



## Resumen ejecutivo

En la actualidad, se hace cada vez más claro el papel clave que desempeña la actividad emprendedora en la generación de fuentes de empleo y el desarrollo de un país. Sin embargo, son pocas las iniciativas que buscan un entendimiento cabal sobre cómo apoyarla y hacerla crecer. El GEM (Global Entrepreneurship Monitor), estudio de alcance internacional liderado por la London Business School (Reino Unido) y el Babson College (Estados Unidos) es la mejor y más completa de ellas. Concebido en 1997 por un grupo de investigadores de dichas instituciones, este estudio reúne a los mejores especialistas en *entrepreneurship* del mundo con la finalidad de medir la actividad emprendedora y determinar su impacto sobre el crecimiento económico y el empleo en el ámbito mundial.

La investigación se focaliza principalmente en tres cuestiones:

- > ¿Varía la actividad emprendedora entre los países? Si es así, ¿en qué grado?
- > ¿Qué relación existe entre el nivel de actividad emprendedora y la tasa de crecimiento económico de un país?
- > ¿Qué hace “emprendedor” a un país?

Al abordar estos temas, el GEM busca fomentar el debate en torno a políticas públicas en el ámbito global, pues a pesar de que los 34 países participantes en esta edición difieren en muchos aspectos, todos enfrentan el mismo desafío de promover la actividad emprendedora para impulsar el crecimiento económico.

En cuanto al aspecto metodológico, la validez del modelo de esta investigación se sustenta en tres fuentes de información:

- > Una encuesta dirigida a la población adulta en general, que se efectúa a una muestra representativa de 2000 personas entre 18 y 64 años de edad a través de un cuestionario estandarizado (encuesta a la población adulta).
- > Entrevistas estructuradas a por lo menos 36 expertos en cada país.
- > Información pública, obtenida de una rigurosa selección de datos nacionales estandarizados.

Este año, el Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN participa en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de modo que por primera vez el Perú se encuentra entre los países incluidos en este estudio sin precedentes.

El presente informe consolida los principales hallazgos de la investigación tomando como eje el caso peruano y comparándolo con los demás países participantes en esta edición. A continuación se resumen dichos hallazgos.

### En el Perú hay más de 6 millones de emprendedores

Los resultados que presenta este informe respecto de la actividad emprendedora en nuestro país revelan que en el Perú existen aproximadamente 6 300 000 emprendedores. Un índice TEA (Actividad Emprendedora Total) de 40,3% así lo demuestra. Esto significa que, en promedio, cuatro de cada diez peruanos adultos, independientemente de la condición social, el sexo o la educación, están realizando algún tipo de actividad emprendedora. Esta evidencia posiciona al Perú como el país más emprendedor del mundo.

Lo resaltante de este hallazgo es que si bien nuestro país tiene grandes limitaciones económicas, la energía creadora y la necesidad de emprendimiento de la población es enorme y sobrepasa a la de la totalidad de países considerados en el estudio.

### El índice de actividad emprendedora difiere significativamente en el mundo

De los 784 millones de personas adultas (de 18 a 64 años) que pueblan los 34 países GEM analizados en el año 2004, en promedio el 9,3% (73 millones) son emprendedores. A pesar de que este resultado es muy positivo, un análisis comparativo del nivel de actividad emprendedora es más revelador aun, pues permite advertir que este índice difiere significativamente entre los países: desde el 40,3% del Perú hasta el 1,5% de Japón.

En el caso del Perú, este elevado índice se explica principalmente por:

- > Los altos niveles de desempleo y subempleo existentes en el país, lo que obliga a las personas a generar nuevos negocios como alternativa de subsistencia. En efecto, la demanda por profesionales, técnicos y mano de obra en general tanto por parte de la mediana y gran empresa como del sector público es muy inferior a la oferta laboral. Esta situación está obligando al peruano a incursionar en el campo empresarial.

