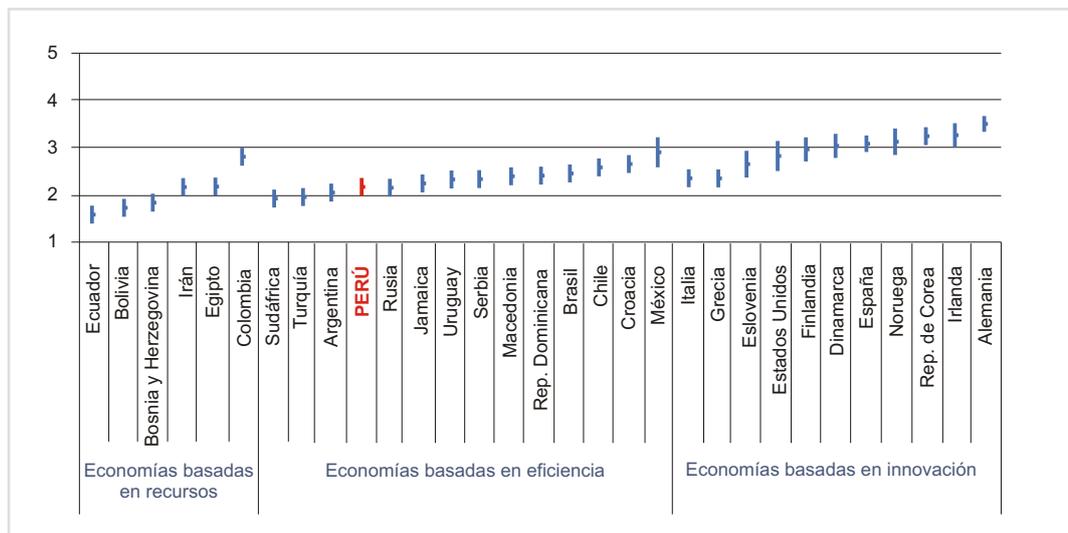
Gráfico 100. Opinión de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2008



negocios impiden que estos mecanismos de fomento sean más efectivos, aunque es el único aspecto que ha adelantado en puntuación este año. Posiblemente este incremento se deba a que estas instituciones están a cargo principalmente de universidades o entidades no dependientes del Estado y desarrollan una labor que se está difundiendo y extendiendo poco a poco en nuestro medio.

El gráfico 101 presenta los resultados comparativos sobre la opinión de los expertos acerca de los programas gubernamentales entre toda la serie GEM. Como puede observarse, varios de los países con economías basadas en innovación proporcionan un nivel de apoyo gubernamental favorable para el emprendimiento, mientras que los países del

Gráfico 101. Valoración de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM 2008



resto de grupos presentan un promedio desfavorable. El Perú muestra una situación crítica, pues su puntuación ha retrocedido de 2.23 en el 2007 a 2.16 en el 2008. Asimismo, recibe una valoración baja dentro de su grupo, en comparación con México, Chile y Brasil.

7.1.4 Educación emprendedora

El estudio divide la educación y formación para el emprendimiento en dos subcategorías: educación primaria y secundaria, y educación postsecundaria.

El objetivo de una educación emprendedora en los niveles de educación básica es promover la imaginación y la creatividad entre los escolares, así como la interiorización de las ventajas de arriesgar innovando, siendo creativo. Respecto de la educación emprendedora en los niveles primario y secundario, los expertos proporcionan una valoración muy baja; es decir, la puntuación para cada aspecto considerado dentro de esta condición no llega ni siquiera a 2 (gráfico 102), situación que no ha cambiado desde el año pasado.

Para los expertos, aunque se han dado algunos pasos en la reforma del sistema educativo nacional, no ha habido cambios en el contenido curricular, el cual no está dirigido a generar competencias emprendedoras. Es decir, no se estimula la independencia, la creatividad, la innovación ni la automotivación entre los alumnos. Solamente en algunos colegios, sobre todo privados, se proporcionan pautas sobre el funcionamiento de la economía y el mercado, y se enseñan conocimientos para la puesta en marcha y la gestión de negocios. No obstante, estos esfuerzos son aislados frente a la totalidad de alumnos que componen el estudiantado nacional. Por ello es imperativo insistir en la educación emprendedora como medio para proporcionar a los estudiantes peruanos las capacidades e instrumentos que les permitan constituirse en agentes de desarrollo económico y social.

El gráfico 102 muestra la valoración de los expertos acerca de la educación primaria y secundaria para el emprendimiento en los países del ámbito GEM. En general, todos los países poseen una valoración desfavorable

Gráfico 102. Opinión de los expertos sobre educación emprendedora en los niveles primario y secundario, GEM Perú 2008

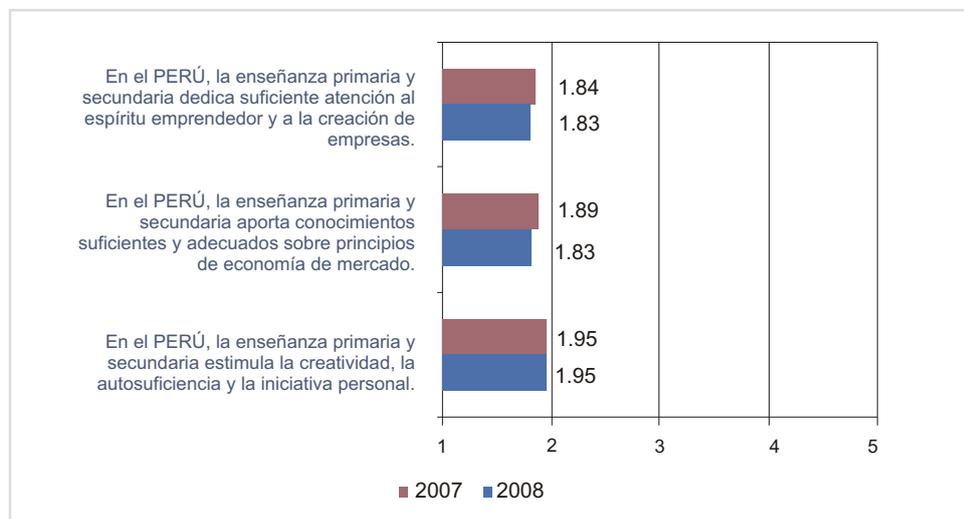
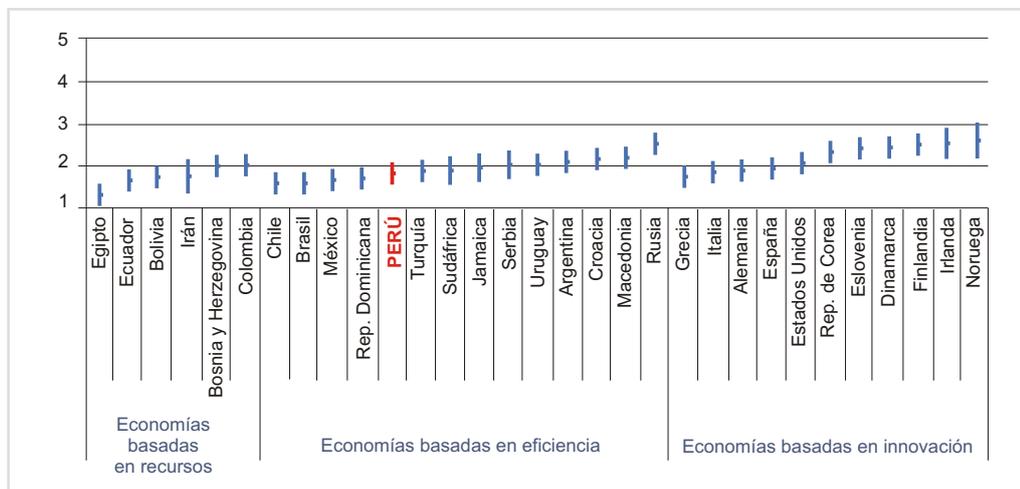


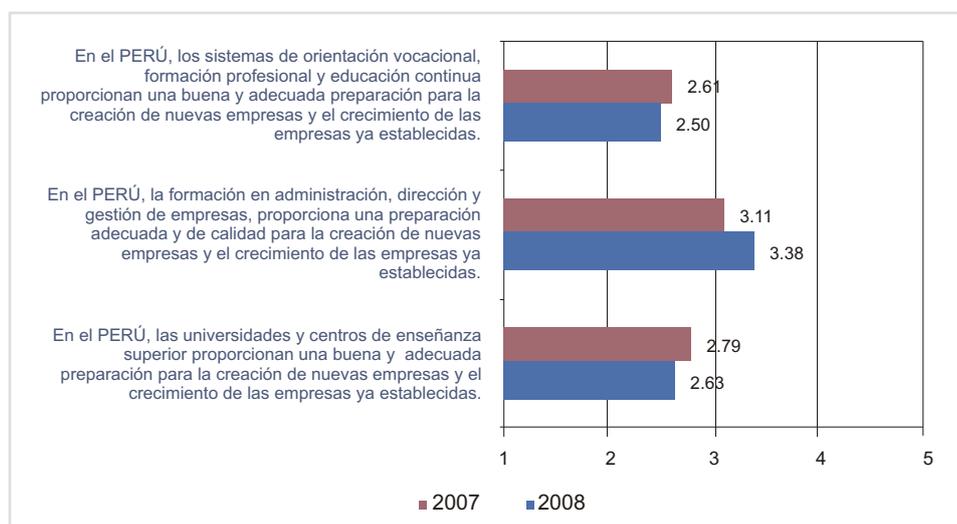
Gráfico 103. Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en los niveles primario y secundario, GEM 2008



(menos de 3), pero debe observarse que la mayoría de los países latinoamericanos tienen los niveles más bajos. Esta pobre valoración por los expertos de todos los países podría explicar, en parte, los bajos índices de emprendimiento en los países con mayor desarrollo y los bajos índices de emprendimiento por oportunidad en los países en desarrollo. El Perú, por su parte, ha retrocedido en este aspecto: pasó de 1.89 en el 2007 a solo 1.87 en el 2008.

En cuanto a la educación post-secundaria, el gráfico 104 muestra que los expertos le dan una mejor valoración que a la educación básica, aunque solo es favorable cuando consideran que la formación en las carreras administrativas, de dirección y gestión de nuevas empresas es adecuada. Incluso, es destacable que, al menos en dicha variable, la valoración de los expertos ha mostrado un avance, lo cual lleva a esperar que más adelante se pueda lograr valoraciones más

Gráfico 104. Opinión de los expertos sobre educación emprendedora en el nivel postsecundario, GEM Perú 2008



próximas al máximo nivel de puntuación. Una educación emprendedora en este nivel busca promover masivamente gente independiente, generadora de riqueza, creadora y dispuesta a asumir riesgos y, sobre todo, lograr nuevos empresarios, desafiantes y tolerantes a la incertidumbre extrema en que se mueven ahora los negocios. En este sentido, se debe reconocer que las universidades (más que los centros de estudios superiores) están orientadas a educar bajo el modelo de competencias y han recogido la importancia de la educación emprendedora en su contenido curricular.

Por otro lado, en las carreras no vinculadas con la gestión, los expertos señalan que la preparación que se da a los alumnos para crear o dirigir empresas es insuficiente. En este punto cabe indicar que la formación abarca casi exclusivamente aspectos técnicos; en casos muy aislados se toma en cuenta la profesión como generadora de emprendimientos.

El gráfico 105 presenta la valoración de los expertos sobre la educación postsecundaria para el emprendimiento en la serie GEM.

Argentina y Colombia son los países con mejor puntuación, mientras que Egipto claramente muestra la menor valoración de la serie. En esta variable, el Perú presenta una posición intermedia entre el grupo de países con economías basadas en eficiencia, mostrando una leve mejoría: pasó de 2.82 en el 2007 a (2.86) en el 2008.

7.1.5 Grado de transferencia de I+D

El gráfico 106 muestra que la valoración de los expertos con relación a la transferencia de I &+D es, en general, desfavorable para el país. Como en el 2007, el principal problema es la falta de subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas para adquirir tecnología. Además, los expertos indican que en el Perú no existe apoyo suficiente a científicos e ingenieros para que puedan explotar económicamente sus ideas a través de nuevas empresas. También señalan que ni las empresas nuevas ni las empresas en crecimiento pueden costear las últimas tecnologías.

Gráfico 105. Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en el nivel postsecundario, GEM 2008

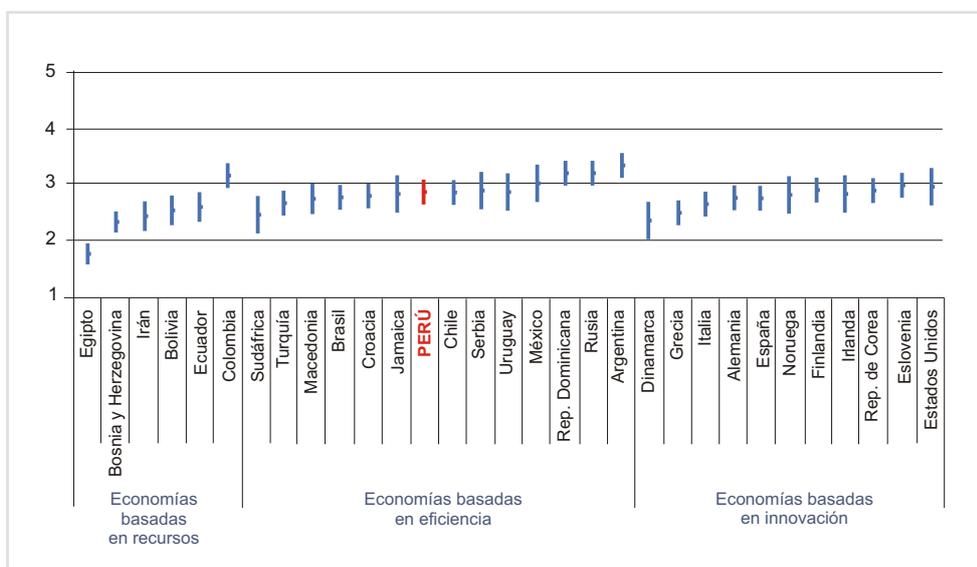
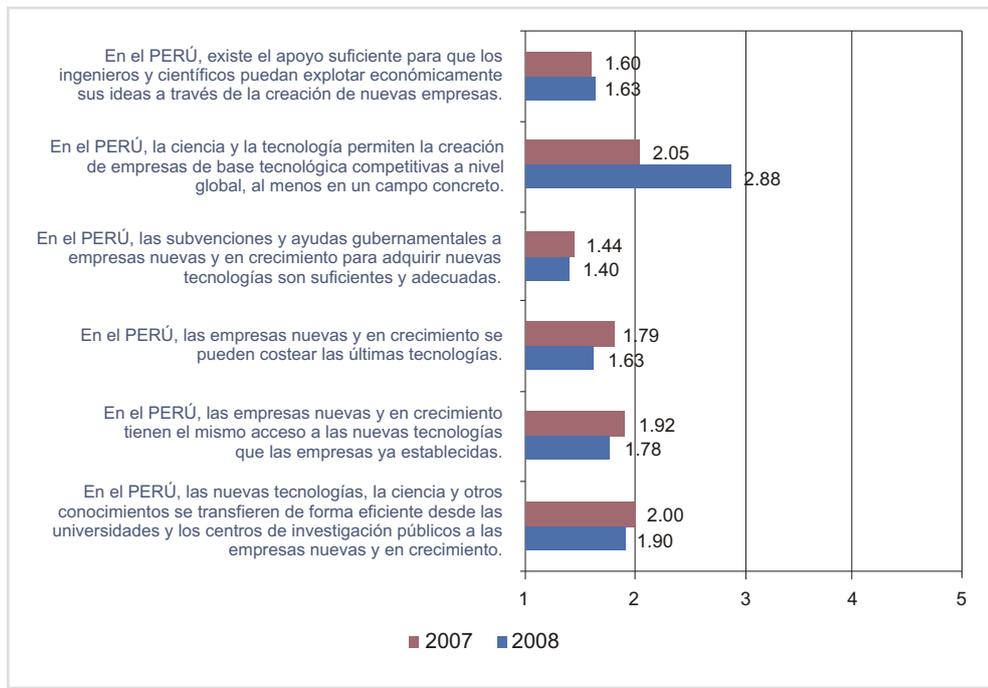


Gráfico 106. Opinión de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM Perú 2008



Por otro lado, se observa un cambio significativo respecto de la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global. Hoy se está generando una incipiente industria informática y las marcas nacionales están compitiendo con las más renombradas marcas globales. Aprovechan para ello la ventaja de su más rápida adaptabilidad al mercado y ofrecen soluciones personalizadas, además de incorporar la más alta tecnología de corporaciones internacionales. De seguir esta tendencia, es muy probable que la industria se consolide como un pilar del desarrollo nacional. Solamente hace falta que la política nacional impulse la modernización de las empresas de manera que se genere un desarrollo transversal que sostenga el impulso de esta industria.

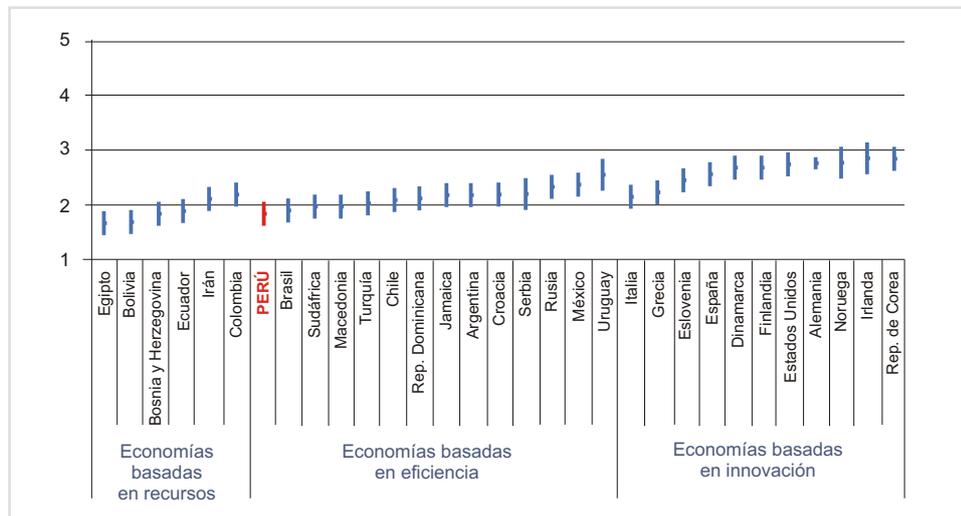
A pesar del desarrollo mostrado a nivel empresarial en el campo tecnológico, el gráfico 107 evidencia la pobre situación que atraviesa el Perú en este aspecto. En general, el país no llega a una puntuación de 2 y el

avance registrado desde el año pasado es mínimo. En el 2007 fue de 1.81 y en el 2008 es de 1.85, con lo que ubica en el último lugar entre los países con economías basadas en eficiencia; y entre los países latinoamericanos, tan solo supera a Bolivia.

En realidad, si comparamos el gasto que se destina a I+D, el Perú muestra cifras preocupantes. Aquí solamente se destinan 8.9 dólares per cápita (PPP), a investigación y desarrollo, mientras Brasil invierte 67.3; Chile, 76.5; Corea, 571.3; Japón, 913.6 y Estados Unidos, 1014.0 dólares per cápita.

