



Global Entrepreneurship Monitor Perú 2009



esan
ediciones



CDE | UNIVERSIDAD **esan**

Centro de Desarrollo Emprendedor



Global Entrepreneurship Monitor Perú 2009



esan
ediciones



CDE | **esan**

UNIVERSIDAD
Centro de Desarrollo Emprendedor

ESAN/Cendoc

SERIDA, Jaime ; NAKAMATSU, Keiko ; UEHARA, Liliana
Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2009. – Lima : Universidad ESAN, 2010. – 152 p.

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

HB 615 S47 2009

ISBN: 978-9972-622-88-5

©Jaime Serida, Keiko Nakamatsu, Liliana Uehara, 2010

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

Primera edición
Lima, noviembre de 2010
Tiraje: 300 ejemplares

Registro de Proyecto Editorial N° 21501401001079
Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.° 2010-15515

CUIDADO DE EDICIÓN

Keiko Nakamatsu

CORRECCIÓN DE ESTILO

Norma Barua

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	9
RESUMEN EJECUTIVO	11
1. EL PROYECTO GEM	13
1.1 El modelo conceptual GEM	13
1.1.1 Emprendimiento y las fases de desarrollo económico nacional	14
1.1.2 Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones	15
1.1.3 El contexto para el emprendimiento	17
1.1.4 El proceso emprendedor	18
1.2 Consideraciones metodológicas del estudio GEM 2009	20
1.3 Países participantes del GEM 2009	21
2. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	23
2.1 Actividad emprendedora dentro del proceso emprendedor	23
2.1.1 La actividad emprendedora en fases iniciales	26
2.1.2 Los emprendedores establecidos	27
2.1.3 La discontinuación de la actividad emprendedora	29
2.2 La motivación para emprender	32
2.3 Actividad emprendedora por sectores económicos	33
2.4 Financiamiento del emprendimiento	35
2.4.1 Necesidad de inversión	36
2.4.2 La inversión informal en el ámbito GEM	37
3. PERFIL DEL EMPRENDEDOR	41
3.1 Demografía del emprendedor	41
3.1.1 Género	41
3.1.2 Edad	43
3.1.3 Nivel educativo	44
3.1.4 Nivel de ingreso	46
3.1.5 Situación laboral	48
3.2 Actitudes emprendedoras	48
3.2.1 Percepciones y actitudes en los países GEM	49
3.2.2 Las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en el Perú	52
3.3 Aspiraciones emprendedoras	56
3.3.1 Emprendimiento con expectativa de alto crecimiento	56
3.3.2 Actividad emprendedora orientada a la innovación y la tecnología	62
3.3.3 Actividad emprendedora con orientación internacional	69

4. EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO	Pág. 73
4.1 La actividad emprendedora en etapa inicial y el desarrollo económico	73
4.2 El impacto de la recesión 2008-2009 sobre la actividad emprendedora	75
4.2.1 El impacto de la recesión sobre la percepción de las condiciones para iniciar y desarrollar un negocio	76
4.2.2 El impacto de la recesión sobre la percepción de las oportunidades de negocios	77
 5. LA MUJER EMPRENDEDORA	 81
5.1 Panorama del emprendimiento femenino	81
5.1.1 Emprendimiento femenino por oportunidad	83
5.1.2 Actividad emprendedora femenina por sectores económicos	84
5.1.3 Participación femenina en el proceso emprendedor	85
5.2 Perfil de la peruana emprendedora	85
5.3 Aspiraciones de las emprendedoras	90
5.3.1 Expectativa de crecimiento	90
5.3.2 Innovación y tecnología en el emprendimiento femenino	92
5.4 Actitudes y percepciones	94
5.5 Apoyo al emprendimiento femenino	96
 6. CONTEXTO EMPRENDEDOR	 99
6.1 Detalle de las condiciones específicas del entorno que afectan al emprendimiento en el Perú	101
6.1.1 Entorno financiero relacionado al emprendimiento	101
6.1.2 Políticas gubernamentales relacionadas al emprendimiento	103
6.1.3 Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	106
6.1.4 Educación emprendedora	108
6.1.5 Grado de transferencia de I+D	111
6.1.6 Acceso a infraestructura profesional y comercial	113
6.1.7 Apertura del mercado interno	115
6.1.8 Acceso a la infraestructura física	118
6.1.9 Normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor	119
6.2 Condiciones específicas del entorno que apoyan la actividad emprendedora en el Perú	121
6.3 Condiciones específicas del entorno que limitan la actividad emprendedora en el Perú	122
6.4 Recomendaciones de los expertos acerca de las medidas necesarias para promover la actividad emprendedora en el Perú	124
 APÉNDICES	 127
Apéndice 1: Glosario sobre los principales indicadores y otra terminología en el GEM 2009	127
Apéndice 2: Descripción de las Condiciones Específicas del Contexto Emprendedor (EFC, Entrepreneurial Framework Conditions) en el GEM 2009	130
 BIBLIOGRAFÍA	 133

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 “Formar líderes y profesionales competitivos, íntegros, con sentido crítico y visión internacional, mediante el fortalecimiento de sus competencias, conocimientos y valores, a través de la investigación, la enseñanza y actividades de difusión del conocimiento”.

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. Transformada en universidad desde el 12 de julio de 2003 (Ley N° 28021), hoy ofrece maestrías en Administración, maestrías especializadas (en Organización y Dirección de Personas, Supply Chain Management, Marketing, Gerencia de Servicios de Salud, Gestión y Desarrollo Inmobiliario, Dirección de Tecnologías de Información, Finanzas y Derecho Corporativo, Finanzas), cinco carreras en el nivel de pregrado, así como programas para ejecutivos en diversos formatos, programas corporativos y otros servicios académicos y profesionales.

La Universidad ESAN ha suscrito convenios con más de 70 prestigiosas universidades del mundo y es miembro de las más importantes redes académicas internacionales como 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-Pacific 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 47 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 mediante 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 siete años de vida.

Investigación y difusión de conocimientos en emprendimiento 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, el cual nos enorgullece presentar. Los resultados presentados en las últimas ediciones de este reporte no solo han sido reveladores, también han sido utilizados como referentes de investigadores, instituciones académicas, empresas, gobierno y, en general, todos los miembros de la sociedad civil inmersos en el tema.

Creación de empresas innovadoras de alto potencial de crecimiento que sean capaces de posicionarse en el mercado local e internacional.

Como parte de esta línea de acción se han realizado diversas actividades, como el proyecto de incubación empresarial y la organización de concursos nacionales e internacionales de ideas y planes de negocios, entre los que destaca el Concurso Nacional de Emprendedores, que por varios años consecutivos ha seleccionado a emprendedores universitarios con ideas de negocios innovadoras para proporcionarles conocimientos y ayudarlos a desarrollar habilidades que les permitan elaborar su plan de negocios e implementar su futura empresa. De manera similar, la competencia de planes de negocios “Emprende” selecciona a aquellas personas que cuentan con un plan de negocio y están interesadas en presentar su proyecto a la red de ángeles inversionistas. Por otro lado, en el 2010, el CDE-ESAN en alianza con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo están desarrollando el Programa Revalora Perú, para la capacitación de 1000 personas afectadas por la crisis internacional y que ahora buscan crear su propio negocio; y el Programa Projovent Emprendedor, que busca desarrollar en jóvenes de bajos recursos las capacidades y aptitudes para la realización de emprendimientos empresariales.

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 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 mediante programas de 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.



La imagen del Perú ha cambiado de forma significativa en los últimos años. A este proceso ha contribuido el esfuerzo de muchas personas por visibilizar lo mejor que tenemos, vale decir, 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, por segundo año consecutivo, 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 salir adelante más allá de las condiciones adversas que podamos enfrentar.

Las mediciones constantes de la actividad emprendedora de los peruanos, realizado en el marco el proyecto GEM, han permitido profundizar sobre sus características, expectativas y enorme potencial. El presente documento recoge información que lo convierte en un punto de referencia obligado para autoridades y estudiosos. Estamos seguros que las cifras e indicadores que aquí se muestran ayudarán a tomar 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 y a los más de dos mil peruanos encuestados, por su gentileza y disposición para participar en la investigación de campo en el 2009.

Nuestro agradecimiento especial a los Expertos Nacionales que amablemente aportaron su valioso tiempo y conocimientos en el GEM Perú entre los años 2004 y 2009 (en orden alfabético):

Alejandro Afuso Higa, Jose Salvador Ahumada Vásquez, Carlos Gerardo Arana Vivar, Mario Arbulú Miranda, Rolando Arellano Cueva, Carlos Arrese Pérez, Jaime Augusto Avalos Sánchez, Michel Azcueta, Luis Baba Nakao, Jaime Enrique Bailón Maxi, Lelio Balarezo, Mario Ballón García, Ángel Becerra, Raúl Benavides Ganoza, Gastón Enrique Benza Pflucker, Oscar Bohorquez, Frank Thomas Boyle Alvarado, Beatriz Boza, Jack Burga, Sergio Calderón, Juan José Calle, Carlos Camino Linares, Mercedes Inés Carazo, Frank Martin Tadeo Castro Bárcenas, José Luis Chicoma Lúcar, Max Chion, Roberto Colombo Mischiatti, René Cornejo Díaz, Jorge Cortez Cumpa, Carlos Felipe Culquichicon Cáceres, Alfredo Dammert Lira, José Antonio de Izcue Arnillas, Julio Cesar de la Rocha Corzo, Federico Dejo Soto, Daniel Diez Canseco, Francisco Dumler Cuya, Carlos Durand Chahud, Samuel Dyer Ampudia, Norma Eyzaguirre Rojas, Eduardo Farah Hayn, Graciela Fernández Baca, Jesús Ferreyra Fernández, Agnes Franco, Pedro Franco, Nadine Freeman, Miguel E. Gallo Seminario, Ricardo Ganaja Kamizato, Guillermo Garrido-Lecca, Esther Germans, Domingo Gonzáles, Hernando Guerra-García Campos, Carlos Hernández, Claudio Herzcka, Carmen Higaonna Oshiro, Carlos Jorge Hiraoka Torres, Ricardo Huancaruna, Alberto Ikeda, José Iturriaga Travezan, Miguel Jaramillo Baanante, Alejandro Jiménez Morales, Teresa Joo de

Siu, Juan Luis Kruger, Jose Antonio La Rosa Rodríguez, Rolando Liendo Chicata, Dino Linares Scarcerieau, Renee Lombardi, Juvenal Luna Gonzales, Luis Maezono, Juan Carlos Mathews Salazar, Eduardo Mc Bride Quiroz, Augusto Mellado Méndez, Tula Mendoza Farro, Humberto Orlando Meneses Arancibia, Iván Mifflin Bresciani, José Miguel Morales Dasso, Roberto Morales Morales (†), Alberto Muñoz Nájjar, Edmundo Murrugarra Florián, Fernando Ortega, Felipe Ortiz de Zevallos, Claudio Palomares Sartor, Julio Pardavé, Luis Felipe Pardo Olazabal, Francois Patthey Salas, Giovanna Peñaflor Guerra, Ricardo Pérez Luyo, Ramón Ponce, Aaron Prado, Álvaro Quijandría Salmón (†), Jaime Quijandría Salmón, Ana Reátegui Vela, Luis Rebolledo Soberón, María del Pilar Rey Villalobos, Juan José Marcelo Risi Carbone, Cecilia Rivera, Santiago Roca Tavella, José Rosas Bernedo, Pedro Rubio, Albina Ruiz Ríos, Carlos Saito, Máximo San Román Cáceres, Guido Sánchez Yábar, Cesar Sandoval Incháustegui, Leopoldo Scheelje Martin, Iris Shimabukuro, Damián Silva Cevallos, Manuel Solís Gómez, Johann Spitzer, Humberto Sullon Prado, Isabel Tafur Marín, Roberto Taipe Piñashca, Jorge Talavera Traverso, Guillermo Santiago Thornberry Villarán, Urpi Torrado, Raul Torres Trujillo, Pedro Valdivia Maldonado, Percy Vigil Vidal, Nidia Vilchez Yucra, Carmen Vildoso, Carlos Villa Solís, Fernando Villarán, Efraín Wong, Edwin Wu, Gina Yáñez De la Borda, Alberto Zapater Cateriano, Oscar Zevallos, Juan Carlos Zevallos Ugarte, Agustín Zúñiga Gamarra.

RESUMEN EJECUTIVO

En el 2009, el Perú, con un TEA 20.9%, es el sexto país en el mundo, y el segundo entre las economías basadas en eficiencia, con mayor índice de actividad emprendedora en etapas iniciales. Es decir, uno de cada cinco peruanos adultos se encontraba realizando algún tipo de emprendimiento. Comparado con años anteriores, existe una tendencia decreciente explicable por el crecimiento económico sostenido del país.

Estos emprendimientos en etapas iniciales son cada vez más frecuentemente impulsados por varones (24% de la población adulta) que por mujeres (18% de la población adulta), siendo el nivel de participación femenina de 78 mujeres por cada 100 varones. Por otro lado, 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 casi el 60% de los emprendedores en etapas iniciales se reconoce autoempleado en su negocio.

El ratio TEA oportunidad/TEA necesidad se incrementó a 2.5; es decir, en el Perú, por cada dos emprendimientos de subsistencia existen cinco por oportunidad, impulsados principalmente por la posibilidad de mejorar sus ingresos (27%) y en menor proporción por el deseo de tener mayor independencia (16%).

Por otro lado, la proporción de emprendedores establecidos continúa en aproximadamente un tercio del índice de actividad emprendedora en etapa inicial (ratio 0.36), y el nivel de discontinuación de las empresas ha disminuido desde el año anterior de 10.4% a 7.1%, pero la proporción de negocios que continuaron operando tras la salida del emprendedor también cayó a 13%. Los principales motivos de discontinuación fueron: la rentabilidad del emprendimiento (42%), los motivos personales (26%), y la dificultad para conseguir financiamiento (14%).

En relación a los sectores industriales, en el 2009 se incrementa la proporción de emprendedores peruanos que invirtieron en empresas orientadas al consumidor final (62%) y en empresas del sector

extractivo (9%), mientras que los sectores de transformación (25%) y de servicios a empresas (4%) registraron una baja en sus proporciones.

La inversión realizada por los emprendedores peruanos encuestados en el 2009 fue de un promedio de 24,000 soles por negocio, lo que generó una inversión total de alrededor de 6'893,000 soles, proveídos, en el 49% de los casos por el propio emprendedor. Asimismo, hasta el 50% de los emprendimientos demandó una inversión de no más de 1,600 soles. Comparado con el 2008 se muestra un retroceso en los montos invertidos.

La inversión informal en el Perú disminuye a 7.4% en el 2009, registrando un promedio de poco más de 4,000 soles por inversión, mientras que el monto más frecuente de inversión fue de sólo 667 soles. El inversor informal peruano promedio es un varón de 38 años de edad, pertenece al nivel medio y alto de ingresos y posee un grado universitario en el 19% de los casos. Generalmente, su principal beneficiario es un familiar cercano (66%).

Entre los países con economías basadas en la eficiencia, el Perú es uno de los países con más porcentaje de personas adultas que perciben buenas oportunidades de negocio (61%), y el segundo en el que creen tener capacidades para emprender (74%), sólo un 32% permitiría que el miedo al fracaso les impida poner un negocio y es uno de los países con mayor porcentaje de personas con intenciones de abrir una empresa en los próximos 3 años (32%). Con relación a las actitudes hacia el emprendimiento, los indicadores muestran también niveles favorables, tanto en la consideración del emprendimiento como carrera (88%) y el prestigio social de los emprendedores (75%) como en la cobertura que los medios de comunicación dan a este fenómeno (85%).

Respecto de la creación de empleos, el 91% de los emprendedores en etapas iniciales

contribuye con la creación de hasta 5 puestos de trabajo y tan sólo 1% empieza con más de 20 empleados. La expectativa de alto crecimiento (más de 20 empleados) ha disminuido (4%) respecto de lo encontrado en el 2008 (12%). Por otro lado, un 39% de los emprendedores intentan ingresar con nuevos productos a nuevos mercados y sólo 9% utiliza la tecnología más nueva disponible, mientras que 9% espera expandir su mercado con uso de nueva tecnología y sólo 8% de los emprendimientos espera que por lo menos 25% de su cartera de clientes se encuentren o residan en el extranjero.

Comparado con el año anterior, para el 2009 los expertos peruanos han mostrado un ligero aumento en sus calificaciones para 7 de las 9 EFC, principalmente en las EFC relacionadas con los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, las normas sociales y culturales, y el entorno financiero. Además de las EFC sobre acceso a la infraestructura física, y sobre normas sociales y culturales, para este año, la EFC sobre educación emprendedora en nivel postsecundario logra tener también puntuaciones favorables. Por otro lado, si bien las puntuaciones han mejorado respecto a lo encontrado en otros años, las EFC relacionadas con transferencia de I&D, educación emprendedora a nivel escolar y políticas gubernamentales sobre burocracia e impuestos, se mantienen como las que tienen las menores calificaciones.

Asimismo, los expertos nacionales manifiestan que las principales EFC que estarían estimulando el emprendimiento continúan siendo: el clima económico, las normas sociales y culturales que apoyan socialmente al emprendedor y la apertura del mercado interno. Mientras que, como principales EFC que limitan el desarrollo del emprendimiento se cuentan: las políticas gubernamentales, las deficiencias sobre educación emprendedora y un entorno financiero inadecuado.

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 su contribución 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. Desde entonces, en la medida que sus resultados han contribuido a mejorar las políticas nacionales para estimular el desarrollo económico a través del emprendimiento, más países se han unido a este esfuerzo y para el GEM 2009 participan 54 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 sus siglas 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 (CDE), decidió sumarse a esta iniciativa en el 2004 y actualmente es miembro activo de GERA. 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.

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 este problema 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 la actividad emprendedora.

A partir del año pasado, el modelo conceptual GEM ha sido actualizado de acuerdo con los enfoques más recientes sobre emprendimiento y crecimiento económico. Esta sección está dedicada precisamente a explicar este modelo conceptual. En las próximas secciones se abordan los resultados del estudio, tales como la exploración de la actividad emprendedora, las características, la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico, con énfasis en el impacto de la crisis económica global. Asimismo, como todos los años, se analizan los resultados sobre el emprendimiento femenino y el financiamiento de la actividad emprendedora en el Perú. Igualmente, se exponen las condiciones del contexto emprendedor nacional, resultado de la opinión de los expertos peruanos entrevistados, así como sus valiosas recomendaciones para fomentar el emprendimiento en nuestro país.

1.1 El modelo conceptual GEM

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 (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; generando una contribución indirecta a la productividad. Por ello, es ampliamente aceptado que los emprendedores, realizan una importante contribución a la creación de empleos; es más, a veces explican la totalidad de nuevos empleos en la economía (Acs & colaboradores, 2007).

1.1.1 Emprendimiento y fases del desarrollo económico

Como se ha mostrado en los reportes anteriores GEM, el nivel de actividad emprendedora impulsada por la necesidad tiende a ser más alto en naciones con menores niveles de desarrollo económico, posiblemente porque la economía no es capaz de sostener un gran número de empleos en sectores de alta productividad. Entonces, a medida que un país 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.

En otras palabras, la contribución de los emprendedores a la economía varía de acuerdo con la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país (Wennekers, van Stel, Thurik & Reynolds, 2005; Gries & Naude, 2008). Considerando esto, desde el 2008 el GEM introduce en su modelo las fases del desarrollo económico según la tipología de Porter (2002): economías basadas en recursos, economías basadas en eficiencia y economías basadas en innovación.

Emprendimiento en economías basadas en recursos

Los países con bajos niveles de desarrollo económico tienen tradicionalmente un gran sector agrícola que provee de subsistencia a la mayoría de la población, que vive mayormente en las 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 tienden a concentrarse 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 para obtener ingresos.

Emprendimiento en economías basadas en eficiencia

A medida que el sector industrial se desarrolla, comienzan a surgir instituciones que apoyan una mayor industrialización y la búsqueda de una mayor productividad a través 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

A medida que la economía madura y su riqueza se incrementa, el énfasis de la actividad empresarial se traslada paulatinamente hacia la expansión del sector servicios, que atiende las necesidades de una población cada vez con mayor poder adquisitivo y más exigente. 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, 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, que no teme hacer frente a los operadores tradicionales de la economía. Con frecuencia, las empresas pequeñas disfrutan de una ventaja productiva basada en la 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 creadas en la fase de desarrollo anterior sean capaces de adaptarse y apoyar este tipo de actividad emprendedora, los nuevos emprendimientos innovadores podrán emerger y actuar como los impulsores principales del desarrollo económico y la creación de riqueza (Henrekson, 2005).

1.1.2 Emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones

En la literatura reciente y a lo largo del tiempo pueden encontrarse diferentes opiniones sobre emprendimiento y, por lo tanto, también diversas definiciones (Cantillon, 1755, Marshall, 1890; Schumpeter, 1934, 1942). Las visiones actuales sobre el emprendimiento son muy variadas y subrayan la naturaleza multifacética de este

subrayan su naturaleza multifacética (Davidsson, 2004; Wennekers & Thurik, 1999; Godin, Clemens & Veldhuis, 2008).

Analizando algunos de estos conceptos, se pueden identificar tres componentes principales del emprendimiento: actitudes, actividad y aspiraciones emprendedoras (Acs & Szerb, 2008). Estos componentes están complejamente interrelacionados 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 esta, a su vez, cambiar actitudes.

Actitudes emprendedoras

Las actitudes emprendedoras son importantes porque expresan el sentimiento general de la población hacia los emprendedores y su actividad. 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.

Pueden ser consideradas actitudes emprendedoras la disposición general de la población 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. De esta manera, las personas que perciben oportunidades valiosas de negocios, que tienen las habilidades necesarias para explotar esas oportunidades, que asignan un alto estatus a los emprendedores, que pueden asumir y manejar los riesgos de emprender y que personalmente conocen a otros emprendedores pueden ser consideradas un ejército de reserva para la actividad emprendedora futura. Es más, estas personas suelen aportar soporte cultural, apoyo, recursos financieros y potencial de conexiones para aquellos que ya son emprendedores o quieren iniciar un negocio.

Actividad emprendedora

La actividad emprendedora es más considerada un proceso que un acontecimiento aislado (Gartner, 1986; Shane & Venkataraman, 2000). Por esta razón el GEM mide las intenciones emprendedoras y la actividad de negocios en sus tres fases: negocios nacientes, negocios nuevos y negocios establecidos; e inclusive, la discontinuación de los negocios. Otro aspecto relevante es el grado en que las personas están creando nuevas actividades de negocios, tanto en términos absolutos como en relación con otras actividades económicas.

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, como 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. Por ejemplo, se espera que la

actividad emprendedora sea mayor en economías basadas en recursos, debido a que muchos emprendimientos son motivados por necesidades económicas.

Aspiraciones emprendedoras

Las aspiraciones emprendedoras reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad emprendedora. El GEM considera aspiraciones emprendedoras el comprometerse en la introducción de nuevos productos o nuevos procesos productivos, abrir mercados foráneos, planificar el incremento del número de empleados o el ser capaz de financiar el negocio con capital de riesgo formal o informal.

El cumplimiento de dichas aspiraciones, puede influir significativamente en el impacto económico de estas actividades emprendedoras. Por ello, la innovación de productos y procesos, la internacionalización y el interés por un alto crecimiento son considerados distintivos de los emprendimientos ambiciosos.

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, Jones, Autio & Levie, 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 actual 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 los negocios nuevos (Levie & Autio, 2008).

Asimismo, el modelo actual relaciona esas condiciones con la fase de desarrollo económico en que se encuentre el país. Las condiciones nacionales relevantes para las economías basadas en los recursos y para las economías basadas en eficiencia se han adoptado del Reporte Global de Competitividad 2009 (GCR, por sus siglas en inglés) (Schwab, 2009). Respecto a las economías basadas en innovación, el modelo GEM 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, Audretsch, Braunerhjelm y Carlsson (2003), el mecanismo del emprendimiento es el que transforma la innovación en resultado económico; luego, la falta de emprendimiento puede considerarse 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 de 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 para un país puede variar de acuerdo con la fase de desarrollo económico en que se encuentre.

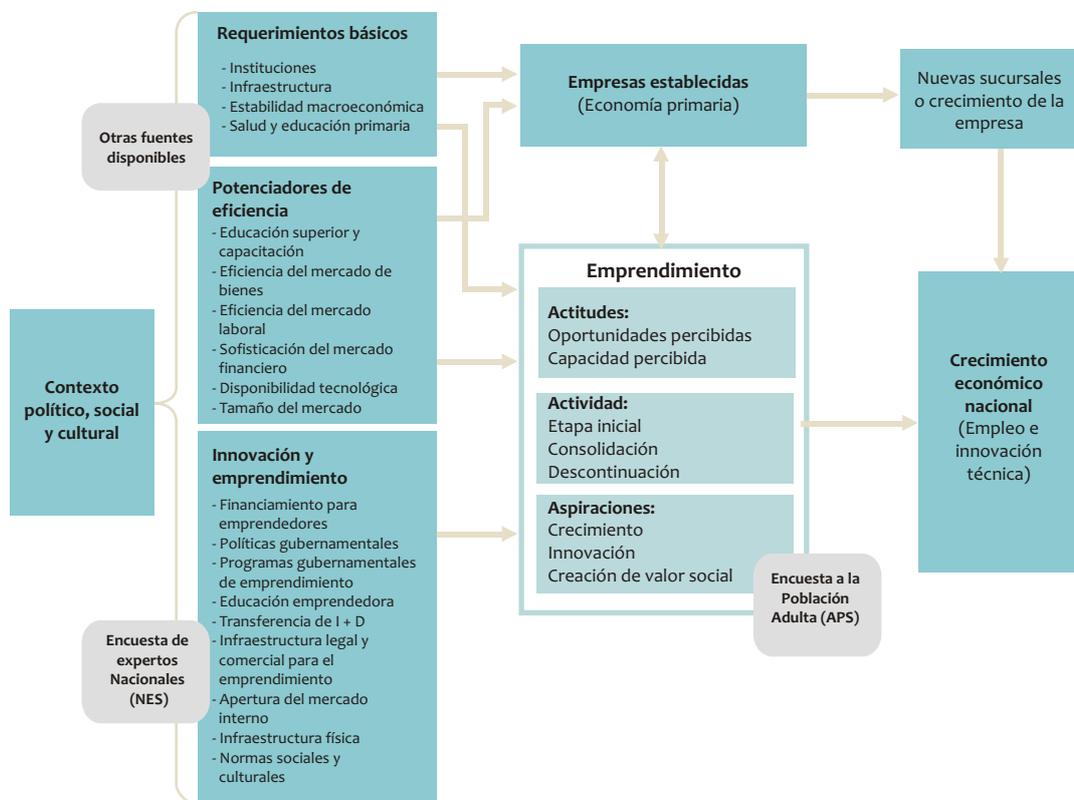
El Modelo GEM se presenta en la Figura 1. Para las economías basadas en recursos, el énfasis está puesto en algunos requisitos básicos: desarrollo de las instituciones, infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud y educación primaria; sin embargo, estos requisitos básicos ayudarán a sostener el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

A medida que el desarrollo 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 no están directamente relacionadas con el emprendimiento en el sentido que le dio Schumpeter (destrucción creativa), sí lo están indirectamente, ya que el desarrollo de los mercados atraerá más emprendedores. En los países basados principalmente en la innovación, otras condiciones son más importantes como apalancadoras del desarrollo económico que los requerimientos básicos o las potenciadoras de la eficiencia.

1.1.4 El proceso emprendedor

El emprendimiento es un fenómeno complejo que abarca una variedad de contextos. 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 estas 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 muchos negocios se ponen en marcha sin ser registrados oficialmente.

Figura 1. Modelo conceptual GEM 2009



Fuente: GERA, 2009. Adaptada de Reynolds et ál., 2005.

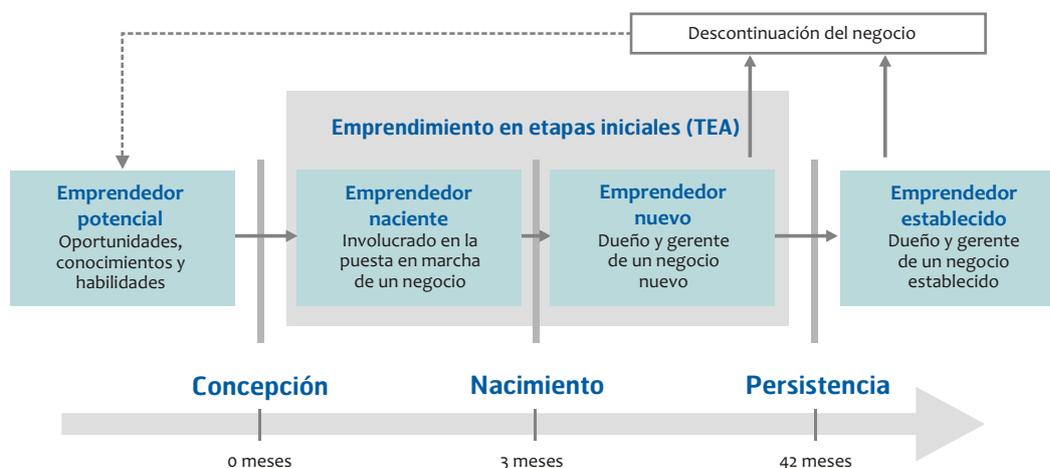
Por otro lado, hay que considerar que quien está iniciando una empresa y trata de sobrevivir en un mercado muy competitivo es un emprendedor, a pesar de que no tenga aspiraciones de gran crecimiento. Igualmente, un empresario que ha estado en el negocio por un buen tiempo y puede todavía ser innovador,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

Otro 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 esté operativa, y un emprendedor individual que ha tenido éxito en crear y mantener un negocio ha pasado por todo este proceso.

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 el 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 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.

Figura 2. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM 2009



Fuente: GERA, 2009. Adaptado de Reynolds y otros, 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 nacientes y emprendedores de nuevos negocios 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 negocios nuevos.

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 et al. (2005):

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. 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 nacientes y emprendedores de negocios nuevos tomados en conjunto puede ser vista como un indicador de la actividad emprendedora en etapas iniciales. Representa la actividad dinámica de las nuevas empresas. Incluso si una parte importante de los emprendedores nacientes no tiene éxito en abrir su 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 denominados emprendedores establecidos. Sus negocios han sobrevivido y han dejado de ser nuevos. Una alta prevalencia de emprendedores 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.

1.2 Consideraciones metodológicas del estudio GEM 2009

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. Dicha 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. Todos los países utilizan el mismo cuestionario estándar, traducido al idioma correspondiente. Considerando que el GEM se centra en el papel desempeñado por los individuos en el proceso emprendedor, la encuesta a la población adulta recoge datos relacionados no solamente con la actividad emprendedora, sino también sobre actitudes, percepciones y aspiraciones relacionadas con el emprendimiento.

La aplicación de la encuesta se encarga a reconocidas empresas nacionales de investigación de mercado. En el caso del Perú, la Universidad ESAN encargó su ejecución a la empresa IMASEN, mediante la cual recogió información de 2,021 personas en el ámbito nacional, considerando la proporción por región del país y su distribución por zonas urbanas y rurales.

Para el estudio del 2009, la encuesta se ha aplicado a más de 180 mil personas de los 54 países participantes. Las muestras suelen oscilar entre 2,000 y 3,500 personas, salvo notables excepciones, como España (29,000 encuestados), Reino Unido (30,000 encuestados) y Marruecos (1,500 encuestados).

La encuesta a expertos nacionales se aplica, como su nombre lo indica, a expertos del país 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. El equipo nacional GEM Perú entrevistó a, por lo menos, cuatro expertos nacionales por cada una de las nueve EFC consideradas.

Así, un total de 40 especialistas aportaron su visión del contexto emprendedor.

Adicionalmente, se utiliza información secundaria 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.

1.3 Países participantes del GEM 2009

Los países participantes han sido clasificados en tres grupos en función de la fase de desarrollo económico en que se encuentran, de acuerdo con el Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial (Schwab, 2009).

En la Tabla 1 se distinguen las economías basadas en recursos, fundamentalmente centradas en actividades extractivas; las economías basadas en eficiencia, en las cuales los sectores intensivos en economías de escala son el principal impulsor del desarrollo; y finalmente, las economías basadas en innovación, asociadas generalmente con una creciente actividad en investigación y desarrollo, y con uso intensivo del conocimiento.

Tabla 1. Países participantes del GEM 2009 según la fase de desarrollo económico en que se encuentran

Grupo según fase de desarrollo económico	Países integrantes GEM 2009
Economías basadas en recursos	Argelia*, Guatemala*, Jamaica*, Líbano*, Marruecos, Arabia Saudita*, Siria*, Reino de Tonga, Uganda, Venezuela*, Cisjordania y la Franja de Gaza, Yemen.
Economías basadas en eficiencia	Argentina, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Chile*, China, Colombia, Croacia*, República Dominicana, Ecuador, Hungría*, Irán, Jordania, Letonia*, Malasia, Panamá, Perú, Rumanía*, Rusia*, Serbia, Shenzhen**, Sudáfrica, Túnez, Uruguay.
Economías basadas en innovación	Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hong Kong**, Islandia, Israel, Italia, Japón, República de Corea, Países Bajos, Noruega, Eslovenia, España, Suiza, Reino Unido, Emiratos Árabes Unidos, Estados Unidos.

* País en transición a la próxima fase de desarrollo económico.

** Regiones de China que participan en forma independiente.

Fuente: GERA, 2009

Capítulo **2****LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**

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, generan 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.

En este capítulo se analizarán las principales medidas respecto de la actividad emprendedora entre los países GEM, así como la del Perú en particular. El capítulo se centra en las características de la actividad emprendedora dentro del proceso emprendedor, además de otras consideraciones de interés detrás del emprendimiento como motivación, distribución y aspectos financieros.

2.1 Actividad emprendedora dentro del proceso emprendedor

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 2 resume la actividad emprendedora en las diferentes fases del proceso emprendedor; es decir, expone los tipos de actividad emprendedora que abarcan todo el espectro económico para cada uno de los 54 países participantes del GEM 2009. 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.