> La convicción que los peruanos están desarrollando acerca de que su prosperidad depende fundamentalmente de sí mismos, pues el apoyo brindado por el gobierno es muy restringido.

Por otro lado, los bajos índices de actividad emprendedora observados en países como el Japón pueden explicarse por:

> Los aspectos socioculturales de la población, tradicionalmente orientada al empleo vitalicio en grandes empresas, por lo cual las grandes mayorías siguen carreras profesionales que les permiten acceder a trabajos dependientes y seguros.

> El alto estándar de vida y el bajo nivel de desempleo, a causa de lo cual la población se encuentra, en gran parte, satisfecha con sus opciones laborales.

Lo anterior muestra que al comparar la actividad emprendedora de los países debe tomarse en cuenta el contexto económico y sociocultural, único de cada país, de modo que las políticas de fomento al emprendimiento no serían generalizables sin un análisis profundo de las necesidades de desarrollo de cada país en particular.

### La región latinoamericana alcanza el mayor nivel de emprendimiento

Latinoamérica es considerada la región más emprendedora del planeta, pues alcanza un TEA de 16,6%, sobre todo por los resultados de Ecuador y Perú. Mientras tanto en Asia, la región con el TEA más bajo, sólo el 1,7% de las personas adultas se encuentran abriendo nuevos negocios. Esta gran diferencia reside en el hecho que la actividad emprendedora parece ser una característica estructural relacionada con la cultura, el sistema institucional y la situación macroeconómica coyuntural.

### La actividad emprendedora causa un fuerte impacto sobre el crecimiento económico y la generación de empleo de un país

Hay una elevada relación estadística entre la creación de nuevas empresas y el crecimiento económico. En efecto, el TEA guarda una relación no lineal en forma de U con el PBI per cápita, de modo que el índice TEA disminuye a medida que aumenta el PBI per cápita, hasta llegar a su punto más bajo cuando el PBI per cápita llega aproximadamente a los 30 mil dólares. Desde allí, el índice TEA se incrementa a medida que el PBI per cápita aumenta. Este hallazgo permite construir nueve grupos de países en función de similares

comportamientos en cuanto al TEA y al PBI per cápita; asimismo, pone de manifiesto la necesidad de considerar medidas de fomento emprendedor teniendo en cuenta las características socioculturales, así como el contexto y la necesidad individual de cada nación.

### Existen dos grandes tipos de emprendedores: emprendedores por oportunidad y emprendedores por necesidad

Otro de los hallazgos interesantes de este estudio es que no todas las personas emprenden nuevos negocios por los mismos motivos. En términos de sus motivaciones es posible identificar dos grandes categorías de emprendedores: a) los emprendedores por oportunidad, que son aquellos que libre y espontáneamente inician un negocio para aprovechar las oportunidades que proporciona el mercado y b) los emprendedores por necesidad, que establecen un negocio por falta de otra opción laboral, es decir, como estrategia de supervivencia.

En el ámbito global, 74% de las empresas se crean por oportunidad. En el Perú, dos de cada tres emprendedores manifestaron estar motivados por ello, vale decir, el 67% de las empresas se habrían creado para aprovechar las oportunidades del mercado. Esto contrasta con la opinión de los expertos consultados, quienes refieren que, a pesar de que las oportunidades de negocios se han incrementado, la mayoría de emprendimientos en el país son iniciados por necesidad, dado el elevado nivel de desempleo existente.

### En el Perú, el porcentaje de empresas nacientes es mayor que el de empresas nuevas

La actividad emprendedora considerada en el GEM comprende las empresas nacientes, aquellas con menos de tres meses de operación, y las empresas nuevas, las que llevan entre 3 y 42 meses operando.

Al respecto, la información obtenida en la investigación indica que el Perú es el cuarto país con el ratio empresas nacientes/empresas nuevas más alto, después de Francia, Croacia y Eslovenia.