En el Perú, la mayoría de este gasto es ejecutado en el sector educación (38%), mientras que las empresas solo lo hacen en 29%. En otras palabras, mientras las empresas no tomen el protagonismo de la ejecución del gasto en I+D, no habrá transferencia de tecnología significativa, lo que restringirá la competitividad y el desarrollo sostenible del país.

Gráfico 107. Valoración de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM 2008



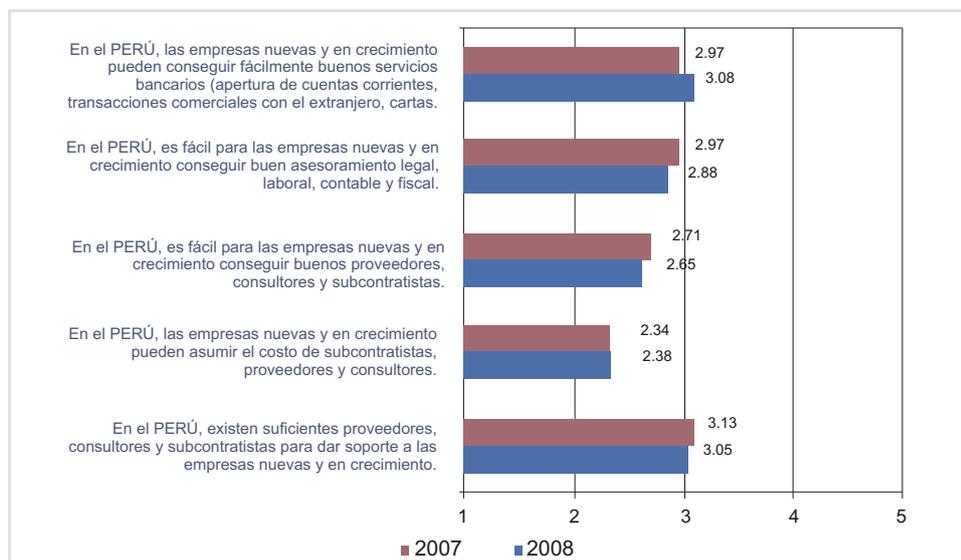
7.1.6 Acceso a infraestructura profesional y comercial

En el Perú, la infraestructura comercial y profesional es todavía insuficiente para un entorno favorable al emprendimiento. El gráfico 108 muestra que, según opinión de los expertos, se mantienen las deficiencias encontradas en el 2007, hay una mejora muy

ligera solamente en dos de las tres variables estudiadas.

Los expertos manifiestan que los servicios bancarios son ahora más accesibles para los emprendedores, y por primera vez esta variable pasa la puntuación de neutralidad. La apertura de mercados extranjeros con el consiguiente aumento del comercio

Gráfico 108. Opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura profesional y comercial, GEM Perú 2008



exterior, la liquidez del sistema financiero, el avance tecnológico y la orientación hacia el sector de los pequeños negocios ha permitido que el sistema financiero ofrezca servicios más variados, de mejor calidad y con mayor seguridad.

Como en el 2007, los expertos dan una valoración casi neutral a la existencia de asesoramiento de calidad para las nuevas empresas; pero la valoración no es tan favorable respecto de los proveedores, consultores y subcontratistas. Asimismo, las empresas no cuentan con los recursos suficientes para asumir los costos que este soporte demanda.

En el gráfico 109 puede observarse la valoración de los expertos acerca de la infraestructura comercial y profesional para el emprendimiento en el ámbito GEM. La valoración del Perú ha retrocedido de 2.83 en el 2007 a 2.78 en el 2008. En general, los países con economías basadas en innovación presentan mejores promedios, mientras que los países con economías basadas en

recursos tienen valoraciones más bajas. Esto es concordante con lo comentado en el modelo GEM en referencia a que la expansión del sector de servicios se produce con mayor ímpetu en los países con economías basadas en innovación, donde la población cuenta con mayor poder adquisitivo y busca satisfacer necesidades más sofisticadas.

7.1.7 Apertura del mercado interno

El estudio divide la apertura de mercado interior en dos subcategorías: el dinamismo del mercado y las barreras de entrada a las nuevas empresas.

El gráfico 110 muestra la valoración de los expertos para cada una de las variables consideradas en esta EFC. En cuanto al dinamismo del mercado, se observa que, si bien se mantiene puntuaciones desfavorables, existe un avance en alrededor de 3 décimas para este año. Si el plan anticrisis

Gráfico 109. Valoración de los expertos sobre el acceso a infraestructura profesional y comercial, GEM 2008

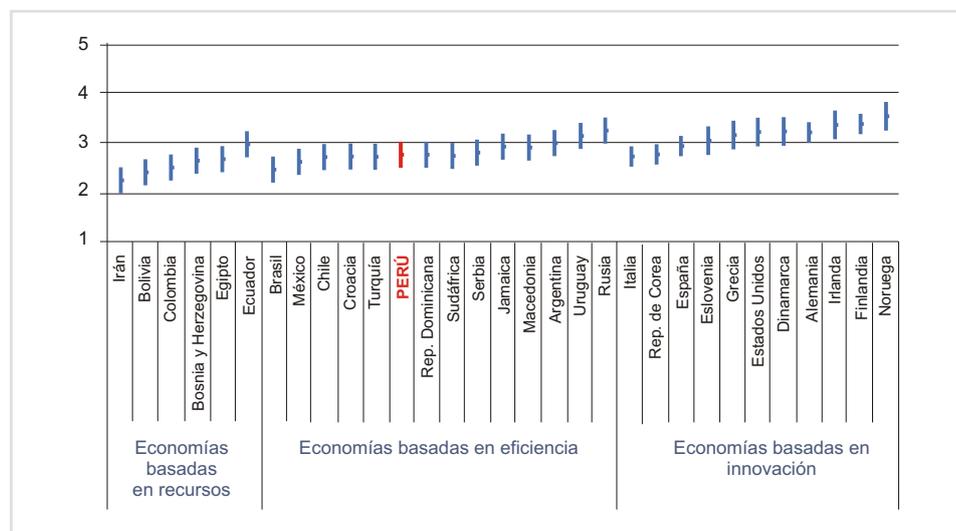
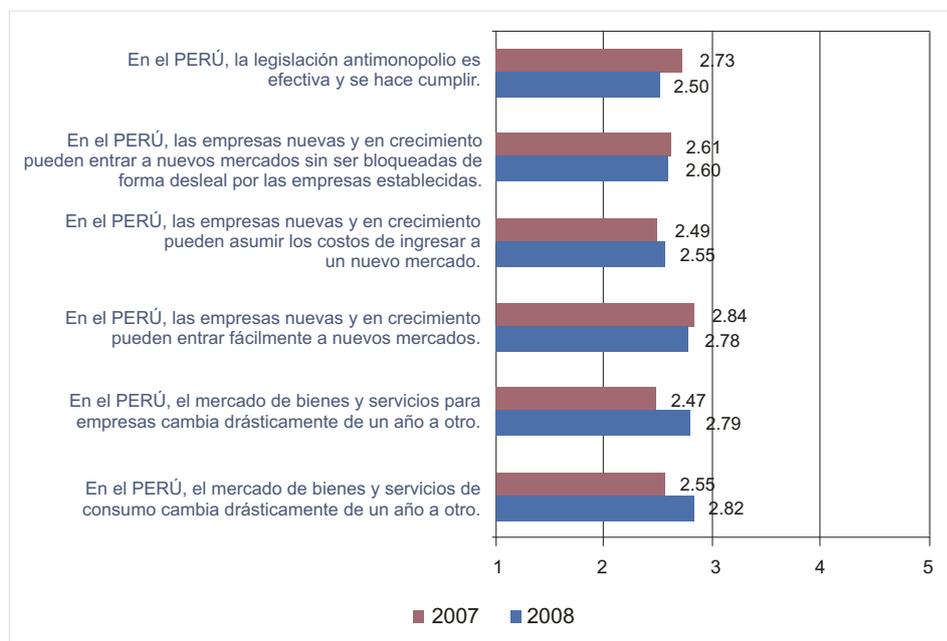


Gráfico 110. Opinión de los expertos sobre la apertura del mercado interno, GEM Perú 2008



planteado por el gobierno actual tiene el impacto deseado, entonces esta variable podría sobrepasar la puntuación de neutralidad y mostrar resultados favorables más adelante. Como se ha comentado anteriormente, una mayor dinámica proveerá una rotación más acelerada del proceso de “destrucción creativa”, dejando como saldo una masa empresarial más competitiva.

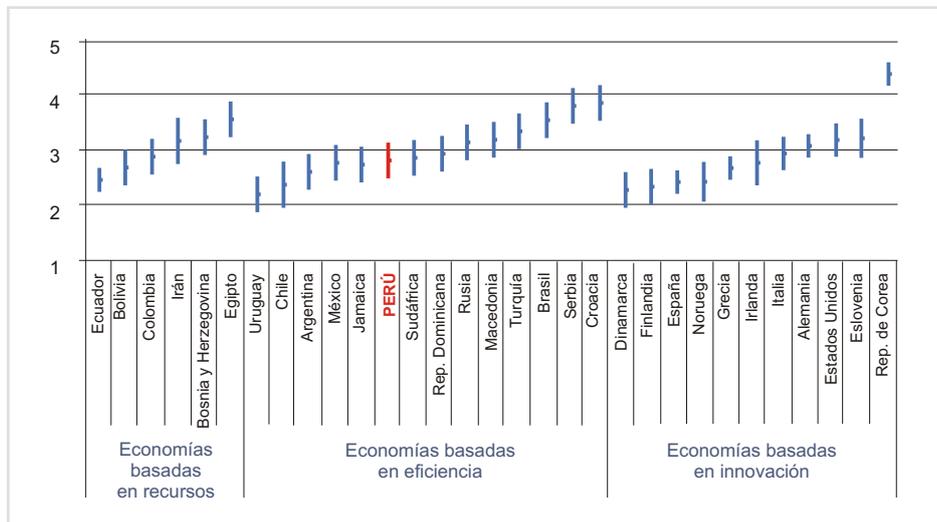
Por otro lado, respecto de las barreras de entrada al mercado interno, los expertos manifiestan opiniones desfavorables y, en su mayoría, las valoraciones han retrocedido comparadas con el 2007. Tan solo mejora la puntuación en el rubro del costo que significa para las empresas nuevas y en crecimiento el ingresar a nuevos mercados. Esta variación puede estar en relación con la mayor rentabilidad de las empresas gracias al crecimiento económico experimentado por el país, que les permite asumir mayores costos de ingreso al mercado. También debe observarse el retroceso de la variable referida al cumplimiento de la ley

antimonopolio; de 2.73 registrada en el 2007 disminuye a 2.50 en el 2008. Es decir, en opinión de los expertos, el Estado aún no garantiza el libre mercado.

El gráfico 111 muestra la valoración de los expertos en el ámbito GEM sobre el dinamismo del mercado en cada país. Se debe destacar la valoración asignada a Corea, que lidera la serie con 4.24 y es, el único país con puntuación mayor de 4. El Perú se mantiene en rangos desfavorables, cerca de la neutralidad, pero superando a la mayoría de los países latinoamericanos.

En cuanto al análisis comparativo internacional sobre las barreras de entrada al mercado interno, el gráfico 112 muestra que el Perú es el país con la mejor valoración por los expertos dentro del grupo de países con economías basadas en eficiencia. No obstante, la valoración se encuentra, en promedio, en rangos todavía desfavorables. En toda la serie GEM solamente Dinamarca e Irlanda muestran valoraciones ligeramente favorables.

Gráfico 111. Valoración de los expertos sobre el dinamismo del mercado interno, GEM 2008



7.1.8 Acceso a la infraestructura física

Como en años anteriores, el acceso a la infraestructura es la única EFC que para los expertos tiene, en promedio, una valoración favorable. Es decir, ellos opinan que las empresas peruanas pueden costear los servicios básicos, sobre todo de telecomunicaciones, y acceder a ellos en

tiempos razonables. En el gráfico 113 se observa, un avance en la valoración en cuanto a los costos de acceso a los sistemas de telecomunicaciones, principalmente, servicios que han logrado una mayor penetración en el mercado.

Sin embargo, los expertos mantienen una opinión desfavorable respecto del apoyo que los servicios y la infraestructura física brindan

Gráfico 112. Valoración de los expertos sobre barreras de entrada al mercado interno, GEM 2008

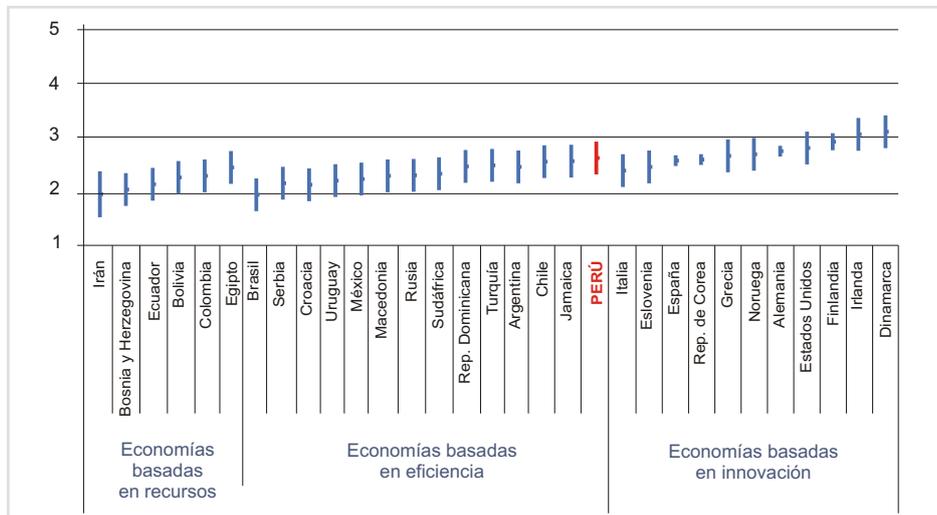
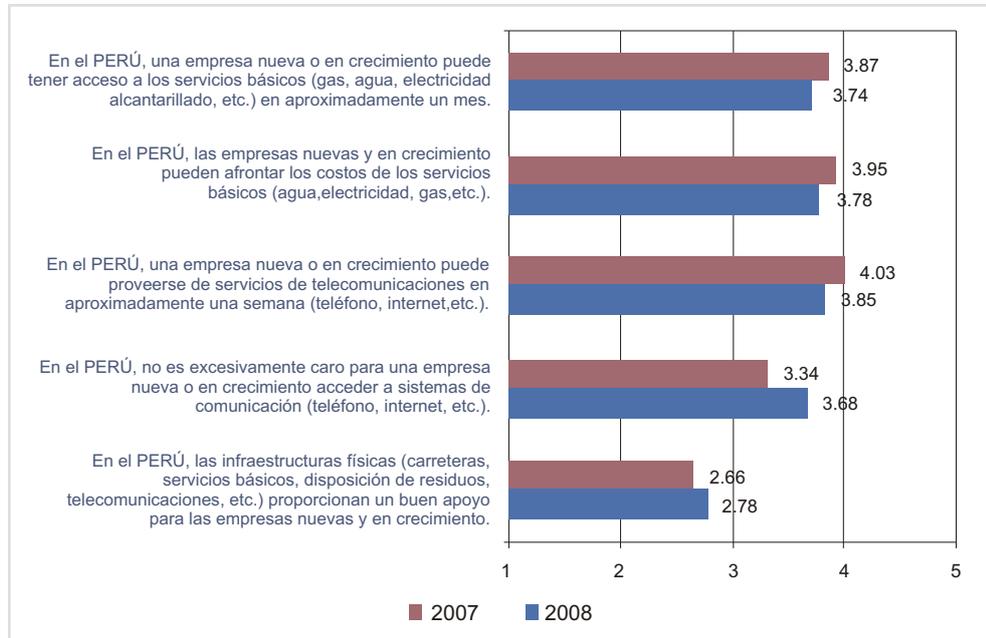


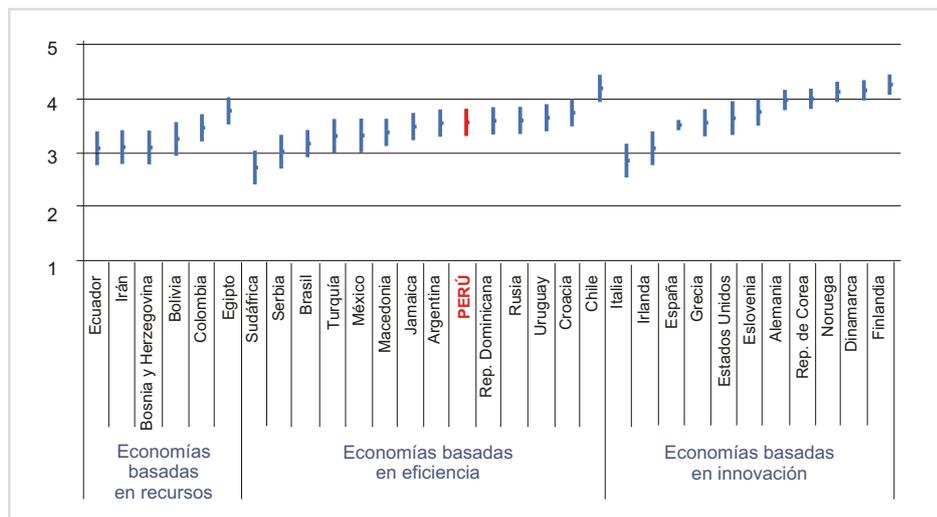
Gráfico 113. Opinión de los expertos sobre acceso a la infraestructura física, GEM Perú 2008



a las empresas nuevas y en crecimiento. Ello evidencia que ambos son aún insuficientes, específicamente con relación a la presencia de vías de comunicación que permitan a miles de peruanos salir del aislamiento social y comercial en el que aún se encuentran.

Como se muestra en el gráfico 114, esta EFC es la que mayor valoración obtiene en la mayoría de los países del estudio GEM. En el grupo de los países con economías basadas en eficiencia, Chile obtiene la mayor valoración sobrepasando la puntuación de 4,

Gráfico 114. Valoración de los expertos sobre acceso a la infraestructura física, GEM 2008



similar a la de los países con mayor valoración en el grupo de las economías basadas en innovación. Se convierte así en modelo de involucramiento del sector privado en el esfuerzo realizado por el Estado. El Perú muestra una valoración intermedia en rangos favorables, pero no ha mostrado mayor cambio con relación al 2007, lo que supone, frente al crecimiento económico experimentado por el país, afrontar nuevos desafíos de inversión pública en infraestructura para sostener y estimular la competitividad del país.

7.1.9 Normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor

Como se observa en el gráfico 115, aunque las opiniones de los expertos persisten en rangos desfavorables, las mayorías de las variables han mostrado mejora en sus valoraciones y se acercan a la neutralidad. Por lo menos en el 2008, los expertos opinan que en el Perú la población va tomando conciencia de que su desarrollo depende más de sus propias acciones que del resto de la

sociedad, de modo que el éxito personal depende del esfuerzo propio.