Tabla 2. Prevalencia (en %) actividad emprendedora en las diferentes etapas del proceso emprendedor por país según fase de desarrollo económico, GEM 2009

	Actividad emprendedora naciente	Propietarios-gerentes de negocios nuevos	Actividad emprendedora en etapa inicial (TEA)	Propietarios-gerentes de negocios establecidos	Descontinuación del negocio	Emprendimiento por necesidad (como % del TEA)	Emprendimiento por oportunidad (como % del TEA)
Economías basadas en recursos							
Argelia	11.3	5.6	16.7	4.7	7.9	18.0	51.0
Guatemala	17.1	12.2	26.8	3.3	6.0	23.0	30.0
Jamaica	13.0	10.6	22.7	16.3	10.7	33.0	45.0
Libano	6.7	8.8	15.0	16.0	4.6	18.0	60.0
Marruecos	6.9	9.4	15.8	15.2	3.7	25.0	57.0
Arabia Saudita	2.9	1.9	4.7	4.1	2.9	12.0	63.0
Siria	3.4	5.1	8.5	6.7	7.4	37.0	43.0
Tonga	6.5	11.1	17.4	2.3	3.6	33.0	39.0
Uganda	12.4	22.7	33.6	21.9	24.2	45.0	45.0
Venezuela	13.3	5.4	18.7	6.5	3.0	32.0	42.0
Cisjordania y la Franja de Gaza	3.0	5.9	8.6	6.9	7.1	37.0	33.0
Yemen	22.8	1.2	24.0	2.9	2.0	35.0	16.0
Promedios (sin ponderar)	9.9	8.3	17.7	8.9	6.9	29.0	43.6
Economías basadas en eficiencia							
Argentina	6.1	9.3	14.7	13.5	6.2	47	37
Bosnia y Herzegovina	3.1	1.3	4.4	3.9	3.1	39.0	20.0
Brasil	5.8	9.8	15.3	11.8	4.0	39.0	48.0
Chile	9.6	5.6	14.9	6.7	6.4	25.0	42.0
China	7.4	11.8	18.8	17.2	6.6	48.0	29.0
Colombia	15.0	8.0	22.4	12.6	7.1	34.0	45.0
Croacia	3.5	2.2	5.6	4.8	3.9	37.0	39.0
República Dominicana	8.8	9.2	17.5	11.4	12.9	34.0	26.0
Ecuador	6.3	9.7	15.8	16.1	6.0	32.0	43.0
Hungría	5.4	3.7	9.1	6.7	3.2	24.0	45.0
Irán	8.2	4.1	12.0	6.5	6.0	35.0	35.0
Jordania	5.9	4.9	10.2	5.3	6.8	28.0	35.0
Letonia	5.3	5.4	10.5	9.0	3.3	32.0	54.0
Malasia	1.7	2.7	4.4	4.3	2.7	25.0	44.0
Panamá	6.2	3.5	9.6	4.2	1.4	24.0	59.0
Perú	16.1	5.1	20.9	7.5	7.1	28.0	42.0
Rumania	2.8	2.3	5.0	3.4	3.6	34.0	31.0
Rusia	1.8	2.3	3.9	2.3	2.2	29.0	37.0
Serbia	2.2	2.8	4.9	10.1	1.9	41.0	46.0
Sudáfrica	3.6	2.5	5.9	1.4	4.2	33.0	38.0
Túnez	2.2	7.2	9.4	10.2	4.8	20.0	57.0
Uruguay	8.1	4.2	12.2	5.9	4.9	22.0	57.0
Promedio (sin ponderar)	6.1	5.3	11.2	7.9	4.9	32.0	41.0
Economías basadas en innovación							
Bélgica	2.0	1.6	3.5	2.5	1.3	9.0	55.0
Dinamarca	1.6	2.0	3.6	4.7	1.1	7.0	56.0
Finlandia	2.9	2.3	5.2	8.5	2.1	19.0	62.0
Francia	3.1	1.4	4.3	3.2	1.9	14.0	67.0
Alemania	2.2	2.1	4.1	5.1	1.8	31.0	43.0
Grecia	4.5	4.7	8.8	15.1	2.6	26.0	47.0
Hong Kong	1.6	2.2	3.6	2.9	1.5	19.0	49.0
Islandia	7.6	4.2	11.4	8.9	4.0	10.0	58.0
Israel	3.4	2.7	6.1	4.3	4.0	25.0	48.0
Italia	1.8	1.9	3.7	5.8	1.1	14.0	57.0
Japón	1.9	1.3	3.3	7.8	1.4	30.0	62.0
Corea	2.7	4.4	7.0	11.8	3.9	45.0	37.0
Países Bajos	3.1	4.1	7.2	8.1	2.5	10.0	57.0
Noruega	5.0	3.9	8.5	8.3	3.7	9.0	74.0
Eslovenia	3.2	2.1	5.4	5.6	1.3	10.0	69.0
España	2.3	2.8	5.1	6.4	2.0	16.0	41.0
Suiza	4.3	3.5	7.7	8.4	2.1	7.0	67.0
Reino Unido	2.7	3.2	5.7	6.1	2.1	16.0	43.0
Emiratos Árabes Unidos	6.5	7.4	13.3	5.7	6.5	9.0	79.0
Estados Unidos	4.9	3.2	8.0	5.9	3.4	23.0	55.0
Promedio (sin ponderar)	3.4	3.1	6.3	6.8	2.5	17.0	56.0

Fuente : Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

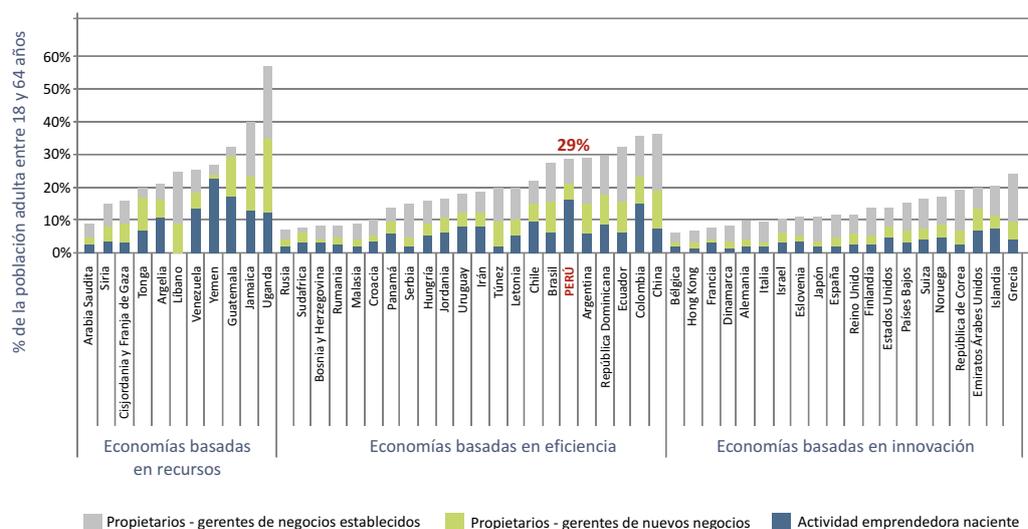
Se puede apreciar en la Tabla 2 que algunos casos son particulares. Por ejemplo, entre los países con economías basadas en recursos, Arabia Saudita, un estado rico pero con alta dependencia de sus ingresos de la extracción de petróleo, presenta un TEA (Total Entrepreneurship Activity) muy bajo (4,7%), y la proporción de emprendimientos por necesidad es también baja (12%). En otras palabras, no muchos ciudadanos saudíes están obligados a crear nuevas actividades económicas por necesidad. Por otro lado, Uganda, el país más pobre de la muestra, tiene el TEA más alto de la serie (34%), con una gran proporción de empresarios por necesidad (45%), aunque también presenta un alto nivel de discontinuación (20%).

Entre los países con economías basadas en eficiencia, los países de América Latina exhiben niveles de actividad emprendedora en etapas iniciales considerablemente superiores a los países de Europa Oriental. Esto estaría en relación directa con aspectos psicográficos de sus poblaciones.

Por otro lado, los países con economías basadas en innovación presentan en promedio el nivel de TEA más bajo de la serie GEM; pero también muestran el menor nivel de discontinuación de negocios. Así, países como Alemania, Japón y República de Corea registran una proporción relativamente alta de emprendimientos por necesidad (30% o más).

El Gráfico 1 muestra el índice de la Actividad Emprendedora Total, que incluye a la proporción de la población involucrada en las diferentes fases del proceso emprendedor, tanto en etapas iniciales (emprendedores nacientes y nuevos) como también a los emprendedores establecidos. Se observa que los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia evidencian 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.

Gráfico 1. Población involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora, GEM 2009



Fuente : Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

2.1.1 La actividad emprendedora en fases iniciales

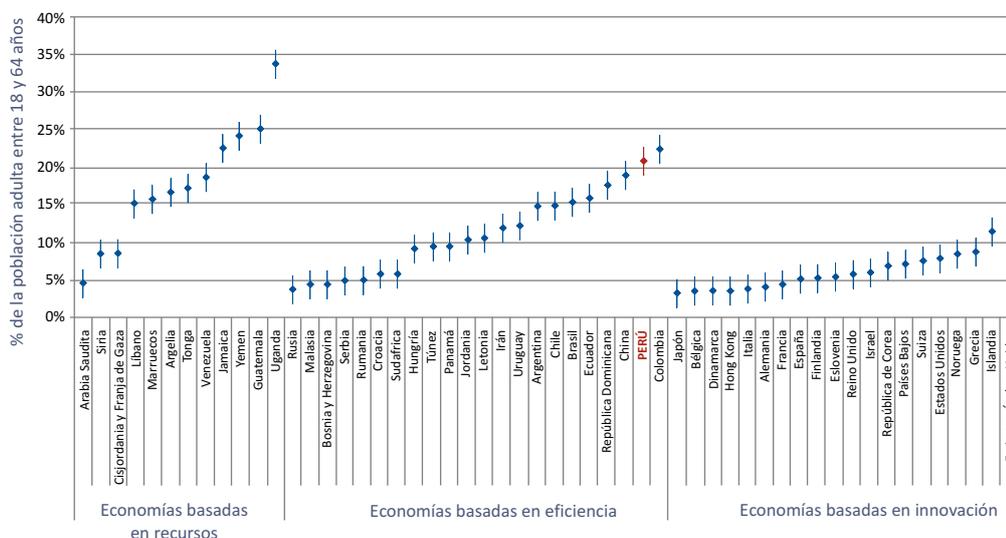
Desde que se inició el Proyecto GEM, uno de los indicadores más conocidos y utilizados es el de la Actividad Emprendedora en Etapas iniciales (TEA, Total Entrepreneurship Activity). El índice TEA mide el porcentaje de la población adulta entre 18 y 64 años de edad que está inmersa en las etapas iniciales 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, se debe considerar que este indicador por sí solo no informa acerca de la dimensión, la calidad ni el impacto en la economía de las empresas creadas, aspectos que se analizarán más adelante.

El Gráfico 2 muestra la actividad emprendedora en etapas iniciales de los 54 países participantes en el GEM 2009, agrupados de acuerdo con las tres principales fases de desarrollo económico, y

ordenados en forma ascendente según la estimación nacional del TEA. Esta clasificación permite comparar la actividad emprendedora entre países en fases 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 que permite inferir con mayor precisión sobre toda la población. Por otra parte, es también necesario tener en cuenta que si las barras verticales de dos países cualquiera no se superponen, significa que sus índices TEA son diferentes; si las barras se superponen, tienen índices TEA similares.

Gráfico 2 . Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) por país, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Los países que tienen el nivel más alto de actividad emprendedora en el grupo de economías basadas en recursos son Uganda (33.7%), Guatemala (25.1%) y Yemen (24%); mientras que los países que exhiben los niveles más bajos son Arabia Saudita (4.7%), Siria (8.5%), y Cisjordania y la Franja de Gaza (8.6%). En las economías basadas en eficiencia, Colombia y Perú son los países más emprendedores, con un TEA de 22.4% y 20.9%, respectivamente; y los países con el TEA más bajo son Rusia (3.9%), Malasia (4.4%) y, Bosnia y Herzegovina (4.4%). Los Emiratos Árabes Unidos tienen el TEA más alto entre las economías basadas en innovación (13.3%), seguido por Islandia (11.4%) y Grecia (8.8%). Por su parte, Japón (3.3%), Bélgica (3.5%) y Dinamarca (3.6%) son los países que tienen menor actividad emprendedora.

En cuanto al Perú, en particular, la evolución de la actividad emprendedora ha mostrado una tendencia decreciente. Vemos que en el 2007, el TEA fue de 25.9%, en el 2008 fue de 25.6% y para este año el resultado fue de 20.9%. Sin embargo, debe considerarse que aunque un nivel de TEA alto es, por lo general, preferible a un nivel de TEA bajo, en

el caso de las economías basadas en recursos y en eficiencia, una reducción del índice TEA se puede considerar como una buena señal que refleja una mejora del clima económico general con un aumento de oportunidades laborales y por ende, una reducción de los emprendimientos por necesidad.

La Tabla 3 muestra el número de emprendedores en etapas iniciales en el Perú, considerando que la población de 18 a 64 años estimada en el 2009 suma 17'482,145.

2.1.2 Los 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, que es importante para preservar la estabilidad económica de una nación. El GEM estudia a los emprendedores

Tabla 3. Población adulta estimada en el 2009 que se encuentra involucrada en actividades emprendedoras en fases iniciales, Perú GEM 2009

	Actividad emprendedora naciente	Propietarios-gerentes de nuevos negocios	Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA)
% de adultos entre 18-64 años	16.1%	5.1%	20.9%
Número estimado de adultos entre 18-64 años	2'814,625	891,589	3'653,768

Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

¹ En el 2007 se realizó un ajuste metodológico que evita el incluir en la medición del TEA a una parte de la población que se identificaba con el término "emprendedor" aunque estuviese realizando otras actividades parecidas. Los indicadores del 2008 y 2009 son consistentes con el cambio hecho en el 2007.

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 3 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.

En general, entre los países con índices más altos de emprendedores establecidos destacan Uganda (21.9%), China (17.2%) y Jamaica (16.3%), mientras que entre los países con los índices más bajos se encuentran Sudáfrica (1.4%), Rusia (2.3%) y Tonga (2.3%).

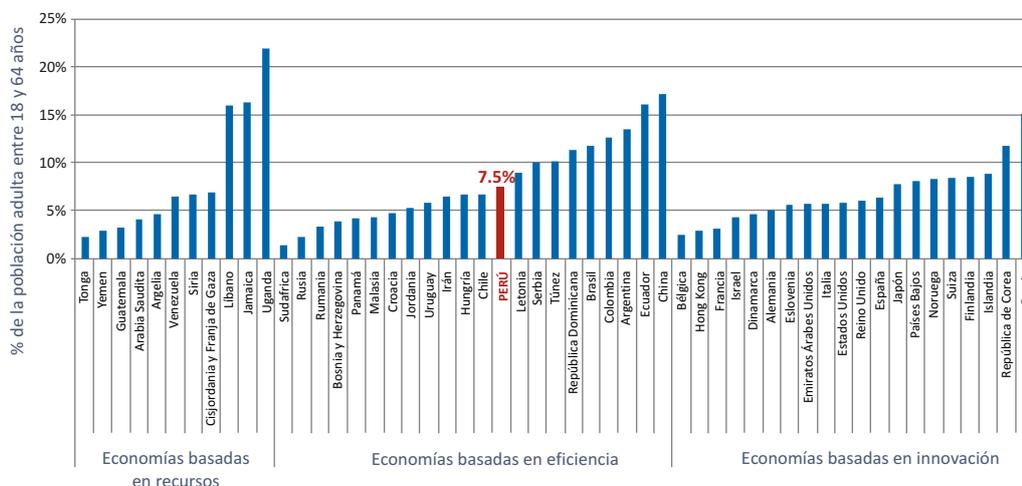
En este punto, conviene comparar el índice de actividad en etapas iniciales y el índice de

emprendedores 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.

El Gráfico 4 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).

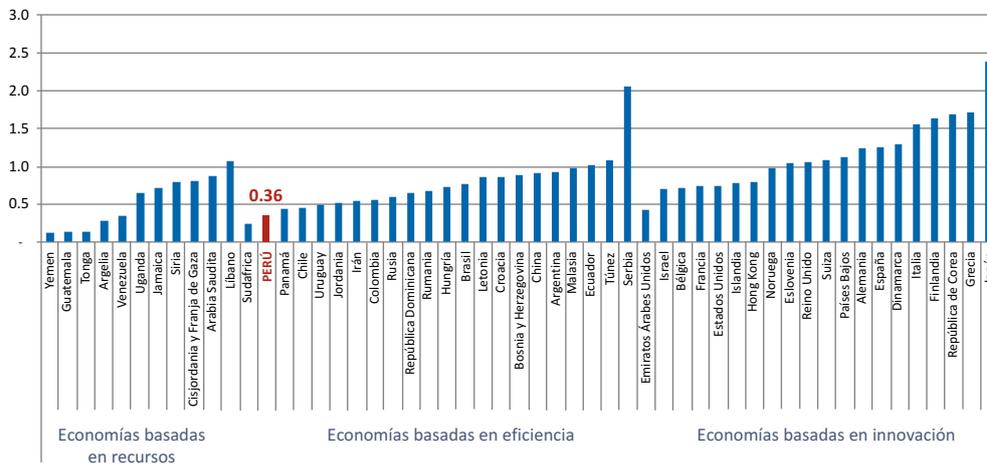
La mayoría de los países con economías basadas en recursos o con economías basadas en eficiencia tienen un bajo nivel de empresas establecidas, a pesar de mostrar los índices de actividad emprendedora más altos. En promedio, los países con economías basadas en recursos tienen los menores ratios, encabezados por Yemen (0.12). Guatemala (0.13) y Tonga (0.13). Por otro lado, Japón (2.39), Serbia (2.06) y Grecia (1.72) son los países con mayor ratio. Para estos últimos, el ratio se ha incrementado hasta en un 69% comparado con los resultados obtenidos en el 2008.

Gráfico 3. Prevalencia de emprendedores establecidos, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 4. Ratio (índice de emprendedores establecidos)/(TEA), GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

En el caso particular del Perú, el ratio se ha incrementado de 0.32 en el 2008 a 0.36 en el 2009, principalmente por una disminución en el índice de emprendedores nacies. Es posible que la crisis económica internacional haya tenido influencia en la decisión de emprender para algunas personas, especialmente para aquellas con ideas de negocios de exportación. Por otro lado, se debe destacar que el número de emprendedores establecidos es sólo el tercio del de los emprendedores en etapas iniciales; ello refleja, como en anteriores oportunidades, el elevado nivel de discontinuación de empresas.

2.1.3 La discontinuación de la actividad emprendedora

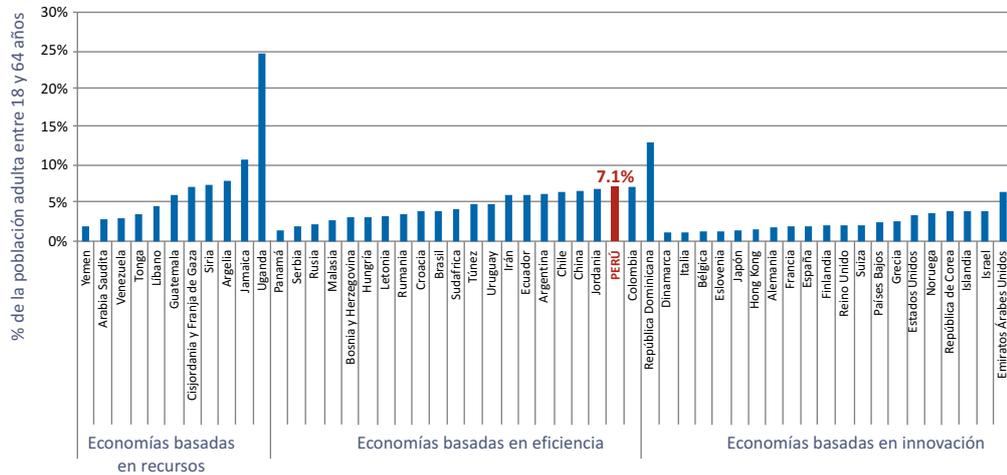
Para el GEM, la discontinuación de la actividad emprendedora se define como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) que en los últimos 12 meses ha cerrado, vendido o, en general, discontinuado su relación de propietario-gerente con el negocio. La discontinuación

de un negocio es una característica importante de las economías dinámicas y tiene correlación estrecha con el ingreso y salida de empresas en una economía (Robinson et al., 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 2009.

Se puede observar que, en promedio, la tasa de interrupción de negocios es relativamente más alta en las economías basadas en recursos (en Uganda, por ejemplo, la tasa reportada es de 24.6%); tal situación 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. Así, Dinamarca (1.1%), Italia (1.1%) y Bélgica (1.3%) evidencian las tasas más bajas en la discontinuación de negocios en toda la serie GEM.

En cuanto a la situación peruana, los resultados muestran una disminución en el

Gráfico 5 . Tasa de discontinuación de negocios, GEM 2009



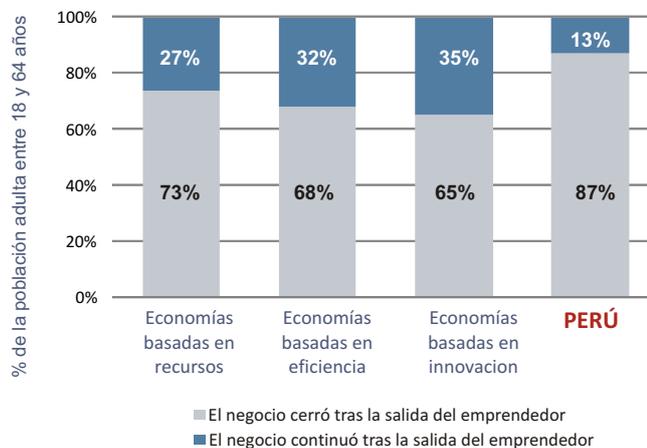
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

índice de discontinuación de negocios de 10.4% en el 2008 a 7.1% en el 2009. Es el tercer país entre los países con economías basadas en la eficiencia y el séptimo entre la serie GEM con la tasa de discontinuación de negocios más alta. Este hecho revela que en nuestro país, si bien se están promoviendo mecanismos para facilitar la constitución de empresas y se cuenta con un enorme

potencial emprendedor, aún falta mucho por mejorar en cuanto a políticas específicas que favorezcan la preservación de la masa empresarial, sobre todo en el sector de los pequeños negocios. De ello se deduce, por tanto, que este tema debe ser prioritario en la agenda nacional.

No obstante, es importante recalcar que no

Gráfico 6. Continuidad de los negocios tras la salida del emprendedor, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

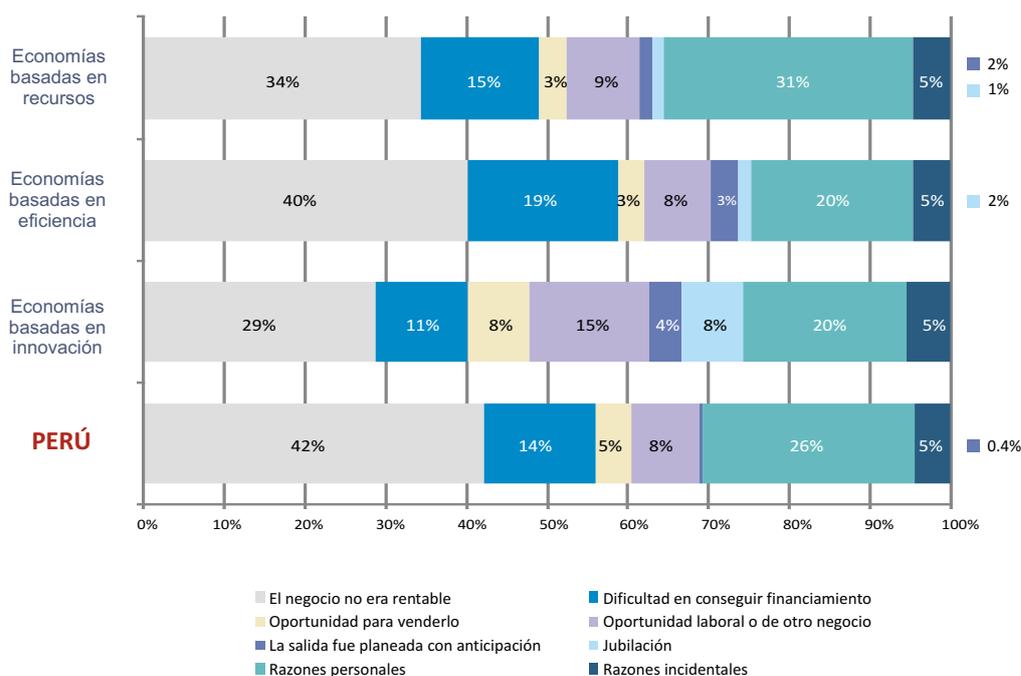
todos los negocios que no sobreviven se deban considerar fracasos. Un estudio de Headd (2003) muestra que los propietarios de aproximadamente un tercio de los negocios que cerraron manifestaron que sus empresas eran exitosas al momento del cierre. Asimismo, este año el GEM da cuenta que, en promedio, alrededor de un tercio de las empresas que fueron descontinuadas por los encuestados siguieron operando de otra forma o con un dueño diferente (Gráfico 6). A diferencia del 2008, en que los resultados para Perú fueron similares al promedio global, en el 2009 la proporción de negocios que cerraron definitivamente se incrementó de 63% a 87%.

El Gráfico 7 reafirma que la razón más importante para la descontinuación del negocio no necesariamente implica que éste haya fracasado. Los resultados, junto con los reportados en el 2008, proyectan una imagen consistente de la descontinuación de negocios que se ajusta al modelo GEM. Hasta

el 55% de los encuestados mencionaron los problemas financieros como la razón para descontinuar la empresa, con mayor frecuencia en los países con economías basadas en recursos y economías basadas en eficiencia (49% y 69%, respectivamente). En estos países, el problema financiero de mayor peso fue la poca rentabilidad del negocio, lo que refleja que la búsqueda de la eficiencia en los negocios adquiere una importancia cada vez mayor en las economías de escala. Por otro lado, la dificultad para obtener financiamiento fue considerablemente menor en las economías basadas en innovación, donde la EFC Financiamiento para el emprendimiento, está más desarrollada.

La oportunidad de vender y, en particular, la jubilación, se señalaron con más frecuencia como una razón importante para interrumpir el negocio en las economías basadas en la innovación, mientras que los motivos personales fueron más frecuentes en

Gráfico 7. Razones detrás de la descontinuación del negocio, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

economías basadas en recursos. Así, la discontinuación de los negocios en economías basadas en recursos llegó al 31%, mientras que en los países con economías basadas en eficiencia y en innovación fue del 20%. Los individuos presentaban razones personales para la discontinuación, principalmente por enfermedad, problemas familiares, duelo, pérdida de un socio de negocios, divorcio, necesidad de financiar un evento personal, aburrimiento, disturbios civiles u otras razones asociadas a requisitos básicos relativamente desfavorables.

En el caso particular del Perú, las principales causas de discontinuación del negocio fueron los problemas financieros relacionados sobre todo a la rentabilidad del emprendimiento, que exhibe un 42%, comparado con el 28% reportado en el 2008. Los motivos personales, por su parte, disminuyeron como razón de discontinuación de 33% a 26%. De estos resultados se desprende que aún deben hacerse esfuerzos en preparar emprendedores con conocimientos y habilidades para montar y dirigir negocios de mayor potencial y, sobre todo, capaces de mantenerse en el mercado ante situaciones adversas.

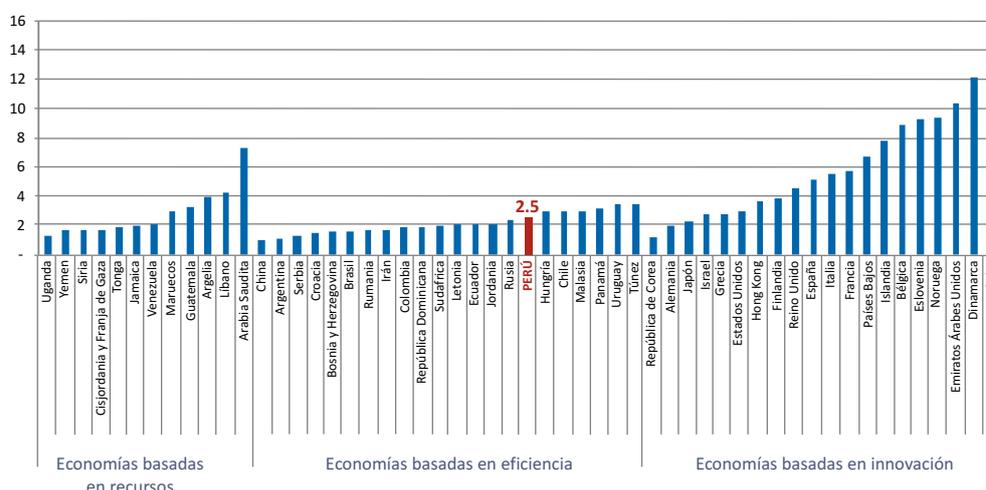
2.2 La motivación para emprender

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. Por su parte, las personas motivadas por la necesidad consideran no tener otra alternativa para ganarse la vida, o temen quedar desempleados en un futuro cercano, de manera que 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”. Esto es, 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 –aún cuando en la realidad están más cerca de la primera–. Considerando sólo este aspecto, el GEM podría estar subestimando el emprendimiento por necesidad y 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 sólo 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 iniciar un negocio por necesidad ni a aquellos que sólo pretenden mantener su nivel de ingresos actuales.

El ratio que mide la proporción entre emprendedores motivados por oportunidad y emprendedores impulsados por necesidad proporciona una medida aproximada de la importancia del emprendimiento por oportunidad y una idea de la calidad de los negocios creados. El Gráfico 8 muestra que, mientras en los países con economías basadas en recursos no hay más de 7.2 emprendimientos por oportunidad por cada emprendiendo por necesidad (caso de Arabia Saudita) y en los países con economías basadas en eficiencia el ratio como máximo llega a 3.5 en Túnez, en los países con economías basadas en la innovación esta proporción puede llegar a ser casi de 14 a 1 (caso de Suiza). Este panorama no debe extrañar si se tiene en cuenta que en la mayoría de estos últimos países, sobre todo en Europa, la población accede a oportunidades adicionales para generar ingresos debido a que la mayoría de los habitantes gozan de una apropiada seguridad social.

Gráfico 8. Ratio TEA oportunidad/TEA necesidad por país, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

En el Perú, del 2008 al 2009 el emprendimiento por oportunidad tuvo un ligero descenso del 17.0% al 14.7%, mientras que el emprendimiento por necesidad decreció de 8.0% a 5.8%. Sin embargo, se debe destacar un aumento del ratio TEA oportunidad/TEA necesidad de 2.1 a 2.5. Considerado de manera individual, este resultado podría indicar que el panorama emprendedor se está desarrollando en forma favorable; pero, comparado con los resultados obtenidos en otros países, este índice es uno de los ratios más bajos encontrados en el estudio GEM y revela que aún queda mucho por hacer.

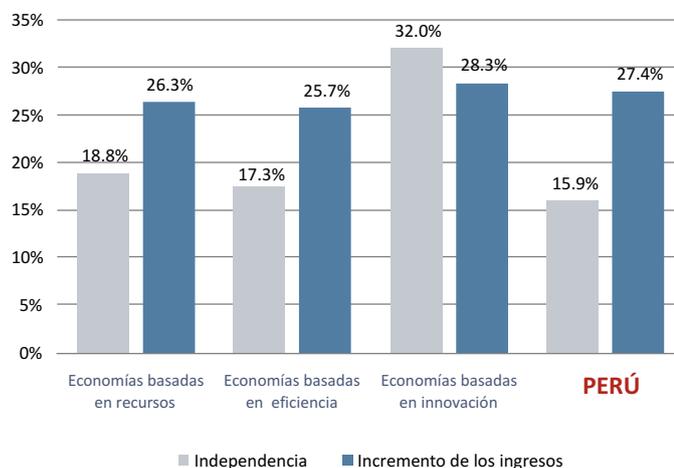
Detrás de los emprendimientos motivados por oportunidad, el GEM reconoce dos impulsores principales: el anhelo de independizarse y el deseo de incrementar los ingresos (suponiendo que estos serían mayores a los que se obtendrían si se es empleado dependiente). El Gráfico 9 muestra la proporción de estos dos motivadores dentro del índice TEA para cada grupo de países según la fase de desarrollo económico y, 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 la innovación, mientras que en los países con economías basadas en recursos y en eficiencia, el principal motivador es el incremento de los ingresos. En el Perú, los resultados favorecen al interés por obtener mayores ingresos, cuya proporción ha disminuido de 30.7% en el 2008 a 27.4% en el 2009, mientras que la proporción de emprendedores que buscan mayor independencia se ha incrementado de 14.9% en el 2008 a 15.9% para el 2009.

2.3 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 agrupados en cuatro sectores principales. Esta clasificación facilita el

Gráfico 9 . Motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad, GEM 2009



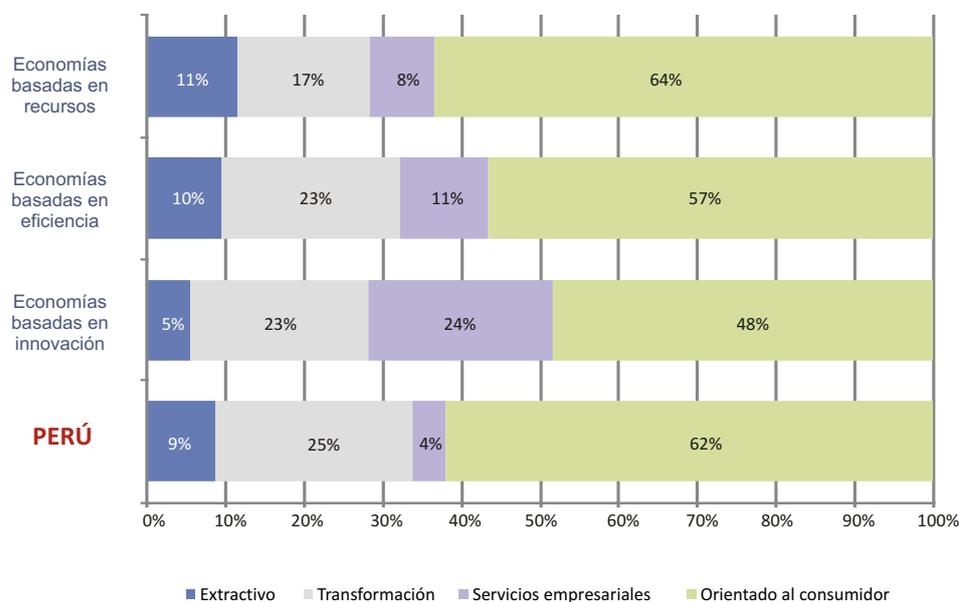
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

análisis de los resultados y las comparaciones tanto entre países como entre empresas (en etapas iniciales 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 son otros negocios, como servicios financieros, seguros, inmobiliarias u otros servicios para empresas.
- 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 10 muestra la distribución de la actividad emprendedora en etapas iniciales según los sectores industriales y fases de desarrollo económico. Como puede observarse, esta distribución es diferente para cada una de las tres fases de desarrollo económico. Los negocios extractivos son más frecuentes en economías basadas en recursos, mientras que los negocios de transformación lo son más en economías basadas en eficiencia. Por último, los negocios de servicios empresariales son más frecuentes en economías basadas en innovación. La reducción en la frecuencia de negocios orientados al consumidor, conforme se pasa de una a otra fase de desarrollo, es particularmente notoria. Estos servicios suelen tener relativamente menores necesidades de recursos y a menudo son de naturaleza local, especialmente en los países con transporte e infraestructura comercial poco desarrollados. Sin embargo, comparando las cifras con los resultados del 2008, este sector se ha incrementado ligeramente en cada una de las tres fases de desarrollo económico, a expensas de una reducción de los sectores de transformación y de servicios empresariales, principalmente.