En el caso peruano, este elevado ratio se explica por:

- > El incremento del número de empresas nacientes
  - Por un lado, la percepción de buenas oportunidades de mercado y la estabilidad económica aumentan la confianza para invertir en la creación de empresas.

- Por otro lado, el alto nivel de desempleo y, por consiguiente, la mayor necesidad de generación de autoempleo impulsan a los peruanos a generar emprendimientos.

> La disminución del número de empresas nuevas

Hay factores que limitan el crecimiento y consolidación de las empresas nacientes, tales como:

- La desacertada formulación y/o implementación de los proyectos emprendidos.
- Las características adversas del entorno.
- La falta de capacidad gerencial.

### En el Perú no sólo las empresas nacientes generan actividades de emprendimiento

Además de las empresas nacientes, el 26% de las empresas nuevas y el 3% de las empresas consolidadas (14% del conjunto de empresas nuevas y consolidadas) generarían actividades de emprendimiento. La importancia de la actividad emprendedora en estas empresas radica en la generación de empleo y en el mayor dinamismo que imprime al mercado, ya que se apunta a conseguir este crecimiento sobre la base de ideas innovadoras y de mejora de la competitividad.

### La mayoría de emprendedores peruanos desarrolla nuevos emprendimientos en el sector orientado al consumidor

Los emprendedores peruanos son más propensos a intervenir en el sector orientado al consumidor, específicamente en las actividades económicas relacionadas con el comercio minorista y los servicios de hotelería y restaurantes. Esta tendencia es más marcada en los emprendimientos motivados por necesidad. Por el contrario, las empresas creadas por oportunidad se dedican con mayor frecuencia al sector de servicios a empresas.

### La mayoría de empresas peruanas son innovadoras en su oferta

En el Perú, las empresas creadas por oportunidad son tan innovadoras en su oferta como las empresas creadas por necesidad. Esta característica se mide por la percepción de los empresarios acerca de: a) cuán novedosos pueden ser los productos o servicios ofrecidos para los clientes, b) qué tan nueva es la tecnología que emplean y c) si sus productos o servicios son únicos con escasa o nula competencia. El encontrar un mercado muy dinámico en cuanto a la innovación

significa también que lo novedoso deja de serlo en pocos meses.

### En el ámbito global, el Perú es el país con mayor participación de la mujer en la actividad emprendedora

El ratio TEA femenino/TEA masculino de 0,94 sustenta esta afirmación. Esto quiere decir que por cada hombre emprendedor hay prácticamente una mujer emprendedora. Además, la actividad de emprendimiento femenina en el Perú es mayor que en el resto de países.

En términos globales, los países con TEA altos y elevada participación masculina tendrán mayores probabilidades de tener un alto porcentaje de mujeres emprendedoras, aunque en términos relativos la presencia femenina guarda mayor relación con los emprendimientos por necesidad y con los sectores orientados al consumidor.

### El peruano emprendedor típico es relativamente joven y no cuenta con estudios superiores

El estudio GEM traza el perfil del emprendedor a partir de características demográficas básicas, pero también muestra el impacto de variables como la educación y el nivel de ingresos sobre la naturaleza de los emprendimientos desarrollados.

En el Perú, el emprendedor tiene una edad promedio de 32 años, no ha alcanzado a terminar la secundaria, se encuentra empleado, pero su nivel de ingresos personales es bajo, además cree que se quedará sin empleo en los próximos seis meses (siguientes a la entrevista). Todo ello sugiere que la creación de un negocio es un medio para autoemplearse y subsistir; es decir, el emprendedor en nuestro país es motivado por la necesidad. Este factor podría ser determinante para la sostenibilidad en el mediano y largo plazo de los emprendimientos en nuestro país.