En el plano internacional se puede observar que, en promedio, los países con economías basadas en innovación tienen culturas y valores que estimulan y apoyan a los emprendedores; Estados Unidos es el país con la mejor puntuación de la serie GEM. Como se ha comentado ya en anteriores ediciones de este informe, la sociedad estadounidense está formada principalmente por descendientes de migrantes europeos cuyo carácter los hace personas proactivas y con mayor capacidad para asumir riesgos. El Perú, por su parte, ha experimentado un buen avance; pasó de una valoración de 2.72 en el 2007 a 2.9, en el 2008.

7.1.10 Situación de los derechos de propiedad intelectual

Tal como se muestra en el gráfico 117, en el Perú las valoraciones de los expertos para cada aspecto considerado en esta EFC han declinado para este año. Los expertos

Gráfico 115. Opinión de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM Perú 2008

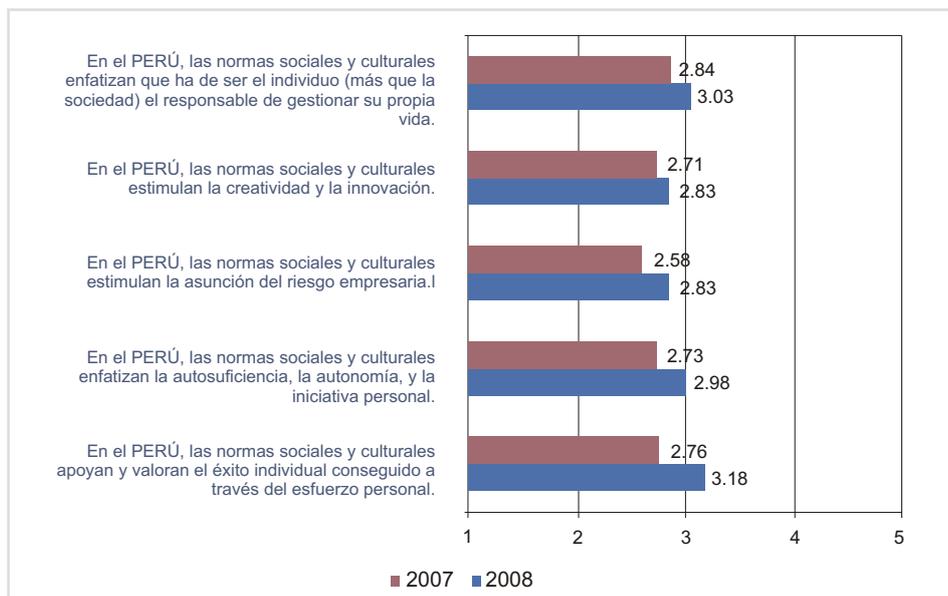
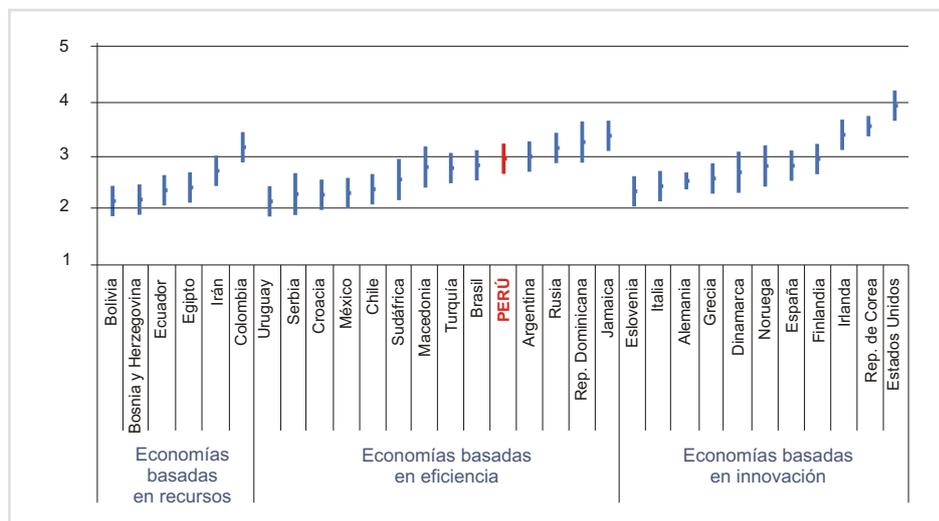


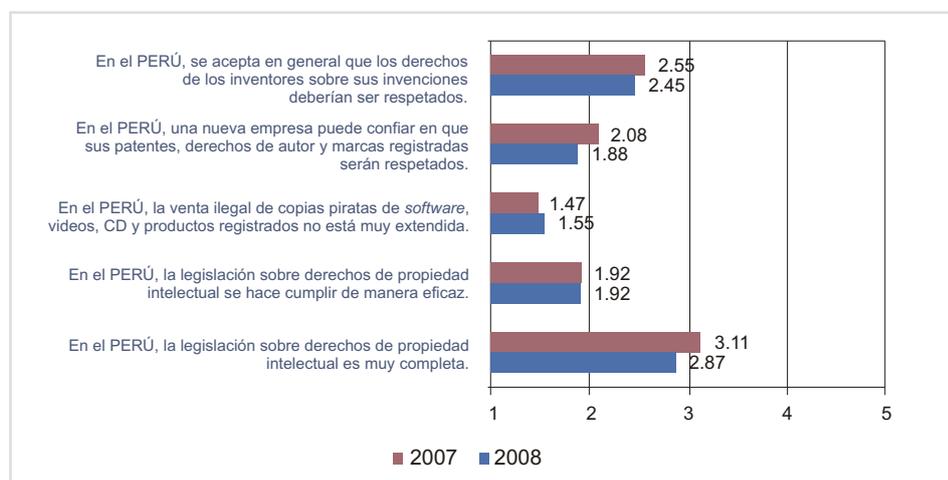
Gráfico 116. Valoración de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM 2008



mantienen una percepción generalizada de que si bien hay un marco legal que protege la propiedad intelectual, este no logra ser aplicado de forma adecuada, de modo que muy poco de lo regulado se cumple. Por ejemplo, no es difícil encontrar copias piratas de un sinnúmero de productos: *software*, videos, música, libros, hasta marcas y personajes registrados.

Este aspecto es el que consistentemente muestra la menor valoración, lo que significa la ineficacia de la legislación en este campo. En toda política que busque fomentar el emprendimiento debe considerarse seriamente este punto, ya que limita la investigación y el desarrollo de productos innovadores. En efecto, según los expertos, no hay confianza en que los derechos de

Gráfico 117. Opinión de los expertos sobre los derechos de propiedad intelectual, GEM Perú 2008



propiedad intelectual sean respetados; por tanto, la práctica ilegal reiterativa alienta la informalidad y la competencia desleal.

Respecto a este tema, en el Perú hay mucho por hacer. El gráfico 118 da cuenta de que el Perú tiene la puntuación más baja, junto con Rusia, entre los países con economías basadas en eficiencia, e incluso ha retrocedido de la puntuación obtenida en el 2007; pasó de 2.2 en el 2007 a 2.13 en el 2008. También se observa un patrón internacional de mejores puntuaciones en los países con economías basadas en innovación.

7.2 Las EFC que apoyan la actividad emprendedora en el Perú

En el GEM, los expertos identifican las tres principales condiciones que están generando apoyo a la actividad emprendedora en el Perú (gráfico 119). Del total de expertos, el 49% menciona condiciones relacionadas con el clima económico. En efecto, el desenvolvimiento de la economía ha propiciado un entorno más estable, con el consecuente aumento del poder adquisitivo y de la

demanda interna, elementos muy motivadores para la creación de empresas que ofrecen productos y servicios cada vez más sofisticados.

A esta condición le sigue en importancia las normas sociales y culturales, así como el apoyo social brindado a los emprendedores, mencionadas por el 33% de los expertos. De acuerdo con ellos, fundamentalmente el aporte de los medios de comunicación para la difusión de los casos de empresarios exitosos, así como la información sobre la industria, las oportunidades de negocios y los sectores en crecimiento, producen un efecto positivo sobre las personas. Este escenario motiva a individuos a emprender basándose en el uso de las mejores prácticas empresariales y en la calidad de la oferta.

La tercera condición del entorno más mencionada como soporte para el emprendimiento es la apertura del mercado interno (31% de expertos). Esta apertura y el clima económico estable atraen, nuevos inversionistas. Asimismo, la apertura del mercado incentiva la creación de negocios basados en las importaciones, por lo que las empresas ofertan productos cada vez más variados y de mayor tecnología. Por otro

Gráfico 118. Valoración de los expertos sobre los derechos de propiedad intelectual, GEM 2008

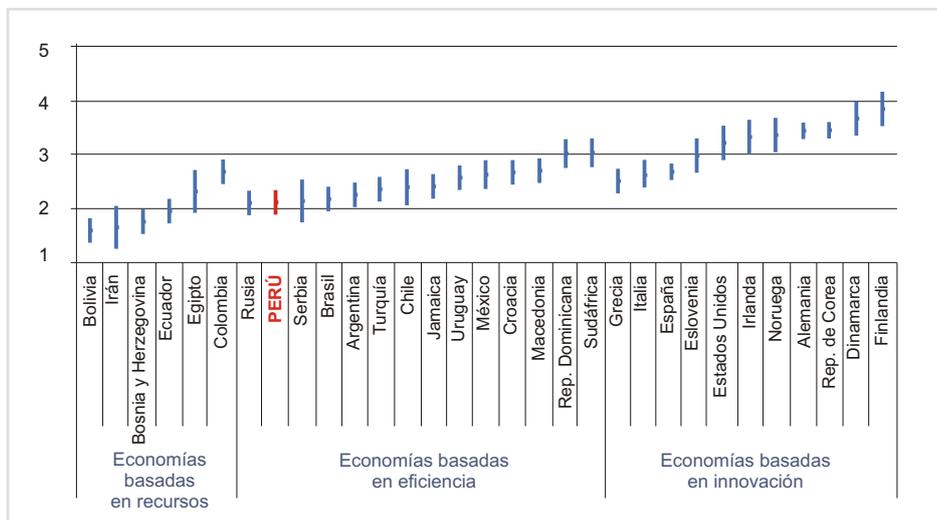


Gráfico 119. Porcentaje de los expertos que opinaron acerca de las condiciones específicas del entorno que apoyan la actividad emprendedora, GEM Perú 2008



lado, se aplica la reciprocidad en los mercados externos, donde los productos peruanos han tenido buena acogida gracias a su variedad, su calidad y su exclusividad.

7.3 Las EFC que limitan la actividad emprendedora en el Perú

Así como identifica las condiciones que están prestando estímulo a la actividad emprendedora del país, el GEM también identifica las principales condiciones que se convierten en obstáculos para el desarrollo de los emprendimientos. El gráfico 120 muestra las opiniones de los expertos cuando se les pregunta sobre el origen de los tres principales obstáculos a la actividad emprendedora, que más llaman su atención en el 2008.

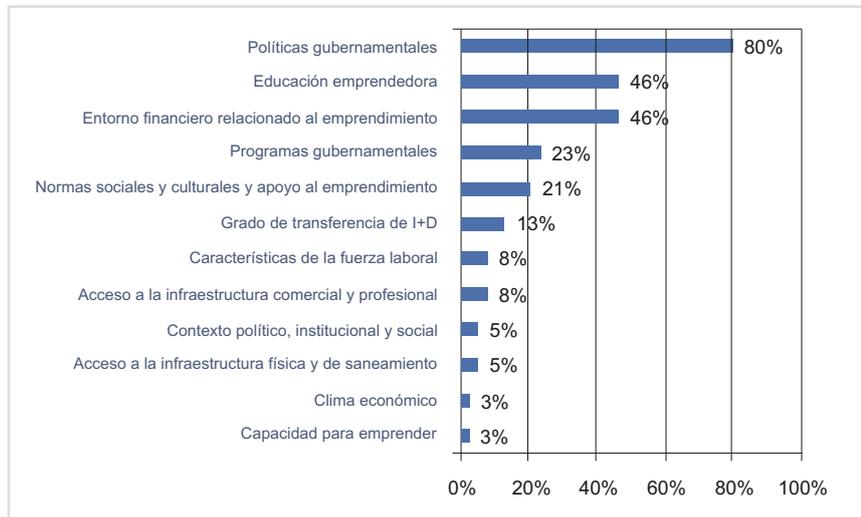
Como puede apreciarse, del total de obstáculos mencionados por los expertos, el más importante (80%) se refiere a las políticas gubernamentales, tanto la falta de

prioridad del emprendimiento en la política nacional como el exceso de regulaciones y pagos que deben cumplir los emprendedores para llevar adelante sus iniciativas. En este sentido, puede afirmarse que el gobierno central es fiscalizador en vez de promotor, y pocos son los gobiernos locales que han puesto en marcha acciones destinadas a promover la actividad emprendedora de su región. Asimismo, la corrupción en todos los niveles gubernamentales fomenta la competencia desleal y encarece el acceso al mercado de las adquisiciones públicas.

La falta de educación emprendedora en todos niveles es la segunda condición señalada por los expertos como obstáculo al emprendimiento. Esto se debe a que el componente emprendedor no forma parte del currículo oficial en la etapa escolar. En efecto, la instrucción está basada en la entrega de conocimientos teóricos más que en el desarrollo de competencias, y no se orienta a los estudiantes hacia actividades productivas.

Asimismo, no todas las instituciones educativas de nivel técnico o profesional

Gráfico 120 .Opiniones de los expertos acerca de las condiciones específicas del entorno que limitan la actividad emprendedora, GEM Perú 2008.



consideran el emprendimiento como parte de la actividad profesional; ello incentiva la formación de profesionales con mentalidad de asalariados. Por otro lado, el conocimiento creado en las universidades pocas veces se orienta a estimular la creación de empresas o a fortalecer las recién creadas. En el plano rural, no hay inversión en capacitación técnica ni de gestión para mejorar la productividad y la competitividad para así acceder a mercados más exigentes.

Para los expertos, el entorno financiero es el tercer obstáculo identificado (mencionado por el 46%). En efecto, el sistema financiero no ofrece un adecuado acceso al crédito para la puesta en marcha de una empresa, atiende, más bien, las necesidades de las empresas ya establecidas. No provee mecanismos adicionales para conseguir capital semilla, aparte de los propios recursos del emprendedor o los préstamos informales, con altas tasas de interés y garantías personales. Asimismo, hacen falta instrumentos financieros que faciliten la recuperación de capital por las empresas nuevas.

Igualmente, los expertos mencionan otros obstáculos, como: la carga laboral, la

informalidad; la falta de sinergia, la dispersión de objetivos entre los programas que deben brindar soporte al emprendimiento; la pérdida progresiva de valores y de comportamiento ético empresarial, la falta de disciplina y de autoridad, así como limitaciones en el acceso a información pública. Los expertos también mencionan que la estructura actual de la economía, con gran distancia entre las grandes, medianas y pequeñas empresas, no permite la articulación de estas últimas en cadenas de suministro efectivas.

7.4 Recomendaciones de los expertos para promover la actividad emprendedora en el Perú

Uno de los aspectos más valiosos del estudio GEM son las recomendaciones de los expertos para mejorar el contexto emprendedor y fomentar no solo la creación de nuevas empresas, sino también facilitar su crecimiento. El gráfico 121 muestra las recomendaciones que se podrían implementar clasificadas según las EFC.

Como era de esperarse, las dos principales recomendaciones están relacionadas con la educación emprendedora y las políticas gubernamentales (mencionadas por el 51% de los expertos en ambos casos), a las cuales les siguen los programas gubernamentales y el entorno financiero (señaladas por el 39% de los expertos en ambos casos).

Respecto de la educación, los expertos recomiendan que esta se vincule a la producción emprendedora, de modo que no solo se cree conocimiento teórico, sino que este sea aplicable a temas productivos. La capacitación, por otra parte, debe incluir enseñanza técnica de “cómo hacer” y “cómo hacer mejor”, y asociarse siempre con conocimientos de gestión para que los empresarios se den cuenta de que la mejora de la productividad, el uso de mejores prácticas empresariales y la cultura de calidad redundan en mayor competitividad, menores costos y mayores utilidades. Asimismo, debe incentivarse el trabajo en equipo y la negociación ganar-ganar, de modo que en el

futuro las personas tengan mejor actitud hacia los esquemas de asociatividad.

Todas las instituciones educativas, en todos los niveles, deben crear espacios para la incubación de negocios, de manera que los estudiantes vivan la experiencia empresarial desde sus primeros años escolares. Estos negocios crecerían y se harían más complejos conforme sus fundadores vayan adquiriendo los conocimientos y las habilidades propios de su nivel de escolaridad. Asimismo, los proyectos generados por escolares y universitarios deberían concentrarse en un banco de proyectos para difundirse tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

Igualmente, los expertos señalan que debería enfatizarse la educación emprendedora en zonas rurales, de modo que los pobladores adquieran capacidades para organizar sus recursos en emprendimientos productivos, obtener competitividad y acceder así a mejores mercados. El sistema educativo en general debe difundir las

Gráfico 121 .Recomendaciones de los expertos acerca de medidas necesarias para fomentar la actividad emprendedora, GEM Perú 2008.



experiencias de éxito, crecimiento, responsabilidad social, etc. de otros emprendedores, para que sirvan de motivadores y, a la vez, de ejemplos durante el aprendizaje de los nuevos empresarios.

En relación con las políticas gubernamentales, la mayoría de los expertos coincide en que el fomento del emprendimiento debe convertirse en un objetivo estratégico nacional, a fin de que se difunda su importancia en todos los niveles políticos y sea considerado entre los objetivos de todas las líneas de acción, tanto a nivel nacional como local.

Los expertos también coinciden en la necesidad de agilizar los trámites, no solo para la constitución de las empresas, sino también para la obtención de las licencias y los permisos sectoriales requeridos para su puesta en operación. En este sentido, disminuir los tiempos de espera, simplificar los requisitos y reducir los costos que implican los trámites, generará mayor confianza en los emprendedores acerca de que sus ideas pueden llevarse a cabo y no se verán entrampadas en algún proceso burocrático inútil.

Es deseable, según los expertos, establecer sistemas de incentivos para fomentar la creación de empresas; tales como exoneraciones tributarias por un periodo razonable, costos de licencia diferidos para los productos o los servicios producidos por estos emprendimientos, entre otros. Al mismo tiempo, los expertos insisten en reglas de juego claras para atraer inversiones, y en el fiel cumplimiento de las leyes.

En cuanto al entorno financiero, los expertos indican que el Estado, dada su capacidad de disponer de fondos internacionales, debería establecer modelos de financiamiento para emprendedores, con el propósito de dar ejemplos que puedan ser imitados por otras instituciones privadas. De esta manera, se podría iniciar un programa para proveer de capitales de riesgo a las iniciativas emprendedoras. También; se podría negociar con las instituciones financieras

para que ofrezcan servicios y créditos a los emprendedores a cambio de incentivos tributarios o de otra índole, así como crearse fondos concursables destinados a promover la incubación de negocios, etc.

Los expertos mencionan, además, la posibilidad de crear certificaciones de gestión para las pequeñas empresas a fin de que éstas puedan acceder a fuentes más sólidas y más ventajosas de financiamiento. Asimismo, recomiendan promover la formación de espacios para reunir la oferta y la demanda de financiamiento para emprendedores, sobre todo fortaleciendo las redes de ángeles inversionistas y fomentando la participación pública y privada.