Gráfico 10. Distribución por sector de la actividad emprendedora en etapas iniciales según fase de desarrollo económico y en el Perú, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

El sector predominante de las empresas en etapa inicial en el Perú es el orientado al consumidor, con 62%. El sector de transformación (25%) y el extractivo (9%) ocupan el segundo y tercer lugar, respectivamente. En comparación con el 2008, destaca el incremento en el sector extractivo y orientado al consumidor a expensas de una disminución en los sectores transformación y de servicios empresariales.

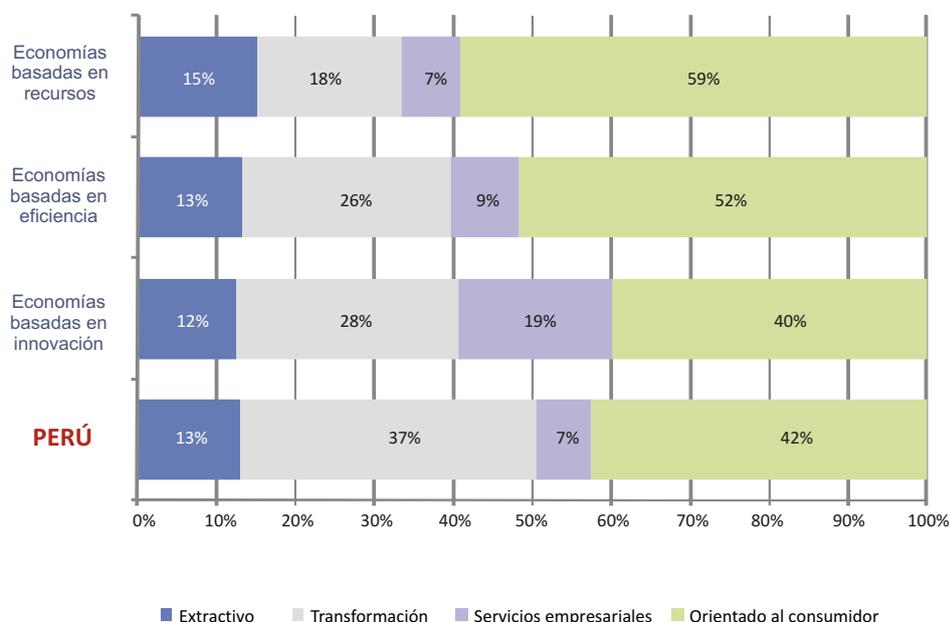
En cuanto al índice de emprendedores establecidos, se observa que, al igual de lo que sucede con los emprendedores en etapas iniciales, a medida que el desarrollo económico aumenta, el sector servicios tiene cada vez mayor participación, en detrimento principalmente de una menor participación del sector orientado al consumidor (Gráfico 11). Es posible que conforme el ingreso per cápita se incrementa, los consumidores sean mucho más sofisticados y exigentes, lo cual induce a que sólo las empresas más fuertes y competitivas puedan consolidarse en el mercado.

En el Perú, el sector predominante en las empresas establecidas es aquel orientado al consumidor, con un incremento de 35% en el 2008 a 42% para el 2009. Ello ha llevado a una reducción en el sector transformación de 45% en el 2008 a 37% para el 2009.

2.4 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, el estudio 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

Gráfico 11. Distribución por sector de empresas establecidas según fase de desarrollo económico, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

costo de los recursos. En una recesión, por ejemplo, los activos liberados por negocios descontinuados podrían ser reutilizados con costos relativamente bajos por otras empresas, sobre todo por las nuevas.

2.4.1 Necesidad de inversión

En el 2009, los emprendedores peruanos en etapas iniciales encuestados, invirtieron en total alrededor de 6'893,000 soles, lo que da un promedio de 24,000 soles aproximadamente por negocio. Este resultado muestra una disminución de la inversión total de cerca de 4 millones y medio de soles que en el 2008, año en que el promedio por iniciativa emprendedora fue de 29,000 soles. Asimismo, en el 2009, el 50% de los emprendimientos demandó una

inversión superior a 1,600 soles, mientras que en el 2008 fue de 2,000 soles. El 49% de los emprendedores manifestaron que ellos proveerían el total de la inversión necesaria para montar su propio negocio; en el 2008, el promedio fue de 56%. En otras palabras, estos resultados presentan una tendencia hacia una disminución de la inversión en los negocios, 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 alrededor de 3,000 soles en promedio; sin embargo, 50% solo invirtió 1,000 soles aproximadamente. La Tabla 4 resume la estadística de la inversión realizada por emprendimiento y por emprendedor.

Tabla 4. Inversión realizada por emprendimiento y por emprendedor, GEM Perú 2009

	En total, ¿cuánto dinero será necesario para iniciar este nuevo negocio?	En total, ¿cuánto de su propio dinero es lo que espera invertir en este nuevo negocio?
Media	23,852	3,052
Mediana	1,667	1,000
Moda	1,667	667
Desviación estándar	295,030	7,795
Suma	6'893,229	375,415

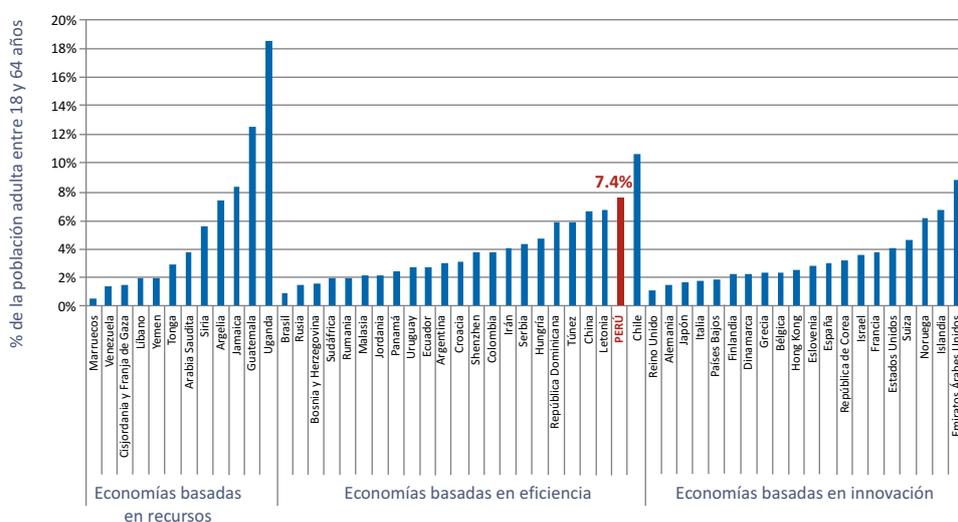
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

2.4.2 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 los préstamos con o sin reembolso realizados por terceros y que no son registrados como parte de las transacciones del sistema financiero formal. El Gráfico 12 muestra el porcentaje de inversores informales activos

por país. Aquí se observa que los países con economías basadas en recursos presentan los mayores índices de inversión informal, en especial Uganda (19%) y Guatemala (13%). Por su parte, los países con mayor desarrollo muestran, en general, menor nivel de inversión informal. Una razón para esta situación 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 con menor desarrollo, donde,

Gráfico 12. Porcentaje de inversores informales activos por país, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Tabla 5. Inversión informal, GEM Perú 2009

Estadístico	Valor
Media	4,094
Mediana	600
Moda	667
Desviación estándar	30,534
Suma	503,552

Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

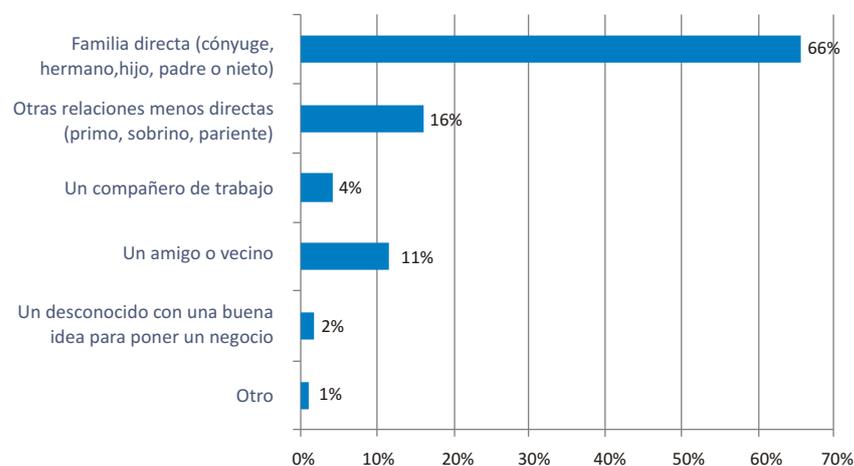
con ingresos bajos y falta de garantías, los pobladores tienden a recurrir a inversores informales.

En el Perú, el nivel de inversión informal es uno de los mayores en el grupo de países con economías basadas en eficiencia (7.4%). No obstante, la inversión informal en el Perú ha disminuido con relación a lo encontrado en el 2007 y 2008 (12.5% y 10.5%, respectivamente). Este hecho puede estar asociado a mayores facilidades del sistema financiero, pero también puede deberse a que los inversores han restringido sus fondos 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). Los inversores informales peruanos en el 2009 tienen una edad promedio de 36 años; más del 66% son hombres; 19% ha realizado estudios universitarios y solamente 2% tiene postgrado. El 93% pertenece a los niveles de ingresos medio y alto. El valor promedio de su aporte asciende a alrededor de 4,000 soles. Sin embargo, es importante resaltar que el 50% de las inversiones informales están por debajo de los 600 soles, y la cifra más frecuentemente invertida es de 667 soles (ver Tabla 5).

Gráfico 13. Beneficiarios de la inversión informal, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Como era de esperarse, el Gráfico 13 muestra que los principales beneficiarios del inversor informal son los familiares cercanos, ya sean padres, hermanos, hijos o nietos (66%). Aquí se registra un aumento en las cifras obtenidas en el 2007 y 2008, que fueron de 37.6% y 52%, respectivamente. A los familiares cercanos les siguen en importancia los familiares indirectos (16%), seguidos de cerca por los amigos o vecinos (11%) como

receptores de la inversión. Es posible que ante la presencia de la crisis las personas sean más adversas a arriesgar sus fondos en proyectos ajenos; por tal razón, los emprendedores han virado su atención a familiares más cercanos donde los vínculos afectivos pueden pesar más en la decisión que el hecho de inversión en sí.

Capítulo **3****PERFIL DEL EMPRENDEDOR**

Este 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, así como qué elementos necesitan mayor atención y deben fortalecerse para incentivar la actividad emprendedora en el Perú.

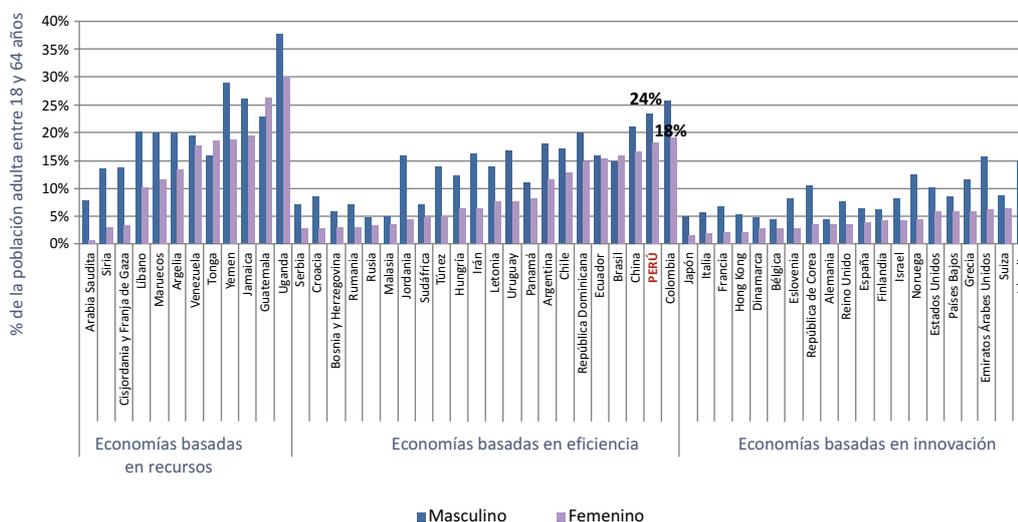
3.1 Demografía del emprendedor

3.1.1 Género

El Gráfico 14 muestra los índices para el año 2009 sobre la participación femenina comparándolos con los de participación masculina en los emprendimientos en etapas iniciales para cada país GEM, agrupados según la fase de desarrollo económico. Como se observa, la proporción de las mujeres emprendedoras varía considerablemente en cada fase de desarrollo, lo que refleja las diferentes culturas y costumbres relacionadas con la participación femenina en la actividad económica.

En algunas economías basadas en recursos, como por ejemplo Venezuela y Uganda, los niveles de TEA femenino son ligeramente inferiores a los de sus pares masculinos. En cambio, en Tonga y Guatemala las mujeres tienen más participación en actividades de emprendimiento en etapas iniciales comparada con la participación masculina. La situación es muy diferente para la mayoría de los países del Oriente Medio en donde la participación femenina es mucho menor. Entre las economías basadas en eficiencia, la brecha de género en las tasas de TEA es muy baja en varios países de América Latina. En cambio, los niveles de emprendimiento masculino son

Gráfico 14. TEA por género, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

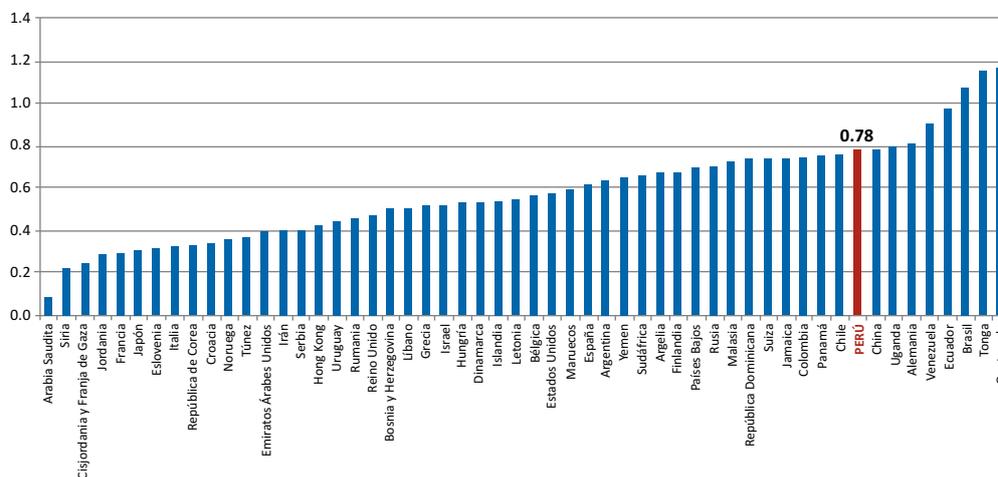
sustancialmente más altos que los de las mujeres en la mayoría de países de Europa. Por su parte, en los países con economías basadas en innovación, el índice de participación masculina generalmente duplica las probabilidades de participar en emprendimientos en etapas iniciales que las mujeres. Sin embargo, esta brecha es menor en Alemania, Suiza y Finlandia.

La influencia de las diferencias culturales entre los países y las regiones del mundo en la participación de las mujeres en la actividad económica es más evidente si se compara el ratio TEA femenino/TEA masculino entre los países sin considerar el nivel de desarrollo económico (Gráfico 15). Por ejemplo, en la mayoría de países latinoamericanos, sobre todo en aquellos con economías basadas en eficiencia, alrededor de 8 emprendedoras existen por cada 10 emprendedores; es decir, la participación de las mujeres en los emprendimientos es algo menor que la de los

varones. Sin embargo, en la mayoría de los países europeos y asiáticos esta diferencia se acentúa, pero no en la medida de los países con culturas más restrictivas para la mujer como en el Medio Oriente, que muestran los menores ratios de toda la serie.

En el Perú, la actividad emprendedora femenina en etapas iniciales como porcentaje de la población adulta muestra una tendencia decreciente: en el 2007 obtuvo 26.1%; en el 2008 la cifra bajó a 23.6%; en el 2009, el índice es de 18.4%. Asimismo, en el 2009, la proporción de mujeres con relación a los varones disminuyó a 0.78, comparado con el 0.86 en el 2008 y el 1.0 en el 2007. Con estos resultados, el Perú ocupa el cuarto puesto con mayor participación femenina respecto de la masculina entre los países con economías basadas en eficiencia y el noveno en toda la serie GEM.

Gráfico 15. Ratio TEA femenino/TEA masculino por país, GEM 2009



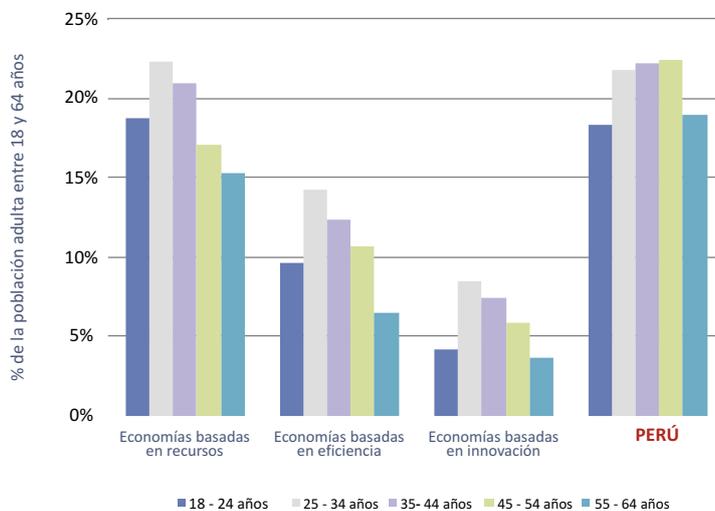
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

3.1.2 Edad

El Gráfico 16 indica que la actividad emprendedora en etapas iniciales difiere en los grupos etarios entre los países categorizados por fase de desarrollo económico, aunque la distribución etaria es

muy similar entre estos conjuntos. Así, se observa que en todos los grupos de países las personas entre 25 y 34 años son las más emprendedoras y, proporcionalmente, la tasa de emprendimiento disminuye a medida que la edad se incrementa. Este patrón en forma en “U” invertida refleja la interacción

Gráfico 16. Distribución por edad de emprendedores en etapas iniciales por grupo de países según desarrollo económico y para el Perú, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

deseo de iniciar un negocio, que tiende a reducirse con la edad, y la autopercepción de habilidades, que tiende a aumentar con la edad.

En el Perú, el promedio de edad del emprendedor en etapas iniciales ha aumentado ligeramente de 35.9 años en el 2008 a 36.1 años para el 2009. A diferencia del resto de países, la actividad emprendedora entre la población adulta dentro del rango de 45 a 54 años presenta el porcentaje más alto. A diferencia del año anterior, el rango de 35 a 44 años de edad presentaba la proporción más alta de actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta.

Sin embargo, como lo muestra el Gráfico 17 sobre el grupo emprendedor, la distribución se asemeja más al de la “U” invertida; el rango de edad entre 25 y 34 años es el que reúne más cantidad de personas. Por otro lado, la distribución de los emprendedores establecidos tiende a congregarse más individuos entre las edades de 24 a 44 años;

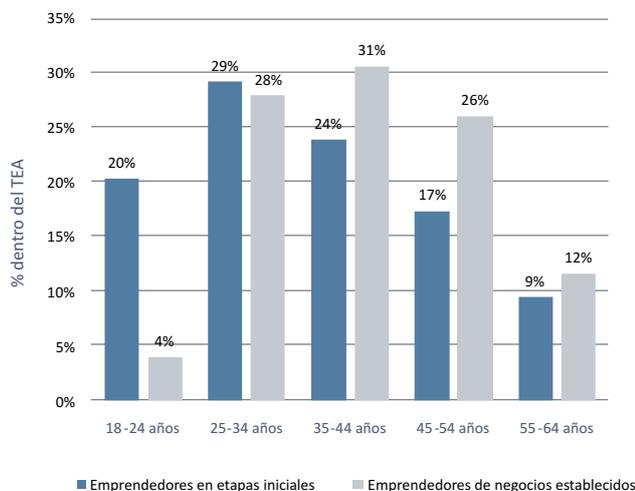
es decir, cerca del 60% de los emprendedores establecidos se encuentra entre estas edades.

En el Perú, como se observa en la Tabla 6, la edad promedio de los emprendedores en etapas iniciales es menor a la de los emprendedores establecidos, cuyo promedio se mantiene igual respecto del año pasado (41.3 años). Asimismo, el resto de indicadores muestran muy poca variación respecto de los años anteriores.

3.1.3 Nivel educativo

El GEM estandariza los indicadores de nivel educativo con la finalidad de hacerlos comparables entre los países. Utiliza cuatro categorías de acuerdo con el máximo grado alcanzado de estudios: educación secundaria inconclusa, educación secundaria concluida, educación post-secundaria (incluye educación técnica y profesional) y grado

Gráfico 17. Edad de los emprendedores en etapas iniciales y de los emprendedores establecidos, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Tabla 6. Estadística descriptiva respecto de la edad (años) de los emprendedores en etapas iniciales y de los emprendedores establecidos, GEM Perú 2009

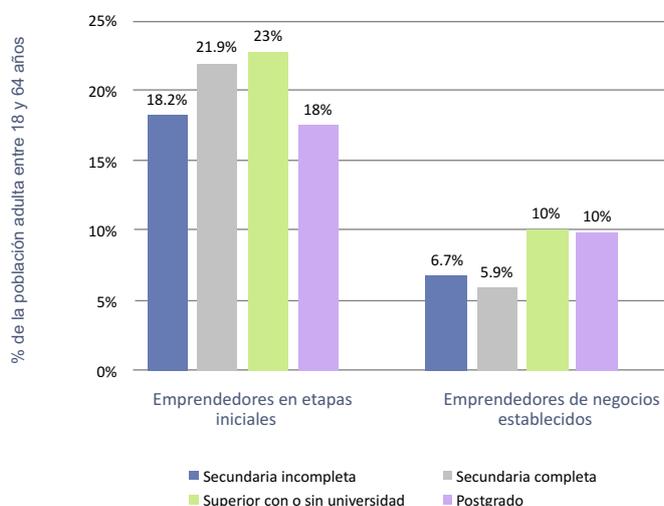
Estadístico	Emprendedores en etapas iniciales	Emprendedores de negocios establecidos
Media	36.1	41.3
Mediana	34.0	40.0
Moda	24.0	46.0
Desviación Estándar	11.9	10.5

Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

académico (incluye educación universitaria y postgrados). El Gráfico 18 muestra el porcentaje de la población adulta peruana involucrada en alguna actividad emprendedora por nivel educativo. A diferencia del año anterior en que las personas con mayor nivel educativo mostraban una mayor propensión a emprender, en el 2009, el perfil predominante se encuentra entre los que tienen educación superior, en primer lugar, y

los que tienen secundaria completa, en segundo lugar. De otro lado, la distribución de los emprendedores establecidos muestra un incremento de empresarios con nivel educativo superior. Estos resultados nos señalan un panorama favorable y, si se mantiene esta tendencia, podríamos esperar una mejor calidad de los emprendimientos y mayores posibilidades de consolidación y crecimiento.

Gráfico 18. Nivel educativo de los emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

3.1.4 Nivel de ingreso

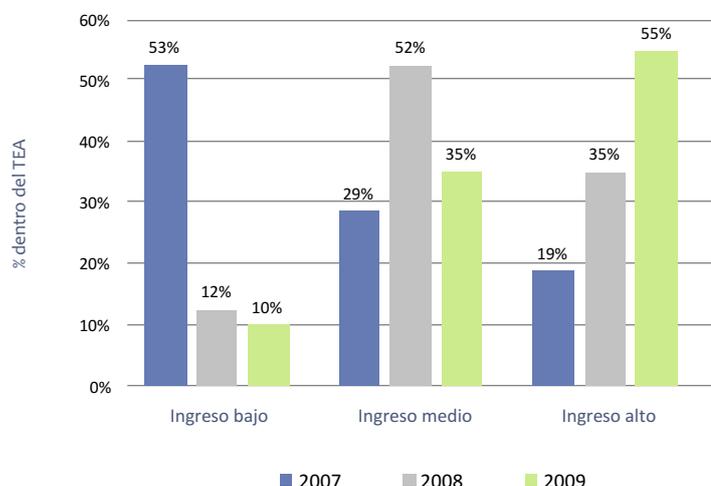
Con el fin de comparar el nivel de ingresos de los emprendedores entre los países participantes del estudio, el GEM divide la renta de los emprendedores en tercios de acuerdo con el ingreso per cápita del país. Esto permite situar a los emprendedores por arriba o por debajo de la media del ingreso nacional. La clasificación origina tres niveles de ingreso familiar: alto, medio y bajo. El Gráfico 19 muestra la distribución de los emprendedores peruanos en etapas iniciales y su evolución desde el año 2007. Como se puede observar, la gran 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 2007 a 10% en el 2009. La cifra se desplaza hacia segmentos de mayores ingresos, llegando a conformar el 55% de los emprendedores con ingreso por encima de la media del país. Este cambio sugiere que la calidad de los emprendimientos podría haber mejorado sustancialmente en estos

últimos años y muchos de ellos actualmente son capaces de proporcionar un ingreso relativamente suficiente al emprendedor.

Un comportamiento similar puede apreciarse para el caso de los emprendedores establecidos (ver Gráfico 20), en que el porcentaje del segmento con menores ingresos se redujo de 55% en el 2007 a sólo 7.8% para el 2009, mientras que el segmento de ingresos superior al promedio del país se ha incrementado en más de dos veces y media (de 24% a 67% para los mismos años respectivamente).

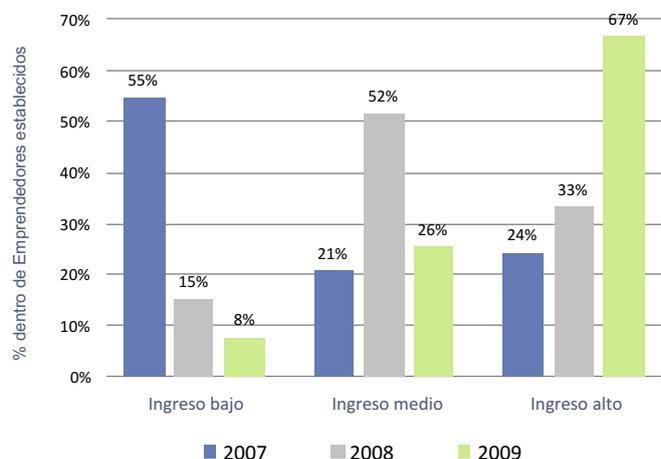
El Gráfico 21 muestra la distribución del ingreso familiar de los emprendedores en etapas iniciales y de los establecidos. En él se observa que cerca del 90% de los emprendedores en etapas iniciales obtienen ingresos de hasta 8,000 dólares mensuales, entre los que predominan aquellos cuyos ingresos fluctúan entre 1,400 y 2,800 dólares mensuales, los cuales han mostrado un aumento del 27% en el 2008 a 35% para el 2009. Por otro lado, el 96% de los emprendedores establecidos tienen un ingreso familiar de hasta 16,000 dólares.

Gráfico 19. Distribución por nivel de ingreso de emprendedores en etapa inicial en los años 2007, 2008 y 2009, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 20. Distribución por nivel de ingreso de emprendedores establecidos en los años 2007, 2008 y 2009, GEM Perú 2009

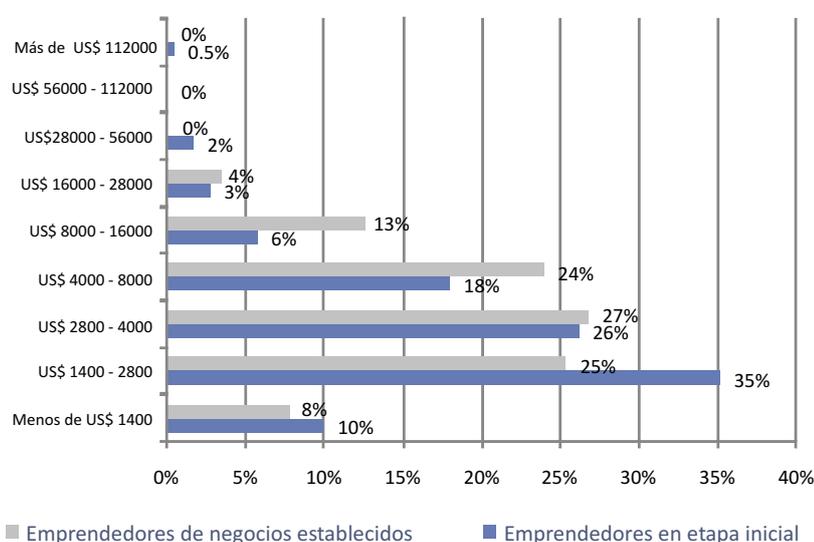


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Asimismo, se ha reducido el porcentaje de emprendedores con ingresos en el rango de 1,400 a 2,800 dólares (de 28% en el 2008 a 25% en el 2009) para incrementarse en los rangos de ingresos mayores (por ejemplo, el rango de 4,000 a 8,000 dólares mensuales se incrementó de 18% a 24%). Estos resultados muestran que el nivel de ingreso familiar se

mueve lentamente hacia montos mayores. Esto es más evidente en los empresarios de negocios establecidos, lo que indica la existencia de emprendimientos más rentables o con una mejor gestión; pero, a la vez, sugiere que aún se mantienen un alto componente de negocios de subsistencia.

Gráfico 21. Distribución por monto de ingreso de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

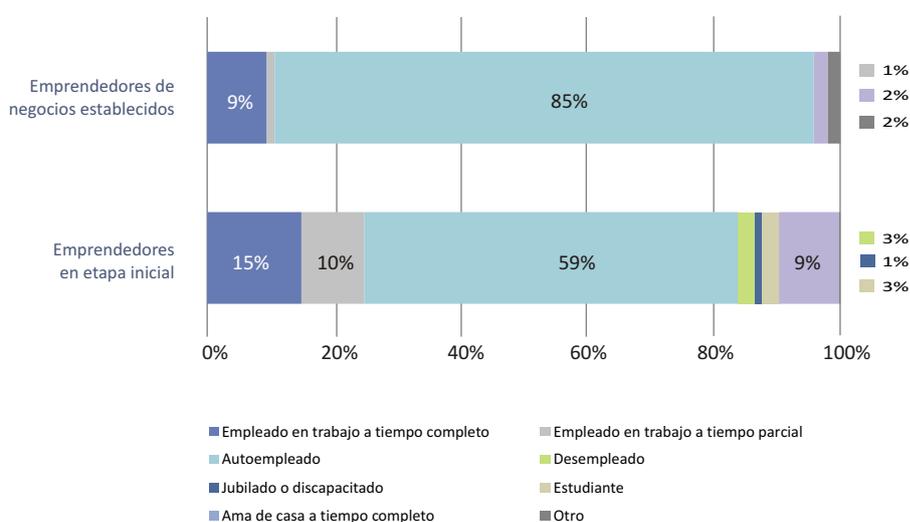
3.1.5 Situación laboral

Como se observa en el Gráfico 22, un 20% de los emprendedores en el Perú señala que todavía está empleado en otra empresa, frente a sólo el 10% de los emprendedores establecidos. Por otro lado, el 60% de los emprendedores en etapas iniciales manifiesta estar trabajando en sus negocios, a diferencia de los emprendedores establecidos. En este grupo, el 85% se dedica sólo a su negocio, probablemente porque ya gozan de una demanda establecida y la rentabilidad de la empresa les permite dedicarse a ella a tiempo completo. Entre los emprendimientos en etapas iniciales, se observa que el 9% estaría en manos de amas de casa que llevan adelante un negocio desde el hogar, mientras que 3% serían puestos en marcha por estudiantes. Estos porcentajes pueden ser el resultado de los programas de empresa, talleres ocupacionales, etc., que se están promoviendo últimamente en el país. Si estas iniciativas se consolidan, entonces ellas permitirían por lo menos el autoempleo para sus creadores.

3.2 Actitudes emprendedoras

Las percepciones sobre el emprendimiento pueden afectar tanto la oferta como la demanda de éste. Del lado de la oferta, constituido por los 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. En cuanto a la demanda, visto desde “el espacio para el emprendimiento”, es tan importante que existan oportunidades de negocio como el que los emprendedores las perciban como tales (Kirzner, 1973; Shane, 2003). La cantidad y calidad de las oportunidades percibidas pueden ser reforzadas por condiciones nacionales, como el crecimiento económico, el crecimiento de la población, la cultura y las políticas nacionales en materia de emprendimiento. Además de las

Gráfico 22. Situación laboral en emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

comparaciones nacionales, las diferencias regionales entre la conducta de los emprendedores son también significativas para muchos países. Esto ha sido documentado por Bosma (2007) en Europa y en Alemania por Bergmann y Sternberg (2007) usando los datos GEM.

Pero existen más factores que están en juego, además de los arriba mencionados. 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 práctico de éstas. Este efecto de percepción puede ser mayor si se vive un clima económico favorable. Es más, habrá diferencias en las poblaciones con respecto de sus capacidades emprendedoras percibidas debido a razones históricas, socioeconómicas o culturales. Si se considera lo anterior, entonces 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 previas. 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). Entre estos beneficios se encuentra el “ser empleado”, la alternativa más común, sobre todo en países donde las oportunidades laborales son escasas y las actividades emprendedoras no son muy gratificantes. En segundo lugar, hay una evaluación de riesgos frente a recompensas, ya que, aún

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 en iniciar un negocio. La aversión al riesgo puede ser un factor determinante en la transición de emprendimiento potencial (o latente) a uno efectivo (Kihlstrom y Laffont, 1979). Al mismo tiempo, la decisión de emprender puede ser influenciada por las características demográficas de la persona, tales como edad, género, origen, etnia, etc. 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 empleo, ven la posibilidad de un emprendimiento en forma más positiva.