### Habilidades, conocimientos y experiencia para poner en marcha una empresa en el Perú

El 77,7% de la población peruana refiere que tiene el conocimiento necesario para poner en marcha una empresa. En efecto, hay una fuerte relación entre la percepción positiva de la población sobre sus habilidades, su experiencia o los conocimientos necesarios para conducir una empresa y la generación de actividades emprendedoras. Los expertos, sin embargo, consideran que la población peruana no está pre-

parada para poner en marcha y administrar una empresa, opinión que parece corroborarse con el alto porcentaje de cierres empresariales que se producen en nuestro país y que evidencian la necesidad de capacitación y de asesoría que potencien el espíritu emprendedor de la población peruana.

### **Los emprendedores peruanos esperan recuperar rápidamente el monto invertido**

En el ámbito global, la inversión promedio para emprender un negocio es de 53 673 dólares, y los emprendedores asumen en promedio el 65,8% de la inversión inicial. En el Perú, la inversión promedio no supera los 4 mil dólares y los emprendedores aportan el 51,6% del monto. Si a esto se añade el que el 57% de emprendedores no desea esperar más de un año para recuperar su inversión, cabría esperar que la mayoría de estas empresas estén destinadas a proporcionar autoempleo y pocas utilidades, lo que no ofrece mayor incentivo al crecimiento ni a la consolidación empresarial.

### **La actividad de emprendimiento está directamente relacionada con el desarrollo de la inversión informal**

En el Perú, la inversión informal significó un aporte de aproximadamente 5 mil 800 millones de nuevos soles en un periodo de 3 años. Ello sugiere que si bien la inversión informal media es pequeña, el monto acumulado es considerable para el desarrollo de buena parte de la actividad emprendedora nacional.

En nuestro país, el 11,7% de la población adulta manifestó haber realizado una inversión informal en los últimos 3 años, en beneficio principalmente de familiares directos, amigos y vecinos. Cabe señalar, que el 32% de la inversión informal se considera irrecuperable, sobre todo cuando fue dirigida a los mencionados beneficiarios.

### **El 62,9% de la población peruana pretende iniciar un negocio en los próximos 3 años**

Esta intención estaría influenciada positivamente por factores motivacionales; entre ellos, la percepción favorable acerca de ser empresario como opción laboral, la amplia cobertura de los medios de comunicación respecto de emprendimientos exitosos, la atribución de mayor estatus y prestigio al emprendedor por parte de la sociedad, la gran disparidad económica entre la población y el menor miedo al fracaso. No obstante, los expertos peruanos

consultados son conservadores en sus opiniones, es decir, consideran que la población tiene menores motivaciones para desarrollar emprendimientos que el promedio mundial.

### **El 78,3% de los emprendedores peruanos aún sigue pensando en el mercado local**

La intención de exportar proporciona una idea acerca de lo que el emprendedor piensa sobre su oferta, si es lo suficientemente novedosa y competitiva para poder comercializarla internacionalmente. En el ámbito global, la intención de exportar es mayor en los países cuyo PBI per cápita es relativamente más alto. En el Perú, a pesar del crecimiento de las exportaciones y el mejoramiento de la balanza comercial de los últimos años, se ha encontrado que el 78,3% de los emprendedores piensa en el mercado local solamente, y en este aspecto no hay diferencias entre los emprendedores por oportunidad y los emprendedores por necesidad, lo que pone de manifiesto una incipiente cultura exportadora.

### **Los factores específicos del entorno son desfavorables para el Perú, sin embargo el espíritu creativo de sus habitantes lo hacen un país emprendedor**

Para responder a la pregunta ¿qué hace que un país sea emprendedor?, se debe considerar lo que en el estudio GEM se denomina “factores específicos del entorno que afectan el emprendimiento (EFC)”. Sobre este punto, los expertos advierten que el Perú ocupa una de las posiciones más desfavorables del ámbito global. Esto quiere decir que los empresarios peruanos se enfrentan día tras día a un ambiente de negocios adverso. Sin embargo, han sabido superar las dificultades y poner en marcha sus negocios gracias a su espíritu creativo.