Capítulo 8

TEMÁTICA ESPECIAL 2008: EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO

Desde hace diez años, en la mayoría de los países del estudio GEM las encuestas a los expertos muestran consistentemente la percepción general de que la formación emprendedora (entiéndase como tal la educación emprendedora y la capacitación en materia de emprendimiento) es inadecuada e insuficiente. Sin embargo, varios estudios han demostrado una relación entre la educación emprendedora y los niveles de emprendimiento. Los investigadores han sugerido que la formación emprendedora debería incidir positivamente en la actividad emprendedora mediante la mejora de las habilidades necesarias para iniciar y hacer crecer un negocio (Honig, 2004), el incremento de la capacidad cognitiva de los individuos para el reconocimiento y la evaluación de oportunidades (Detienne y Chandler, 2004), así como la influencia sobre las actitudes y las conductas (Peterman y Kennedy, 2003).

No obstante, demostrar esta relación sigue siendo un desafío porque, en primer lugar, puede haber una considerable autoselección en la formación emprendedora. En segundo lugar, los resultados pueden ser observables más a largo plazo que en forma instantánea; por ejemplo, en el corto plazo los egresados de la educación emprendedora pueden reconocer la necesidad de acumular conocimientos específicos (Fiet y Patel, 2008) y decidir aplazar el momento de la puesta en marcha del negocio. En tercer lugar, hay la necesidad de grupos de control adecuados para hacer una demostración de causa-efecto. En cuarto lugar, las personas pueden recibir esa formación en diversos momentos de sus vidas: la escuela, la universidad o después de la educación formal; pueden optar por una forma de enseñanza tradicional o experimentar en el sector a través de un empleo. No obstante, aún faltan pruebas para afirmar fehacientemente la influencia de la formación emprendedora sobre la actividad de emprendimiento y verificar el resultado de estos razonamientos (Béchar y Grégoire, 2005).

El modelo GEM considera la educación emprendedora y la capacitación como una condición del contexto emprendedor que afecta los niveles de actitudes, aspiraciones y actividad emprendedora, los cuales, a su vez, impactan en los niveles de

creación de nuevas empresas en la economía. Por esta razón, se considera que el tema de la formación emprendedora es digno de un análisis más profundo, y fue elegido por los equipos nacionales GEM como asunto de especial interés para el 2008. Así, este capítulo utiliza datos adicionales a los comúnmente recogidos por el GEM con el fin de esclarecer estas relaciones, al mismo tiempo que reconoce la manera en que el contexto de cada país puede influir en el hecho de que las personas dediquen un mayor esfuerzo a la actividad emprendedora productiva y no a otras formas de actividad económica.

En el 2008, el GEM recolectó datos adicionales sobre educación y capacitación emprendedora de 38 países a través de encuestas a la población adulta. A cada encuestado se le preguntó si había tenido formación para poder iniciar un negocio, si esta fue durante o después de la etapa escolar, y si fue voluntaria u obligatoria. Cuando la formación emprendedora fue recibida después de la etapa escolar, se obtuvo información sobre la naturaleza del proveedor que la proporcionó. Todo esto suministró estimaciones a nivel nacional de la cuantía de la formación emprendedora que está disponible en cada país, y de la importancia relativa de los diferentes tipos de proveedor.

Al mismo tiempo, y siguiendo la modalidad adoptada, los expertos de 31 países respondieron sobre el nivel de formación emprendedora en su país. Adicionalmente, este año se les pidió que calificaran otros dos temas: en qué medida los emprendedores de su país necesitan ayuda con sus planes de negocio y en qué medida esa ayuda está disponible fuera del sistema educativo. Estas calificaciones proporcionan una estimación de la calidad de la formación emprendedora. Los datos sobre la cantidad y la calidad de la formación emprendedora estuvieron disponibles para 28 países de la serie GEM. Seis de ellos son países con economías basadas en recursos, trece son países con economías basadas en eficiencia y nueve países corresponden a economías basadas en innovación.

8.1 Participación en educación y capacitación para el emprendimiento

En la mayoría de los países, la proporción de personas que nunca ha recibido formación para poner en marcha un negocio disminuye conforme aumenta la edad de los entrevistados. Sin embargo, esta relación no fue significativa en Jamaica, Grecia, Islandia ni Israel; mientras que en Japón los niveles de formación aumentan significativamente a medida que se incrementa la edad de las personas. Los niveles de formación emprendedora fueron más altos entre los adultos con edades entre 25 y 34 años en la India, República Dominicana y Alemania. Entre los 18 y los 24 años de edad, los niveles de formación emprendedora varían desde 60%, en Chile y Finlandia, hasta menos de 10% en República Dominicana y Turquía. Esta diferencia es mucho menor en los grupos de mayor edad; entre los 55 y 64 años, la brecha varía de 33%, en Finlandia, hasta 4% en Egipto.

Por otro lado, solamente en Letonia las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de recibir formación para iniciar un negocio. En todos los países con economías basadas en recursos, los hombres tienen más probabilidad que las mujeres de recibir formación para el inicio de un negocio. En solo nueve, o poco más de la mitad de los países basados en eficiencia, los hombres tienen más probabilidades de recibir formación emprendedora. Por su parte, once (73%) de los países con economías basadas en innovación muestran niveles significativamente más altos de formación emprendedora entre los hombres que entre las mujeres. Estas diferencias por grupos de países pueden estar reflejando diferencias en las tasas de asistencia escolar y de participación laboral de hombres y mujeres, pero también podrían reflejar diferencias en las actitudes, las aspiraciones y las tasas de actividad emprendedora.

La tabla 12 muestra, para cada uno de los países, el porcentaje de adultos que han

recibido algún tipo de capacitación necesaria para poner en marcha un negocio. Es notable la variación en los niveles de capacitación entre los países con niveles similares de desarrollo económico. Por ejemplo, entre los países con economías basadas en recursos, la proporción de personas que ha recibido algún tipo de capacitación para poner en marcha un negocio, ya sea dentro o fuera del sistema educativo, varía desde 8% en Egipto hasta 40% en Colombia. Asimismo, entre los países con economías basadas en eficiencia, esta proporción varía desde 6% en Turquía hasta 43% en Chile. Por su parte, entre los países con economías basadas en innovación, el porcentaje de personas que han recibido capacitación para poner en marcha un negocio va desde 13% en Israel hasta 48% en Finlandia.

En el Perú, el 30% de los encuestados manifestó haber recibido algún tipo de capacitación emprendedora, principalmente en la etapa posescolar (25%). Al respecto, es evidente la diferencia en la manera cómo se imparte la formación emprendedora, pues una mayor proporción de personas recibió la educación de tipo obligatoria en la etapa posescolar, en comparación con la proporción de quienes la recibieron durante la escuela. De hecho, una política que considere priorizar el fomento del emprendimiento para impulsar el desarrollo económico y ofrecer bienestar a la mayoría de la población debería contemplar la inclusión de contenidos sobre emprendimiento en el plan de estudios escolar obligatorio.

La tabla 13 muestra el porcentaje de personas que recibió alguna capacitación para iniciar un negocio después de la escuela primaria o secundaria, por tipo de proveedor. También toma en cuenta si la formación fue voluntaria u obligatoria. Se observa que la fuente más usual de formación es el aprendizaje autodirigido, como la lectura, la observación o el haber trabajado en empresas de otras personas. En siguiente lugar está la educación formal voluntaria y la capacitación voluntaria

impartida por un instituto o universidad, pero fuera del sistema educativo formal.

Otras fuentes, como las empresas u organizaciones comerciales, agencias gubernamentales, o los empleadores, por lo general fueron utilizadas solo por el 3% o menos de las personas. Sin embargo, Colombia, Chile, Perú y Finlandia destacan por presentar niveles mayores de lo habitual en todas las fuentes. Las excepciones a estas tendencias generales incluyen a Irán, donde las agencias gubernamentales son la fuente más usual de formación después del aprendizaje autodirigido; Alemania, donde las cámaras de comercio son la fuente más común de formación después del aprendizaje autodirigido; y Bélgica, donde la formación obligatoria se produjo con más frecuencia que la formación voluntaria en la mayoría de los tipos de proveedores.

La formación obligatoria en emprendimiento rara vez ha sido reportada por más del 1% de los individuos. Sin embargo, al menos el 5% de las personas en Chile, Letonia, Finlandia y Eslovenia recibieron capacitación obligatoria para poner en marcha un negocio como parte de su educación formal posescolar.

Una característica sorprendente de los patrones encontrados en la tabla 13 es el contraste en el nivel de capacitación entre países vecinos cercanos. Por ejemplo, Brasil tiene una de las tasas más bajas de formación en emprendimiento en todos los tipos de proveedores educativos, mientras que Chile muestra una de las más altas. Eslovenia y Croacia presentan tasas relativamente altas, mientras que Hungría, Rumania y Serbia tienen tasas relativamente bajas.

El Perú es el país, después de Chile, con mayor proporción de personas que han recibido formación emprendedora posescolar en casi todos los tipos de proveedores. Uruguay lo supera solamente en las cámaras de comercio como fuentes de formación. Asimismo, el aprendizaje autodirigido es la fuente de formación

Tabla 12. Porcentaje de población adulta entre los 18 y 64 años de edad que ha recibido alguna capacitación para comenzar sus negocios durante o después de la etapa escolar, de forma voluntaria u obligatoria, según grupo de países, GEM 2008

Proveedor	Escolar	Escolar	Escolar	Pos-escolar	Pos-escolar	Pos-escolar	Otra formación
Tipo	Voluntario ¹	Obligatorio	Total	Voluntario ¹	Obligatorio	Total	
<i>Economías basadas en recursos</i>							
Bolivia	8.2	2.4	10.6	10.3	3.9	14.2	19.1
Bosnia y Herzegovina	12.7	0.8	13.5	8.1	2.5	10.6	19.9
Colombia	19.2	4	23.2	20.7	8.7	29.4	40
Ecuador	16.1	4.3	20.4	8.3	7.3	15.6	27.2
Egipto	3.8	0.9	4.7	2.1	2.1	4.2	7.5
India	3.3	1.7	5	3.8	7	10.8	13.1
Irán	8.9	6.6	15.4	9.2	10.3	19.5	28.9
Promedio del grupo	10.3	3	13.3	8.8	6.2	14.9	22.2
<i>Economías basadas en eficiencia</i>							
Argentina	6.4	3.2	9.6	7.3	3.6	10.9	17.4
Brasil	4.5	0.8	5.3	1.6	5	6.6	9.4
Chile	16.8	8.5	25.3	18.9	13.8	32.7	42.5
Croacia	8.6	11.1	19.7	8	7.6	15.6	27.6
República Dominicana	4.7	0.6	5.3	1.9	2.1	4	7.7
Hungría	2.8	14.2	17.1	1.4	8.6	10	24.4
Jamaica	6.8	9.2	16	2.9	6.4	9.3	21
Letonia	6.1	8.4	14.5	9	10.1	19.1	28
Macedonia	10.3	2.3	12.6	7.2	3.7	10.9	19.1
México	5.8	3.6	9.5	3.6	5.9	9.5	15.5
Perú	11.5	2.9	14.4	12.2	12.5	24.7	29.6
Rumania	3.3	2.2	5.5	2.8	1.8	4.6	8
Serbia	1.5	1.5	3	2.6	4.9	7.6	10.2
Sudáfrica	6.6	2.7	9.3	3.8	5.2	9	13.8
Turquía	1.9	0.6	2.5	1.9	2.3	4.2	6.3
Uruguay	9.7	1	10.7	9.5	8.9	18.4	24.1
Promedio del grupo	6.7	4.6	11.3	5.6	6.3	12.3	19
<i>Economías basadas en innovación</i>							
Bélgica	17.8	7	25	3	15.2	18.2	33.3
Dinamarca	2.4	7.1	9.5	2.1	11.9	14	22
Finlandia	10.1	7.8	17.9	19.6	20.8	40.4	47.9
Francia	5.3	4.9	10.2	5.9	6.6	12.5	18.1
Alemania	10.3	2	12.3	8.4	4.7	13.2	21
Grecia	5	1.2	6.1	6.4	6.5	12.9	17
Islandia	6.5	5.3	11.8	11.3	6.5	17.8	26.7
Irlanda	8.1	5.8	14	9.9	7.6	17.5	26.1
Israel	4.1	1.7	5.8	4.5	4.1	8.6	12.8
Italia	2.6	4.2	10.2	5.3	3.7	9.1	16.5
Japón	2.8	2.1	4.9	10.1	5.6	15.7	17.4
República de Corea	2.7	3.2	5.9	3.8	5.4	9.2	13.6
Eslovenia	13	11.3	24.3	10.3	12.3	22.6	35.7
España	9.5	3	12.5	7.9	6.8	14.7	21.9
Reino Unido	5.8	3.1	8.9	7.7	6.1	13.8	19.5
Promedio del grupo	7.3	4.6	11.9	7.7	8.3	16	23.3

¹“voluntario” incluye los reportes de formación tomada en forma voluntaria o una combinación de formación voluntaria y obligatoria.

Tabla 13. Porcentaje de población adulta entre los 18 y 64 años de edad que ha recibido algún tipo de capacitación para iniciar su negocio posterior a la educación básica, según tipo de proveedor de capacitación

Tipo de proveedor de formación	Institución educativa		Institución educativa		Cámara de comercio		Agencia gubernamental		Empleador		Otro		Aprendizaje autodirigido
	V	O	V	O	V	O	V	O	V	O	V	O	
<i>Economías basadas en recursos</i>													
Bolivia	9	1	5	1	3	0	2	0	3	0	4	0	11
Bosnia y Herzegovina	6	0	3	0	2	0	1	0	4	0	2	0	9
Colombia	20	2	10	1	6	0	5	0	4	0	7	0	24
Ecuador	10	2	4	1	4	0	2	0	3	1	3	0	10
Egipto	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	2
India	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	3	1	5
Irán	6	2	3	2	2	0	8	2	3	1	2	0	10
Promedio del grupo	8	1	4	1	3	0	3	1	3	1	3	0	10
<i>Economías basadas en eficiencia</i>													
Argentina	5	1	5	0	5	0	2	0	3	1	2	0	9
Brasil	1	1	1	0	4	0	1	0	1	1	0	0	2
Chile	13	5	10	1	8	1	10	1	9	3	15	0	26
Croacia	6	4	4	1	3	1	1	0	3	1	2	0	12
República Dominicana	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	2
Hungría	3	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1
Jamaica	4	3	2	1	1	0	2	1	1	1	0	0	4
Letonia	9	5	4	1	2	0	3	0	3	1	1	0	13
Macedonia	5	1	3	0	3	0	2	0	3	1	2	0	8
México	2	0	1	0	2	0	1	0	2	0	0	0	4
Perú	13	2	11	1	6	0	5	1	6	2	6	1	16
Rumania	2	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	3
Serbia	1	0	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	3
Sudáfrica	4	2	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	6
Turquía	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	3
Uruguay	9	2	9	1	8	1	3	0	5	2	4	0	13
Promedio del grupo	5	2	4	1	3	0	2	0	3	1	2	0	8
<i>Economías basadas en innovación</i>													
Bélgica	7	3	2	3	1	2	1	3	1	1	1	2	8
Dinamarca	3	4	1	1	2	1	0	1	0	0	2	1	8
Finlandia	16	14	9	1	5	0	6	1	3	1	6	1	30
Francia	4	2	1	1	5	1	4	1	1	0	4	0	8
Alemania	6	1	2	0	7	1	3	1	4	1	3	0	10
Grecia	8	1	1	0	4	0	2	0	2	1	1	0	8
Islandia	7	3	4	1	2	0	2	0	4	1	4	0	14
Irlanda	6	3	6	1	4	0	6	1	3	2	1	0	14
Israel	4	1	3	1	3	0	3	0	2	0	1	0	6
Italia	6	1	2	0	3	0	1	0	2	1	1	0	6
Japón	6	2	7	1	2	0	2	0	3	1	2	0	12
República de Corea	4	1	3	1	2	0	1	0	1	0	1	0	4
Eslovenia	9	6	8	1	5	1	4	1	4	2	3	0	15
España	9	1	7	1	6	0	5	1	4	1	7	0	10
Reino Unido	6	2	4	1	3	1	3	0	2	1	1	0	10
Promedio del grupo	7	3	4	1	4	1	3	1	2	1	2	0	11

empresadora más comúnmente utilizada (16%), seguido por la educación (formal e informal) en una casa de estudios superiores.

En otro aspecto del análisis, también se preguntó a quienes obtuvieron formación en emprendimiento después de la etapa escolar si habían recibido algún tipo de formación en línea, es decir, mediante el uso de Internet. El gráfico 122 muestra la frecuencia de uso de este tipo de formación por país y por grupo de desarrollo económico. Chile destaca por tener una muy alta tasa de uso de capacitación por Internet, con 20% de la población adulta que manifiesta haber recibido este tipo de formación. Es posible que esto sea consecuencia del hecho de que todo negocio formal en dicho país está obligado a registrarse ante el Servicio de Impuestos Internos, cuya plataforma en línea ofrece diversos servicios y orientaciones para la constitución legal de nuevas empresas.

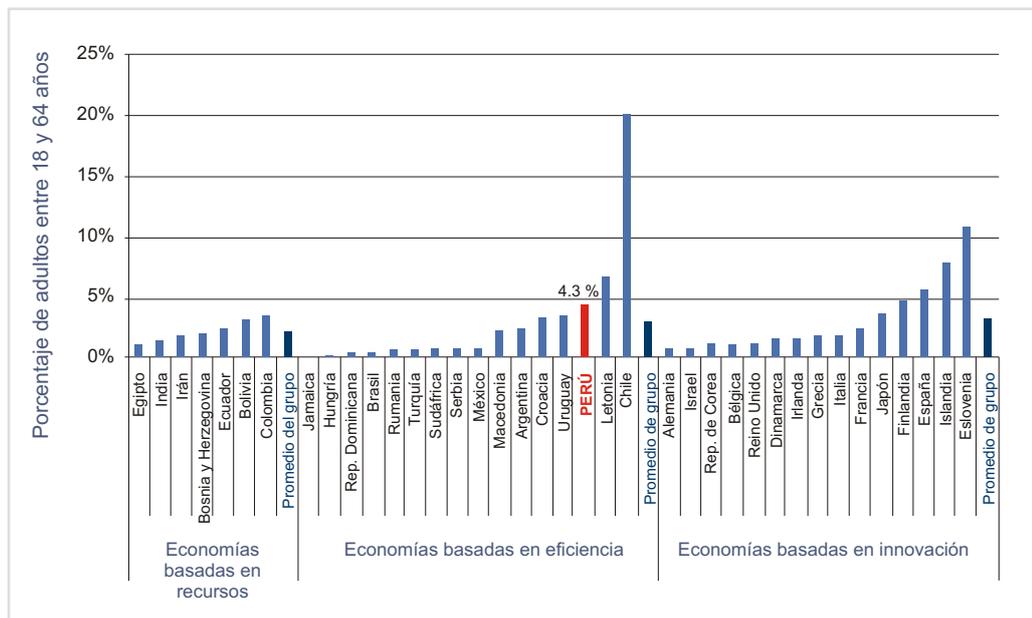
En el Perú, menos del 5% de la población manifestó haber recibido capacitación en

línea, lo que indica que si bien el empleo de Internet se está difundiendo en el país, su uso como proveedor de conocimiento, especialmente para el emprendimiento, aún es limitado para la mayoría de la población. A esto debe añadirse que la mayoría de entidades gubernamentales utiliza Internet como medio meramente informativo, y es escasa la proporción de aquellas que sí están aprovechándola como un canal de provisión de sus servicios.