No hay un patrón general que describa la secuencia de estas 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 manera inesperada. De hecho, el individuo puede actuar bajo circunstancias específicas, a pesar de que antes de que apareciera la oportunidad de negocio no se percatara 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 (Henley, 2007).

3.2.1 Percepciones y actitudes en los países GEM

La Tabla 7 muestra varios indicadores del GEM referentes a las percepciones de las personas con relación al emprendimiento en cada uno de los 54 países participantes del estudio en el 2009. 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 fuentes posibles 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 de 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 no son los adecuados 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 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 para iniciar un negocio. Si el miedo al fracaso prevalece entre esta población, se podría justificar la intervención de algún tipo de ayuda para reducirlo y así motivar a los individuos a asumir una aventura empresarial.

En muchos países cuyas economías se basan en recursos y en eficiencia se ha observado que la diferencia entre las percepciones 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 7 se presentan los resultados de tres indicadores que miden las actitudes hacia el emprendimiento para 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; pero, en promedio, la cifra va disminuyendo a medida que se incrementa el nivel de desarrollo económico. El segundo indicador describe cómo se sienten los habitantes hacia los emprendedores exitosos: ¿reciben un alto nivel de prestigio o no son bien vistos como modelos a imitar dentro de la sociedad? Los resultados revelan que existe una amplia variación entre los grupos de países y que también, el porcentaje de personas que perciben que los emprendedores gozan de alto nivel de prestigio por la sociedad va disminuyendo a medida que aumenta el nivel de desarrollo económico, aunque esta tendencia es menos notoria que el observado con el primer indicador. Aún cuando en conjunto hay una leve correlación positiva entre estos dos indicadores, existen casos como Croacia y Tonga donde, a pesar de que iniciar un negocio es considerado una buena elección de carrera, los emprendedores exitosos no gozan de alto grado de prestigio dentro de la sociedad. Por otro lado, en Finlandia y Dinamarca, los emprendedores exitosos reciben alto grado de estatus y prestigio; no obstante, sólo una minoría de la población considera el emprendimiento como una opción laboral deseable.

El tercer indicador se refiere a la popularidad del emprendimiento y cuestiona 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 algunos países, como

Tabla 7. Percepciones y actitudes emprendedoras según fase de desarrollo económico, GEM 2009

	Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Miedo al fracaso *	Intenciones emprendedoras **	Actitudes nacionales percibidas por los individuos		
					Emprendimiento como opción de carrera deseable	Alto nivel de prestigio para emprendedores exitosos	Atención de los medios al emprendimiento
Economías basadas en recursos							
Argelia	48	52	31	22	57	58	39
Guatemala	57	64	24	18	77	69	68
Jamaica	42	77	24	29	76	77	74
Libano	54	77	21	22	85	79	65
Marruecos	53	78	24	27	82	86	74
Arabia Saudita	69	73	49	34	80	89	78
Siria	54	62	18	54	89	89	55
Tonga	56	53	65	6	91	52	80
Uganda	74	85	29	58	81	85	74
Venezuela	48	59	26	29	76	69	49
Cisjordania y la Franja de Gaza	50	56	36	24	88	78	52
Yemen	14	64	65	9	95	97	96
Promedio (sin ponderar)	52	67	34	28	81	77	67
Economías basadas en eficiencia							
Argentina	44	65	37	14	68	76	80
Bosnia y Herzegovina	35	57	32	17	73	57	51
Brasil	47	53	31	21	81	80	77
Chile	52	66	23	35	87	70	47
China	25	35	32	23	66	77	79
Colombia	50	64	29	57	90	74	82
Croacia	37	59	35	8	68	49	53
República Dominicana	50	78	27	25	92	88	61
Ecuador	44	73	35	31	78	73	55
Hungría		41	33	13	42	72	32
Irán	31	58	32	22	56	78	61
Jordania	44	57	39	25	81	84	70
Letonia	18	50	40	10	59	66	51
Malasia	45	34	65	5	59	71	80
Panamá	45	62	26	11	74	67	50
Perú	61	74	32	32	88	75	85
Rumania	14	27	53	6	58	67	47
Rusia	17	24	52	2	60	63	42
Serbia	29	72	28	22	69	56	56
Sudáfrica	35	35	31	11	64	64	64
Túnez	15	40	34	54	87	94	70
Uruguay	46	68	29	21	65	72	62
Promedio (sin ponderar)	36	54	35	21	71	71	62
Economías basadas en innovación							
Bélgica	15	37	28	5	46	49	33
Dinamarca	34	35	37	3	47	75	25
Finlandia	40	35	26	4	45	88	68
Francia	24	27	47	16	65	70	50
Alemania	22	40	37	5	54	75	50
Grecia	26	58	45	15	66	68	32
Hong Kong	14	19	37	7	45	55	66
Islandia	44	50	36	15	51	62	72
Israel	29	38	37	14	61	73	50
Italia	25	41	39	4	72	69	44
Japón	8	14	50	3	28	50	61
Corea	13	53	23	11	65	65	53
Países Bajos	36	47	29	5	84	67	64
Noruega	49	44	25	8	63	69	67
Eslovenia	29	52	30	10	56	78	57
España	16	48	45	4	63	55	37
Suiza	35	49	29	7	66	84	57
Reino Unido	24	47	32	4	48	73	44
Emiratos Árabes Unidos	45	68	26	36	70	75	69
Estados Unidos	28	56	27	7	66	75	67
Promedio (sin ponderar)	28	43	34	9	58	69	53

* Denominador: Población adulta activa entre 18 y 64 años que percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio

** Denominador: Población adulta activa entre 18 y 64 años no involucrada en actividades emprendedoras

Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Nota: Las definiciones de las columnas 2-4 difieren de los utilizados en el Reporte GEM 2008, por lo que no deben ser comparados directamente.

en Yemen, los medios tienen marcada actividad en la promoción del emprendimiento, mientras que en otros, como en Dinamarca, Hungría, Bélgica y Grecia, la actividad de los medios de comunicación en el tema es escasa.

En países que tienen economías fundamentalmente basadas en recursos, las actitudes mencionadas no necesitan ser la principal preocupación del gobierno ya que ellos tienen otras prioridades (ver Tabla 7). En países cuyas economías son fundamentalmente basadas en eficiencia, prestar atención a las actitudes hacia el emprendimiento puede influir en la expansión del emprendimiento por oportunidad.

En cuanto a los países con economías basadas en innovación, algunas anomalías visibles en estos indicadores aportarían señales a los gobiernos sobre lo que podría hacerse para estimular la actividad emprendedora. Por ejemplo, en el Japón la mayoría de las personas concuerda que los medios de comunicación le prestan una gran atención al emprendimiento; sin embargo, iniciar un negocio no es considerado una buena opción de carrera, además de que las oportunidades percibidas son pocas y el miedo al fracaso es muy alto. El caso de Dinamarca es todo lo contrario, los emprendedores tienen prestigio social pero la atención de los medios de comunicación es muy escasa.

3.2.2 Las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en el Perú

Tal como se muestra en la Tabla 7 en la clasificación "países con economías basadas en la eficiencia", el Perú presenta el mayor porcentaje de personas adultas que perciben buenas oportunidades de negocio (61%); es el segundo, luego de República Dominicana, en el que la población adulta cree tener capacidades para emprender (74%) y donde sólo un 32% permitiría que el miedo al fracaso le impida poner un negocio.

Esto lo convierte en uno de los países con mayor porcentaje de personas con intenciones de abrir una empresa en los próximos 3 años (32%). Con relación a las actitudes hacia el emprendimiento, los indicadores muestran también niveles favorables, tanto en la consideración del emprendimiento como carrera (88%) y el prestigio social de los emprendedores (75%) como en la cobertura que los medios de comunicación dan a este fenómeno (85%).

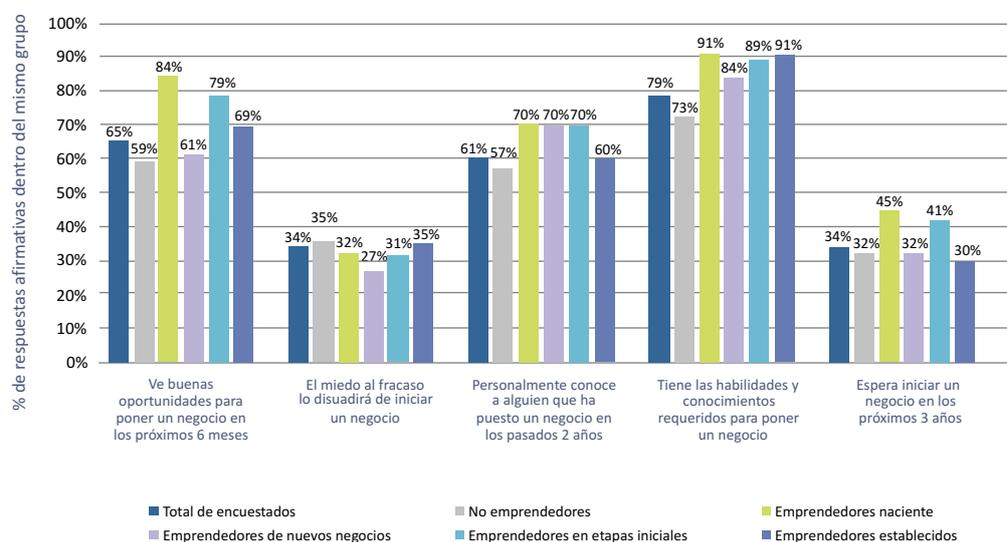
Es también interesante extender el análisis de estas variables perceptuales y actitudinales dentro del proceso emprendedor. Como se observa en el Gráfico 23, existen claras diferencias en las percepciones y las actitudes hacia el emprendimiento entre las personas relacionadas con alguna etapa de la actividad emprendedora (naciente, nueva o establecida) y aquellos que no están directamente involucrados.

Con relación a la percepción de futuras oportunidades de negocio, el 65% del total de encuestados y el 84% de los emprendedores nacientes perciben oportunidades de negocio en el futuro cercano constituyéndose como el grupo con más optimismo al respecto. Por otro lado, las personas no involucradas en ningún tipo de emprendimiento y los emprendedores de negocios nuevos son los que tienen menos expectativa de oportunidades de negocio para un futuro cercano (59% y 61% respectivamente).

El temor al fracaso puede llegar a ser un impedimento para la puesta en marcha de un negocio. Así lo manifestó un 34% de los encuestados y, aunque esta medida tiene pocas variaciones en el resto de los grupos estudiados, se debe destacar que la menor aversión al riesgo se percibe entre los emprendedores propietarios de negocios nuevos (27%).

Por otro lado, no es sorprendente que el 70% de los emprendedores en etapas iniciales conozcan a otros individuos con negocios propios, frente a solamente 57% de las

Gráfico 23. Percepciones hacia el emprendimiento, según condición del emprendedor, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

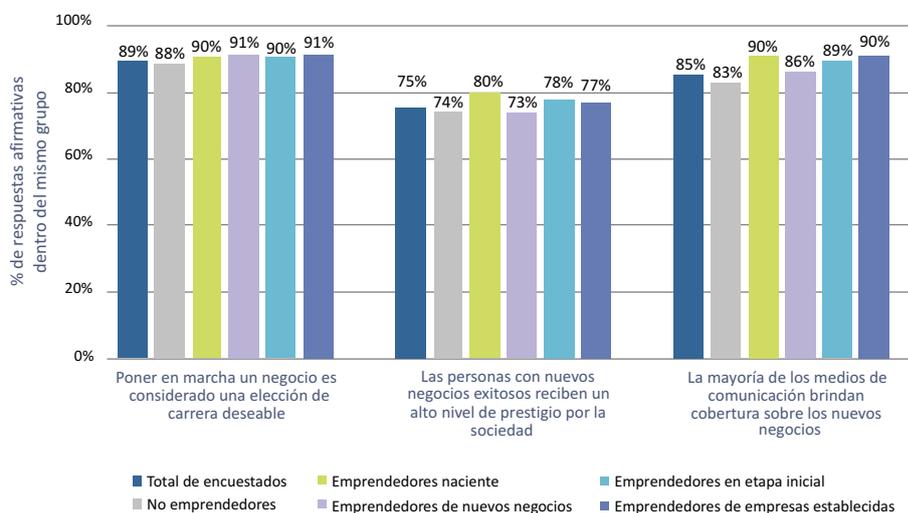
personas no emprendedoras. En efecto, es natural que las personas involucradas en actividades emprendedoras hayan tenido contacto con personas vinculadas al mundo empresarial para proveerse de información, conseguir asesoramiento y/o financiamiento, entre otros mecanismos que les permita fortalecer sus 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, se debe señalar que alrededor del 79% de la población peruana en general tiende a percibir que posee habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha un negocio, indepen-

dientemente de si estas competencias son reales o no. Esto es más evidente entre las personas involucradas en cualquier fase del desarrollo emprendedor, ya que todos ellos sobrepasan el 80%, en particular los emprendedores nacientes (91%) y los propietarios de empresas establecidas (91%). También se debe indicar que, aún cuando entre los peruanos no emprendedores sólo el 73% manifiestan poseer estas competencias, este porcentaje es uno de los más altos entre los países con economías basadas en eficiencia y entre toda la serie GEM.

En cuanto a las actitudes de la población hacia la creación de negocios, el Gráfico 24 recoge 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 24. Actitudes hacia el emprendimiento según la condición del emprendedor, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

En general, en el Perú se observa que el emprendimiento es bien percibido. Inclusive, el 88% de las personas no emprendedoras refieren que poseer y dirigir un negocio es una buena opción de carrera profesional. Este porcentaje se eleva a más del 90% entre las personas involucradas en el proceso emprendedor. Posiblemente lo anterior tiene relación con el hecho de que los peruanos en general, independientemente si son emprendedores o no, sienten que los empresarios exitosos gozan de un alto nivel de reconocimiento. Asimismo, más del 80% de las personas de cada grupo afirma que los medios de comunicación brindan una buena cobertura sobre los casos y éxitos de los nuevos empresarios.

La opinión de la población es contrastada con lo que opinan los expertos sobre el tema. En ese sentido, los expertos coinciden en que el Perú es un país con muchas oportunidades de negocio futuras (incluyendo aquellas de alto potencial de crecimiento). A diferencia de lo hallado en la población adulta, las valoraciones de los expertos no han sufrido

mayores cambios desde el año pasado (Gráfico 25).

Por otro lado, los expertos han aumentado su valoración respecto de las capacidades de la población, en términos de experiencia, habilidades y conocimientos para iniciar y luego gestionar un negocio, así como su reacción ante cambios en el entorno: este año se ha dado una valoración media comparada con la valoración desfavorable obtenida en el año 2008. Sin embargo, a pesar de haber mejorado la puntuación, aún se mantiene en una pobre valoración sobre la capacidad de los peruanos de crear y gestionar negocios de alto crecimiento (Gráfico 26). Es notorio que los esfuerzos por capacitar a los empresarios de pequeños negocios y de incluir la perspectiva de negocio en la enseñanza profesional está cambiando el panorama empresarial; sin embargo, aún no se presta la debida atención al potencial de crecimiento de las empresas como estrategia de desarrollo económico nacional.

Gráfico 25. Opinión de los expertos GEM sobre la percepción de oportunidades de negocio en el Perú, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Por otra parte, en el Gráfico 27 se puede observar que los expertos peruanos opinan que, en general, las actitudes de la población hacia el emprendimiento son favorables. Esto puede considerarse como parte del potencial emprendedor del país, ya que,

como se comentó en un inicio, la valoración del emprendedor impacta positivamente en su actividad y aspiraciones. Este círculo virtuoso propicia, a su vez, no solo un mayor número de iniciativas, sino también una mejor calidad de los emprendimientos.

Gráfico 26. Opinión de los expertos GEM sobre la capacidad del emprendedor para iniciar y gestionar un negocio en el Perú, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 27. Opinión de los expertos GEM sobre la valoración del emprendedor por la sociedad en el Perú, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

3.3 Aspiraciones emprendedoras

Puesto que muchos de los emprendedores en etapas iniciales se apoyan en sus propias habilidades y conocimientos al iniciar sus negocios, el impacto de la crisis sobre 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 más frecuencia una mayor expansión que los emprendedores que tenían menores expectativas (Davidsson y Wiklund, 1997).

Por otra parte, se considera que, en cierta medida, la recesión puede estimular el emprendimiento innovador. En períodos de auge económico, se destina más dinero a investigación y 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 de la organización. Las innovaciones en las recesiones suelen pavimentar el camino para un nuevo período de prosperidad. Por ejemplo, el primer supermercado en los 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.

3.3.1 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 nuevas empresas (Autio, 2007). De hecho, 70% de todos los emprendedores en etapas iniciales espera crear algún empleo (sin contar el de los propietarios), pero sólo el 10% de los

emprendedores nacientes espera crear 20 o más puestos de trabajo. En otras palabras, las expectativas de alto crecimiento son escasas entre los emprendedores nacientes y nuevos.

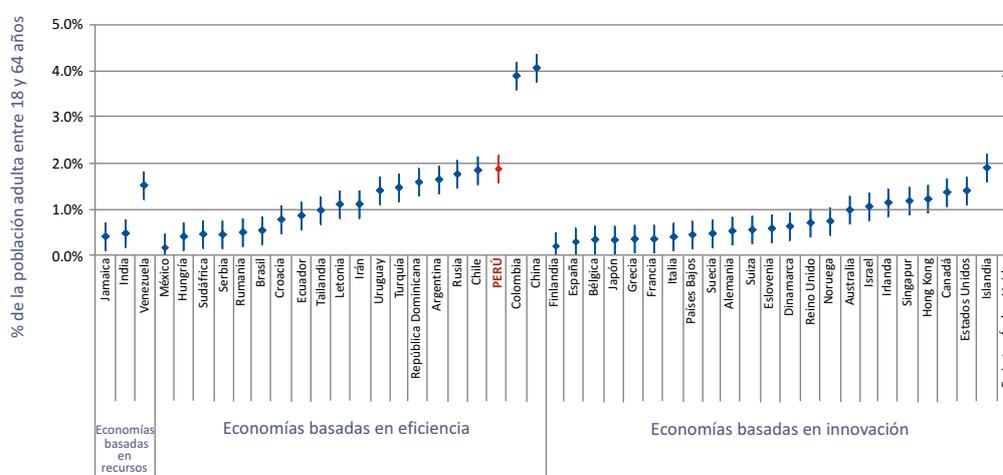
El método del GEM permite categorizar a los emprendedores de acuerdo con su expectativa de crecimiento. Así, para el GEM una expectativa de alto crecimiento (HEA por sus siglas en inglés) implica el deseo de los emprendedores en etapas iniciales de crear 20 ó más empleos en 5 años. En el siguiente análisis se han combinado los datos del GEM de 5 años (2004-2009) para permitir un estudio más aproximado de la forma en que las expectativas de crecimiento difieren entre los emprendedores en etapas iniciales. En total, el conjunto de datos abarca 847,033 entrevistas entre la población adulta. Sobre la base de lo mencionado, el Gráfico 28 presenta la tasa de HEA en los países agrupados por la fase de desarrollo económico en que se encuentran.

Entre las economías basadas en la innovación, los Emiratos Árabes Unidos, e Islandia, seguidos por el Reino Unido, los Estados Unidos, Canadá, Hong Kong,

Singapur, Irlanda, Israel y Australia presentan tasas de HEA de 1% o más, los niveles más altos de este índice durante este período. Los niveles más bajos de HEA (menores al 0.5%) se producen en Finlandia, España, Bélgica y Japón. Las tasas de HEA pueden variar ampliamente, incluso entre países con ingresos altos muy similares. Entre las grandes economías de la Unión Europea, el Reino Unido muestra claramente mayores niveles de HEA que Francia, Italia y España.

Entre los países con economías basadas tanto en recursos como en eficiencia, Colombia, China, Perú, Venezuela y Chile presentan la mayor prevalencia de expectativas de alto crecimiento. En general, los países de América Latina muestran altos niveles de la HEA. Las tasas de HEA más bajas durante el período 2004-2009 se observaron en México, Hungría, Sudáfrica, Jamaica e India. Analizando más en detalle los países con mayor proporción de la población mundial, la tasa de HEA de la India es ligeramente inferior a la de Brasil y ambos son aproximadamente una quinta parte de la de China y un tercio de la de Rusia.

Gráfico 28. Emprendimiento en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento (HEA), GEM 2004-2009



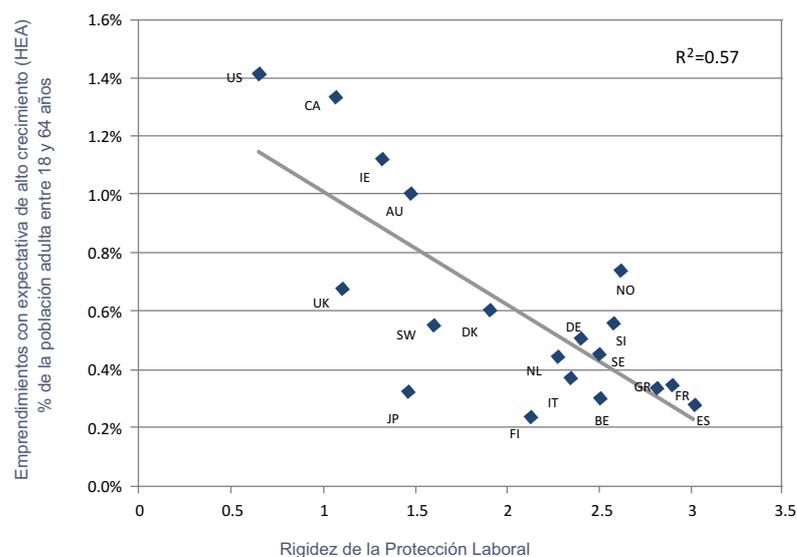
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

El Gráfico 29 pone de manifiesto cómo el contexto institucional puede ser importante para tipos específicos de emprendimientos. Se observa una clara relación negativa entre la rigidez de la protección laboral en el 2004 y las tasas de HEA para el periodo 2004-2009. La medida de la rigidez de la protección laboral se ha tomado de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), y se refiere a las regulaciones en materia de contrataciones y despidos. Hay dos explicaciones para este hallazgo. En primer lugar, los emprendedores que enfrentan una alta protección laboral lo percibirán como una barrera para hacer crecer sus empresas, por ello, éstas tenderán a permanecer sin mayores cambios. Inversamente, los emprendedores que operan en países donde el empleo no está muy protegido no lo percibirán como barrera para su crecimiento. En segundo lugar, los individuos con potencial para tener empresas de alto crecimiento pueden ver el 'ser empleado' como una opción más atractiva; no sólo se

sentirían más protegidos, sino que también verían menos atractivo poner en marcha un negocio. Por supuesto, el equilibrio óptimo depende de las normas y valores específicos en el país. Sin embargo, los resultados sugieren que la reducción en la protección laboral puede tener una consecuencia beneficiosa para los empleados en el largo plazo, debido a la posibilidad de contar con más puestos de trabajo creados precisamente por estos empresarios con gran expectativa de crecimiento.

El Gráfico 30 muestra la distribución de emprendedores con altas expectativas de crecimiento (20 o más puestos de trabajo) y moderada (cinco o más puestos de trabajo) dentro de la población de emprendedores en etapas iniciales. Durante el período 2004-2009, los países con mayor prevalencia de emprendedores orientados al crecimiento (que esperan crear 20 o más puestos de trabajo) en esta muestra de naciones fueron Rusia, los Emiratos Árabes Unidos, Turquía y China. En Singapur y Hong Kong, más del 20%

Gráfico 29. Rigidez de la protección laboral (2004) y emprendimiento con expectativas de alto crecimiento (HEA), GEM 2004-2009



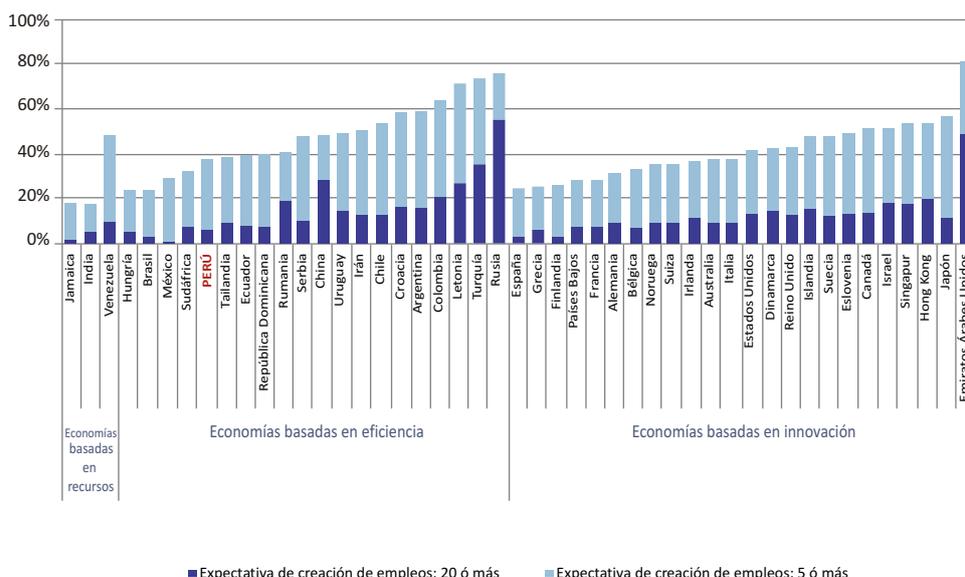
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009 y OECD (www.oecd.org/employment/protection)

de los emprendedores en etapas iniciales aspiran a un rápido crecimiento; ello significa que, 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. Por su parte, Jamaica, India, Hungría, Brasil, México, Grecia, España y Finlandia, destacan como países donde muy pocos emprendedores nacientes y nuevos (alrededor del 5% o menos) esperan tener una empresa de tamaño significativo. Por otro lado y en general, las capitales y las grandes ciudades exhiben un mayor nivel de emprendedores HEA en etapas iniciales comparadas con resto del país (Acs et al., 2008).

En el Perú, para el año 2009, tal como se muestra en el Gráfico 31, los emprendimientos son en su gran mayoría

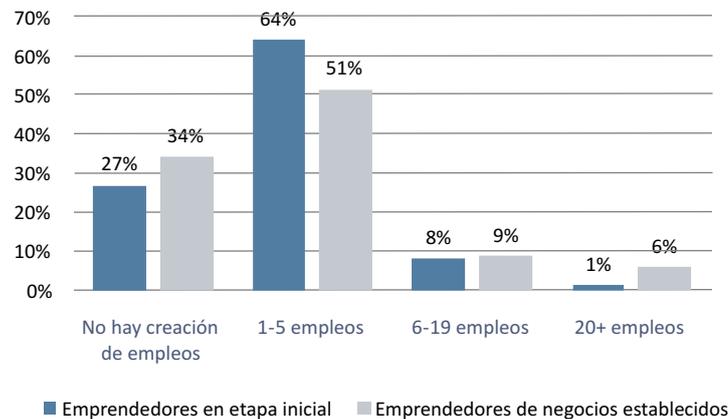
microempresas con hasta 5 empleados (91%); solamente 1% corresponde a negocios con más de 20 puestos de trabajo. Un panorama similar se encuentra entre los emprendedores establecidos. Sin embargo, existe un incremento en los porcentajes de emprendimientos que crearon entre 1 a 5 empleos a expensas de una reducción de las empresas que no crearon puestos de trabajo más que para el propietario. Este cambio es más notorio entre los emprendedores en etapas iniciales que entre los establecidos. Es decir, el panorama emprendedor está cambiando lentamente con empresas de mayor contribución económica; sin embargo, aún es evidente que los esfuerzos son menores y, por ende, su consolidación y crecimiento debe seguir siendo una preocupación para las entidades relacionadas con el crecimiento económico nacional.

Gráfico 30. Emprendimiento en etapas iniciales con expectativas de alto y moderado crecimiento, como porcentajes en TEA, GEM 2004-2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 31. Número de empleos generados por los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de empresas establecidas, GEM Perú, 2009

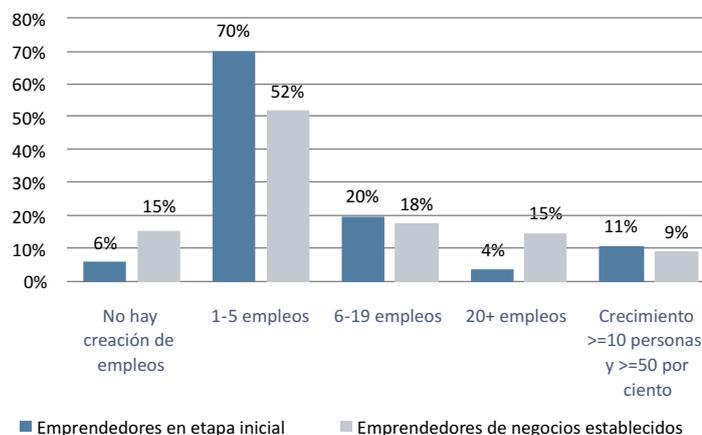


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Por otro lado, el Gráfico 32 muestra la expectativa de crecimiento de los emprendedores en el Perú. Se observa que el 6% de los emprendedores en etapas iniciales y el 15% de los emprendedores establecidos no tienen intenciones de crecer; es decir, el emprendedor se muestra conforme con su

situación actual. Estos valores han disminuido significativamente desde el año anterior, incrementándose la proporción de emprendedores que piensan tener más empleados en el futuro. Así, el 70% de los emprendedores en etapas iniciales cree que podrá aumentar su empresa en hasta 5

Gráfico 32. 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, 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

empleos más y un 20% podría aumentar hasta tener 19 empleados, mientras que el 52% y el 18% de los emprendedores establecidos tienen estas dos expectativas de crecimiento, respectivamente.

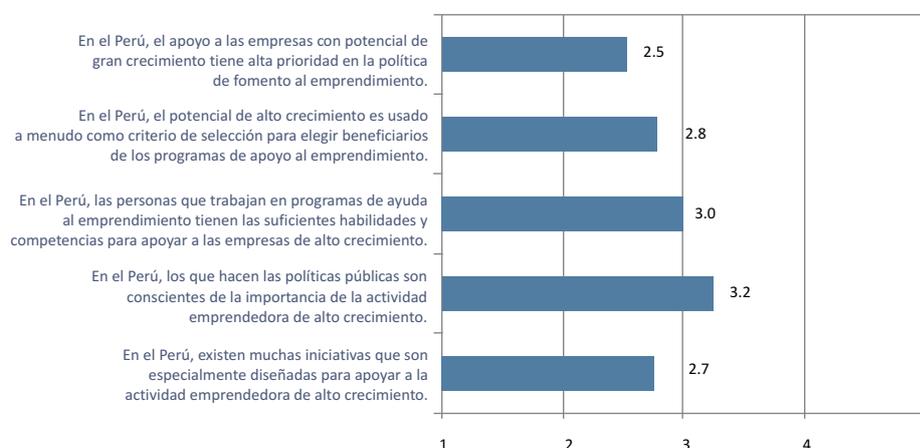
Se debe señalar que la proporción de emprendedores en etapas iniciales que espera un alto crecimiento (tener más de 20 empleados en el futuro), ha disminuido: en el 2008 era de 9%; para el 2009, solo 4%. No obstante, entre los emprendedores establecidos esta proporción se ha incrementado del 9% al 15%.

Sin embargo, otro indicador usado por el GEM considera otros parámetros de crecimiento según la etapa del proceso emprendedor en que el individuo se encuentre. En efecto, a los emprendedores en etapas iniciales se les pregunta por su expectativa de ofrecer 10 ó más puestos de trabajo, mientras que a los emprendedores establecidos se les pregunta por su expectativa en aumentar el número actual de empleados en por lo menos 50%. Con estas preguntas se obtienen resultados más precisos. En efecto, 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 calcular un crecimiento de por lo menos la mitad de sus empleados. Los resultados de este último indicador se muestran en el Gráfico 32, en el que los emprendedores en etapas iniciales presentan una reducción en sus expectativas de crecimiento (de 17% a 11%), mientras que sus pares de empresas consolidadas presentan un incremento de las mismas (de 3% a 9%).

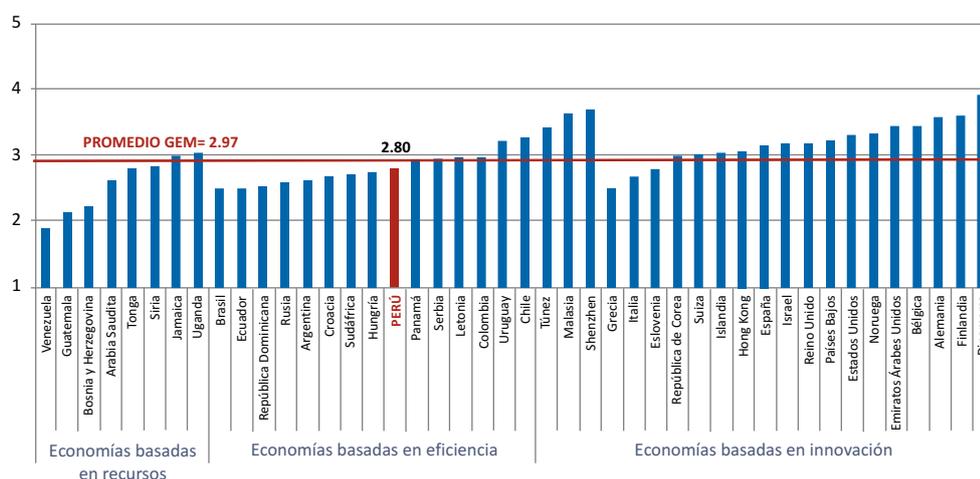
El Gráfico 33 relaciona las opiniones de los expertos con los emprendimientos de alto potencial de crecimiento. Ellos consideran que si bien habría funcionarios conscientes de la importancia de los emprendimientos de alto crecimiento, no hay suficiente número de instituciones diseñadas específicamente para apoyar a este tipo de iniciativas, ni suficientes funcionarios capacitados. Asimismo, el potencial de alto crecimiento no siempre es un criterio para seleccionar a los emprendedores beneficiarios de estos programas, en parte debido a que no es una prioridad dentro de las políticas públicas que actualmente existen para la promoción del emprendimiento en el país.