8.2 Opinión de los expertos respecto de la calidad de la capacitación para el emprendimiento

Otra fuente que evidencia el estado de la educación emprendedora en los países es la encuesta nacional de expertos GEM. Esta contiene varios índices sobre la calidad de la formación en emprendimiento, los cuales se muestran en la tabla 14. Se debe tener en cuenta que estos índices de calidad se

Gráfico 122. Porcentaje de adultos entre 18 y 64 años que se capacitaron con el uso de Internet para la puesta en marcha de un negocio



refieren a la percepción actual de la calidad misma, mientras que los cuadros anteriores se refieren a mediciones sobre las actividades de formación recibidas. Es decir, en el pasado, y para el caso de los adultos mayores, este periodo puede contemplar lo sucedido hasta hace 50 años. Por esta razón, tal vez no haya ninguna relación entre la calidad actual de la educación emprendedora (opinión de los expertos) y los resultados mostrados sobre la formación emprendedora recibida por las personas.

La tabla 14 muestra la valoración media otorgada por los expertos de cada país, en una escala del 1 a 5, a la necesidad, la disponibilidad y la calidad de la educación emprendedora. Dentro de cada grupo de países, las puntuaciones promedio varían poco de un país a otro. En general, se observa que en los países desarrollados, la necesidad de ayuda externa para que los emprendedores pongan en marcha un negocio se reduce ligeramente, mientras que la disponibilidad de esta ayuda se incrementa. Por el contrario, en los países con economías basadas en recursos, los expertos perciben que el nivel de ayuda externa necesaria para la puesta en marcha de un negocio es insuficiente.

Por otro lado, la calidad percibida de la educación emprendedora en etapa escolar aumenta con el desarrollo económico de los países, pero no sucede lo mismo en cuanto a la formación emprendedora posescolar. Esta es considerada insuficiente en casi todas los países con economías basadas en innovación, lo que sugiere que en la mayoría de estos países los expertos distinguen una adecuada cantidad de ayuda disponible, pero cuestionan la calidad de la misma.

En los seis países con economías basadas en recursos, cuanto mayor es la valoración que los expertos asignan a la calidad de la educación emprendedora en etapa escolar, mayor es la calificación otorgada a la calidad de la educación emprendedora en etapa posescolar ($r = 0.833$; $p = 0.039$). Asimismo, los países con mayor valoración asignada por los expertos a la calidad de la formación

empresarial (durante o después de la etapa escolar) tienen una mayor proporción de personas que han recibido voluntariamente formación posescolar para iniciar un negocio ($r = 0.825$; $p = 0.043$; $r = 0.966$; $p = 0.002$). Por otro lado, si la formación emprendedora se recibía obligatoriamente en el colegio, hay una propensión a recibirla también en la misma forma en la etapa posescolar ($r = .967$; $p = 0.002$).

Entre los varones de los países con economías basadas en recursos, la calidad de la formación emprendedora posescolar tiene una correlación significativa con los niveles de TEA por necesidad ($r = 0.880$; $p = 0.021$). En estos países, cuanto mayor es la calidad percibida por los expertos de la formación emprendedora posescolar, mayor es el nivel de percepción de oportunidades de negocios por parte de las mujeres ($r = 0.875$; $p = 0.023$). Ellas tendrían más expectativas de poner en marcha un negocio en los próximos tres años ($r = 0.845$; $p = 0.034$) y más expectativas de alto crecimiento en: a) crear dentro de los próximos 5 años por lo menos 10 puestos de trabajo o duplicar la cantidad de empleos existentes en su negocio ($r = 0.881$; $p = 0.002$) y b) crear por lo menos 20 empleos en el mismo periodo de tiempo ($r = 0.818$; $p = 0.047$). Estas dos medidas de expectativas de alto crecimiento muestran también una alta correlación en los 28 países considerados en la serie ($r = 0.961$; $p = 0.000$). Asimismo, cuanto mayores son los niveles de percepción de oportunidades entre las mujeres, mayores son los índices de actividad emprendedora en etapas iniciales ($r = 0.847$; $p = 0.033$), de emprendimiento por necesidad ($r = 0.963$; $p = 0.002$) y de emprendimiento dirigido al desarrollo y expansión de nuevos mercados ($r = 0.879$; $p = 0.021$).

Los patrones descritos tienen sentido principalmente, para los países con economías basadas en recursos, donde el emprendimiento por necesidad es una fuente importante de autosuficiencia económica, en ausencia de otras

Tabla 14. Percepción de los expertos sobre la necesidad, la disponibilidad y la calidad de la educación emprendedora por país y por grupo de países, GEM 2008

	Los emprendedores en general necesitan ayuda con sus planes de negocio antes de ponerlos en marcha	Hay suficiente ayuda disponible fuera del sistema educativo	Calidad de la formación emprendedora escolar	Calidad de la formación emprendedora posescolar
<i>Economías basadas en recursos</i>				
Bolivia	3,9	2,3	1,7	2,6
Bosnia y Herzegovina	4,1	2,7	1,9	2,4
Colombia	4,3	2,6	2,0	3,2
Ecuador	3,8	2,3	1,6	2,6
Egipto	4,3	2,1	1,3	1,8
Irán	4,5	3,2	1,7	2,4
Promedio del grupo	4,2	2,5	1,7	2,5
<i>Economías basadas en eficiencia</i>				
Argentina	4,2	2,8	2,1	3,4
Brasil	4,2	2,9	1,6	2,8
Chile	4,1	2,6	1,6	2,9
Croacia	4,2	3,1	2,2	2,8
República Dominicana	4,2	2,3	1,7	3,2
Jamaica	3,8	2,7	2,0	2,8
Macedonia	4,3	3,1	2,2	2,8
México	4,4	2,9	1,7	3,0
Perú	3,9	2,5	1,9	2,9
Rusia	n.a.	n.a.	2,5	3,1
Serbia	3,9	3,1	2,0	2,9
Sudáfrica	4,1	2,4	1,9	2,5
Turquía	4,1	2,6	1,9	2,7
Uruguay	3,9	3,2	2,1	2,9
Promedio del grupo	4,2	2,8	2,1	3,4
<i>Economías basadas en innovación</i>				
Dinamarca	4,3	3,1	2,4	2,4
Finlandia	4,0	3,7	2,5	2,8
Alemania	3,6	3,9	1,9	2,7
Grecia	3,7	2,4	1,8	2,5
Irlanda	4,1	3,6	2,5	3,0
Italia	4,0	2,8	1,8	2,8
República de Corea	3,9	3,6	2,4	2,9
Noruega	4,3	2,9	2,6	2,9
Eslovenia	3,8	3,5	2,4	3,0
España	4,3	3,3	1,9	2,9
Estados Unidos	3,9	3,3	2,1	2,9
Promedio del grupo	4,0	3,3	2,2	2,8

oportunidades de trabajo. Se podría esperar que un aumento en la calidad y la cantidad de formación disponible incrementa el nivel de emprendimiento en la medida en que los individuos puedan crear nuevos y crecientes mercados. Es posible que la educación posescolar tenga un efecto más indirecto a través del incremento de percepción de oportunidades, que tiende a ocurrir más en mujeres que en varones.

En los 13 países con economías basadas en eficiencia no se encontró ninguna correlación entre las valoraciones de los expertos sobre el estado de la educación escolar en emprendimiento y los niveles de actitudes, aspiraciones o actividad emprendedora. Las percepciones de los expertos sobre la educación emprendedora posescolar presentan una leve correlación con los niveles de actividad emprendedora, tanto para varones como para mujeres ($r = 0.606$; $p = 0.028$; $r = 0.555$; $p = 0.049$), con el nivel de emprendimiento por oportunidad para los varones ($r = 0.563$; $p = 0.045$) y con el nivel de emprendimiento por necesidad en las mujeres ($r = 0.703$; $p = 0.007$). Asimismo, las percepciones de los expertos están correlacionadas con las dos medidas de expectativas de crecimiento, entre las mujeres, ya descritas líneas arriba ($r = 0.680$; $p = 0.011$; $r = 0.730$; $p = 0.005$).

Tanto para hombres como para mujeres, cuanto más formación emprendedora posescolar se ha recibido (voluntaria u obligatoria), mayores niveles de formación emprendedora voluntaria se ha recibido en la escuela (hombres: $r = 0.920$; $p = 0.000$; $r = 0.813$; $p = 0.001$; mujeres: $r = 0.893$; $p = 0.000$; $r = 0.822$; $p = 0.001$). En las mujeres, esta asociación también es válida para el caso de la formación escolar obligatoria en emprendimiento ($r = 0.677$; $p = 0.011$). En ambos sexos, los niveles de capacitación voluntaria escolar también están significativamente correlacionados con los niveles de emprendimiento con expectativas de alta expansión de mercado ($r = 0.774$; $p = 0.002$; $r = 0.713$; $p = 0.006$), y están ligeramente correlacionados con el emprendimiento con expectativas de

crecimiento entre las mujeres ($r = 0.554$; $p = 0.049$).

En los países con economías basadas en innovación, se encontró que cuanto mayor es la valoración de los expertos sobre la calidad de la formación emprendedora en etapa escolar, mayores son los niveles de percepción de oportunidades ($r = 0.727$; $p = 0.026$) y menores los del temor al fracaso ($r = -0.880$; $p = 0.009$). Los países donde la mayoría de los expertos tienen una percepción favorable de la educación emprendedora en la escuela también tienden a tener emprendedores con mayores expectativas de crecimiento considerando la primera de las dos medidas de crecimiento utilizadas en este análisis ($r = 0.803$; $p = 0.009$). Asimismo, a mayor proporción de personas que recibieron alguna capacitación para emprender un negocio en el colegio, mayor es la proporción de personas que toman voluntariamente algún tipo de formación en la etapa posescolar ($r = 0.824$; $p = 0.006$).

Por otro lado, hubo un alto nivel de correlación entre la proporción de personas que recibieron algún tipo de capacitación después de la etapa escolar en forma voluntaria y obligatoria ($r = 0.729$; $p = 0.026$) y entre la proporción de personas que recibieron algún tipo de formación emprendedora durante la etapa escolar o después de esta ($r = 0.775$; $p = 0.014$). En general, ni los altos niveles de formación emprendedora ni los de actitudes emprendedoras positivas están correlacionados significativamente con las tasas de actividad emprendedora en los países de este grupo.

Las excepciones incluyen una correlación significativa entre las tasas masculinas de TEA por necesidad y los niveles de percepción de habilidades para emprender ($r = 0.885$; $p = 0.001$), y una correlación negativa significativa entre las mujeres que recibieron formación para emprender en forma obligatoria en la escuela y los índices de iniciativa emprendedora femenina por necesidad ($r = -0.711$; $p = 0.032$). Entre las

mujeres, mientras mayores son los niveles de formación emprendedora escolar, menores son las intenciones de iniciar un negocio en el futuro ($r = -0.785$; $p = 0.012$). Las altas tasas de formación emprendedora voluntaria durante o después de la etapa escolar se asocian con menores tasas de participación en la actividad emprendedora con expectativa de alta expansión de mercado ($r = -0.709$; $p = 0.032$; $r = -0.683$; $p = 0.042$).

En resumen, la calidad y el nivel de la formación emprendedora pueden tener diferentes efectos sobre las actitudes, las aspiraciones y la actividad emprendedora de los países según las diferentes etapas de desarrollo económico en que estas se encuentren. En los países con economías basadas en recursos, cuanto mayores son la calidad y la cantidad de la formación emprendedora posescolar, más altos son los niveles de emprendimiento por necesidad; efecto que puede ser indirecto en el caso de las mujeres. Esto se debe a que en estos países se ofrecen pocas oportunidades de empleo. En los países con economías basadas en eficiencia, a mayor formación posescolar en emprendimiento, corresponderán niveles más altos de emprendimiento con expectativas de expansión de mercado, lo cual refleja el crecimiento de estas economías. En los países con economías basadas en innovación, son evidentes varias correlaciones negativas, posiblemente porque los gobiernos con bajos niveles de actividad emprendedora han invertido más en educación emprendedora, incluida como parte del plan educativo escolar, en un esfuerzo por aumentar los niveles de emprendimiento.

8.3 Actitudes, aspiraciones y actividad en la formación y capacitación para emprender

En esta sección final se consideran las actitudes, las aspiraciones y la actividad

emprendedora tanto de quienes han tenido preparación para poner en marcha un negocio como de quienes no han tenido esta preparación. La tabla 15 muestra la proporción de personas en edad de trabajar que no están gestionando o tratando activamente de iniciar un negocio. En este grupo se examina la proporción de personas que: a) perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio en su área local, y b) perciben que tienen las habilidades, los conocimientos y la experiencia necesarios para poner en marcha un negocio. Ambos aspectos se desagregan por tipo de capacitación (voluntaria, obligatoria o ninguna de las dos).

Al considerar a aquellos individuos que actualmente son emprendedores nacientes, nuevos o establecidos, se elimina la posibilidad de obtener sesgos en las respuestas. Se observa patrones diferentes para cada actitud, con menores variaciones en cuanto a la percepción de oportunidades que en lo que se refiere a la percepción de habilidades. Cada país parece tener su modelo propio de relaciones entre formación emprendedora y actitudes. Por ello los promedios de los grupos de países pueden ser engañosos y deben tomarse con cuidado. Por ejemplo, en India y Grecia, solamente la formación obligatoria tiene un efecto positivo sobre la percepción de oportunidades, mientras que en Colombia sucede lo contrario. En Rumania y Finlandia, solamente la formación voluntaria tuvo un efecto positivo, mientras que en Argentina, Hungría, Perú, Turquía, Alemania, Japón, España y Eslovenia este efecto se produce tanto con la capacitación voluntaria como con la obligatoria.

En el caso del Perú, se observa diferencias significativas entre las personas que recibieron algún tipo de formación para emprender (ya sea en forma obligatoria o voluntaria) y las que no la recibieron, tanto en lo relacionado con la percepción de oportunidades como en lo que respecta a la percepción sobre los propios conocimientos y habilidades para emprender. En otras palabras, la formación emprendedora bajo

Tabla 15. Percepciones sobre el emprendimiento como porcentaje de la población entre 18 y 64 años que no gestiona ni intenta poner un negocio, por tipo de capacitación en emprendimiento recibida y por tipo de país, GEM 2008

	Percibe buenas oportunidades en el área local para los próximos 6 meses			Tiene las habilidades, conocimientos y experiencia suficientes para poner en marcha un negocio		
	Formación emprendedora voluntaria ¹	Formación emprendedora obligatoria	Sin formación emprendedora	Formación emprendedora voluntaria ¹	Formación emprendedora obligatoria	Sin formación emprendedora
<i>Economías basadas en recursos</i>						
Bolivia	52.5	47.6	46.0	81.5	63.2	64.5
Bosnia y Herzegovina	57.1	50.0	39.1	81.8	87.5	56.9
Colombia	64.7	42.1	52.6	73.4	53.8	45.3
Ecuador	38.3	47.2	35.4	81.9	77.2	60.7
Egipto	31.7	44.4	30.1	70.2	75.0	51.1
India	47.8	81.8	52.8	64.0	86.7	42.3
Irán	34.0	32.6	29.1	76.1	73.1	51.9
Promedio del grupo	46.6	49.4	40.7	75.6	73.8	53.2
<i>Economías basadas en eficiencia</i>						
Argentina	56.6	50.0	39.0	80.8	62.5	48.4
Brasil	50.0	37.0	37.9	76.5	75.0	46.5
Chile	30.8	26.4	21.0	78.1	68.5	41.7
Croacia	61.3	52.1	35.6	77.4	75.2	48.1
República Dominicana	56.5	53.8	51.2	85.2	78.6	69.0
Hungría	22.2	25.7	14.0	67.7	65.5	36.4
Jamaica	55.1	47.5	48.3	67.0	64.5	64.6
Letonia	41.9	28.6	16.0	70.9	46.8	13.3
Macedonia	50.6	46.2	43.1	74.1	71.4	47.8
México	49.4	54.4	43.0	76.1	59.5	53.4
Perú	63.5	66.7	47.5	78.4	79.1	61.5
Rumanía	51.5	27.8	23.8	70.7	44.4	19.1
Serbia	73.7	56.4	50.9	84.2	85.7	57.2
Sudáfrica	57.7	50.0	31.3	81.0	60.0	25.9
Turquía	53.8	50.0	33.4	71.9	76.2	42.8
Uruguay	45.2	61.0	48.7	78.5	75.0	53.2
Promedio del grupo	51.2	45.9	36.5	76.2	68.0	45.6
<i>Economías basadas en innovación</i>						
Bélgica	12.2	18.9	12.0	41.6	66.4	25.0
Dinamarca	57.1	65.9	60.8	50.8	45.3	25.9
Finlandia	56.5	48.0	45.6	57.1	36.7	16.2
Francia	35.7	25.0	20.5	75.8	39.0	20.3
Alemania	36.2	38.0	17.7	59.9	37.5	24.8
Grecia	21.5	43.6	23.9	58.8	50.0	44.0
Islandia	38.7	37.2	32.3	76.5	61.4	36.5
Irlanda	29.6	28.9	24.4	66.7	56.6	34.7
Israel	41.5	52.0	21.7	55.9	73.3	31.0
Italia	33.0	35.8	28.1	53.3	53.6	32.3
Japón	13.0	16.3	6.2	34.5	19.1	6.3
República de Corea	36.8	19.2	10.8	39.5	20.0	21.8
Eslovenia	53.9	52.9	36.5	73.6	53.8	34.0
España	29.7	27.5	23.4	53.2	51.4	40.2
Reino Unido	39.8	31.1	26.2	74.2	59.6	40.0
Promedio del grupo	35.7	36.0	26.0	58.1	48.2	28.9

1: "voluntario" incluye los reportes de formación de formación tomada en forma voluntaria o una combinación de formación voluntaria y obligatoria. Las cifras en negrita indican diferencias estadísticamente significativas en las proporciones de actitud por tipo de formación, $p < 0,05$.

cualquier modalidad ejerce una influencia positiva sobre las dos medidas de percepciones emprendedoras contempladas para este análisis.

Con excepción de Jamaica y República Dominicana, en los países donde se recibió capacitación, tanto voluntaria como obligatoria, las personas son más propensas

a tener una percepción positiva de sí mismas que en los países donde no se recibió ningún tipo de formación. En cinco de los nueve países con economías basadas en innovación (con excepción de Italia y España), donde recibió formación voluntaria, las personas tienen más probabilidades de percibir que poseen las habilidades para iniciar un negocio. En Italia y España, la formación

voluntaria y obligatoria parece producir efectos similares y positivos. Sin embargo, en Bélgica e Israel, quienes recibieron una formación obligatoria son más propensos a tener una percepción positiva de sus destrezas para poner en marcha un negocio. En la mayoría de los países con economías basadas en recursos y con economías basadas en eficiencia, la formación en emprendimiento, voluntaria y obligatoria, produce similares niveles elevados de percepción de habilidades. En general, tales niveles de percepción de habilidades son mayores en los países con economías basadas en recursos y en los países con economías basadas en eficiencia que en aquellos con economías basadas en innovación.

La tabla 16 muestra la proporción de personas entre 18 y 64 años que esperan iniciar un negocio en los próximos tres años y la proporción que actualmente está tratando activamente de empezar un negocio o está gestionando un nuevo negocio. Ambos aspectos se desagregan por tipo de capacitación (voluntaria, obligatoria o ninguna de las dos). En la mayoría de países, las personas que recibieron capacitación, sea voluntaria u obligatoria, son significativamente más propensas a tener intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años, y, en general, quienes recibieron la capacitación voluntariamente presentaban los niveles más altos.

En Bosnia Herzegovina, India, Irán, Hungría, México, Rumania, Turquía, Francia y Reino Unido, la capacitación recibida, tanto voluntaria como obligatoria, conduce a niveles elevados de intenciones para la puesta en marcha de un negocio en el futuro. En Chile y Japón, las personas con formación obligatoria están más propensas a tener intenciones de poner un negocio en los próximos tres años que quienes no han tenido ningún tipo de formación. En Bélgica, por otro lado, los que habían recibido formación obligatoria presentaron las más altas tasas de intención. En cambio, en Jamaica y en Grecia, ni la formación voluntaria ni la obligatoria parecen influir en las intenciones de emprendimiento.

En el caso del Perú, es significativa la diferencia entre la proporción de personas que recibieron algún tipo de capacitación y aquellas que no la recibieron. El grupo que recibió capacitación voluntaria para emprender negocios mostró mayores intenciones de iniciar una empresa en el futuro, seguido por el grupo de quienes la recibieron en forma obligatoria. El grupo que no recibió ningún tipo de capacitación mostró las menores intenciones de emprender un negocio.

La relación entre el tipo de formación y la actividad emprendedora en etapa inicial tiende a seguir el patrón encontrado en la intención de poner un negocio, aunque con menor intensidad. En algunos países, como Bolivia, Irán y Argentina, la formación obligatoria no tiene ningún efecto sobre la actividad, aunque sí causa un efecto significativo en las aspiraciones emprendedoras. Sin embargo, en otros países, como Brasil, Turquía, Uruguay, Islandia e Italia, la formación obligatoria parece tener un efecto más marcado sobre la actividad emprendedora, mientras la formación voluntaria parece causar un efecto más débil.

En conclusión, la relación entre la formación emprendedora y las actitudes, las aspiraciones y la actividad emprendedora es muy positiva, pero compleja. Algunas diferencias son evidentes entre los grupos de países, en consonancia con la teoría y el modelo GEM. Sin embargo, cada país parece asumir un patrón único de formación emprendedora, el cual está en función de variables como: calidad (actual y pasada), cantidad, demanda, regulaciones y tipo de empleo elegido. El "rendimiento" de la formación emprendedora, es decir, la relación entre la actividad emprendedora de los capacitados y la de los no capacitados, varía según el país, pero en promedio el rendimiento de la formación voluntaria casi duplica el de la formación obligatoria. Algunos países, como Francia y Letonia, parecen obtener rendimientos muy altos con la formación voluntaria (de hasta 5); en otros, este tipo de formación produce rendimientos muy bajos.

Tabla 16. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que espera iniciar un negocio en los próximos 3 años o está involucrado en una actividad emprendedora en etapa inicial, por tipo de capacitación recibida y por tipo de país, GEM 2008

	Percibe buenas oportunidades en el área local para los próximos 6 meses			Tiene las habilidades, conocimientos y experiencia suficientes para poner en marcha un negocio		
	Formación emprendedora voluntaria	Formación emprendedora obligatoria	Sin formación emprendedora	Formación emprendedora voluntaria ¹	Formación emprendedora obligatoria	Sin formación emprendedora
<i>Economías basadas en recursos</i>						
Bolivia	65.7	50.7	38.0	39.1	25.0	28.3
Bosnia y Herzegovina	55.6	61.3	25.9	12.8	23.5	7.8
Colombia	81.2	72.5	58.4	34.6	26.2	19.0
Ecuador	60.2	52.3	36.6	25.7	23.0	14.3
Egipto	73.5	60.5	38.1	25.5	22.0	12.2
India	50.0	48.3	30.3	34.2	21.1	9.1
Irán	50.8	46.0	32.9	18.1	7.3	7.5
Promedio del grupo	62.4	55.9	37.2	27.1	21.2	14.0
<i>Economías basadas en eficiencia</i>						
Argentina	43.2	30.3	19.7	26.1	12.1	15.5
Brasil	52.7	30.6	23.0	19.5	21.9	11.1
Chile	54.7	32.1	31.1	18.4	14.2	10.4
Croacia	22.4	15.3	9.5	16.7	10.7	5.3
República Dominicana	71.6	58.5	34.6	41.1	34.1	18.7
Hungría	13.5	13.5	4.4	10.8	10.9	5.2
Jamaica	20.0	25.6	20.6	16.8	14.2	15.5
Letonia	33.9	17.8	4.3	20.1	8.7	3.5
Macedonia	68.3	61.1	40.8	22.9	19.0	12.7
México	43.5	40.9	28.1	22.2	19.0	12.0
Perú	58.5	50.8	34.0	38.1	30.1	21.6
Rumanía	41.1	36.8	9.2	25.9	12.2	2.5
Serbia	67.1	42.2	31.6	17.6	13.6	6.7
Sudáfrica	43.5	29.5	13.3	22.6	17.8	5.6
Turquía	41.5	42.2	22.6	10.5	21.2	5.3
Uruguay	41.2	27.7	18.7	16.7	19.8	10.0
Promedio del grupo	44.8	34.7	21.6	21.6	17.5	10.1
<i>Economías basadas en innovación</i>						
Bélgica	10.4	15.6	5.4	4.3	5.6	1.9
Dinamarca	17.1	10.4	6.2	7.1	5.0	4.1
Finlandia	15.5	8.9	3.7	14.1	6.4	4.4
Francia	31.9	30.4	11.7	20.3	12.0	3.3
Alemania	17.8	10.3	3.6	8.0	8.0	2.6
Grecia	18.2	19.5	16.1	10.0	16.7	9.2
Islandia	34.5	20.9	12.8	16.8	16.4	7.4
Irlanda	23.2	14.5	6.5	16.4	9.1	5.5
Israel	42.6	34.1	15.1	16.9	13.1	5.1
Italia	22.8	12.6	7.4	10.6	8.6	3.6
Japón	24.9	6.4	5.8	15.6	7.8	3.9
República de Corea	44.8	25.5	20.6	14.3	11.3	9.5
Eslovenia	24.2	12.2	5.6	13.5	7.0	4.2
España	12.3	8.7	6.7	9.8	7.3	6.5
Reino Unido	15.8	12.6	5.2	14.7	9.1	4.3
Promedio del grupo	23.7	16.2	8.8	12.8	9.6	5.0

1: "voluntario" incluye los reportes de formación de formación tomada en forma voluntaria o una combinación de formación voluntaria y obligatoria. Las cifras en negrita indican diferencias estadísticamente significativas en las proporciones de actitud por tipo de formación, p <0,05.

En el Perú, de acuerdo con lo observado, la asociación entre formación emprendedora recibida y actividad emprendedora en etapas iniciales no es significativa. Aunque, de hecho la capacitación voluntaria tendría mayor influencia en la actividad de emprendimiento. Por ello, propiciar una mejor educación para el emprendimiento no solo impulsaría la actividad emprendedora del

país, sino que también aportaría un mayor dinamismo social y económico. Es decir, se podría formar personas con mayor capacidad de iniciativa, preparadas para enfrentar con actitudes más positivas los retos que se propongan; ello contribuiría tanto al mejoramiento del capital humano como al desarrollo del país.

BIBLIOGRAFÍA

Acemoglu, D., Aghion, P. & Zilibotti, F. (2007). Distance to frontier, selection and economic growth. *Journal of the European Economic Association*, 4, 37-74. Recuperado de <<http://www.nber.org/papers/w9066.pdf>>.

Acs, Z. J. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1), 97-107.

Acs, Z. J. & Amoros, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322. Recuperado de <http://zs.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal_derivate_00129377/wp_2008_059.pdf>.

Acs, Z. J. & Armington, C. (2006). Entrepreneurship, geography and American economic growth. Cambridge: Cambridge University Press.

Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P. & Carlsson, B. (2003). The missing link: The knowledge filter and endogenous growth. Estocolmo: Center for Business and Policy Studies. Recuperado de <http://www.druid.dk/uploads/tx_picturedb/ds2003-736.pdf>.

Acs, Z. J., Bosma, N. S. & Sternberg, R. (2008). The entrepreneurial advantage of world cities. *EIM Scales Paper H200810*, Zoetermeer: EIM. Recuperado de <http://www.ondernemerschap.nl/sys/cftags/assetnow/design/widgets/site/ctm_getFile.cfm?file=H200810.pdf&perId=0>.

Acs, Z. J., Parsons, W. & Tracy, S. (2008). High impact firms: Gazelles revisited. U.S. Small Business Administration, Office of

Advocacy. Recuperado de <<http://www.sba.gov/advo/research/rs328tot.pdf>>.

Acs, Z. J. & Stenholmm, P. (2008). A Global entrepreneurship index using GEM Data. Mimeo. George Mason University, School of Public Policy.

Acs, Z. A. & Szerb, L. (2008). Gearing up to measure entrepreneurship in a global economy. Mimeo, V 10. Hungría: University of Pecs, Faculty of Business and Economics.

Ahmad, N. & Hoffmann, A. N. (2008). A framework for addressing and measuring entrepreneurship. *OECD Statistics Working Paper N.º 2*.

Aquilina, M., Klump, R. & Pietrobelli, C. (2006). Factor substitution, average firm size and economic growth. *Small Business Economics*, 26(3), 203-214.

Audretsch, D. B. (2007). Entrepreneurship capital and economic growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(1), 63-78.

Audretsch, D. B. (2007). The entrepreneurial society. Oxford: Oxford University Press.

Autio, E. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor 2007: Global report on high growth entrepreneurship*. London, U.K.: London Business School y Babson Park, MA: Babson College. Recuperado de <<http://www.gemconsortium.org/download/1254411415246/GEM%20High%20Growth%20Report%2007b.pdf>>.

Baumol, W. J., Litan, R. E. & Schramm, C. J. (2007). Good capitalism, bad capitalism, and

the economics of growth and prosperity. New Haven y London: Yale University Press.

Béchar, J. P. & Grégoire, D. (2005). Entrepreneurship education research revisited: The case of higher education. *Academy of Management Learning and Education*, 4(1), 22-49.

Bergmann, H. & Sternberg, R. (2007). The changing face of entrepreneurship in Germany. *Small Business Economics*, 28(2), 205-221.

Bosma, N. S., Jones, K., Autio, E. & Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007: Executive report*. London, U.K.: London Business School y Babson Park, MA: Babson College. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org/download/1254179617902/GEM_2007_Executive_Report.pdf>.

Bosma, N. S. & Schutjens, V. A. J. M. (2009). Mapping entrepreneurial activity and entrepreneurial attitudes in European regions. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7 (2), forthcoming. Recuperado de <<http://www.supdeco-montpellier.com/fileadmin/cerom/img/iecer/Bosma.pdf>>.

Bygrave, W. D. & Quill, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor 2006: Financing report*. London, U.K.: London Business School y Babson Park, MA: Babson College. Recuperado de <<http://www.gemconsortium.org/download/1257872656984/GEM%20Financing%20Report%20071007.pdf>>.

Cantillon, R. (1755/1959). *Essai sur la Nature du Commerce in Général (Essay on the nature of trade in general)*. Henry Higgs (Ed. and trans). *Library of Economics and Liberty*. Recuperado de <<http://www.econlib.org/library/NPDBooks/Cantillon/cntNT.html>>.

Carree, M. A. & Thurik, R. A. (2003). The impact of entrepreneurship on economic

growth. En Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research* (437-471). Boston: Kluwer Academic Publishers. Recuperado de <<http://people.few.eur.nl/thurik/Research/Books/Thurikf.pdf>>.

Carree, M. A., van Stel, A. J., Thurik, A. R. & Wennekers, A. R. M. (2002). Economic development and business ownership: An analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996. *Small Business Economics*, 19, 271-290.

Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 405-426.

Davidsson, P. (2004). *Researching entrepreneurship*. New York: Springer.

Davidsson, P. & Wiklund, J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic Psychology*, 18(2), 179-199.

DeTienne, D. & Chandler, G. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical test. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 242-257.

Easterly, W. (2001). The lost decade: Developing countries' stagnation in spite of policy reform 1980-1998. *Journal of Economic Growth*, 6, 135.

Fiet, J. O. & Patel, P. C. (2008). Entrepreneurial discovery as sustained, systematic search. *Small Business Economics*, 30, 215-229. Recuperado de <<http://springerlink.com/content/26v2h9581075x407/fulltext.pdf>>.

Gartner, W. B. (1985). A framework for describing and classifying the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.

- Godin, K., Clemens, J. & Veldhuis, N. (2008). Measuring entrepreneurship: Conceptual frameworks and empirical indicators. *Studies in Entrepreneurship and Markets*, 7 (Fraser Institute). Recuperado de <http://www.fraserinstitute.org/commerce.web/product_files/MeasuringEntrepreneurship2008.pdf>.
- Gries, T. & Naude, W. (2008). Entrepreneurship and structural economic transformation. UNU-Wider Research Papers. Helsinki. Recuperado de <http://www.wider.unu.edu/publications/working-papers/research-papers/2008/en_GB/rp2008-62/_files/79546569387278427/default/rp2008-62.pdf>.
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small Business Economics*, 21, 51-61. Recuperado de <http://www.sba.gov/ADVO/stats/bh_sbeo3.pdf>.
- Henrekson, M. (2005). Entrepreneurship: A weak link in the welfare state? *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 437-467. Recuperado de <<http://swopec.hhs.se/hastef/papers/hastef0518.pdf>>.
- Hills, G. E. & Singh, R. P. (2004). Opportunity recognition. En W. B. Gartner, K. G. Shaver, N. M. Carter & P. D. Reynolds (Eds.), *Handbook of entrepreneurial dynamics: The process of business creation*. London: Sage Publications.
- Hirooka, M. (2003). Nonlinear dynamism of innovation and business cycles. *Journal of Evolutionary Economics*, 13, 549-576.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258-273.
- Jorgenson, D. W. (2001). Information technology and the U.S. economy. *American Economic Review*, 91 (1), 1-32.
- Kihlstrom, R. E. & Laffont, J. J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87, 719-749.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Klapper, L. F., Amit, R. H., Guillen, M. F. & Quesada, J. M. (2007). Entrepreneurship and firm formation across countries. World Bank Policy Research Working Paper Series N.º 4313. Recuperado de <<http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/4313.pdf?abstractid=1007152&mirid=1>>.
- Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics*, 31, 21-37. Recuperado de <<http://publishing.eur.nl/ir/repub/asset/9730/ERS-2007-024-ORG.pdf>>.
- Levie, J. & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263. Recuperado de <<http://springerlink.com/content/xr662128q11u8805/fulltext.pdf>>.
- Lewis, W. A. (1954). Economic development with unlimited supply of labour. *The Manchester School*, 22(2), 139-191. Recuperado de <http://www.globelicsacademy.net/2008/2008_lectures/lewis%20unlimited%20labor%20supply%201954.pdf>.
- Lucas, R. E. Jr. (1978). On the size distribution of business firms. *Bell Journal of Economics*, 9, 508-523.
- Marshall, A. (1890/1920). *Principles of economics*. Library of Economics and Liberty. Recuperado de <<http://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html>>.
- Mason, C. & Harrison, R. (2006). After the exit: Acquisitions, entrepreneurial recycling and regional economic development. *Regional Policy*, 40(1), 55-73.

- OECD (2003). Science, technology and industry scoreboard. París: OECD.
- Parker, S. C. (2004). The economics of selfemployment and entrepreneurship. Cambridge:Cambridge University Press.
- Peterman, N. & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28, 129-144.
- Porter, M. E., Sachs, J. J. & McArthur, J. (2002). Executive summary: Competitiveness and stages of economic development. En M. Porter, J. P. Sachs, K. Cornelius, J. W. McArthur & K. Schwab (Eds.), *The Global Competitiveness Report 2001-2002* (16-25). New York: Oxford University Press. Recuperado de <http://www.weforum.org/pdf/Gcr/GCR_01_02_Executive_Summary.pdf>.
- Porter, M. E. & Schwab, K. (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009*. Ginebra: World Economic Forum. Recuperado de <<http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf>>.
- Reynolds, P. D., Bosma, N. S., 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.
- Robinson, C., O'Leary, B. & Rincon, A. (2006). Business start-ups, closures and economic churn: A review of the Literature. Final report prepared for the Small Business Service, 23 August. London: National Institute of Economic and Social Research. Recuperado de <<http://www.berr.gov.uk/files/file42056.doc>>.
- Schramm, C. J. (2006). *The entrepreneurial imperative*. New York: Harper Collins.
- Schramm, C. J. (2008). Economic fluidity: A crucial dimension of economic freedom. En K. R. Holmes, E. J. Feulner & M. A. O'Grady (Eds.), *2008 index of economic freedom* (15-22). Washington, D.C.: The Heritage Foundation, New York: Wall Street Journal.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper and Row. Recuperado de <<http://www.questia.com/PM.qst?a=o&d=103482818>>.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Aldershot, UK: Edward Elgar.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Storey, D. J. (1991). The birth of new firms: Does unemployment matter? A Review of the evidence. *Small Business Economics*, 3(3), 167-178.
- Thurik, A. R., Carree, M. A., van Stel, A. & Audretsch, D. B. (2008). Does Self-Employment Reduce Unemployment? *Journal of Business Venturing*, 23(6), 673-686. Recuperado de <http://zs.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRFileNodeServlet/jportal_derivate_00162843/wp_2007_089.pdf>.
- Wennekers, A. R. M. & Thurik, A. R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-55.
- Wennekers, A. R. M., van Stel, A., Thurik, A. R. & Reynolds, P.D. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309. Recuperado de <<ftp://papers.mpiew-jena.mpg.de/egp/discussionpapers/2005-14.pdf>>.