Gráfico 33. Opinión de los expertos GEM sobre el soporte para el emprendimiento de alto crecimiento en el Perú, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 34. Opinión de los expertos GEM sobre el soporte para el emprendimiento de alto crecimiento, GEM 2009.



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Comparando la valoración sobre el apoyo al potencial de alto crecimiento de los expertos peruanos con sus pares de la serie GEM como se muestra en el Gráfico 34, la situación del Perú es ligeramente inferior al del promedio mundial. No obstante, esta valoración se ha incrementado de 2.55 en el 2008 a 2.8 para el 2009. Es evidente, además, que los expertos en la mayoría de países con economías basadas en innovación observan un adecuado apoyo a los emprendedores con alto potencial de crecimiento, mientras que en los países con economías basadas en recursos sucede todo lo contrario.

3.3.2 Actividad emprendedora orientada hacia la innovación y la tecnología

La esencia de la teoría de la destrucción creativa es que la innovación y el emprendimiento están estrechamente relacionados. Schumpeter (1934, 1942) argumenta que los emprendedores

distorsionan el equilibrio del mercado mediante la introducción de innovaciones o de nuevas combinaciones de producto-mercado. A veces, ellos 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. Si los emprendedores tienen éxito en este camino, o si sus innovaciones son copiadas por los operadores tradicionales, el efecto es el mismo: una mayor productividad y crecimiento económico.

El GEM analiza la innovación en los emprendimientos de varias formas. En primer lugar, valora la novedad (o 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 midiendo 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 35 muestra los países GEM sobre la base de dos índices que combinan las medidas de innovación presentadas líneas arriba (novedad del producto y grado de competencia). El primer indicador mide el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales con nuevas combinaciones de producto-mercado. Estos empresarios no solo ofrecen un producto o servicio que ellos creen que es nuevo para algunos o todos los clientes, sino que simultáneamente creen que hay pocas o no hay empresas que ofrecen el mismo producto. El segundo indicador representa a los emprendedores que ofrecen una novedad en el producto o una novedad al mercado. Para hacer estimaciones más precisas, en este caso también se han usado los datos combinados del periodo 2004-2009.

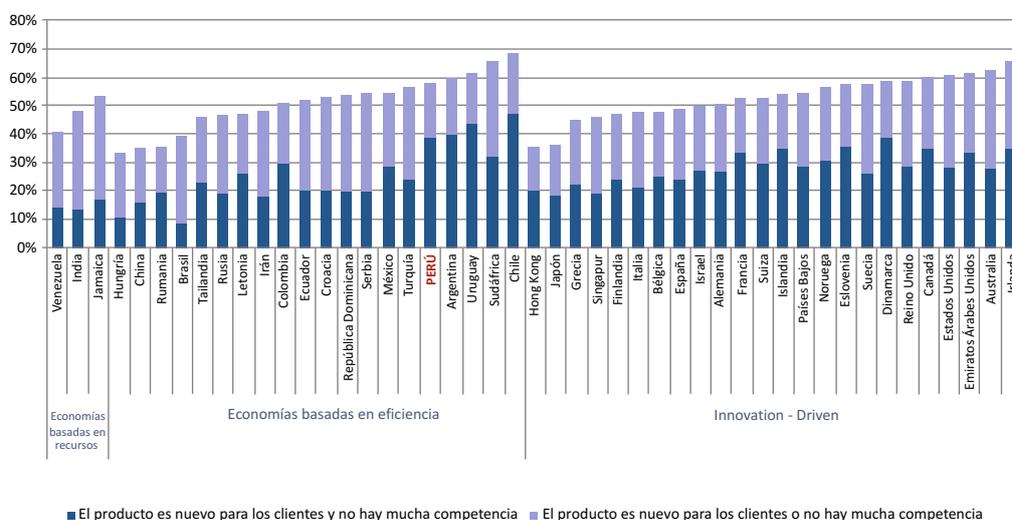
Es evidente que en cada grupo hay países con niveles relativamente altos y bajos de actividad emprendedora innovadora. Por ejemplo, dentro de la Unión Europea, Grecia, España e Italia tienen relativamente pocos

emprendedores en etapas iniciales orientados hacia nuevos productos y mercados, mientras que Dinamarca, Eslovenia, Francia e Irlanda tienen niveles elevados. Entre los países con economías basadas en la innovación es sorprendente que los países asiáticos presenten niveles relativamente bajos.

Así también, los países con economías basadas en recursos tienden hacia tasas bajas de actividad emprendedora innovadora. Por otro lado, algunos países con economías basadas en eficiencia (Chile, Uruguay, Argentina y Perú) tendrían las tasas más altas en toda la serie GEM, mientras que Brasil exhibiría la tasa más baja de la serie.

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 y si la intensidad de la competencia están distribuidas uniformemente en todo el mundo. Al comparar dentro de los grupos de países, podemos identificar en cierta medida algunas diferencias en la disponibilidad del producto y la intensidad de la competencia.

Gráfico 35. Porcentaje de actividad emprendedora en etapas iniciales con combinación de nuevos productos y/o mercados, GEM 2004-2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Igualmente, es factible que algunos países obtengan una puntuación alta en este índice solo porque hay relativamente pocos productos nuevos disponibles y la competencia es débil.

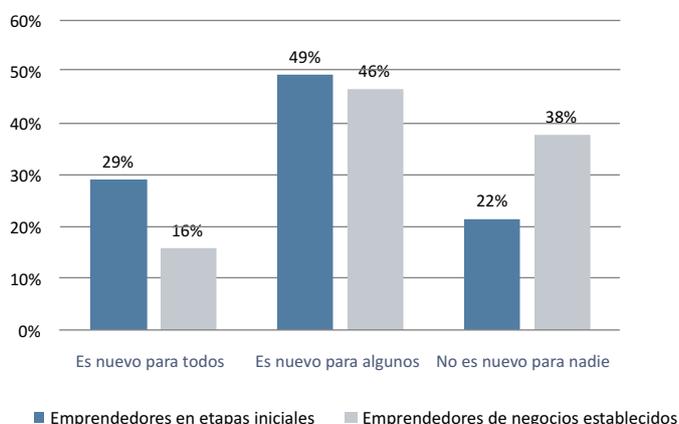
En el Perú, como se observa en el Gráfico 36, los emprendedores en etapas iniciales son más innovadores que los emprendedores establecidos. Sin embargo, para ambos tipos de emprendedores, los porcentajes de aquellos que introdujeron productos aún desconocidos para el mercado han disminuido comparados con los resultados del 2008, incrementándose a su vez el porcentaje de aquellos que están ofreciendo productos novedosos solo para algunos clientes. Por otra parte, el porcentaje de aquellos que no ofrecen productos innovadores ha permanecido igual al del 2008.

Por otro lado, el Gráfico 37 muestra que sólo un 5% de los emprendedores en etapas iniciales no percibe competencia directa, número que se ha reducido del 9.6% reportado en el 2008. Es posible que, ante los

cambios producidos por la crisis económica mundial, los emprendedores hayan buscado disminuir su riesgo sobre la base de negocios conocidos en el mercado. Para el caso de los emprendedores establecidos, el porcentaje ha disminuido de 1.7% en el 2008 a 1% para el 2009, lo que denota una relativa poca capacidad para detectar nuevos nichos de mercado.

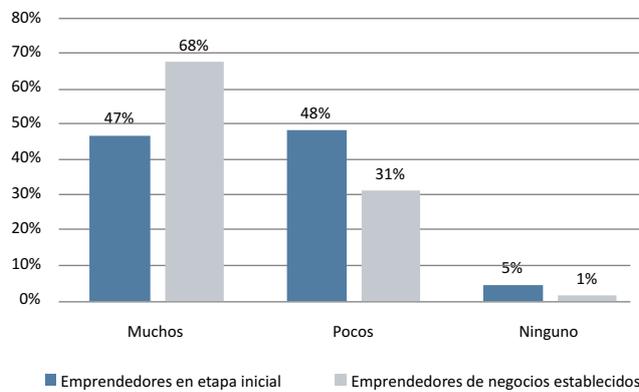
De otro lado, como se comentó anteriormente, las nuevas tecnologías y la modernización de los procesos se encuentran asociados con frecuencia a la utilización eficiente de los recursos, la mejora de la calidad o la mayor productividad. Para estudiar en detalle este hecho, el GEM indaga por el uso de 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 a 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. En

Gráfico 36. ¿Qué tan novedoso es el producto o servicio para sus clientes? GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 37. ¿Cuántos negocios ofrecen los mismos productos o servicios a sus clientes? GEM Perú 2009

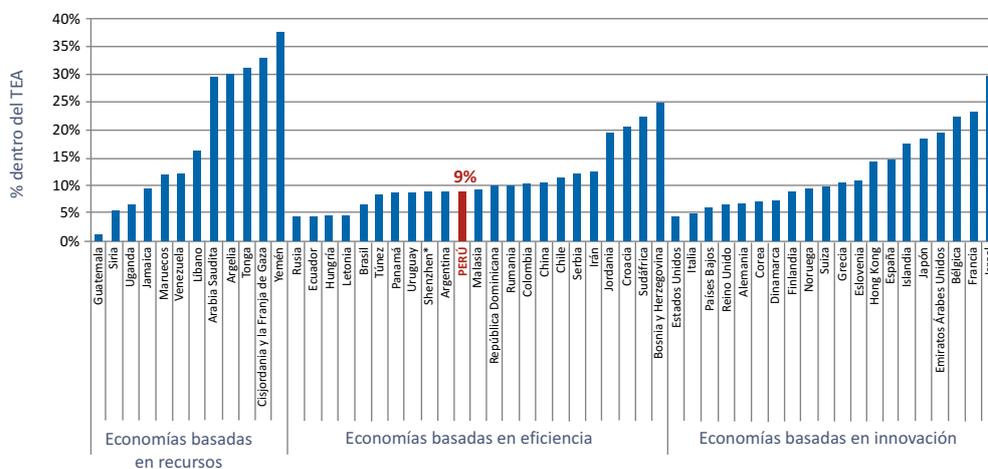


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

consecuencia, una determinada tecnología puede no ser tan novedosa en los países desarrollados (e incluso ya es estándar), pero es totalmente nueva en los países de renta media y baja. Bajo estas consideraciones, el Gráfico 38 muestra la actividad emprendedora que utiliza la tecnología más nueva en los países GEM.

Es evidente que para los países con economías basadas en recursos la introducción de tecnología proveniente de los países con mayor desarrollo industrial significa tecnología novedosa y por ello exhiben altos porcentajes. Es posible que, por el contrario, en los países con economías basadas en innovación los emprendedores

Gráfico 38. Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que utilizan la tecnología más nueva (disponible sólo en el último año), GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

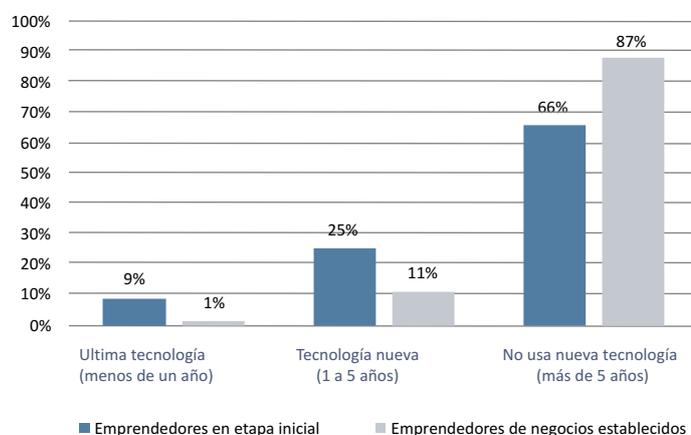
en etapas iniciales efectivamente estén utilizando la última tecnología desarrollada en el mundo, por lo que su competitividad es mucho mayor. Por otro lado, la mayoría de los países con economías basadas en eficiencia presentan alrededor del 10% de sus emprendedores en etapas iniciales que utilizan tecnología nueva, entre ellos, la mayoría de los países de Latinoamérica, incluido el Perú con 9%.

En el Perú, los emprendedores en etapas iniciales tienen mayor propensión a utilizar tecnología más reciente que los emprendedores establecidos (Gráfico 39). Sin embargo, la mayoría de los emprendedores prefiere iniciar o gestionar sus negocios sin utilizar tecnología nueva (66% de los emprendedores en etapas iniciales y 87% de los emprendedores establecidos), situación que se ha incrementado desde el año anterior. Es posible que tenga relación con el mayor costo de la tecnología más reciente, de modo que los emprendedores prefieren utilizar tecnología algo más antigua por ser más conocida y más barata.

Por otro lado, es preocupante que, además del poco uso de tecnología reciente, existen muy pocos negocios que se emprenden en sectores con alta sofisticación tecnológica. El Gráfico 40 muestra que sólo el 4.3% de los emprendedores en etapas iniciales invierten en sectores de alta o media tecnología y sólo existe un 3.9% de negocios consolidados en el mismo sector. Es posible que, como se revisó en el gráfico anterior, exista poca demanda de tecnología muy reciente; no obstante, ello también implica condiciones en el entorno que no estarían incentivando el emprendimiento en estos sectores.

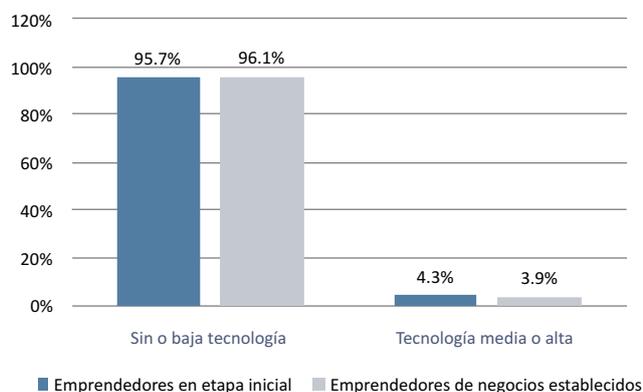
Resultado de la combinación de los factores anteriores relacionados con tecnología más la opinión de los entrevistados en cuanto a su participación de mercado futura, el GEM calcula un índice de expansión de mercado con una escala de cuatro puntos, donde 4 indica el máximo impacto en cuanto a expansión de mercado; 3, una expansión del mercado usando tecnología; 2, expansión de mercado sin uso intensivo de tecnología; y finalmente, 1, que significa poca o nula expansión. Estos indicadores se muestran en

Gráfico 39. ¿Qué tan nueva es la tecnología y los procesos utilizados en su empresa? GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 40 . Porcentajes de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos según nivel de tecnología del sector, GEM 2009

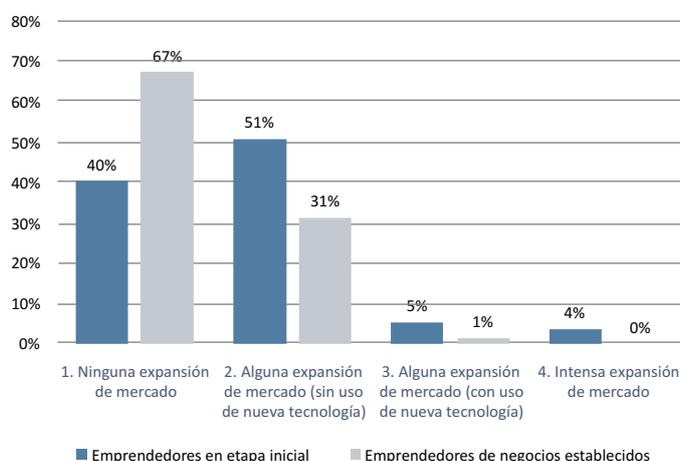


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

el Gráfico 41. Se observa que la mayoría de los emprendedores en etapas iniciales piensa que al menos tendrá alguna expansión de mercado (59.7%) y que por lo menos 5.5% piensa que alcanzará esta expansión utilizando nueva tecnología. Frente a ello, una mayoría de emprendedores establecidos (67.2%) asumen que ya no experimentarán

crecimiento, y sólo 1.4% cree que se expandirá en el mercado usando tecnología reciente. Esta diferencia también se encuentra entre el 3.6% de los emprendedores en etapas iniciales que esperan una gran expansión de su negocio frente a una casi nula proporción de emprendedores establecidos. Las cifras demuestran que los emprendedores

Gráfico 41. Índice de expansión de mercado, GEM Perú 2009



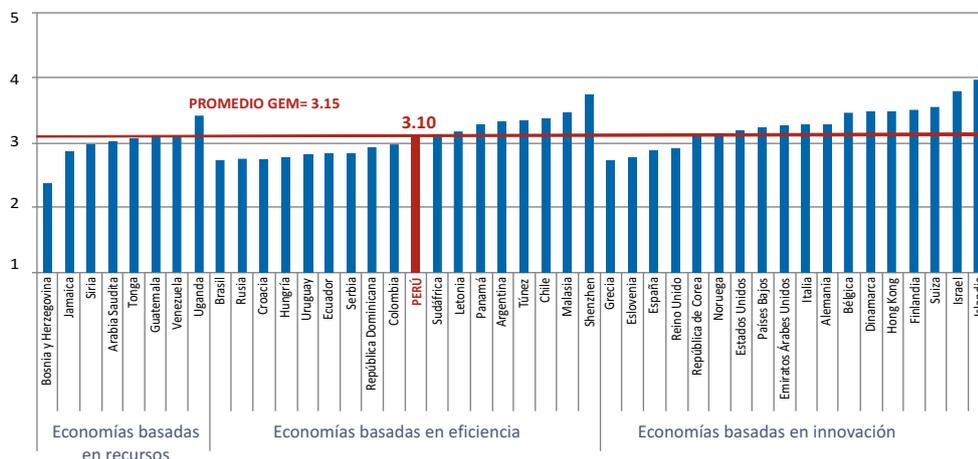
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

establecidos no están orientados al crecimiento ni al uso de nuevas tecnologías, y aunque los emprendedores en etapas iniciales son más propensos a ello, los resultados denotan un retroceso en las expectativas de expansión respecto de los resultados del 2008. Debido a ello es necesario apuntar a incentivar nuevos emprendimientos de mayor potencial de crecimiento y expectativas de expansión, así

como ofrecer las condiciones para que logren consolidarse.

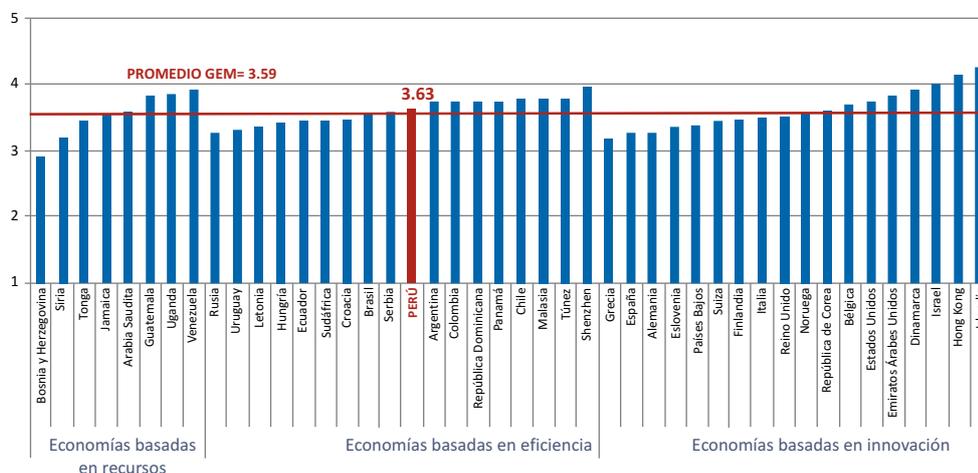
Al ser consultados los expertos por el uso de la tecnología y la innovación por parte de las empresas, la situación del Perú se mantiene cerca del promedio de la valoración de los expertos de los demás países (Gráfico 42). Con respecto del uso por parte de los consumidores, los expertos ubican al Perú en una posición más favorable (Gráfico 43).

Gráfico 42. Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología por parte de las empresas, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 43. Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología por parte de los consumidores, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

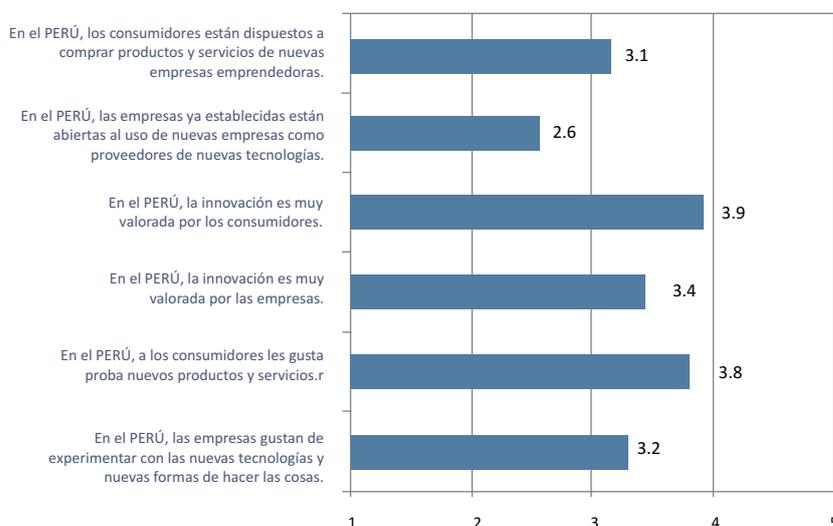
Por otro lado, el Gráfico 44 indica que los expertos peruanos juzgan que, si bien los negocios existentes valoran algo el uso de nuevas tecnologías y procesos, también podrían ser algo reacias de comprar esta tecnología a empresas recién creadas. Asimismo, consideran que el consumidor peruano valora en buen grado la innovación y por ello compraría nuevos productos y servicios proporcionados por empresas nuevas en el mercado, pero tendría más disposición a adquirir innovaciones de empresas ya conocidas. Dicha tendencia demuestra que, aunque exista 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. Los resultados del 2009 no han variado significativamente respecto de los obtenidos en el 2008, es decir, se aprecia un estancamiento a nivel de uso de nueva tecnología proporcionada por las nuevas empresas.

3.3.3 Actividad emprendedora con orientación internacional

La tercera medida de las aspiraciones emprendedoras describe la orientación internacional de los emprendedores en etapas iniciales. Esta medida se refiere a cuántos clientes de la empresa provienen de otros países. Es decir, atañe tanto a las exportaciones como a los clientes internacionales que compran productos en línea, o visitan el país ya sea como turistas o por motivos de trabajo.

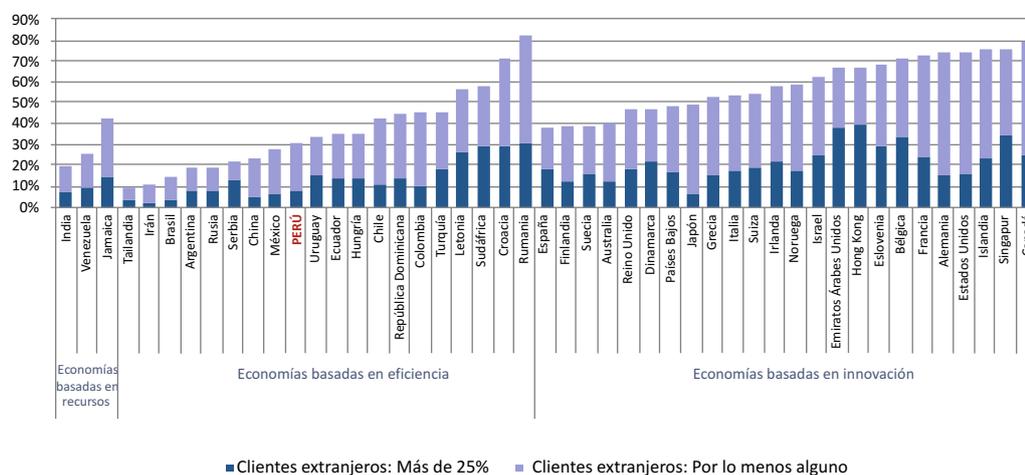
El Gráfico 45 muestra nuevamente un indicador general con dos componentes. Las barras de color oscuro reflejan el porcentaje de emprendedores en etapas iniciales con una orientación internacional significativa de sus negocios (por lo menos 25% de sus clientes son de un país diferente). Las barras de color más claro reflejan el porcentaje adicional de emprendedores con algún cliente extranjero. Se puede observar que para cada fase del desarrollo económico, los países de mayor tamaño (en términos de

Gráfico 44. Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología en el Perú, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 45. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales con orientación internacional, GEM 2004-2009



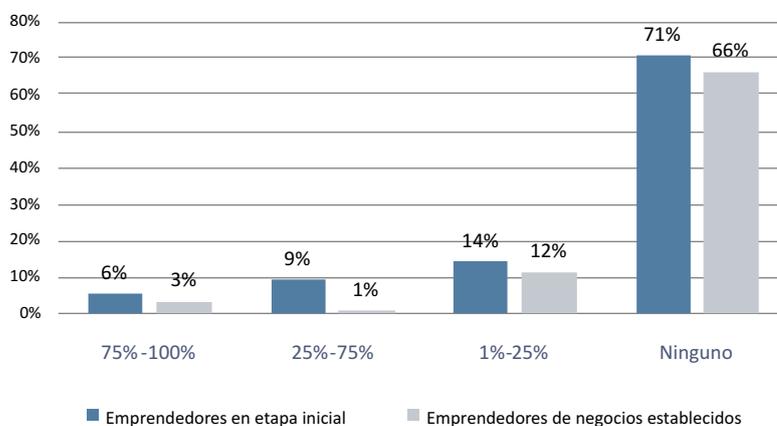
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

superficie terrestre) tienen menor orientación internacional. Este es el caso por ejemplo, de India, Irán, Brasil, Rusia, China y Australia. Los Estados Unidos también presentan una baja proporción de emprendedores en etapas iniciales con una orientación internacional significativa,

aunque en dicho país, por lo menos las tres cuartas partes tienen alguna orientación internacional.

Un resultado interesante de este gráfico es la alta orientación internacional de los países de Europa del Este. Se trata de países

Gráfico 46. Porcentaje de clientes que viven fuera del país, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

relativamente pequeños con muchas fronteras e históricamente eran estados miembros de países más grandes, como la URSS y Yugoslavia, con intensos intercambios comerciales entre ellos.

En este rubro, el Perú es uno de los países con menor orientación internacional, tanto entre los países con economías basadas en eficiencia como en toda la serie GEM. El Gráfico 46 muestra que la mayoría de emprendedores en etapas iniciales y

emprendedores establecidos están orientados sólo al mercado local, y son cada vez menos aquellos que se orientan intensiva o exclusivamente hacia el mercado internacional. Dicha situación se da a pesar de los esfuerzos desplegados tanto a nivel público como privado para aumentar las exportaciones y el turismo receptivo. Sin embargo, es de esperar que este indicador vaya mejorando debido al mayor interés que los formuladores de políticas le están brindando al tema.

Capítulo 4

EMPRENDIMIENTO Y
DESARROLLO ECONÓMICO

En los últimos años, los economistas han llegado a reconocer el potencial de la actividad emprendedora en la innovación y el crecimiento y, por ende, su significativa contribución a la prosperidad y el bienestar económicos (Acs y 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 y Thurik, 1999; Baumol, 2002).

En esta sección, además de explorar esta compleja relación entre emprendimiento y desarrollo económico, se realiza una aproximación sobre el impacto de la crisis mundial sobre la creación y crecimiento de los negocios.

4.1 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. A través de los últimos 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 de actividad emprendedora ($R^2=0.52$). Esta asociación ha sido también reportada en otros estudios. Por ejemplo, Carrée y colaboradores (2002) examinaron la relación entre el desarrollo económico y la posesión de empresas en los países de la OCDE y se confirmó 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 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 niveles de TEA 2009 se ilustra en el Gráfico 47, donde se observa que los países con niveles bajos de ingreso per cápita como Uganda, Yemen y Guatemala

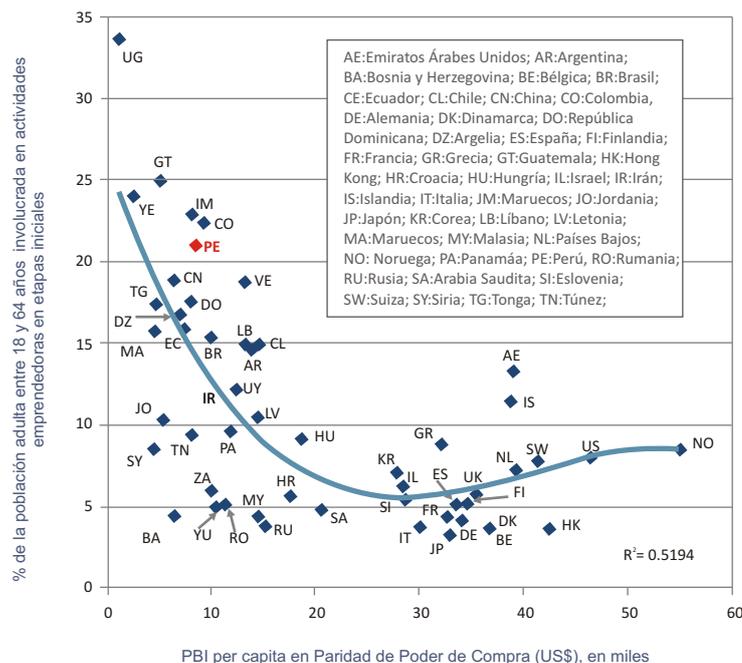
tienen altos niveles de actividad emprendedora en etapas iniciales. A medida que aumenta el ingreso per cápita, la actividad emprendedora tiende a disminuir, pero luego se nivela. En la parte inferior de la U están los países que parecen estar en transición de economías basadas en eficiencia a economías basadas en innovación, tal como les sucede a varios países de Europa Oriental. Muchas economías, como Alemania, Francia, Bélgica e Italia, tienen niveles relativamente bajos de actividad emprendedora, pero los más ricos, como los Emiratos Árabes Unidos, Noruega e Islandia tienden a presentar niveles más altos.

El patrón en 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, crezcan para satisfacer el incremento de la demanda (por crecimiento de los mercados) y aumenten su participación relativa en la economía. Un factor importante para lograr este crecimiento es la presencia de estabilidad macroeconómica y política, que se refleja en el desarrollo de instituciones fuertes, desde normas de conducta generalmente aceptadas hasta sistemas legales y regulaciones transparentes y respetadas. El desarrollo de las grandes empresas puede estar acompañado de una reducción en la cantidad de nuevos negocios, ya que un número creciente de personas encuentra empleo estable en las grandes plantas industriales.

Entonces, en los países en las primeras fases de desarrollo económico (economías

Gráfico 47. Relación entre actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) y PBI per cápita, GEM 2009



Fuente: Encuesta de Población Adulta GEM (APS) y Fondo Monetario Internacional (2008)

basadas en recursos y 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 va acompañada por crecimiento económico y estabilidad política.

A medida que el ingreso aumenta, el sector emprendedor se incrementa porque más personas pueden acceder a los recursos necesarios para iniciar su propio negocio en entornos con abundantes oportunidades y uso intensivo del conocimiento. 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 de un trabajo asalariado a la actividad empresarial.

Dado que el emprendimiento no es sólo un fenómeno económico, sino que es un fenómeno también social, la dispersión de las estimaciones del índice TEA alrededor de la línea de tendencia demuestra que las tasas de emprendimiento no están en función sólo 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. Ejemplos de tales factores podrían incluir el crecimiento demográfico, que puede estimular la demanda, y la existencia de propietarios de negocio establecidos, que sirven como modelos a seguir y que tienen más probabilidades de iniciar un negocio que otros individuos. Los países de Europa Oriental, con una escasa densidad poblacional y un bajo nivel de propietarios que gestionan su empresa como un legado del comunismo, se agrupan bajo la línea de tendencia, mientras que los países latinoamericanos, con saludables tasas de crecimiento demográfico y una población más grande de propietarios de negocios, tienden a aparecer por encima de la línea de tendencia.

Aunque este 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 ese patrón en el tiempo. Asimismo, la curva creciente que corresponde a los países de alto nivel de ingresos per cápita ha sido explorada sólo en parte, debido a que el número de países participantes 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.

En conclusión, los resultados del GEM 2009, el número creciente de estudios sobre emprendimiento, así como los 10 años de investigación del GEM, indican que el panorama económico empresarial puede diferir entre países por razones culturales, institucionales, económicas y demográficas. Estos factores están vinculados en redes complejas. Así tenemos que, por ejemplo, las instituciones reflejan la cultura nacional, ya que están diseñadas para formalizar las normas y valores de un país; por ello, los países con instituciones bien desarrolladas amigables al emprendimiento generalmente demuestran mayores grados de riqueza.

4.2 El impacto de la recesión 2008-2009 sobre la actividad emprendedora

En cuanto al impacto de la recesión sobre la actividad emprendedora, por una parte se podría esperar menos actividad emprendedora debido a una menor percepción de oportunidades; y, por otra parte, las recesiones pueden abrir los antiguos mercados y liberar recursos, de manera que algunas personas pueden percibir nuevas oportunidades para iniciar negocios gracias al cambio generado por la recesión. Por lo tanto, esta pregunta no puede responderse tan sólo mediante la observación del número anual de nuevas empresas. Lo importante es conocer qué

clase de actividades empresariales se están realizando, cuáles son las motivaciones que subyacen tras ellas y qué tipo de aspiraciones tienen los emprendedores. En la Encuesta a la Población Adulta del GEM 2009 se incluyeron algunas preguntas específicas sobre el tema. Los resultados aportan luces sobre estas interrogantes considerando la variación en los diferentes tipos y fases de la actividad emprendedora.

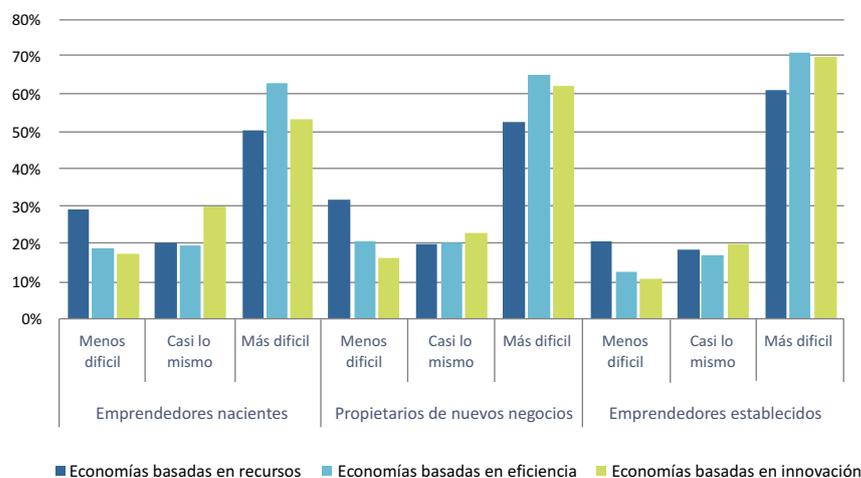
Esta sección muestra cómo es que los emprendedores en las diferentes fases del proceso emprendedor perciben las consecuencias de la crisis económica en sus propias actividades de negocio.