APÉNDICES

Apéndice 1. Glosario sobre los principales indicadores y otra terminología en el GEM 2008

INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Actitudes y percepciones emprendedoras	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad (se excluyen aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que percibe buenas oportunidades para iniciar una empresa o negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad (se excluyen aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora) 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 (se excluyen aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que tiene intenciones de iniciar un negocio dentro de los próximos tres años.
Miedo al fracaso	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad (se excluyen aquellos individuos involucrados en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que ha percibido oportunidades pero manifiesta que el miedo al fracaso lo disuadiría de constituir una empresa.
Emprendimiento como una elección de carrera deseable	Porcentaje de la población 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 ven con frecuencia historias sobre nuevos

INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Actitudes y percepciones emprendedoras	
Actividad emprendedora Índice de emprendedores nacientes	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que actualmente se encuentran involucrados activamente en la puesta en marcha de un negocio del cual serán dueños o copropietarios, y no han pagado sueldos, salarios o cualquier otra retribución por más de 3 meses.
Índice de emprendedores nuevos	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que actualmente son dueños de un nuevo negocio, es decir, poseen y gestionan un negocio en marcha que ha pagado sueldos, salarios o cualquier otra retribución por un periodo comprendido entre los 3 y los 42 meses.
Índice de actividad emprendedora en etapa inicial (TEA, por sus siglas en inglés)	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que son emprendedores nacientes o emprendedores 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 actualmente son propietarios-gerentes de un negocio establecido; es decir, poseen y gestionan un negocio en marcha que ha pagado salarios, sueldos o cualquier otra forma de retribución por más de 42 meses.
Índice de actividad emprendedora total	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que están actualmente involucrados en actividades emprendedoras en etapas iniciales o son propietarios-gerentes de un negocio establecido (de acuerdo con lo definido anteriormente).
Índice de discontinuación de la actividad emprendedora	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años de edad que han discontinuado o cerrado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea que lo vendieron o clausuraron, o discontinuaron su relación de propietarios-gerentes con el negocio. Nota: NO es una medida de fracasos de negocios.
Actividad emprendedora motivada por oportunidad: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapa inicial (de acuerdo con lo definido anteriormente) que emprenden porque: a) siguen una oportunidad de negocio más que porque no haya otra opción de trabajo y b) quieren ser independientes, o incrementar su nivel de ingresos, no solo mantenerlo.

INDICADORES	DESCRIPCIÓN
Aspiraciones emprendedoras	
Actividad emprendedora en etapa inicial con expectativa de alto crecimiento (HAE, por sus siglas en inglés)	Porcentaje de emprendedores, entre 18 y 64 años de edad, nacientes o nuevos (de acuerdo con lo definido anteriormente) y que esperan crear al menos 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora en etapa inicial con expectativa de alto crecimiento: indicador relativo	Porcentaje de los emprendedores en etapa inicial (de acuerdo con lo definido anteriormente) que esperan crear al menos 20 puestos de trabajo en los próximos 5 años.
Actividad emprendedora en etapa inicial orientada a nuevos productos o mercados: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores en etapa inicial (de acuerdo con lo definido anteriormente) que indican que su producto o servicio es nuevo para por lo menos algunos de sus clientes y que no lo ofrecen muchas empresas.
Actividad emprendedora en etapa inicial en sectores tecnológicos: indicador relativo	Porcentaje de emprendedores en etapa inicial (de acuerdo con lo definido anteriormente) con actividad en los sectores de "medio alta" o "alta tecnología", de acuerdo con la clasificación de la OECD (2003).

Apéndice 2. Definiciones y orígenes de las medidas utilizadas en la construcción de los subíndices del GEI
(Adaptado de Acs, Z. A. y Szerb, L., 2008)

Subíndice de Actitudes Emprendedoras

OPPORTINNOV. Esta es una medida de la percepción de oportunidades potenciales de negocio. Está compuesta por el porcentaje de la población que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses (tomado de la Encuesta a la Población Adulta, GEM), multiplicado por una medida de la innovación tomada del Índice de Competitividad Global elaborado por el Foro Económico Mundial. La medida de innovación controla la calidad de las instituciones que facilitan la innovación en un país.

SKILEDUC. Esta es una medida de autopercepción de habilidades para la puesta en marcha de un negocio. Es el porcentaje de la población que percibe que tiene las habilidades, los conocimientos y la experiencia para iniciar un negocio (tomado de la Encuesta a la Población Adulta, GEM), multiplicado por el porcentaje de la población matriculada en educación postsecundaria en el país (tomado de las estadísticas del Banco Mundial). Refleja el nivel de conocimientos generales, así como el nivel de percepción de habilidades relacionadas con empezar un negocio.

NONFEARFREE. Mide el miedo al fracaso. Está compuesta por el porcentaje de la población que no está de acuerdo en que el miedo al fracaso les impide iniciar un negocio (tomado de la Encuesta a la Población Adulta, GEM), multiplicado por el Índice de Libertad Económica IEF). El IEF considera cuán favorable es el entorno para los negocios en general.

KNOWNET. Es una medida de la creación de redes. Es el porcentaje de la población que conoce a alguien que inició un negocio en los dos últimos años (tomado de la Encuesta a la Población Adulta, GEM), multiplicado por el Network Readiness Index del Foro

Económico Mundial. Se trata de dos medidas diferentes del potencial de creación de redes que se refuerzan mutuamente.

CARSTATCOR. Mide el nivel de aceptación del emprendimiento productivo como opción de carrera. Multiplica el índice de Percepción de Corrupción (desarrollado por Transparencia Internacional) por el porcentaje de la población que está de acuerdo en que abrir un negocio es una buena elección de carrera (tomado de la Encuesta a la Población Adulta, GEM).

Subíndice de Actividad Emprendedora

TEADOINGBUS. Este es el índice TEA (emprendedores nacientes y propietarios de nuevos negocios (Encuesta a la Población Adulta del GEM) multiplicado por el valor normalizado del índice de Facilidad Para Hacer Negocios, tomado del sitio Web Doing Business del Banco Mundial. Se podría pensar en él como el TEA corregido por la influencia de las regulaciones gubernamentales.

TEAEDUCHUM. Es el porcentaje de empresarios de negocios establecidos con un mínimo de educación superior, multiplicado por el Índice de Desarrollo Humano del país. Se trata de la proporción de emprendedores bien preparados y busca medir la disponibilidad de capital humano educado en el país.

OPPERCGLOB. Mide el porcentaje del emprendimiento por oportunidad dentro del índice TEA y lo multiplica por el Índice de Globalización KOF (elaborado por el Swiss Institute for Business Cycle Research). Se trata de calcular la calidad del emprendimiento, en la medida en que el país se ha integrado a la globalización.

CHURNRISK. Se trata del TEA, menos el porcentaje de la población que ha descontinuado un negocio en el último año, dividido por el total de negocios nuevos y establecidos en la población. Esta medida de la rotación de negocios en un país es ponderada por la tasa de Riesgo País de

Coface, que es una medida del clima financiero y macroeconómico de un país y estima la presión competitiva de las empresas recién creadas sobre las empresas ya existentes en una economía.

Subíndice de Aspiraciones Emprendedoras

NEWPRODCOMP. Es una estimación de la innovación de productos por los emprendedores. Es el porcentaje de empresas (dentro del TEA) cuyo producto es nuevo para por lo menos algunos clientes, multiplicado por el porcentaje de empresas (dentro del TEA) que no tienen muchos competidores que ofrecen el mismo producto.

TECHGERD. Es una estimación de la innovación tecnológica por los emprendedores. Es el porcentaje de empresas (dentro del TEA) que tienen al menos 5 años de antigüedad, multiplicado por el Gasto Interno Bruto en I + D (el porcentaje de I + D en el PIB, tomado de las estimaciones de la Unesco). Mide la proporción de la innovación tecnológica frente a la adopción de tecnologías en un país.

HGROWTHSTRAT. Es el porcentaje de negocios de alto crecimiento (negocios con expectativa de emplear a 10 o más personas y/o con más de 50% en crecimiento en empleos, para los próximos 5 años), multiplicado por una medida de sofisticación de la estrategia de los negocios tomada del Índice de Competitividad Global elaborado por el Foro Económico Mundial. Se trata de una medida de la expectativa de alto crecimiento para estimar el nivel general de sofisticación de las estrategias de negocio en un país.

INTERNAC. Es una estimación de la capacidad tecnológica. Está compuesto por el porcentaje de empresas que exportan por lo menos el 1% de su producción, multiplicado por el porcentaje de empresas que están en el sector de media o alta tecnología (ambos tomados de la Encuesta a la Población Adulta, GEM).

FINANCE. Una medida de la disponibilidad de capital de riesgo formal e informal en un país. Es una combinación de la estimación de la disponibilidad de capital de riesgo, extraído del Índice de Competitividad Global, y el porcentaje de inversores informales en la población, tomado de la Encuesta a la Población Adulta del GEM (estos estimados son normalizados luego de ser promediados), multiplicado por el monto promedio de inversión informal (tomado de la Encuesta a la Población Adulta, GEM).

Referencias de los datos no proporcionados por el GEM

Tasa de Riesgo País de Coface:

<www.trading-safely.com>.

Índice de Globalización KOF:

<<http://globalization.kof.ethz.ch/>>.

Doing Business (Banco Mundial):

<<http://www.doingbusiness.org/>>.

Educación postsecundaria (Banco Mundial):

<<http://www.worldbank.org/>>.

Índice de Competitividad Global (World Economic Forum):

<<http://www.weforum.org/>>.

Índice de Desarrollo Humano (Naciones Unidas):

<<http://hdr.undp.org/en/statistics/>>.

Gasto Interno Bruto en I + D (Unesco):

<<http://www.uis.unesco.org/>>.

Índice de Libertad Económica (Heritage Foundation):

<<http://www.heritage.org/index/>>.

Índice de Percepción de la Corrupción (Transparencia Internacional):

<http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi>.

Apéndice 3. Descripción de las Condiciones Específicas del Contexto Emprendedor (EFC, Entrepreneurial Framework Conditions) en el GEM 2008

Apoyo financiero / Financial support (EFC1)

Esta condición 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 ONG; así como la coordinación entre ellos. En algunos casos este acceso al financiamiento tiene características especiales relacionadas con los tipos de empresas (pequeñas, medianas o microempresas), 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 solamente a algún grupo minoritario o específico de negocio.

Políticas gubernamentales / Government policies (EFC2)

Esta condición se refiere a las políticas del Estado y la forma cómo afectan a la actividad emprendedora en el país. Puede comprender desde políticas hasta 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. También el manejo migratorio, el tratamiento a empresarios extranjeros y el fomento de la inversión extranjera.

Programas de gobierno / Government programs (EFC3)

Esta condición 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.

Educación y capacitación / Education and training (EFC4)

Esta condición 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 incluye el análisis de la capacidad de los profesores e instructores en estos temas, su formación, su experiencia y la metodología utilizada. El análisis debe incluir educación primaria, secundaria, superior y de posgrado (MBA y otros).

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

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

Acceso a la infraestructura profesional y comercial / Access to Commercial & professional infrastructure (EFC6)

Esta condición se refiere al nivel de infraestructura de soporte para los emprendedores, desde 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 la calidad de estos servicios de soporte.

Apertura del mercado / Market openness (EFC7)

Esta condición se refiere a los efectos de las estructuras de mercado en la accesibilidad tanto de peruanos como de extranjeros a 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)

Esta condición 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 costos relacionados con el alquiler de espacios físicos y oficinas, acceso a productos naturales y materias primas.

Normas culturales y sociales / Cultural and social norms (EFC9)

Esta condición se refiere a las actitudes frente al emprendimiento y el reconocimiento social que se otorga a los emprendedores en reconocimiento a 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 estas actividades. También comprende la conducta del mercado con relación a productos nacionales y extranjeros.

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Índice de figuras:

Figura 1. Modelo conceptual GEM revisado

Figura 2. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM

Índice de gráficos:

Gráfico 1. Actividad emprendedora en etapa inicial (TEA) por país, GEM 2008

Gráfico 2. Prevalencia de emprendedores establecidos, GEM 2008

Gráfico 3. Ratio índice de emprendedores establecidos/TEA, GEM 2008

Gráfico 4. Población involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora, GEM 2008

Gráfico 5. Tasa de discontinuación de negocios, GEM 2008

Gráfico 6. Continuidad de los negocios tras la salida del emprendedor, GEM 2008

Gráfico 7. Porcentaje de emprendedores que refieren una experiencia empresarial anterior, GEM 2008

Gráfico 8. Razones detrás de la discontinuación del negocio, GEM 2008

Gráfico 9. Razones detrás de la discontinuación del negocio, GEM Perú 2008

Gráfico 10. Ratio TEA oportunidad/TEA necesidad por país, GEM 2008

Gráfico 11. Motivaciones por necesidad y por oportunidad como porcentaje de la actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) y su relación con el PBI per cápita, GEM 2008

Gráfico 12. Motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad, GEM 2008

Gráfico 13. Distribución de la actividad emprendedora según sector y fase de desarrollo económico, GEM 2008

Gráfico 14. Distribución por actividades económicas de la actividad emprendedora en etapas iniciales, GEM Perú 2008

Gráfico 15. Distribución por actividades económicas de la actividad emprendedora en etapas iniciales, GEM 2008

Gráfico 16. Distribución por actividades económicas de las empresas establecidas, GEM Perú 2008

Gráfico 17. Distribución sectorial del ratio índice de emprendedores establecidos/TEA, GEM Perú 2008

Gráfico 18. Niveles promedio de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) entre 2001-2008 para los países con economías basadas en eficiencia y economías basadas en innovación, GEM 2008

Gráfico 19. Niveles promedio de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales impulsadas por la necesidad entre 2001-2008 para los países con economías basadas en eficiencia y economías basadas en innovación, GEM 2008

Gráfico 20. Relación entre Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) y PBI per cápita, GEM 2008

Gráfico 21. El Índice Global de Emprendimiento, GEM 2008

Gráfico 22. Relación entre el Índice Global de Emprendimiento y el Índice de Facilidad Para Hacer Negocios, el Índice de Libertad Económica y el Índice Global de Competitividad, GEM 2008

Gráfico 23. Subíndices del GEI, GEM 2008

Gráfico 24. TEA por género, GEM 2008

- Gráfico 25.** Ratio TEA femenino/TEA masculino por país, GEM 2008
- Gráfico 26.** Distribución por edad de emprendedores en etapas iniciales por grupo de países según desarrollo económico y para el Perú, GEM 2008
- Gráfico 27.** Distribución por edad de los emprendedores en etapas iniciales y los emprendedores establecidos, GEM Perú 2008
- Gráfico 28.** Nivel educativo de los emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos en el 2007 y 2008, GEM Perú 2008
- Gráfico 29.** Distribución por nivel de ingreso de emprendedores en etapa inicial en los años 2007 y 2008, GEM Perú 2008
- Gráfico 30.** Distribución por nivel de ingreso de emprendedores establecidos en los años 2007 y 2008, GEM Perú 2008
- Gráfico 31.** Distribución por monto de ingreso de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2008
- Gráfico 32.** Situación laboral en emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2008
- Gráfico 33.** Percepción de oportunidades para la puesta en marcha de un negocio, GEM 2001-2008
- Gráfico 34.** Miedo al fracaso entre quienes perciben buenas oportunidades de nuevos negocios, GEM 2001-2008
- Gráfico 35.** Percepción de conocimientos y habilidades para la puesta en marcha de un negocio, GEM 2001-2008
- Gráfico 36.** Intenciones de iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años, GEM 2002-2008
- Gráfico 37.** Percepciones hacia el emprendimiento, según condición del emprendedor, GEM Perú 2008
- Gráfico 38.** Actitudes hacia el emprendimiento según la condición del emprendedor, GEM Perú 2008
- Gráfico 39.** Opinión de los expertos GEM sobre la percepción de oportunidades de negocio en el Perú, GEM Perú 2008
- Gráfico 40.** Opinión de los expertos GEM sobre la capacidad del emprendedor para iniciar y gestionar un negocio en el Perú, GEM Perú 2008
- Gráfico 41.** Opinión de los expertos GEM sobre la valoración del emprendedor por la sociedad en el Perú, GEM Perú 2008
- Gráfico 42.** Emprendimiento en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento (HEA), GEM 2002-2008
- Gráfico 43.** Anatomía del emprendimiento con expectativas de alto crecimiento en etapas iniciales (HEA) como porcentajes en TEA, GM 2002-2008
- Gráfico 44.** Número de empleos generados por los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de empresas establecidas, GEM Perú, 2008
- Gráfico 45.** Número de empleos que se esperan crear para los próximos 5 años por los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de empresas establecidas, GEM Perú, 2008
- Gráfico 46.** Opinión de los expertos GEM sobre el soporte para el emprendimiento de alto crecimiento en el Perú, GEM Perú 2008
- Gráfico 47.** Opinión de los expertos GEM sobre el soporte para el emprendimiento de alto crecimiento, GEM 2008
- Gráfico 48.** Porcentaje de actividad emprendedora en etapas iniciales con combinación de nuevos productos y mercados, GEM 2002-2008
- Gráfico 49.** ¿Qué tan novedoso es el producto o servicio para sus clientes? GEM Perú 2008

- Gráfico 50.** ¿Cuántos negocios ofrecen los mismos productos o servicios a sus clientes? GEM Perú 2008
- Gráfico 51.** Actividad emprendedora en etapas iniciales con combinación de nuevos productos y mercados, GEM Perú 2008
- Gráfico 52.** Porcentajes de actividad emprendedora en etapas iniciales en sectores de tecnología, GEM 2002–2008
- Gráfico 53.** ¿Qué tan nueva es la tecnología y los procesos utilizados en su empresa? GEM Perú 2008
- Gráfico 54.** Porcentajes de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos según nivel de tecnología del sector
- Gráfico 55.** Índice de expansión de mercado, GEM Perú 2008
- Gráfico 56.** Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología por parte de las empresas, GEM 2008
- Gráfico 57.** Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología por parte de los consumidores, GEM 2008
- Gráfico 58.** Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología en el Perú, GEM Perú 2008
- Gráfico 59.** Actividad emprendedora femenina en etapa inicial (TEA) por país, GEM 2008
- Gráfico 60.** Ratio TEA femenino/TEA masculino por país, GEM 2008
- Gráfico 61.** TEA por oportunidad y TEA por necesidad por país, GEM 2008
- Gráfico 62.** Ratio TEA femenino por oportunidad/TEA femenino por necesidad por país, GEM 2008
- Gráfico 63.** Motivaciones detrás del emprendimiento femenino por oportunidad, GEM Perú 2008
- Gráfico 64.** Distribución por sectores de los emprendimientos en etapa inicial según género, GEM Perú 2008
- Gráfico 65.** Distribución por actividades según género de los emprendimientos en etapa inicial, GEM Perú 2008
- Gráfico 66.** Distribución según género de personas involucradas en el proceso emprendedor, GEM Perú 2008
- Gráfico 67.** Distribución según género de las razones más frecuentes para la discontinuación del negocio, GEM Perú 2008
- Gráfico 68.** Edad de la mujer emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2008
- Gráfico 69.** Porcentaje de emprendedoras sobre el total de mujeres según grupo etario, GEM Perú 2008
- Gráfico 70.** Nivel educativo de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2008
- Gráfico 71.** Porcentaje de emprendedoras sobre el total de mujeres según nivel educativo, GEM Perú 2008
- Gráfico 72.** Nivel de ingreso de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2008
- Gráfico 73.** Porcentaje de emprendedoras en etapa inicial sobre el total de mujeres según nivel socioeconómico, GEM Perú 2008
- Gráfico 74.** Situación laboral de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2008
- Gráfico 75.** Porcentaje de emprendedoras en etapa inicial sobre el total de mujeres según situación laboral, GEM Perú 2008
- Gráfico 76.** Número de empleos generados por los emprendedores en etapas iniciales según género, GEM Perú, 2008
- Gráfico 77.** Número de empleos que se esperan crear para los próximos 5 años por los emprendedores en etapas iniciales según género, GEM Perú, 2008
- Gráfico 78.** ¿Cuán novedosos son los productos para sus clientes? Distribución por género, GEM Perú 2008

- Gráfico 79.** ¿Cuántos negocios ofrecen el mismo producto o servicio? Distribución por género, GEM Perú 2008
- Gráfico 80.** Actividad emprendedora en etapas iniciales por género con combinación de nuevos productos y mercados, GEM Perú 2008
- Gráfico 81.** ¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos utilizados en su empresa? Distribución por género, GEM Perú 2008
- Gráfico 82.** Índice de expansión de mercado de los emprendimientos según género, GEM Perú 2008
- Gráfico 83.** Percepciones hacia el emprendimiento, según género, GEM Perú 2008
- Gráfico 84.** Percepciones hacia el emprendimiento de las emprendedoras peruanas según su condición en el proceso emprendedor, GEM Perú 2008
- Gráfico 85.** Actitudes hacia el emprendimiento según género, GEM Perú 2008
- Gráfico 86.** Percepciones hacia el emprendimiento de las emprendedoras peruanas según su condición en el proceso emprendedor, GEM Perú 2008
- Gráfico 87.** Valoración de los expertos respecto del apoyo institucional a la mujer, GEM Perú 2006-2008
- Gráfico 88.** Apoyo institucional a la mujer por país, GEM 2008
- Gráfico 89.** Expectativa sobre la recuperación de la inversión dentro de los 10 próximos años, GEM Perú 2008
- Gráfico 90.** Porcentaje de inversores informales activos por país, GEM 2008
- Gráfico 91.** Beneficiarios de la inversión informal, GEM Perú 2008
- Gráfico 92.** Retorno esperado por el inversor informal dentro de los próximos 10 años, GEM Perú 2008
- Gráfico 93.** Opinión de los expertos sobre las EFC, GEM Perú 2008
- Gráfico 94.** Opinión de los expertos sobre el entorno financiero relacionado al emprendimiento, GEM Perú 2008
- Gráfico 95.** Valoración de los expertos sobre el entorno financiero relacionado al emprendimiento, GEM 2008
- Gráfico 96.** Opinión de los expertos sobre políticas gubernamentales concretas, prioridades y apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2008
- Gráfico 97.** Valoración de los expertos sobre políticas gubernamentales concretas, prioridades y apoyo al emprendimiento, GEM 2008
- Gráfico 98.** Opinión de los expertos sobre burocracia e impuestos y tasas, GEM Perú 2008
- Gráfico 99.** Valoración de los expertos sobre burocracia e impuestos y tasas, GEM 2008
- Gráfico 100.** Opinión de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2008
- Gráfico 101.** Valoración de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM 2008
- Gráfico 102.** Opinión de los expertos sobre educación emprendedora en los niveles primario y secundario, GEM Perú 2008
- Gráfico 103.** Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en los niveles primario y secundario, GEM 2008
- Gráfico 104.** Opinión de los expertos sobre educación emprendedora en el nivel postsecundario, GEM Perú 2008
- Gráfico 105.** Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en el nivel postsecundario, GEM Perú 2008
- Gráfico 106.** Opinión de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM Perú 2008
- Gráfico 107.** Valoración de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM 2008

- Gráfico 108.** Opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura profesional y comercial, GEM Perú 2008
- Gráfico 109.** Valoración de los expertos sobre el acceso a infraestructura profesional y comercial, GEM 2008
- Gráfico 110.** Opinión de los expertos sobre la apertura del mercado interno, GEM Perú 2008
- Gráfico 111.** Valoración de los expertos sobre el dinamismo del mercado interno, GEM 2008
- Gráfico 112.** Valoración de los expertos sobre barreras de entrada al mercado interno, GEM 2008
- Gráfico 113.** Opinión de los expertos sobre acceso a la infraestructura física, GEM Perú 2008
- Gráfico 114.** Valoración de los expertos sobre acceso a la infraestructura física, GEM 2008
- Gráfico 115.** Opinión de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM Perú 2008
- Gráfico 116.** Valoración de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM 2008
- Gráfico 117.** Opinión de los expertos sobre los derechos de propiedad intelectual, GEM Perú 2008
- Gráfico 118.** Valoración de los expertos sobre los derechos de propiedad intelectual, GEM 2008
- Gráfico 119.** Porcentaje de los expertos que opinaron acerca de las condiciones específicas del entorno que apoyan la actividad emprendedora, GEM Perú 2008
- Gráfico 120.** Opiniones de los expertos acerca de las condiciones específicas del entorno que limitan la actividad emprendedora, GEM Perú 2008
- Gráfico 121.** Recomendaciones de los expertos acerca de medidas necesarias para fomentar la actividad emprendedora, GEM Perú 2008
- Gráfico 122.** Porcentaje de adultos entre 18 y 64 años que se capacitaron con el uso de Internet para la puesta en marcha de un negocio

Índice de tablas:

- Tabla 1.** Países participantes del GEM 2008 según la fase de desarrollo económico en que se encuentran
- Tabla 2.** Población adulta estimada en el 2008 que se encuentra involucrada en actividades emprendedoras en fases iniciales, Perú GEM 2008
- Tabla 3.** Prevalencia (en %) de actividad emprendedora y de dueños de negocios por país según fase de desarrollo económico, GEM 2008
- Tabla 4.** El Índice Global de Emprendimiento y sus subíndices para los países participantes del GEM entre el 2003 y 2008, GEM 2008
- Tabla 5.** Coeficientes de correlación entre el GEI y los otros índices del “diamante del desarrollo”, GEM 2008
- Tabla 6.** Indicadores componentes de los subíndices Actitudes, Actividad y Aspiraciones, del Índice Global de Emprendimiento, GEM Perú 2008
- Tabla 7.** Estadística descriptiva respecto de la edad de los emprendedores en etapas iniciales y de los emprendedores establecidos
- Tabla 8.** Percepciones y actitudes emprendedoras en los 43 países GEM 2008, según fase de desarrollo económico
- Tabla 9.** Inversión realizada por emprendimiento y por emprendedor, GEM Perú 2008. 105
- Tabla 10.** Inversión informal, GEM Perú 2008

Tabla 11. Condiciones del entorno que afectan la actividad emprendedora

Tabla 12. Porcentaje de población adulta entre los 18 y 64 años de edad que ha recibido alguna capacitación para comenzar sus negocios durante o después de la etapa escolar, de forma voluntaria u obligatoria, según grupo de países, GEM 2008

Tabla 13. Porcentaje de población adulta entre los 18 y 64 años de edad que ha recibido algún tipo de capacitación para iniciar su negocio posterior a la educación básica, según tipo de proveedor de capacitación

Tabla 14. Percepción de los expertos sobre la necesidad, la disponibilidad y la calidad de la educación emprendedora por país y por grupo de países, GEM 2008

Tabla 15. Percepciones sobre el emprendimiento como porcentaje de la población entre 18 y 64 años que no gestiona ni intenta poner un negocio, por tipo de capacitación en emprendimiento recibida y por tipo de país, GEM 2008

Tabla 16. Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que espera iniciar un negocio en los próximos 3 años o está involucrado en una actividad emprendedora en etapa inicial, por tipo de capacitación recibida y por tipo de país, GEM 2008

EQUIPOS NACIONALES GEM 2008

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Alemania	University of Hannover Institute of Labour Market Research, Nuremberg	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt Heiko Stüber	Institute of Labour Market Research, Nuremberg	INFAS
Angola	Universidade Católica de Angola (UCAN) Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI)	Alves da Rocha Salim Abdul Valimamade Augusto Medina Sara Medina Douglas Thompson Anders Hyttel João Medina	Banco de Fomento S.A.	Centro de Pesquisas, Sondagens e Estudos de Opinião (CENSOP - Dr. Bernardo Vieira)
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Leticia Arcucci Hector Rocha Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE Management and Business School, Universidad Austral Banco Santander Rio Subsecretaría de Desarrollo Económico, Ministerio de Desarrollo Económico - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires Prosperar, Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones	MORI Argentina
Bélgica	Vlerick Leuven Gent Management School	Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Flemisch Government, Steunpunt Ondernemen en Internationaal Ondernemen (STOIO)	TNS Dimarso
Bolivia	Maestrías para el Desarrollo - Universidad Católica Boliviana	Marco Antonio Fernandez Gover Barja Mario Avila	Fundación Nuevo Norte USAID/Bolivia Fundacion Avina Red Bolivia Emprendedora Fundación para la Producción	Cima Group/ Synovate
Bosnia y Herzegovina	Entrepreneurship Development Center from Tuzla in partnership with Tuzla University	Bahrija Umihanic Admir Nukovic Boris Curkovic Esmir Spahic Rasim Tulumovic Senad Fazlovic Sladjana Simic	Entrepreneurship Development Center Tuzla Government of Tuzla Canton City of Tuzla Government of Brcko District of Bosnia and Herzegovina	PULS BH d.o.o. Sarajevo
Brasil	IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade	Simara Maria S.S. Greco Paulo Alberto Bastos Junior Joana Paula Machado Rodrigo G.M. Silvestre Carlos Artur Krüger Passos Júlio César Felix Marcos Mueller Schlemm	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI / PR Serviço Social da Indústria - SESI / PR Universidade Positivo	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
Chile	Universidad del Desarrollo Universidad Adolfo Ibáñez	José Ernesto Amorós Massiel Guerra Miguel Carrillo Bárbara Harris	InnovaChile de Corfo	Opina S.A.
Equipos regionales: Antofagasta	Univ. Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional,	

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Coquimbo	Univ. Católica del Norte	Karla Soria	Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Juan Tapia Gertosio Jorge Cea Valencia	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
Bío-Bío	Univ. del Desarrollo	Olga Pizarro Stieповic José Ernesto Amorós	Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María	
Araucanía	Univ. de la Frontera –INCUBATEC	Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Bórquez Franklin Valdebenito Godoy Gerardo Lagos Wietsenfeld Pedro Araneda Reyes	El Mercurio de Valparaíso UDD-Facultad de Economía y Negocios. Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de La Frontera	
Colombia	Universidad de los Andes Universidad ICESI Universidad del Norte Pontificia Universidad Javeriana Cali	Rafael Vesga Lina Devis Rodrigo Varela Luis Miguel Alvarez Liyis Gomez Fernando Pereira Raúl Quiroga Alberto Arias	SENA Comfenalco Valle	Centro Nacional de Consultoría
Croacia	J.J. Strossmayer University in Osijek	Slavica Singer Natasa Sarlija Sanja Pfeifer Djula Borozan Suncica Oberman Peterka	Ministry of Economy, Labour and Entrepreneurship SME Policy Centre - CEPOR, Zagreb J.J. Strossmayer University in Osijek - Faculty of Economics, Osijek	Puls, d.o.o., Zagreb
Dinamarca	University of Southern Denmark	Thomas Schøtt Torben Bager Hannes Ottosson Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Majbritt Rostgaard Evald Suna Sørensen	International Danish Entrepreneurship Academy (IDEA)	Institute for Business Cycle Analysis
Ecuador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo Edgar Izquierdo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
Egipto	The British University in Egypt (BUE) Egyptian Junior Business Association (EJB)	David Kirby Nagwa Ibrahim Hala Hattab Amr Gohar Ahmed Nafie	Industrial Modernization Center, Ministry of Trade & Industry ACNielsen	ACNielsen
Eslovenia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Smart Com Finance - Slovenian Business Daily	RM PLUS

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
España Regional Teams: Andalucía Asturias Aragón Islas Canarias. Cantabria Castilla La Mancha Castilla y León Cataluña C. Valenciana Extremadura Galicia Madrid Murcia Navarra País Vasco Ceuta y Melilla	Instituto de Empresa Regional Universities: Cádiz Oviedo Univ. de Zaragoza Las Palmas & La Laguna Univ. De Cantabria Castilla La Mancha León Autónoma de Barcelona Miguel Hernández Fundación Xavier de Salas Santiago de Compostela Autónoma de Madrid Univ. de Murcia Pública de Navarra Deusto & País Vasco Univ. de Granada & Escuela de Negocios de Andalucía	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Isabel Gonzalez Cristina Cruz Rachida Justo Regional Team Directors: José Ruiz Navarro Juan Ventura Victoria Lucio Fuentelsaz Rosa M. Batista Canino Fco. Javier Martínez Miguel Ángel Galindo Martín Mariano Nieto Antolín Carlos Guallarte José M ^o Gómez Gras Ricardo Hernández Mogollón J. Alberto Díez de Castro Eduardo Bueno Campos Antonio Aragón Sánchez Iñaki Mas Erice Iñaki Peña Legazkue Lázaro Rodríguez Ariza María del Mar Fuentes	DGPYMES Fundación Cultural Banesto Fundación Incyde IE Business School Junta de Andalucía Gov. del Principado de Asturias Gov. de Aragón Gov. de Canarias, Cabildo Fondo Social Europeo Gov. de Cantabria Centros de Innovación Europeos (Navarra, Murcia, C. y León) Generalitat de Catalunya Air Nostrum, CEG, BIC Galicia Junta de Extremadura Fundación Caja Murcia Eusko Ikaskuntza Instituto Vasco de Competitividad Universidad de Granada and many others	Instituto Opinòmetre S.L.
Estados Unidos	Babson College Baruch College, City University of New York SMU - Cox School of Business	I.Elaine Allen William D. Bygrave Marcia Cole Monica Dean Ivory Phinisee Joseph Onochie Edward Rogoff Maria Minniti	Babson College Baruch College	Opinion Search
Finlandia	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Tommi Pukkinen Jarna Heinonen Pekka Stenholm Pia Arenius Erkko Autio	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education The European Union under the European Regional Development Fund and the European Social Fund Turku School of Economics	Taloustutkimus Oy
Francia	EMLYON Business School	Olivier Torres Danielle Rousson	Caisse des Depots	CSA
Grecia	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Stavros Ioannides Takis Politis Aggelos Tsakanikas Evaggelia Valavanioti	Hellenic Bank	Association Datapower SA
Hungría	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Zoltan J. Acs Attila Varga József Ulbert Siri Terjesen Péter Szirmai Gábor Kerékgyártó	Ministry for National Development and Economy University of Pécs, Faculty of Business and Economics Ohio University (USA)	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
India	Pearl School of Business, Gurgaon	Ashutosh Bhupatkar I.M. Pandey Janakiraman Moorthy Gour Saha	Pearl School of Business, Gurgaon	Metric Consultancy
Irán	University of Tehran	M .Ahamadpour Daryani Abbas Bazargan Nezameddin Faghieh Caro Lucas A. A. Moosavi-Movahedi A. Kord Naeij S. Mostafa Razavi Leyla Sarafraz Jahangir Yadollahi Farsi Mohammad Reza Zali	Ministry of Labour and Social Affairs	Dr. Mohammad Reza Zali
Irlanda	Dublin City University	Paula Fitzsimons Colm O'Gorman	Enterprise Ireland Forfás Allied Irish Bank	IFF
Islandia	RU Centre for Research on Innovation and Entrepreneurship (Reykjavik University)	Rögnvaldur Saemundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University Prime Minister's Office	Capacent Gallup
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	The Brandman Institute
Italia	Bocconi University	Guido Corbetta Alexandra Dawson	Ernst & Young Atradius Credit Insurance	Target Research
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Vanetta Skeete Claudette Williams-Myers Garth Kiddoe Girjanauth Boodraj Joan Lawla Louise Marcelle-Peart	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Koci Market Research and Data Mining Services
Japón	Keio University Musashi University Shobi University	Takehiko Isobe Noriyuki Takahashi Tsuneo Yahagi	Venture Enterprise Center Ministry of Economy, Trade and Industry	Social Survey Research Information Co., Ltd (SSRI)
Letonia	The TeliaSonera Institute at the Stockholm School of Economics Vyacheslav Dombrovsky in Riga	Olga Rastrigina	TeliaSonera AB	SKDS
Macedonia	University "Ss. Cyril and Methodius" - Business Start-Up Centre Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF)	Radmil Polenakovik Aleksandar Kurciev Bojan Jovanoski Tetjana Lazarevska Gligor Mihailovski Lazar Nedanoski	Macedonian Enterprise Development Foundation (MEDF) Austrian Development Agency Macedonian Agency for Promotion of Entrepreneurship	GfK Skopje
México	Tecnológico de Monterrey	Alejandro González Berenice Ramírez César Godínez	Tecnológico de Monterrey	Alduncin Y Asociados, SA de CV

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Noruega	Bodoe Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjoern Willy Aamo Erik Pedersen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway The Knowledge Fund, at Bodo Knowledge Park Ltd.	TNS Gallup
Países Bajos	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Kashifa Suddle André van Stel Niels Bosma Roy Thurik Ingrid Verheul	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus marktonderzoek bv
Perú	Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN	Jaime Serida Nishimura Liliana Uehara Uehara Keiko Nakamatsu Yonamine Jessica Alzamora Ruiz	Universidad ESAN	Imasen
República de Corea	Jinju National University	Sung-Sik Bahn Yong-Sam Lee Sanggu Seo Hyunsuk Lee Donna Kelley	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
República Dominicana	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Cecilia Pérez Maribel Justo Alina Bello José Rafael Pérez Tania Canaán	Grupo Vicini International Financial Centre of the Americas Consejo Nacional de Competitividad	Gallup República Dominicana
Rumania	Faculty of Economics and Business Administration, Babes-Bolyai University	Stefan Pete Lehel-Zoltán Györfy Ágnes Nagy Dumitru Mati László Szerb Liviu Ilie Coma Mircea Annamária Benyovszki Tünde Petra Petru Ana Eugenia Mati Mustată Răzvan Nagy Zsuzsánna-Ágnes	Pro Oeconomica Association Babes-Bolyai University, Faculty of Economics and Business Administration	Metro Media Transilvania
Rusia	Saint Petersburg Team: Graduate School of Management, Saint Petersburg Moscow Team : State University - Higher School of Economics, Moscow	Olga Verhovskaya Valery Katkalo Maria Dorokhina Alexander Chepurenko Olga Obraztsova Tatiana Alimova Maria Gabelko	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University State University - Higher School of Economics	O+K Marketing & Consulting Levada-Center
Serbia	The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Stevan Vasiljev Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province, Department for Economy	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Sudáfrica	University of Cape Town - Graduate School of Business	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew Tonia Overmeyer	Department of Trade and Industry Swiss South Africa Cooperation Initiative South African Breweries Standard Bank SEDA	Nielsen South Africa
Turquía	Yeditepe University	Nilüfer Egrican Esra Karadeniz	Endeavor, Turkey Country Office Akbank	Akademetre Research & Strategic Planning
Reino Unido	Hunter Center for Entrepreneurship, University of Strathclyde Economics & Strategy Group, Aston Business School, Aston University	Jonathan Levie Mark Hart	BERR Enterprise Directorate InvestNI Department of Enterprise, Trade and Investment (NI) Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde Scottish Enterprise Welsh Assembly Government One North East North West Development Agency Yorkshire Forward Advantage West Midlands East Midlands Development Agency South West of England Development Agency South East Development Agency Enterprise Insight Wessex Enterprise	IFF
Uruguay	Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM)	Leonardo Veiga Pablo Regent Fernando Borraz Alejandro Gaidana Adrián Edelman Cecilia Gomeza	IEEM Business School - Universidad de Montevideo	Mori, Uruguay
Equipo de Coordinación Global GEM	London Business School SMU - Cox School of Business Babson College Utrecht University IE Business School	Michael Hay Mark Quill Chris Aylett Jackline Odoch Mick Hancock Maria Minniti William D. Bygrave Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras	Universidad del Desarrollo Babson College	N/A



GEM Global Entrepreneurship Monitor
Perú 2008



ISBN: 978-9972-622-77-9