4.2.1 El impacto de la recesión sobre la percepción de las condiciones para iniciar y desarrollar un negocio

El Gráfico 48 muestra cómo los emprendedores, en los tres grupos de países, evaluaron las condiciones para iniciar un negocio en comparación con el año pasado.

No es sorprendente que más de la mitad de los empresarios manifiesten más dificultades para iniciar un negocio comparado con el año anterior. En promedio, los emprendedores de economías basadas en recursos son los que más respondieron que es menos difícil poner un negocio comparado con las respuestas de los emprendedores de otras economías. Muchos emprendedores de estos países son impulsados por la necesidad y tienen poco contacto con los mercados financieros mundiales. De hecho, el PBI de muchos de estos países continuó en crecimiento durante la recesión global, aunque en una muy baja proporción. Los países con economías basadas en eficiencia están más vinculados a los mercados mundiales, y por ello las opiniones de los emprendedores fueron en promedio las más negativas. Los emprendedores tienden a ser más positivos en Uganda, Líbano, Siria, Tonga, Túnez, Malasia, los Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia y Noruega. Los países con mayores porcentajes de evaluaciones pesimistas son Bosnia y Herzegovina, Guatemala, Jamaica, Hungría, Rumania, Irán, Letonia, Islandia, España, Dinamarca e Islandia.

Gráfico 48. Percepción de los emprendedores sobre la dificultad de iniciar un negocio comparado con el año anterior, por fase de desarrollo económico, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

El Gráfico 49 muestra la distribución de la percepción sobre la dificultad para el crecimiento del negocio, comparado con el año anterior. En general, los emprendedores fueron más positivos sobre el crecimiento de sus empresas que sobre la puesta en marcha de un negocio. Sin embargo, los emprendedores establecidos se mostraron predominantemente pesimistas. Desde una perspectiva schumpeteriana, esto tiene sentido, ya que en épocas de recesión los operadores tradicionales podrían enfrentar severas pruebas de sus modelos de negocio que habían resultado ser exitosos en tiempos de auge.

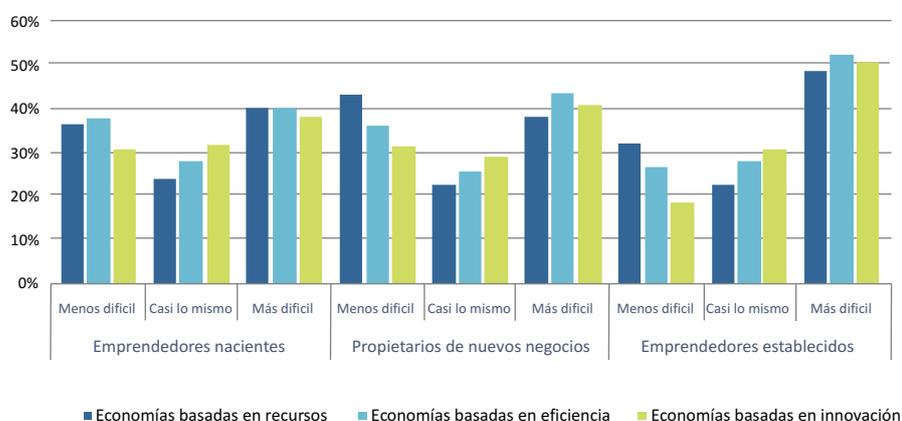
Los países con porcentajes optimistas más altos de emprendedores nacientes en términos de crecimiento empresarial en las tres fases de desarrollo económico incluyen Tonga, Líbano, Siria, Túnez, Panamá, Ecuador, Países Bajos, Islandia, Noruega y Francia. Los países con mayor predominancia de emprendedores pesimistas en términos de potencial de crecimiento son Guatemala, Yemen, Sudáfrica, Hungría, Rumania, Letonia, Alemania, España, República de Corea e Italia.

4.2.2 El impacto de la recesión sobre la percepción de las oportunidades de negocios

El Gráfico 50 resume la opinión de los emprendedores en cuanto al efecto de la desaceleración económica mundial sobre las oportunidades de negocios para sus empresas nuevas o ya existentes. En él se observa que la mayoría de los emprendedores en economías basadas en recursos y en eficiencia perciben menos oportunidades para su negocio. Asimismo, casi una cuarta parte de los emprendedores en etapas iniciales de los países con economías basadas en innovación ven más oportunidades para sus negocios y, en general, los emprendedores establecidos tienden a ser más pesimistas que los que recién han puesto en marcha un negocio.

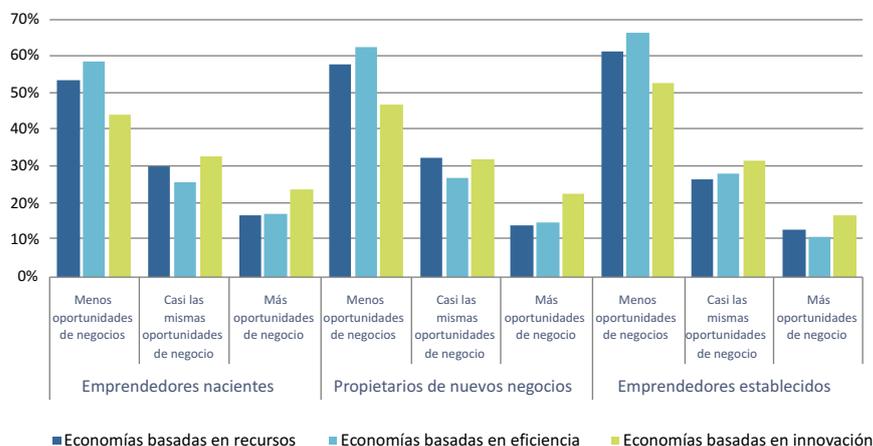
A primera vista, estos resultados parecen contradictorios. En efecto, se podría esperar que los emprendedores de los países basados en innovación tuvieran percepciones más pesimistas considerando que sus países se vieron más afectados por la recesión económica. Sin embargo, debido a los cambios producidos en estas economías, una minoría significativa de emprendedores

Gráfico 49. Percepción de los emprendedores sobre la dificultad de crecimiento del negocio comparado con el año anterior, por fase de desarrollo económico, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 50. Percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de negocio comparado con el año anterior, por fase de desarrollo económico, GEM 2009.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

percibe oportunidades donde otros sólo ven peligro. Estos individuos tienden a ser más jóvenes, mejor educados y tienen mayores niveles de aspiración en términos de expectativas de empleo e innovación, como se indica en los Gráficos 51, 52 y 53. En cambio,

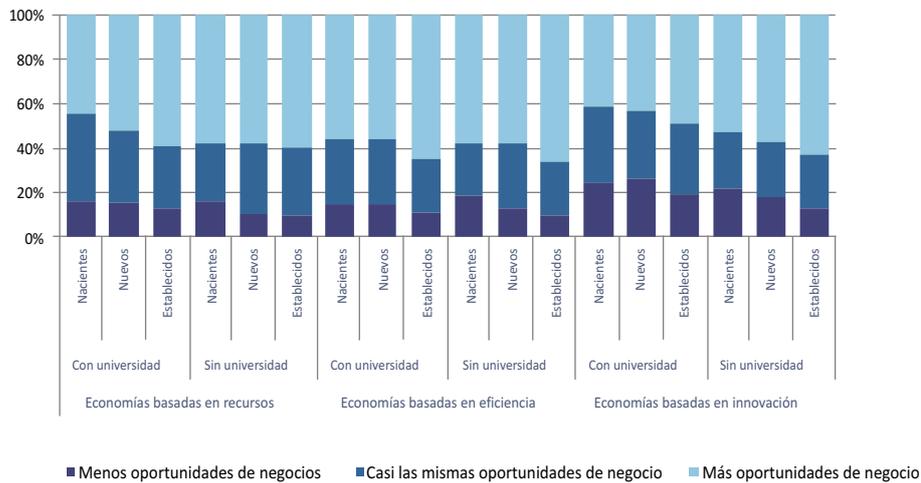
en los países con economías basadas en recursos y basados en eficiencia, que han sido relativamente poco afectadas por la desaceleración mundial, los empresarios pueden percibir poca diferencia de un año a otro.

Gráfico 51. Percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de negocio comparado con el año anterior, según edad y fase de desarrollo económico, GEM 2009



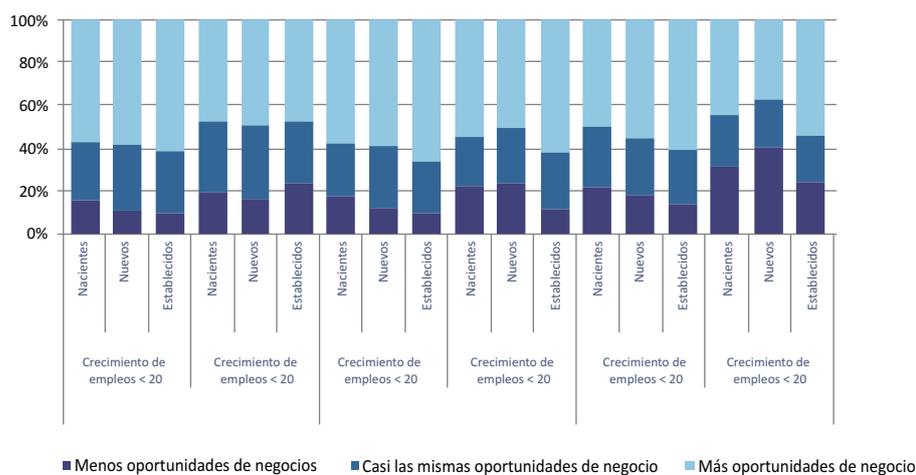
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 52. Percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de negocio comparado con el año anterior, según nivel de educación y fase de desarrollo económico, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 53. Percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de negocio comparado con el año anterior, según expectativa de crecimiento y fase de desarrollo económico, GEM 2009

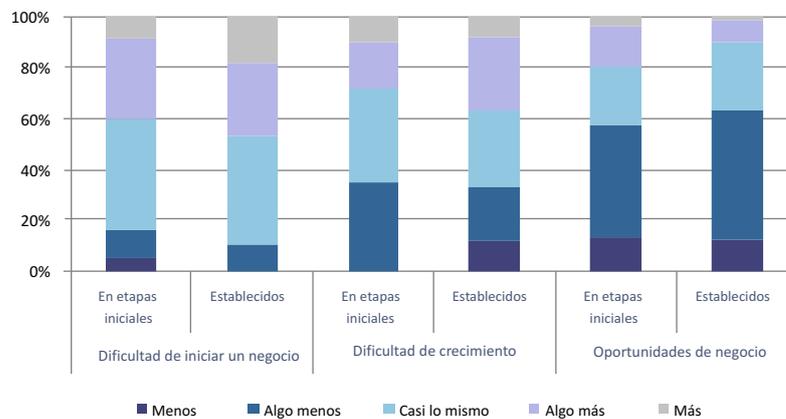


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Para el caso del Perú, el Gráfico 54 muestra que los emprendedores en etapas iniciales son más optimistas que sus pares de negocios establecidos, tanto en lo relativo a la dificultad para iniciar un negocio como para crecer en el mercado. Si embargo, al

contrario que los emprendedores en etapas iniciales, los emprendedores de negocios establecidos tienden a percibir más oportunidades de negocios respecto del año anterior.

Gráfico 54. Percepción de los emprendedores peruanos sobre la dificultad de iniciar un negocio, dificultad para crecer y oportunidades de negocios, comparados con el año anterior, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Capítulo **5****LA MUJER EMPRENDEDORA**

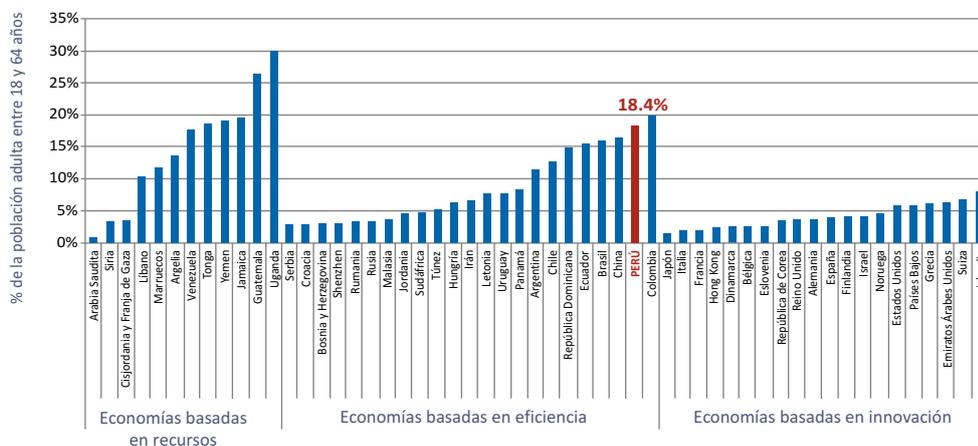
En la actualidad, las mujeres comparten con los hombres la responsabilidad de colaborar al desarrollo económico y social del país. En las familias, la mujer muestra su carácter emprendedor naturalmente. Por eso, un escenario frecuente es encontrar muchos hogares conducidos por una mujer y cotidianamente muchas mujeres salen de sus hogares en busca de oportunidades laborales. Ellas tratan de ser independientes económicamente y contribuir con su ingreso a la manutención de su hogar. Por otro lado, en el ambiente laboral muchas de ellas 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 emprendedora como también caracterizando a sus protagonistas en cuanto a aspectos demográficos y en relación con sus 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 55 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 segundo nivel más alto de emprendimiento femenino (18.4%) después de Colombia (19.9%). En toda la serie GEM 2009 son Uganda (30%) y Guatemala (26.4%) los países con mayor participación femenina, mientras que las tasas más bajas de emprendimiento femenino corresponden a Arabia Saudita (0.7%), Japón (1.5%) e Italia (1.8%).

Gráfico 55. Actividad emprendedora femenina en etapa inicial (TEA) por país, GEM 2009

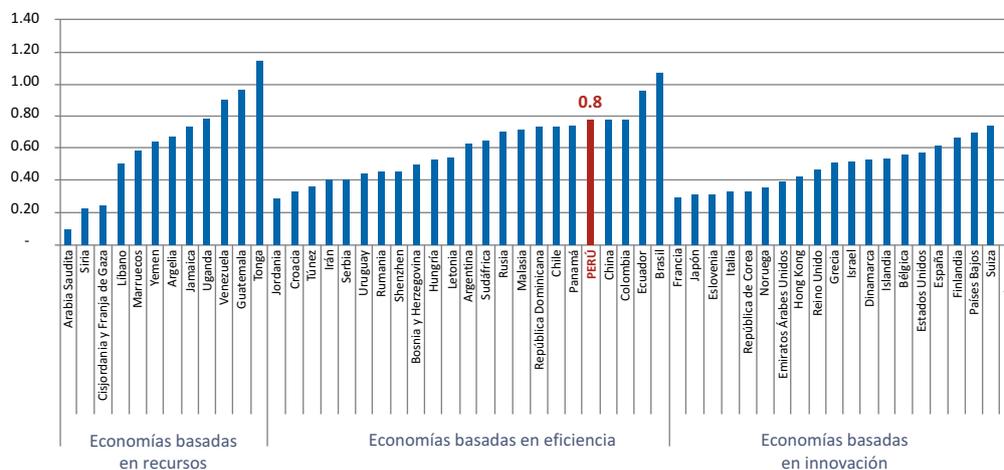


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Al comparar la actividad emprendedora masculina a través del ratio TEA femenino/TEA masculino, como se muestra en el Gráfico 56, se observa que el ratio del Perú es de 0.78, mientras que el del año 2008 fue de 0.86 y el del 2007 fue de 1.0. Es decir, existe una tendencia hacia una menor participación femenina.

En el ámbito global, Tonga presenta el índice TEA femenino/TEA masculino más alto (1.2), seguido por Brasil (1.1) y Guatemala (1.0). En todos ellos, el ratio supera la unidad, es decir, emprenden más mujeres que hombres, pero principalmente como una manera de generar ingresos para sus familias a través de emprendimientos basados en la

Gráfico 56. Ratio TEA femenino/TEA masculino por país, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

necesidad. Esta situación es diferente a la que se muestra para los países basados en innovación, donde la participación femenina es menor pero tiene tras de sí motivaciones más favorecedoras para el crecimiento. Por otro lado, los índices más bajos corresponden a Arabia Saudita (0.09), Siria (0.23) y, Cisjordania y la Franja de Gaza (0.25), países donde se evidencia que la cultura dificulta una participación más abierta de las mujeres en la vida empresarial y económica nacionales.

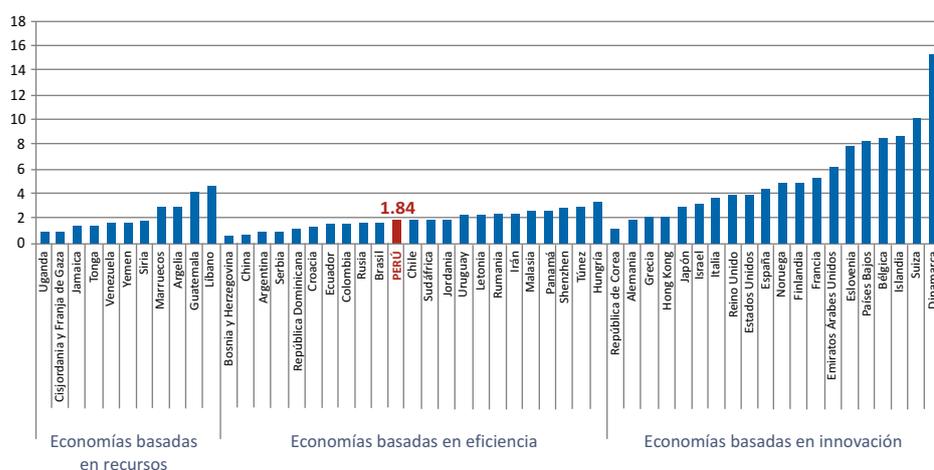
5.1.1 Emprendimiento femenino por oportunidad

En los países de mayor nivel de desarrollo, las mujeres tienden a emprender por oportunidad toda vez que en sus países existe una mayor proporción de empleos profesionalmente más convenientes, con mejores coberturas de asistencia. Esto se

evidencia con el ratio TEA oportunidad/TEA necesidad para los emprendimientos femeninos que muestra el Gráfico 57. En él se destaca el caso de Dinamarca (15.4) y Suiza (10.2), donde por cada mujer que emprende por necesidad hay más de 10 mujeres que lo hacen explotando una oportunidad. En el Perú, este ratio es de 1.84, menor que el 1.96 alcanzado en el 2008. Se debe advertir la tendencia negativa de la participación femenina en el Perú, causado por una reducción del TEA femenino por oportunidad (de 15.2% en el 2008 a 11.6% en el 2009) mientras que, si bien hay una disminución del emprendimiento por necesidad, éste se ha dado en menor proporción (de 7.8% en el 2008 a 6.3% en el 2009).

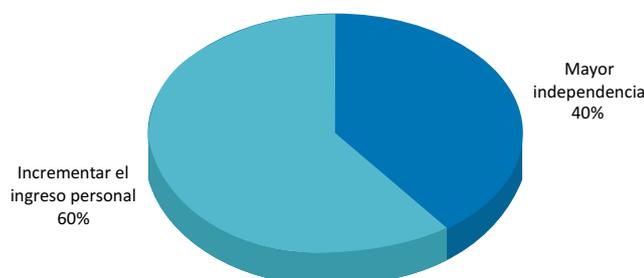
El Gráfico 58 muestra que en el Perú las mujeres emprendedoras que aprovechan una oportunidad de negocio buscan principalmente obtener mayores ingresos económicos (60%) que encontrar mayor independencia (40%).

Gráfico 57. Ratio TEA femenino por oportunidad/TEA femenino por necesidad por país, GEM 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 58. Motivaciones detrás del emprendimiento femenino por oportunidad, GEM



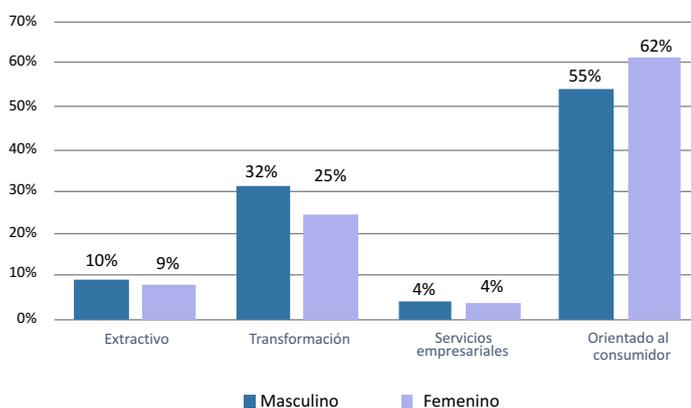
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

5.1.2 Actividad emprendedora femenina por sectores económicos

El Gráfico 59 muestra que el 62% de las mujeres emprendedoras se dedican a empresas orientadas al consumidor, lo que indica un descenso respecto del 2007 y 2008, cuando los negocios iniciados por mujeres en este sector abarcaban el 77% y 67%, respectivamente. A la vez, se observa un aumento de emprendedoras en los sectores extractivos y de transformación. Asimismo, los varones que invierten en negocios

orientados al consumidor han aumentado de 52% en el 2008 a un 55% en el 2009, a expensas de una disminución de su presencia en los sectores extractivos y de servicios empresariales. Esto sugiere que la brecha de género en los sectores económicos lentamente está disminuyendo y se hace necesario continuar fomentando 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 que tradicionalmente se encuentra en manos de varones.

Gráfico 59. Distribución por sectores de los emprendimientos en etapa inicial según género, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

5.1.3 Participación femenina en el proceso emprendedor

El Gráfico 60 muestra que el 47% de los emprendedores nacientes son mujeres, un 3% más que el resultado del año anterior. Sin embargo, entre los emprendedores de nuevos negocios, la participación femenina se redujo de 56% en el 2008 a 39% en el 2009. Es posible que esta reducción sea a expensas de una disminución de los emprendimientos por necesidad relacionada a mejores oportunidades laborales para las mujeres. Por otra parte, la predominancia masculina continúa (62%) 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, los varones exhiben un leve predominio (51%) sobre sus pares femeninos.

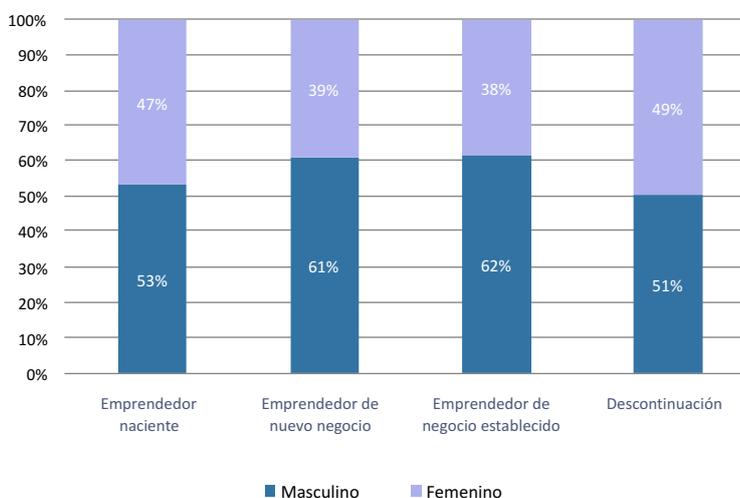
En cuanto a las razones para la discontinuación del negocio, el Gráfico 61 presenta que la participación femenina es

mayor entre los que lo dejaron por falta de rentabilidad del negocio y por razones personales. Esto muestra una variación respecto del año anterior en que las mujeres tenían mucho mayor porcentaje en las discontinuaciones por razones personales e incidentales; es decir, tendían a incluir más factores emocionales dentro de sus decisiones. Es más bien notorio que este año los varones den cuenta del 80% de las discontinuaciones por razones incidentales.

5.2 Perfil de la peruana emprendedora

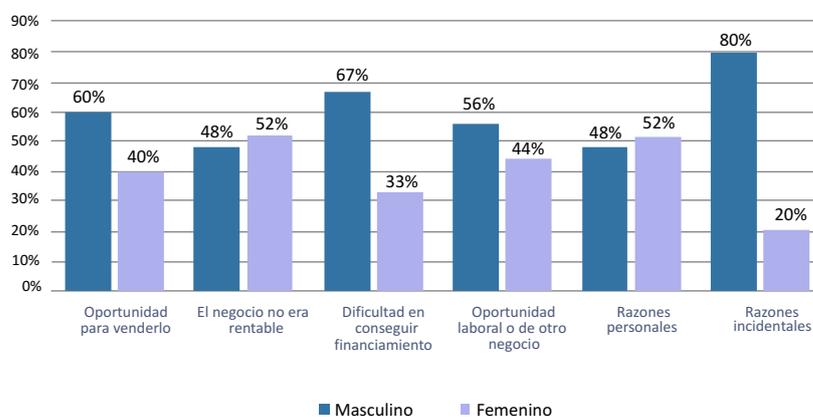
El perfil sociodemográfico de la mujer emprendedora peruana permite descubrir características relevantes en cuanto a edad, educación, nivel de ingreso, entre otras, con el propósito de conocer e identificar aspectos importantes que sirvan de instrumentos para el diseño de políticas de fomento al emprendimiento femenino.

Gráfico 60. Distribución según género de personas involucradas en el proceso emprendedor, GEM Perú 2009.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 61. Distribución según género de las razones más frecuentes para la discontinuación del negocio, GEM Perú 2009.

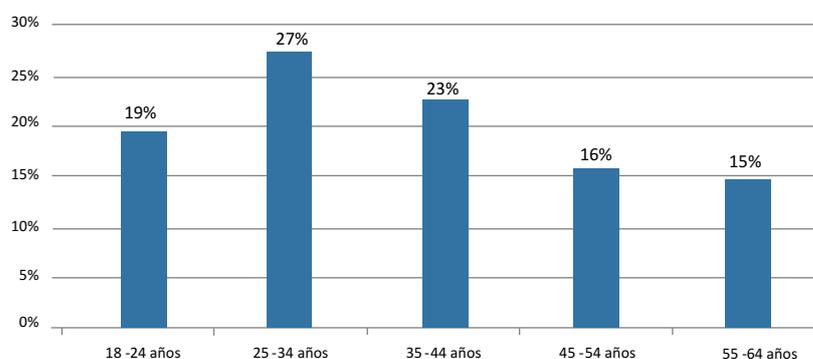


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Las cifras en el 2009 arrojan que el promedio de edad de la mujer peruana con emprendimientos en etapa inicial se ha incrementado a 37.2, comparado contra el promedio de 36 años en el año 2008. Sin embargo, la mayor proporción de emprendedoras se encuentra entre los 25 y los 34 años (Gráfico 62). Por otro lado, la gran mayoría de emprendedoras han logrado como máximo completar su secundaria (78%); sólo 21% tiene educación superior, mientras que tan sólo el 1% de emprendedoras poseen un nivel de post

grado (Gráfico 63). A su vez, el nivel de ingreso muestra una tendencia hacia una mayor proporción de emprendedoras con ingreso alto, aumentando de 16% en el 2007, a 36% en el 2008 y a 45% para el 2009 (Gráfico 64). No obstante, como era de esperarse, además del 50% de emprendedoras que se autoemplea en su propio negocio, el 21% menciona dedicarse a las labores hogareñas (Gráfico 65). Este último resultado refleja la condición de aquellas mujeres que, estando involucradas en algún tipo de emprendimiento, no se identifican como

Gráfico 62. Edad de la mujer emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2009

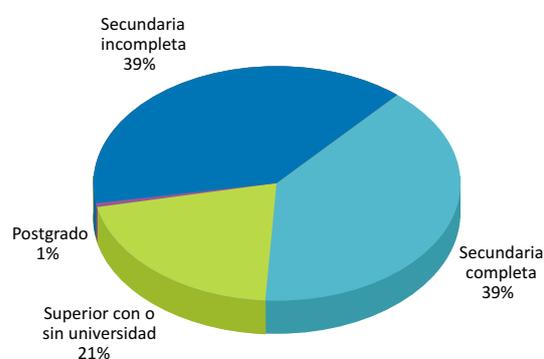


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

empendedoras, por lo que es de suponer que tales iniciativas son destinadas principalmente a aumentar el ingreso familiar, más no son la principal fuente de ingreso de la familia. Si el emprendimiento

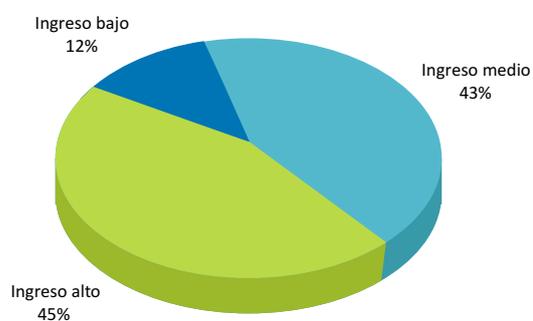
llega a afectar el tiempo dedicado a las tareas del hogar, es muy posible que sean descontinuados, con lo que negocios con potencial de crecimiento no tendrían la oportunidad de consolidarse.

Gráfico 63. Nivel educativo de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2009



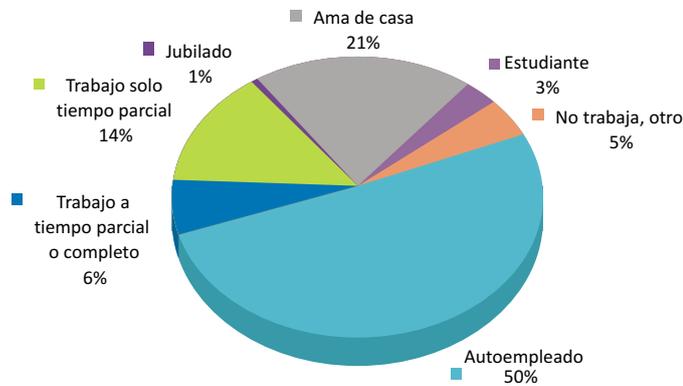
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 64. Nivel de ingreso de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 65. Situación laboral de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2009



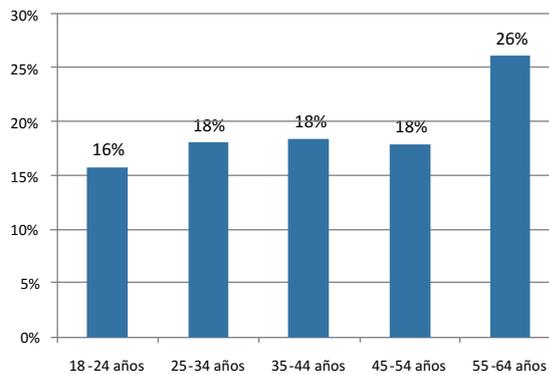
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Desde otra perspectiva, tomando en cuenta el porcentaje de mujeres emprendedoras por unidad de análisis, es posible identificar los grupos con menor nivel de actividad emprendedora. Este dato permitiría formular las políticas de fomento al emprendimiento más focalizadas y maximizar sus resultados.

En relación a la edad, el Gráfico 66 muestra la proporción de mujeres emprendedoras sobre el total de mujeres encuestadas, según

grupos etarios. Se puede advertir que es en el grupo de mayor edad donde existe una mayor concentración de emprendedoras (26%), mientras que las mujeres más jóvenes tienen porcentualmente menos emprendedoras. Esto indica que es necesario seguir poniendo énfasis en las poblaciones jóvenes que constituyen una mayor población de peruanas y, a su vez, apoyar a las mujeres de mayor edad para que emprendan negocios de mayor calidad.

Gráfico 66. Porcentaje de emprendedoras en etapas iniciales sobre el total de mujeres según grupos etarios, GEM Perú 2009



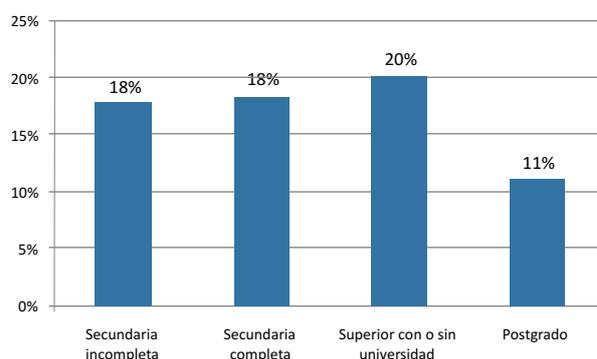
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Por otro lado, el Gráfico 67 muestra que para el 2009 las mujeres con estudios de posgrado son las que exhiben el menor porcentaje de emprendedoras, a diferencia del año 2008 en que era el grupo más emprendedor. Es posible que con el advenimiento de la crisis internacional, estas mujeres con un nivel alto de instrucción y más al tanto de lo que sucede en el ámbito internacional hayan postergado sus emprendimientos hasta que el clima económico les sea más favorable.

De manera similar, el Gráfico 68 muestra que el porcentaje de mujeres emprendedoras por nivel de ingreso económico presenta

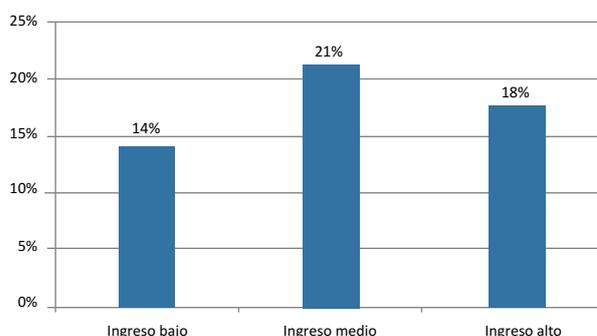
variaciones respecto del año 2007. Este año, las mujeres de nivel de altos ingresos presentan el mayor porcentaje de emprendimiento (39%) seguido por las mujeres de nivel de ingresos medio (24%) y de nivel de ingresos bajos (16%). Además del nivel de educación que pudiera estar asociado, el proceder de un sector de mayores ingresos estaría permitiendo a estas mujeres disponer de fuentes de capital y mayores facilidades para iniciar negocios que las emprendedoras de menores ingresos, cuyos esfuerzos empresariales serían sobre todo de subsistencia.

Gráfico 67. Porcentaje de emprendedoras en etapa inicial sobre el total de mujeres según nivel educativo, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 68. Porcentaje de emprendedoras en etapas iniciales sobre el total de mujeres según nivel socioeconómico, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

El Gráfico 69 muestra que del total de mujeres encuestadas distribuidas según su situación laboral, el 12% de las mujeres que trabajan a tiempo completo y el 34% de las que trabajan sólo a tiempo parcial están intentando poner un negocio propio. Este año se añadió una nueva categoría, la de las personas autoempleadas. Es notorio cómo el 36% de las mujeres que califican en esta categoría manifiestan autoemplearse en negocios nacientes o nuevos. Por otro lado, entre las que manifestaron ser estudiantes, amas de casa o jubiladas, entre un 8% y 9% son emprendedoras en etapas iniciales, lo que indica que no consideran el emprendimiento como categoría laboral, probablemente por ser una ocupación secundaria.

5.3 Aspiraciones de las emprendedoras

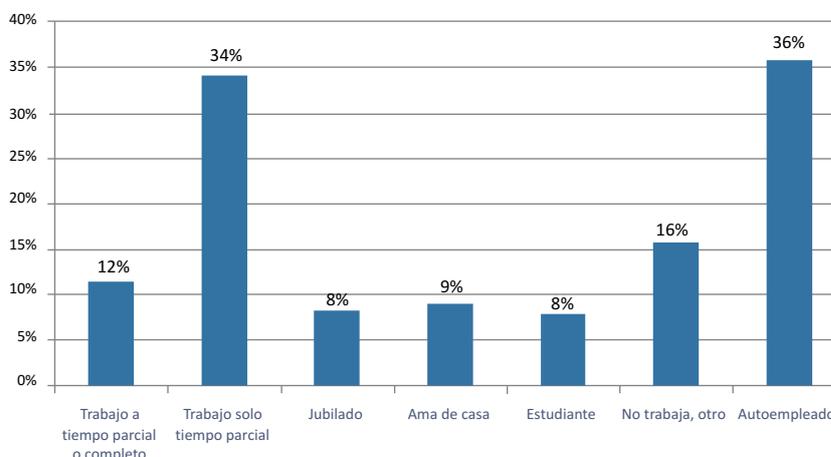
El GEM reconoce la importancia de investigar cuán grandes son las aspiraciones de las

emprendedoras, toda vez que la contribución de estas mujeres es valiosa para el bienestar de la familia y de su comunidad.

5.3.1 Expectativa de crecimiento

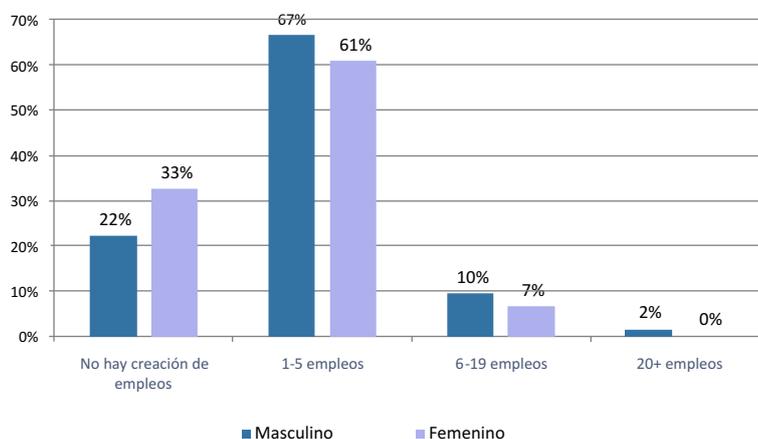
Como se muestra en el Gráfico 70, el 33% de las emprendedoras solamente genera su autoempleo, pero no otro puesto de trabajo; comparativamente, en el 2008 se registró un 49%. Otro cambio importante es que el 61% de las emprendedoras genera entre 1 y 5 puestos de trabajo, además del autoempleo para su creadora. Sin embargo, comparado con sus pares masculinos, se mantiene el patrón de predominancia de los varones en emprendimientos con más empleados, por lo menos, al momento de iniciar el emprendimiento. También se aprecia que 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.

Gráfico 69. Porcentaje de emprendedoras en etapas iniciales sobre el total de mujeres según situación laboral, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 70. Número de empleos generados por los emprendedores en etapas iniciales según género, GEM Perú, 2009

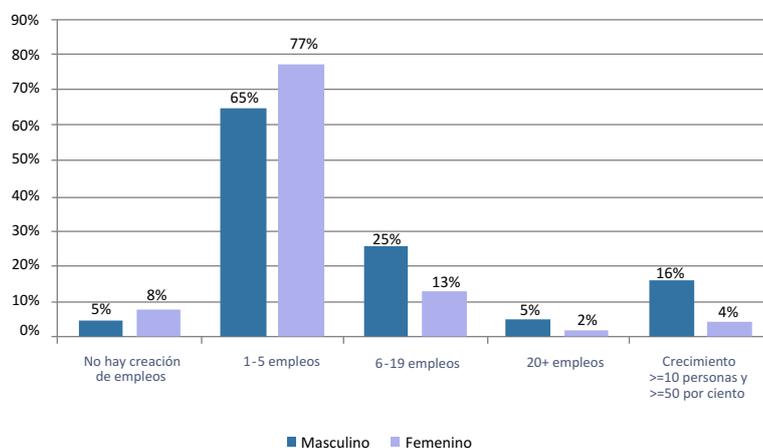


Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

En forma similar, los hombres muestran mayores expectativas de crecimiento que las mujeres. El Gráfico 71 muestra que el 5% de los varones espera que sus emprendimientos crezcan en más de 20 empleos en los próximos 5 años, mientras que solamente el 2% 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 4% de las mujeres menciona tener altas expectativas de crecimiento, frente al 16% de sus pares varones.

Gráfico 71. Número de empleos que se esperan crear para los próximos 5 años por los emprendedores en etapas iniciales según género, GEM Perú, 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

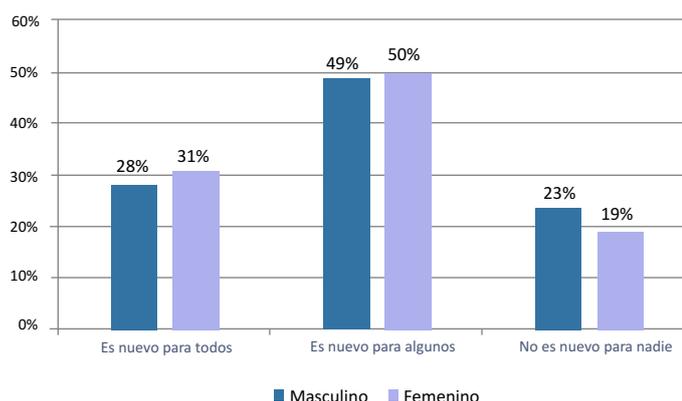
5.3.2 Innovación y tecnología en el emprendimiento femenino

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 72, el 81% de las mujeres emprendedoras en etapa inicial indican que sus productos o servicios son

novedosos, por lo menos para algunos de sus clientes potenciales, mientras el porcentaje de varones que piensa lo mismo llega solamente a 77%.

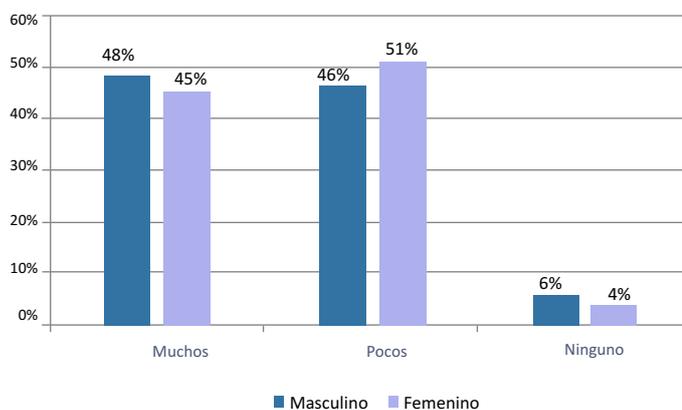
El Gráfico 73 presenta el número de competidores que los emprendedores manifiestan tener. Las cifras se han invertido respecto de lo encontrado el año 2008. Así, el 45% de las mujeres emprendedoras y el 48% de sus pares masculinos indican tener muchos competidores, mientras que en el 2008 se registró que el 50% de las emprendedoras y el 46% de los emprendedores indicaban lo mismo. En el

Gráfico 72. ¿Cuán novedosos son los productos para sus clientes? Distribución por género, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 73. ¿Cuántos negocios ofrecen el mismo producto o servicio? Distribución por género, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

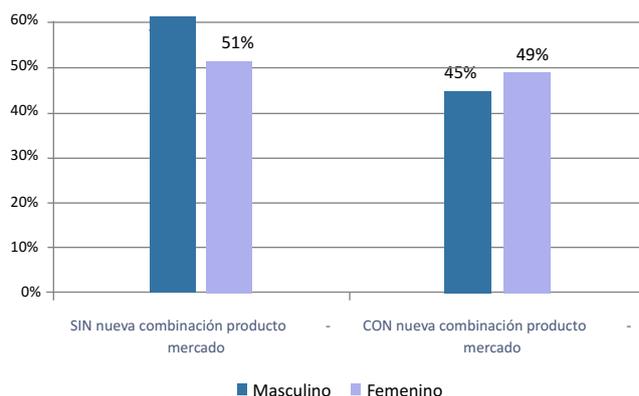
otro extremo, el porcentaje de mujeres que manifiestan no tener competidores es ligeramente inferior (4%) al de los emprendedores masculinos (6%) cuando en el 2008 más mujeres (10%) que hombres (9%) ingresaron a nuevos mercados..

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 74 indica que las mujeres

emprendedoras señalan mayor nivel de innovación (49%) que sus pares masculinos (45%).

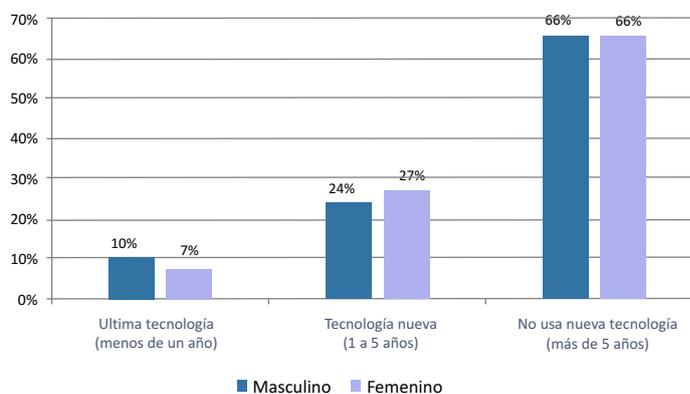
El Gráfico 75 muestra el grado de novedad de la tecnología utilizada en las empresas. Como puede observarse, en cuanto a utilizar tecnología muy nueva o nueva, el 34% de hombres y mujeres emprendedores peruanos manifiesta que sí lo hace, aunque los varones tienen más tendencia a utilizar tecnología más moderna.

Gráfico 74. Actividad emprendedora en etapas iniciales por género con combinación de nuevos productos y mercados, GEM Perú 2009



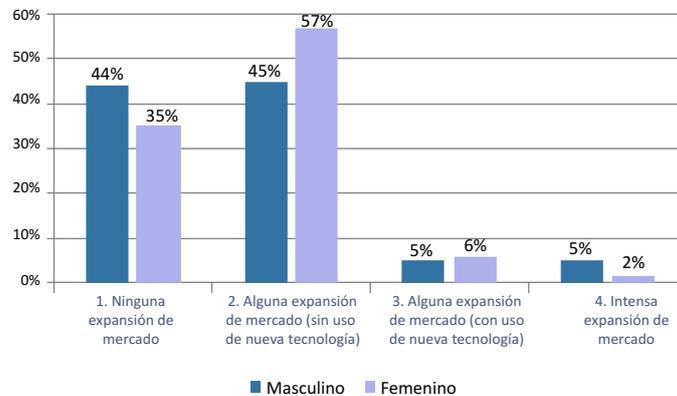
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 75. ¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos utilizados en su empresa? Distribución por género, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 76. Índice de expansión de mercado de los emprendimientos según género, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

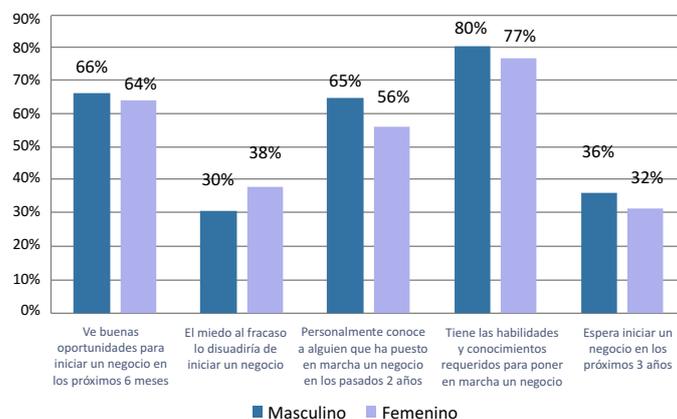
El índice de expansión de mercado, que toma en cuenta los resultados de innovación y tecnología combinados, se muestra en el Gráfico 76. En éste se observa que el 40% de las mujeres emprendedoras no tiene expectativa de expansión, porcentaje muy parecido al 41% de sus pares varones que indican lo mismo. Mujeres y varones difieren ligeramente en cuanto a mostrar algún nivel de expansión: 57% las emprendedoras y 45% los emprendedores; pero esta expectativa no se basa en el uso de tecnología reciente. Las emprendedoras con algún nivel de expansión con tecnología nueva llegan a 6%, casi el mismo porcentaje que logran sus pares varones. Sin embargo, los varones

tienen más expectativas de una profunda expansión de mercado (5%), que las mujeres (2%).

5.4 Actitudes y percepciones

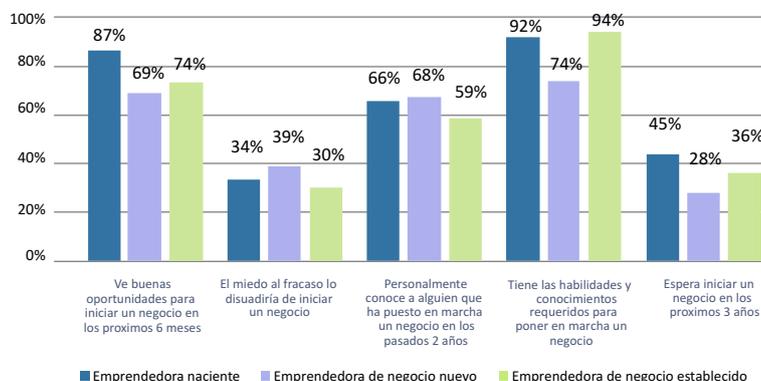
Respecto de las percepciones sobre el emprendimiento, el Gráfico 77 muestra que, a diferencia de lo encontrado el año anterior, para el 2009 las mujeres exhiben percepciones menos favorables relacionadas con la visión de oportunidades de negocio futuras, comparadas con sus pares masculinos. También exteriorizan más temor al fracaso, menor facilidad para la creación

Gráfico 77. Percepciones hacia el emprendimiento, según género, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 78. Percepciones hacia el emprendimiento de las emprendedoras peruanas según su condición en el proceso emprendedor, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

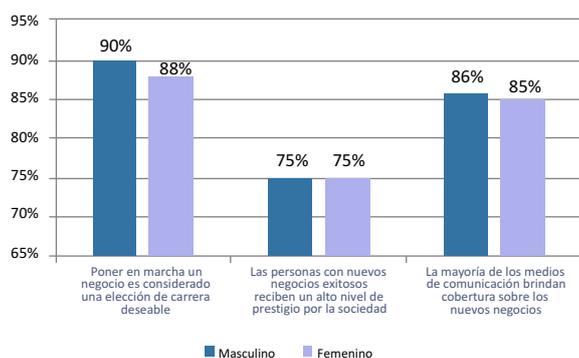
de redes personales, menor confianza en sus propias habilidades para iniciar un negocio y están menos propensas a emprender en el futuro.

Si se consideran sólo las respuestas de las mujeres involucradas en alguna fase del proceso emprendedor, como se observa en el Gráfico 78, son las mujeres en etapa naciente las que muestran percepciones en general más favorables. Contrariamente, las emprendedoras de empresas nuevas son las que muestran un mayor temor al fracaso, son más pesimistas en el aspecto de ver oportunidades futuras, así como tienen menos confianza en sus propias habilidades y son menos propensas a iniciar otros negocios en los siguientes años. Por otro lado, destaca que las emprendedoras de

negocios establecidos presentan este año menos temor al fracaso y más confianza en sus propias habilidades para poner un negocio respecto de los otros tipos de emprendedores.

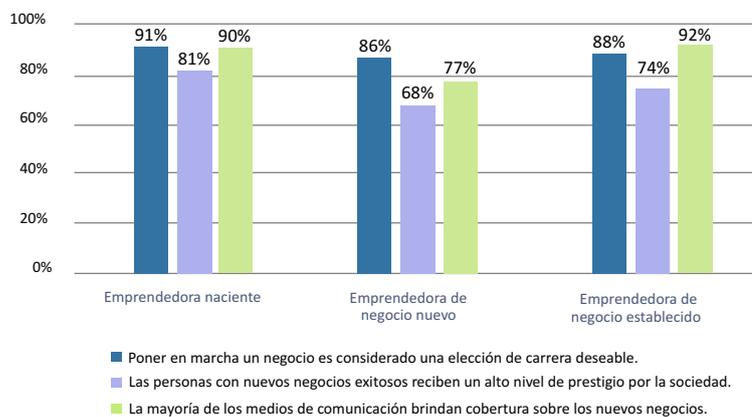
Por otra parte, el Gráfico 79 muestra que las mujeres emprendedoras tienen menor percepción que sus pares masculinos en que los medios de comunicación les están brindando un espacio adecuado para la difusión de sus emprendimientos. Asimismo, presentan una actitud menos dispuesta a considerar al emprendimiento como una buena elección de carrera, mientras que no hay diferencias de género respecto del emprendimiento como fuente de prestigio social.

Gráfico 79. Actitudes hacia el emprendimiento según género, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

Gráfico 80. Percepciones hacia el emprendimiento de las emprendedoras peruanas según su condición en el proceso emprendedor, GEM Perú 2009



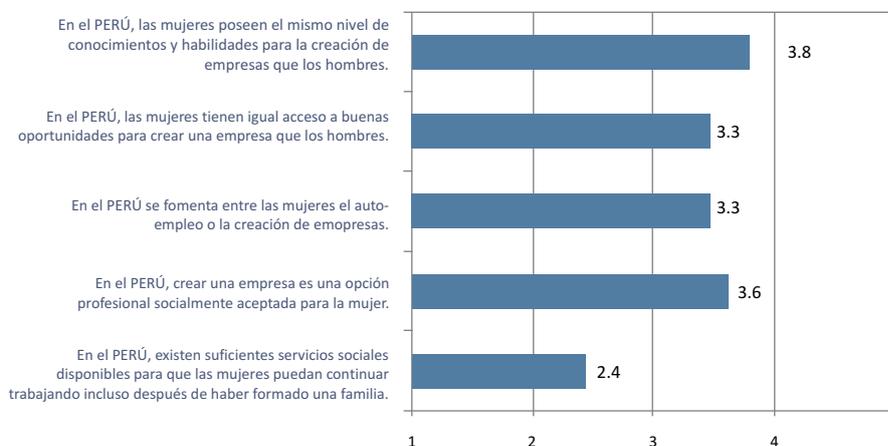
Fuente: Encuesta a la Población Adulta (APS) GEM 2009.

En cuanto a las actitudes emprendedoras, el Gráfico 80 muestra que éstas son más favorables entre las mujeres involucradas en negocios nacientes, seguidas por las emprendedoras de negocios ya consolidados.

5.5 Apoyo al emprendimiento femenino

El Gráfico 81 muestra que la valoración de los expertos respecto al apoyo institucional que se brinda al emprendimiento femenino en el

Gráfico 81. Valoración de los expertos respecto del apoyo institucional a la mujer, GEM Perú 2009

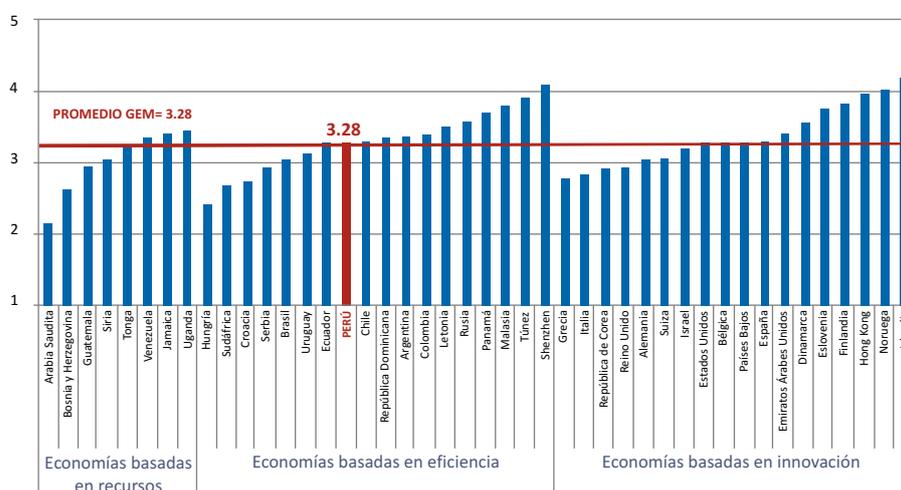


Fuente: Encuesta a Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

2009 es favorable. Ellos indican una tendencia positiva respecto de la estimulación a emprender y sobre la disponibilidad de servicios sociales para que las emprendedoras puedan continuar trabajando después de formar una familia. Sin embargo, esta última aún se mantiene en valoraciones desfavorables, lo cual evidencia la poca importancia que se le atribuye a la promoción y el aumento de la participación femenina en el entorno empresarial. Por otra parte, este año, si bien hay una percepción favorable, se ha retrocedido respecto de que las mujeres poseen el mismo nivel de conocimientos y habilidades que los hombres, así como en lo relativo a la igualdad de oportunidades para emprender y en que el emprendimiento sea una opción aceptada socialmente para la mujer.

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 similar al promedio mundial y cercano al de otros países latinoamericanos como Chile, Ecuador, Uruguay y Brasil. En general, el Gráfico 82 indica que los países con economías basadas en eficiencia y 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, como Arabia Saudita, brindan a las emprendedoras un apoyo evidentemente insuficiente.

Gráfico 82. Opinión de los expertos GEM sobre el apoyo institucional a la mujer por país, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Capítulo 6

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 Condiciones Específicas del Contexto Emprendedor (EFC, Entrepreneurial Framework Conditions). 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 que otras promueven un mayor bienestar.

La Tabla 8 muestra las nueve EFC consideradas por el GEM 2009, tres de las cuales se han subdividido para permitir un análisis más detallado; en total son doce categorías de estudio. En el Apéndice 2 se describe con más detalle cada una de las EFC consideradas en este reporte.

Para efectuar la medición de las EFC, el GEM utiliza el cuestionario estandarizado para expertos. Los expertos fueron seleccionados de acuerdo con un protocolo estricto, donde participan para cada EFC, por lo menos un empresario, y otras tres personas calificadas, tales como académicos, periodistas y funcionarios públicos, con conocimientos específicos sobre el sector. En el 2009, han colaborado 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. Sus respuestas

Tabla 8. Condiciones del entorno que afectan la actividad emprendedora, GEM 2009

Nro.	EFC	Descripción
1	Entorno financiero relacionado al emprendimiento	La disponibilidad de recursos financieros, recursos propios y deuda, para las empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo otro tipo de ayuda y subvenciones.
2	a. Gobierno: políticas concretas, prioridades y apoyo	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.
	b. Gobierno: burocracia e impuestos y tasas	
3	Programas gubernamentales	La presencia y la calidad de los programas de ayuda directa para empresas nuevas y en crecimiento en todos los niveles de gobierno (nacional, regional y municipal).
4	a. Educación emprendedora en escuela primaria y secundaria	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 de todos los niveles.
	b. Educación emprendedora en escuela superior, formación profesional y universidad	
5	Grado de transferencia de I+D	La medida en que la investigación y desarrollo nacionales dará lugar a nuevas oportunidades comerciales y si éstos estarán disponibles para las nuevas empresas, pequeñas y en crecimiento.
6	Acceso a infraestructura profesional y comercial	La presencia de servicios e instituciones comerciales, contables y jurídicas que permiten o promueven el surgimiento de nuevas empresas, pequeñas o en crecimiento.
7	a. Dinámica o dinamismo del mercado interno	La medida en que los acuerdos comerciales son sometidos a constantes cambios y la presencia de nuevas empresas y de otras empresas en crecimiento acrecienta la competencia y sustituyen a los proveedores, subcontratistas y consultores existentes.
	b. Barreras de Entrada al mercado interno	
8	Acceso a infraestructuras físicas y de servicios básicos	Facilidad de acceso a los recursos físicos disponibles de comunicación, servicios públicos o transporte, a un precio que no discrimina a las nuevas empresas, pequeñas o en crecimiento.
9	Normas sociales y culturales y apoyo social al emprendedor	La medida en que las normas sociales y culturales existentes fomentan las acciones individuales que pueden llevar a nuevas formas de hacer negocios o actividades económicas y, a su vez, conducen a una mayor dispersión de la riqueza personal y los ingresos.

Fuente: GERA.

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

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. Este 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.

6.1 Detalle de las condiciones específicas del entorno que afectan al emprendimiento en el Perú

A continuación se analiza la evolución de la valoración de las EFC en los últimos 4 años, así como el detalle de estas valoraciones en los aspectos contemplados para cada EFC. Por último, se analiza la situación del Perú frente a los resultados de los otros países participantes en el GEM 2009.

6.1.1 Entorno financiero relacionado al emprendimiento

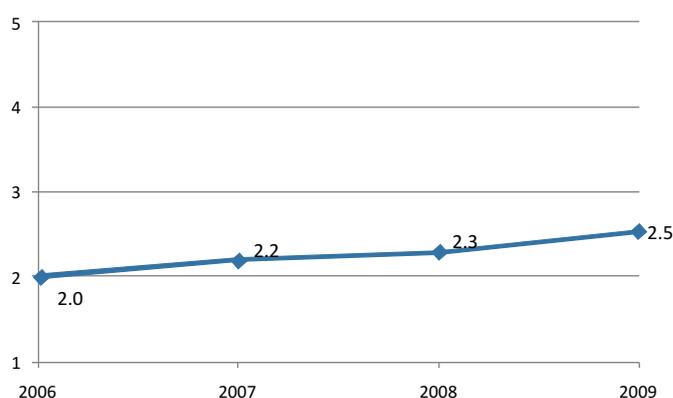
Como se indica en la tabla 8, la valoración de esta EFC por los expertos peruanos ha mostrado una tendencia positiva, aunque sigue manteniéndose en un rango desfavorable.

Tal como ilustra el Gráfico 84, la valoración sobre el financiamiento externo disponible para los emprendedores ha disminuido ligeramente, probablemente en referencia al que procede del sistema bancario. No se puede dejar de reconocer que el crecimiento de la línea de financiamiento dedicada a las microfinanzas ha provocado una

competencia en la que incluso las cooperativas han entrado con mayor profundidad. Sin embargo, se debe señalar que el microcrédito es el segmento más caro. En efecto, el microcrédito implica mayores costos operativos, por el esfuerzo que deben hacer las instituciones financieras al prestar montos pequeños a socios en los que se percibe un alto riesgo de caer en mora. Por ello, ante un mayor riesgo de desestabilización del mercado, es posible que la selección de beneficiarios haya sido más rigurosa por un lado y, por otro lado, los empresarios pueden haber considerado otras fuentes de financiamiento. Como resultado, la valoración de los expertos respecto de la cantidad de recursos propios del que han hecho uso los emprendedores se ha recuperado luego del descenso que sufriera en el 2008. La valoración sobre el financiamiento procedente de inversionistas privados también ha mostrado aumento y se encuentra cerca del nivel 3.

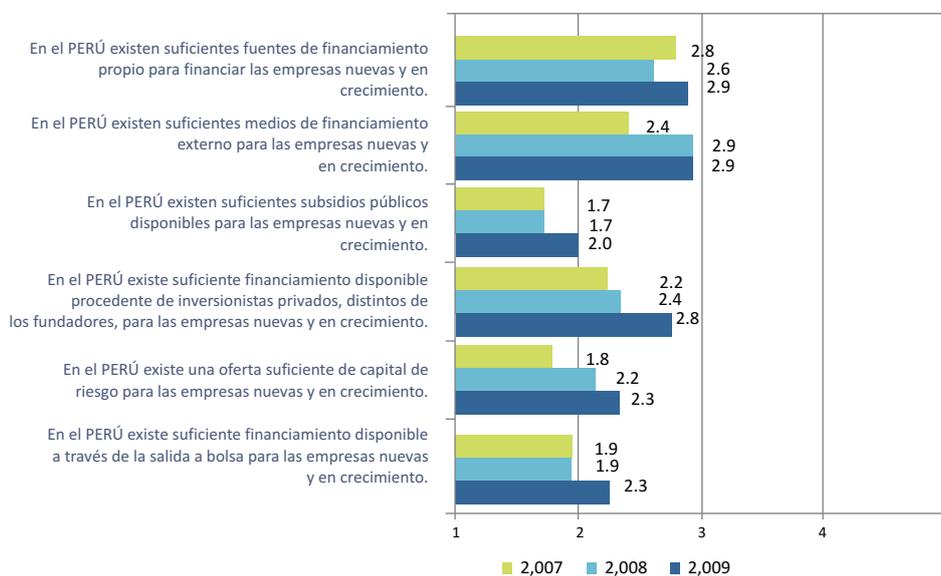
En este sentido, los expertos señalan que para lograr la inclusión de la mayoría emprendedora en los mercados financieros y facilitar la canalización de recursos, hay que potenciar las microfinanzas y sus respectivos instrumentos. Para ello, es imprescindible mejorar la capacidad de las instituciones financieras para que desarrollen nuevos productos que superen los desafíos

Gráfico 83. Evolución de la opinión de los expertos sobre el entorno financiero relacionado al emprendimiento, GEM Perú 2006-2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 84. Opinión de los expertos sobre el entorno financiero relacionado con el emprendimiento, GEM Perú 2007-2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

relacionados con la gestión, regulación y manejo del riesgo que entrafía el mercado de los microempresarios y emprendedores.

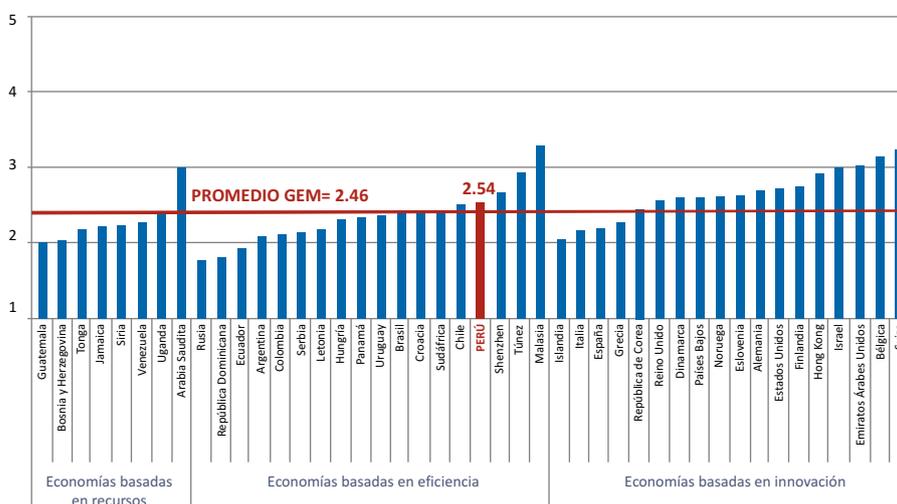
Por otro lado, si bien su valoración ha mejorado, conseguir fondos a través de la venta de acciones en ofertas públicas está aún lejos de ser considerado como medio de financiamiento para los emprendedores. Lo mismo sucede con relación al acceso a capitales de riesgo, en donde persiste una posición desfavorable. En este sentido, los expertos consideran que estas fuentes de financiamiento todavía son insuficientes, porque la mayoría de los créditos e inversiones externas son proporcionados para proyectos nuevos de empresas establecidas.

Esto es más difícil en el caso que estos fondos provengan de subsidios públicos, que se evidencia con una valoración menor de 2. En efecto, los expertos coinciden que, aún cuando existen estos fondos, ellos son destinados principalmente a fortalecer las capacidades técnicas o de gestión de los emprendedores. En los pocos casos en que se provee de capital semilla, los montos son

generalmente simbólicos y difícilmente pueden proporcionar un apoyo efectivo a la puesta en marcha de un negocio. A la fecha, algunos fondos disponibles mediante concurso han puesto la mira en el apoyo a organizaciones de pequeños y medianos empresarios, de modo que el beneficio monetario pueda tener mayor impacto económico, además de fomentar la asociación y la competitividad.

La inmadurez del entorno financiero relacionado al emprendimiento en el Perú se refleja en el Gráfico 85. Aquí se observa que nuestro país está ligeramente por encima del promedio de la serie GEM, aunque en posición desfavorable. Por otro lado, se puede apreciar que la mayoría de los países con economías basadas en recursos y en eficiencia tienen valores por debajo del promedio; lo contrario sucede en la mayoría de los países con economías basadas en innovación. Sin embargo, a nivel general, sólo Malasia, Bélgica y Suiza presentan valoraciones positivas; es decir, el acceso al financiamiento es relativamente mejor para los emprendedores de dichos países.

Gráfico 85. Opinión de los expertos GEM sobre el entorno financiero relacionado con el emprendimiento, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

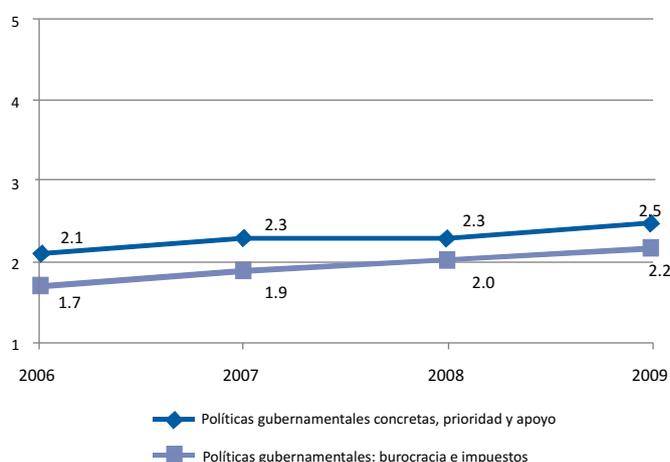
6.1.2 Políticas gubernamentales relacionadas con el emprendimiento

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 deben cumplir los emprendedores para poner en marcha sus negocios.

El Gráfico 86 muestra la evolución en los últimos 4 años de la valoración de los expertos respecto de ambas subcategorías

Gráfico 86. Evolución de la opinión de los expertos sobre políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2006-2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

en esta EFC. Se observa una lenta tendencia creciente, pero aún con puntuaciones desfavorables, sobre todo en lo relacionado con el nivel de burocracia y regulaciones tributarias.

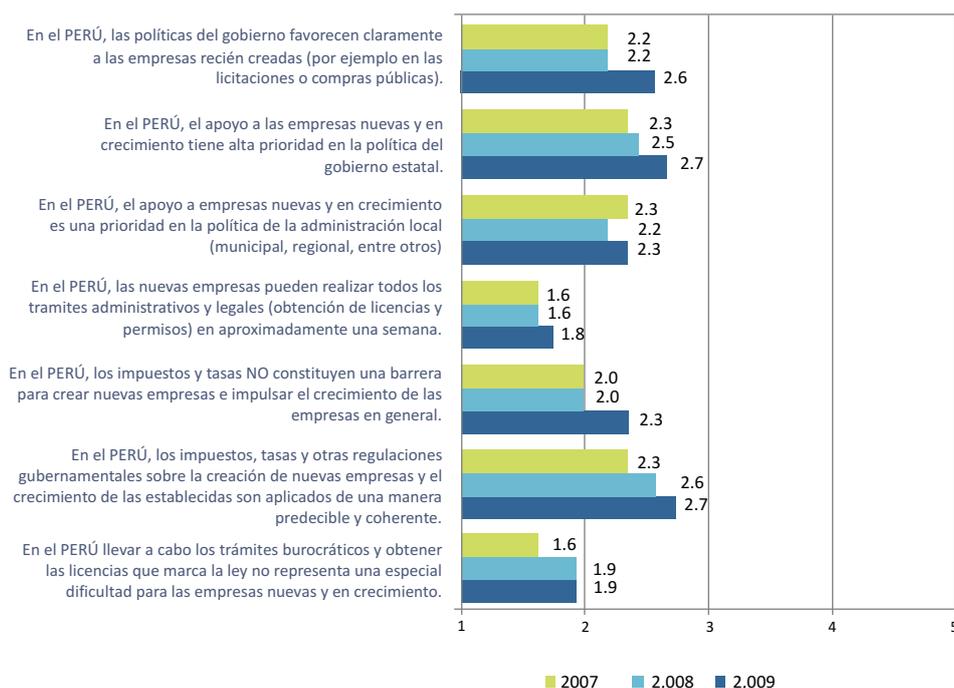
Al estudiar en detalle esta problemática se percibe que la valoración de los expertos en el 2009 se ha incrementado en casi todos los enunciados; sin embargo, aún se nota que existe una necesidad de simplificar y agilizar los trámites burocráticos para que los emprendedores puedan iniciar sus negocios (Gráfico 87).

Al respecto, en el 2009, el Ministerio de Economía y Finanzas lanzó el Plan de Mejora del Clima de Negocios, cuyo propósito es aumentar la competitividad del país. Con este esfuerzo, se pretende subir del puesto 62 en el ranking internacional del Doing Business 2009 al 25 en la edición del 2012. Las

Las reformas que propone el MEF para alcanzar dicha meta significan reducciones en tiempo, número de trámites y costos de los procedimientos relacionados con las áreas identificadas con problemas. Algunos proyectos implementados incluyen la constitución de empresas en 72 horas, la declaración tributaria simplificada y el pago electrónico de la misma.

Otro avance importante en cuanto a políticas gubernamentales es la asignación del tema MYPE y emprendimiento del Ministerio de Trabajo al Ministerio de la Producción. Ello ha dado pie a la creación de la Dirección de Nuevas Iniciativas Empresariales y Asociatividad dentro de la Dirección General de la MYPE y Cooperativas. Lo que se busca es normar y promover el emprendimiento en el Perú.

Gráfico 87. Opinión de los expertos sobre políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2007-2009.



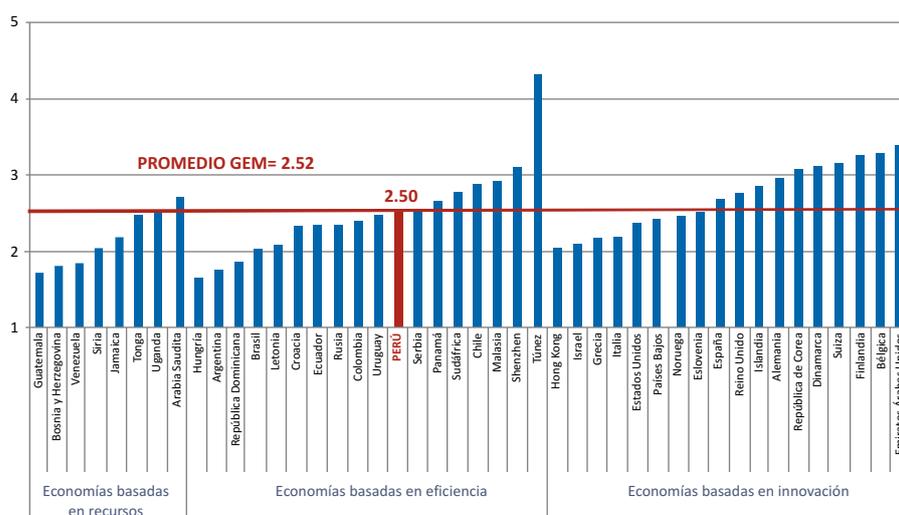
Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Comparado con los otros países de la serie GEM, respecto de las políticas preferentes para apoyar las iniciativas empresariales, el Perú se sitúa en una posición intermedia y ha mejorado la puntuación de 2.30 en el 2008 a 2.50 en el 2009, aunque aún se sitúa ligeramente por debajo del promedio GEM (Gráfico 88). De acuerdo con los expertos de la serie GEM, si bien las políticas gubernamentales tienen una mejor posición en los países basados en innovación, en general, en todos los países, excepto Túnez, las valoraciones no sobrepasan el nivel 4, lo que evidencia que en 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–, podría decirse

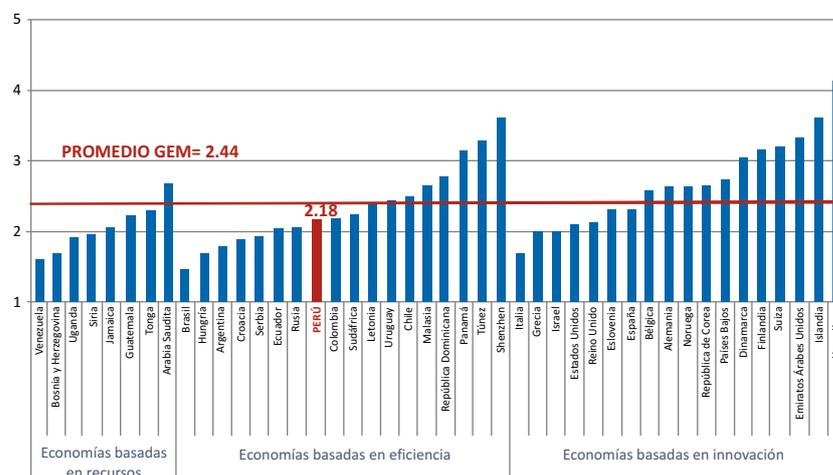
que las opiniones de los expertos entre los países con economías basadas en eficiencia, y sobre todo en la región de Latinoamérica, coinciden en que sólo Panamá provee políticas regulatorias más acordes con la situación y el crecimiento de las nuevas empresas (Gráfico 89). Sin embargo, si bien se posiciona sobre la neutralidad, no muestra siquiera los niveles de Hong Kong, una economía basada en innovación, pero tradicionalmente con poca regulación empresarial. 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 a 2.18 para el 2009. Considerando las metas de competitividad trazadas para el país, los encargados de la formulación de políticas deben reflexionar seriamente sobre este aspecto para mejorar la posición de nuestro país.

Gráfico 88. Valoración de los expertos sobre políticas gubernamentales concretas, prioritarias y de apoyo al emprendimiento, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 89. Valoración de los expertos sobre burocracia e impuestos y tasas, GEM 2009



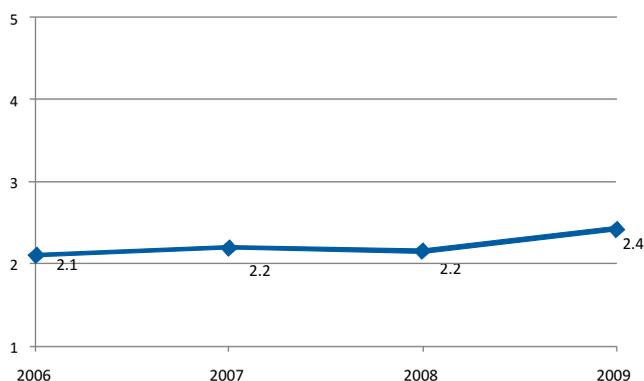
Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

6.1.3 Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento

Al igual que en las anteriores EFC, el promedio ha tenido una evolución favorable muy lenta en esta EFC, y con una puntuación muy baja (Gráfico 90). En este sentido y en opinión de los expertos, no ha habido un mayor esfuerzo del gobierno por brindar asistencia a los emprendedores en términos económicos o técnicos.

En el Gráfico 91 puede observarse que la percepción de los expertos se ha incrementado en algunos de los aspectos evaluados sobre el apoyo de los programas gubernamentales para las iniciativas emprendedoras. En efecto, comparado con el 2008, los expertos observan que existe una mayor efectividad así como un mayor número de programas que apoyan el emprendimiento, con mejor ajuste hacia las necesidades de sus demandantes. Este cambio probablemente se deba, según los

Gráfico 90. Evolución de la opinión de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2006-2009



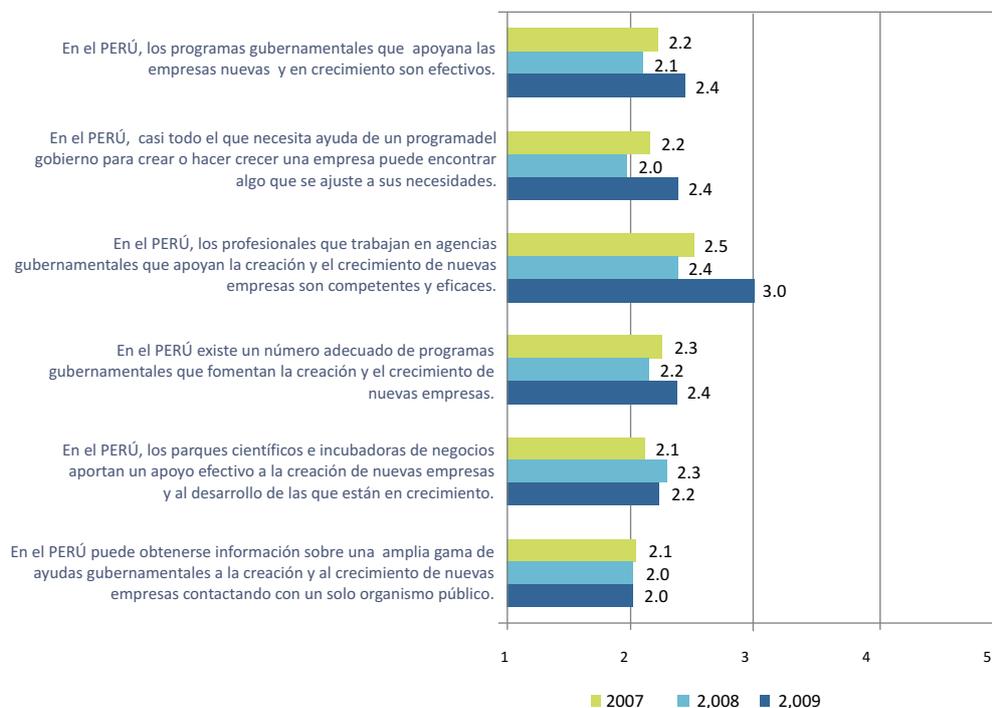
Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

expertos, a que la capacidad de los funcionarios a cargo de los programas ha mejorado alcanzando una valoración en la neutralidad.

Por otro lado, las cifras indican un retroceso en la valoración sobre el apoyo de las incubadoras y parques científicos, así como la efectividad de una “ventanilla única” para obtener asistencia empresarial, que constituyen los enunciados menos valorados de esta EFC. Esto es una situación que debería ser tomada en cuenta seriamente. En efecto, la ausencia de parques científicos y el reducido apoyo que se brinda a los negocios contribuyen a que estos mecanismos de fomento limiten su efectividad.

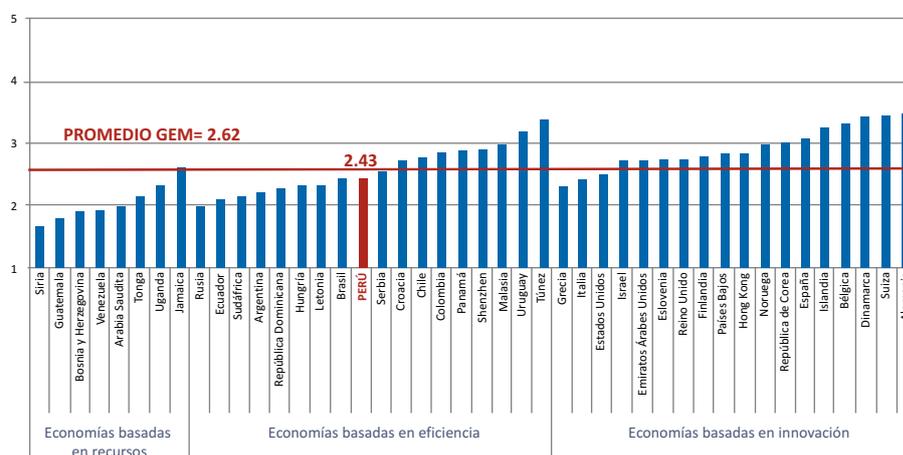
En general, esta EFC es mejor valorada entre los países con economías basadas en innovación. En los países con economías basadas en recursos tiende a ser una de las menos valoradas por los expertos. Así, en el Gráfico 92, el cual presenta los resultados comparativos sobre la opinión de los expertos acerca de los programas gubernamentales entre toda la serie GEM, todos los países con economías basadas en recursos muestran valores por debajo del promedio. El Perú presenta una situación intermedia en el grupo de economías basadas en eficiencia, aunque por debajo del promedio mundial.

Gráfico 91. Opinión de los expertos sobre programa gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2007-2009.



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 92. Valoración de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

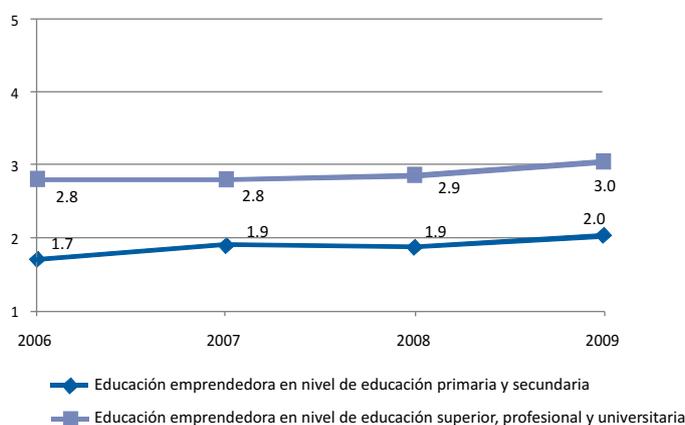
6.1.4 Educación emprendedora

El estudio GEM divide la educación y formación para el emprendimiento en dos subcategorías: educación básica (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. Al respecto, el Gráfico 93 señala que los expertos proporcionan una valoración muy baja, con una tendencia levemente favorable, pero con cambios poco significativos. En efecto, la puntuación ha variado de 1.7 en el 2006 a 2.0 en el 2009. Por otro lado, respecto de la educación postsecundaria, los expertos

Gráfico 93. Evolución de la opinión de los expertos sobre educación y capacitación emprendedoras, GEM Perú 2006-2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

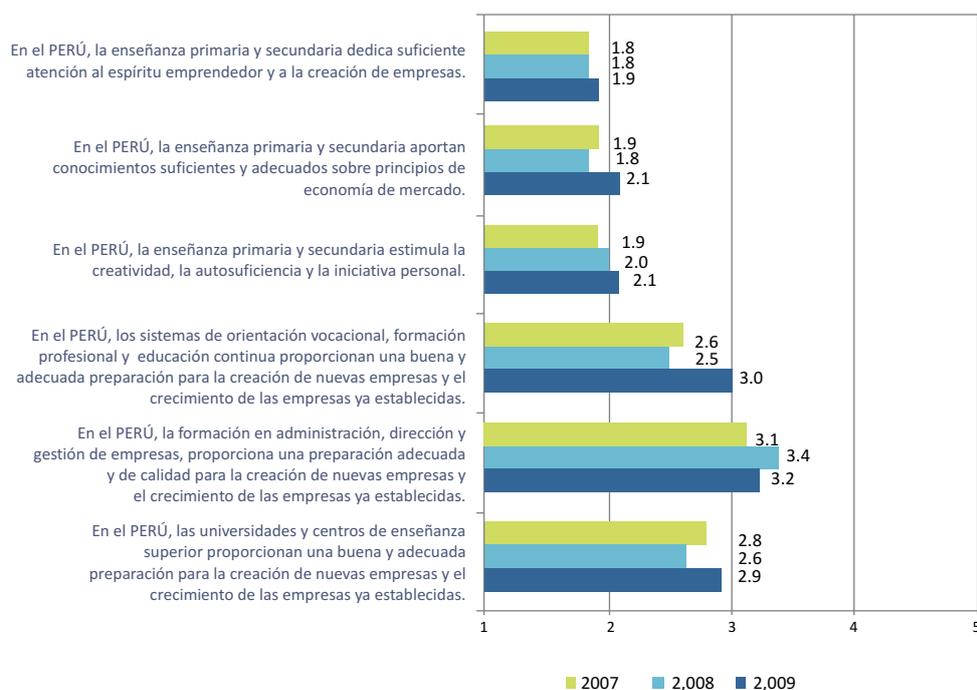
muestran valoraciones más optimistas. En el 2009, el promedio logró llegar al nivel 3 de neutralidad, aunque, cabe decir, que los cambios en este rubro también han sido poco significativos.

Como se muestra en el Gráfico 94, los expertos señalan que 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 motivación personal entre los alumnos, y tampoco se enseñan conocimientos para la puesta en marcha y gestión de negocios. Aunque hay una mejora, sobre todo en que se están incluyendo pautas sobre el funcionamiento de la economía de mercado, estos esfuerzos son insuficientes y

probablemente no alcanzan 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 en el futuro.

En cuanto a la educación postsecundaria, los expertos le dan una mejor valoración que a la educación básica. Aunque este año se ha retrocedido, la puntuación solo es favorable cuando se considera que la formación en las carreras administrativas, de dirección y gestión de nuevas empresas es adecuada. 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,

Gráfico 94. Opinión de los expertos sobre educación emprendedora, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

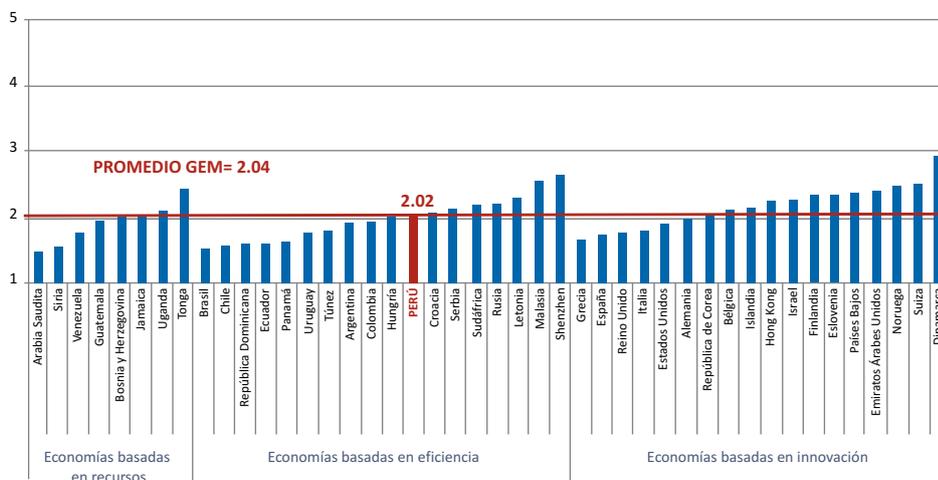
desafiantes y tolerantes a la incertidumbre extrema en que se mueven ahora los negocios. En este sentido se debe reconocer que las universidades (más que los centros de estudios superiores) están orientadas a educar bajo el modelo de competencias y han recogido la importancia de la educación emprendedora en su contenido curricular. Por lo menos, en dicha variable, la valoración de los expertos ha mostrado un avance. Por otro lado, en las carreras no vinculadas con la gestión, los expertos han mostrado también una mayor valoración respecto del año anterior, indicando que la preparación que se da a los alumnos para crear o dirigir empresas si bien todavía en la mayoría de los casos la formación abarca casi exclusivamente aspectos técnicos, ya se van dando visos de tomar en cuenta la profesión como generador de emprendimientos.

El Gráfico 95 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

(menos de 3) y es uno de las tres variables peor valoradas (con excepción de Tonga, Bosnia y Herzegovina, Letonia, Rusia y Dinamarca). Esta pobre valoración por los expertos de todos los países podría explicar en parte los bajos índices de emprendimiento en los países más desarrollados y los bajos índices de emprendimiento por oportunidad en los países en desarrollo. El Perú, por su parte, ha incrementado su valoración a 2.02, cercano al promedio mundial, pero lejos aún de la situación ideal.

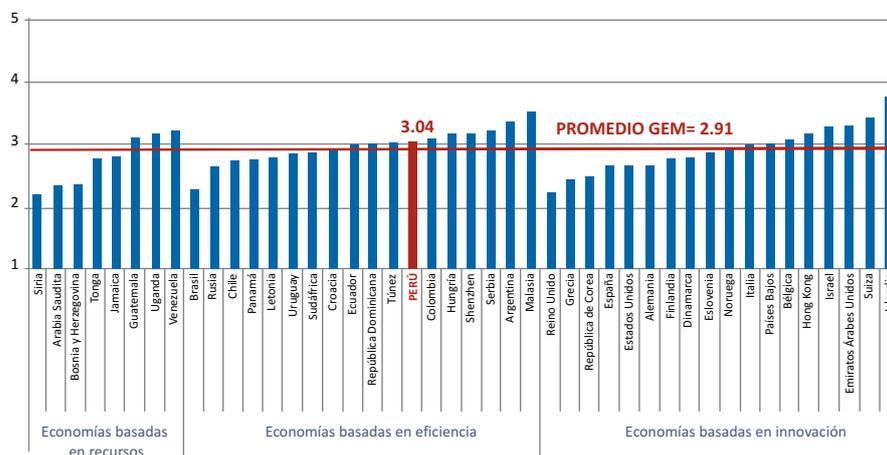
El Gráfico 96 presenta la valoración de los expertos sobre la educación postsecundaria para el emprendimiento en la serie GEM. Argentina y Colombia se mantienen como los países latinoamericanos con mejor puntuación, mientras que Brasil claramente muestra la menor valoración entre los países con economías basadas en eficiencia. En esta variable, el Perú presenta una posición intermedia entre los países de su grupo logrando alcanzar el nivel 3 de neutralidad. Es de esperar que, dada la atención que se

Gráfico 95. Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en los niveles primario y secundario, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 96. Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en el nivel postsecundario, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

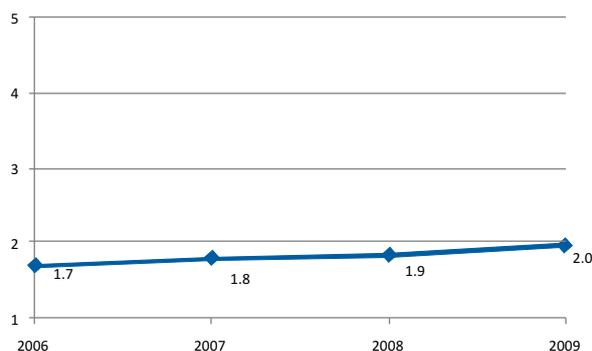
presta a la educación emprendedora en las personas con edad para trabajar, este indicador siga aumentando hacia niveles de idoneidad.

6.1.5 Grado de transferencia de I+D

A pesar de una evolución lentamente favorable, la valoración de los expertos

peruanos en lo relacionado con el grado de transferencia tecnológica y con la investigación y desarrollo en el país es realmente alarmante (Gráfico 97). Así, la producción de conocimiento fomentada por el Estado es muy poca, y hasta hoy no se ha logrado una real articulación entre la producción y el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Gráfico 97. Evolución de la opinión de los expertos sobre transferencia de I+D, GEM Perú 2006-2009



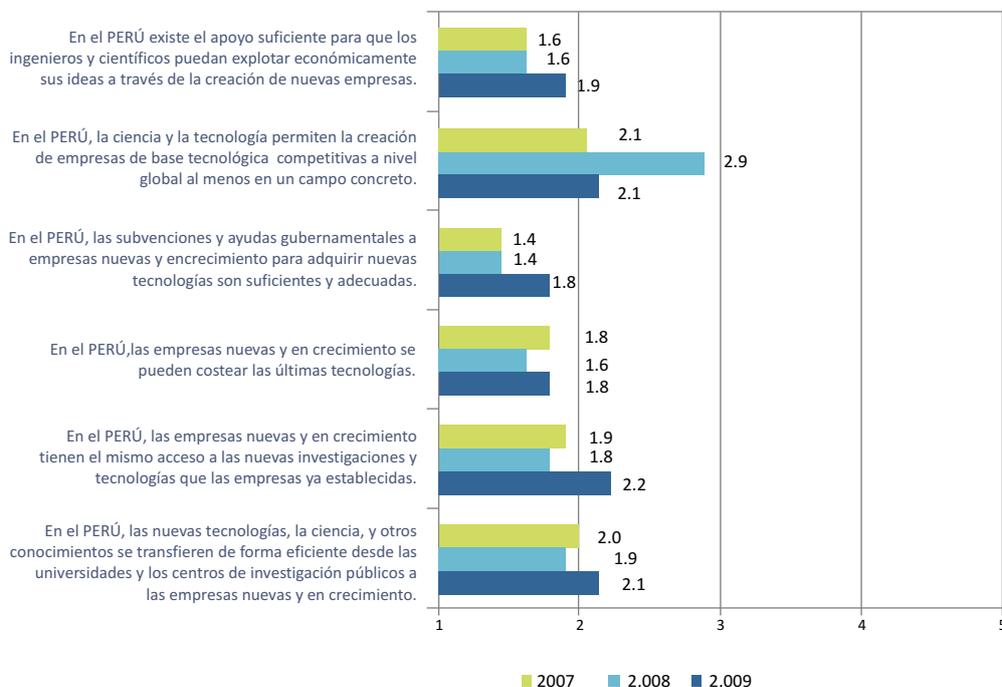
Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

El Gráfico 98 muestra que 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 en crecimiento pueden costear las últimas tecnologías.

Por otro lado, se observa que, luego de un cambio significativo sobre la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global en el año 2008, este año los expertos son más pesimistas. Sin embargo, no se puede dejar de reconocer a una

incipiente industria informática con marcas nacionales que compiten con las más renombradas marcas globales. Estas empresas aprovechan la ventaja de su más rápida adaptabilidad al mercado y ofrecen soluciones personalizadas, así como incorporan la más alta tecnología de corporaciones internacionales. No obstante lo dicho, hace falta el esfuerzo conjunto entre estado, principal demandante de las TIC y la empresa privada para que esta industria se consolide como un pilar del desarrollo nacional. En ese sentido, solamente hace falta que la política nacional estimule la modernización de las empresas de manera que se genere un desarrollo transversal que sostenga el impulso de esta industria.

Gráfico 98. Opinión de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

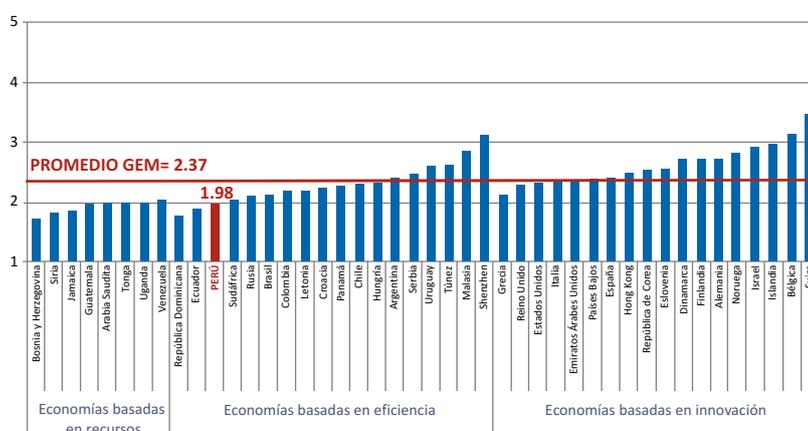
Como muestra del poco avance peruano en el campo tecnológico, el Gráfico 99 evidencia la precaria situación que atraviesa el Perú en este aspecto. En general, el país no alcanza a una puntuación de 2 y el avance registrado desde el año pasado es mínimo. El país se ubica en la tercera posición con menor valoración entre los países con economías basadas en eficiencia, después de República Dominicana (1.77) y Ecuador (1.89). En otras palabras, mientras las empresas no tomen protagonismo en la producción tecnológica y no se destine mayores presupuestos para I+D, se mantendrá la concentración de la producción de conocimiento en los países industrializados, monopolizando así la producción de nuevas moléculas o nuevos

procesos. Obviamente que los países en desarrollo solo importarán o ensamblarán éstos productos terminados o cosechados, tendencia que ya se está mostrando actualmente.

6.1.6 Acceso a infraestructura profesional y comercial

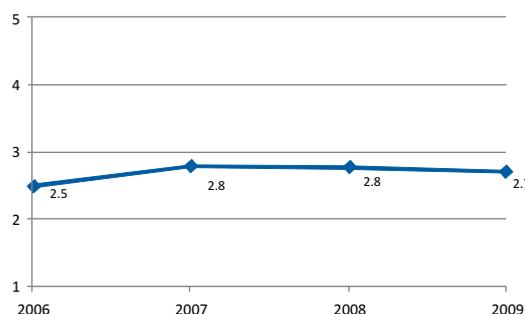
En el Perú, la infraestructura comercial y profesional es todavía insuficiente para un entorno favorable al emprendimiento. Luego de cierta mejora experimentada en los dos últimos años, la valoración por los expertos para esta EFC ha retrocedido levemente (Gráfico 100).

Gráfico 99. Valoración de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 100. Evolución de la opinión de los expertos sobre acceso a infraestructura profesional y comercial, GEM Perú 2006-2009

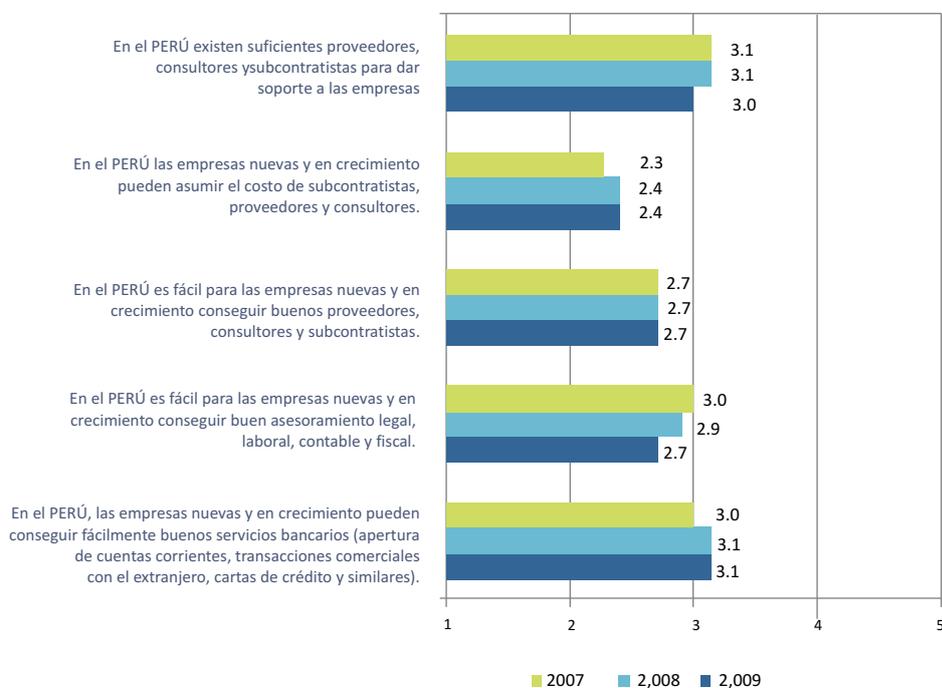


Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

El Gráfico 101 muestra que, según opinión de los expertos, se mantienen las deficiencias encontradas en años anteriores. Los expertos dan una valoración casi neutral a la existencia de asesoramiento de calidad para las nuevas empresas. Sin embargo, la valoración no es tan favorable con respecto de los proveedores, consultores y subcontratistas, sobre todo en lo referente a la asesoría legal, laboral, contable y fiscal; los principales rubros de demanda por parte de los emprendedores. A esto hay que añadir que, según los expertos, las empresas no cuentan con los recursos suficientes para asumir los costos que este asesoramiento demanda.

Por otro lado, se mantiene el nivel alcanzado en el 2008 con respecto de los servicios bancarios que facilitan las transacciones para los emprendedores. La apertura de mercados extranjeros, con el consiguiente aumento del comercio 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 mayor calidad y con mayor seguridad. Sin embargo, aún es susceptible de mejora, en la medida que se puedan obtener servicios más acordes con las necesidades y accesibilidad de los emprendedores.

Gráfico 101. Opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura profesional y comercial, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

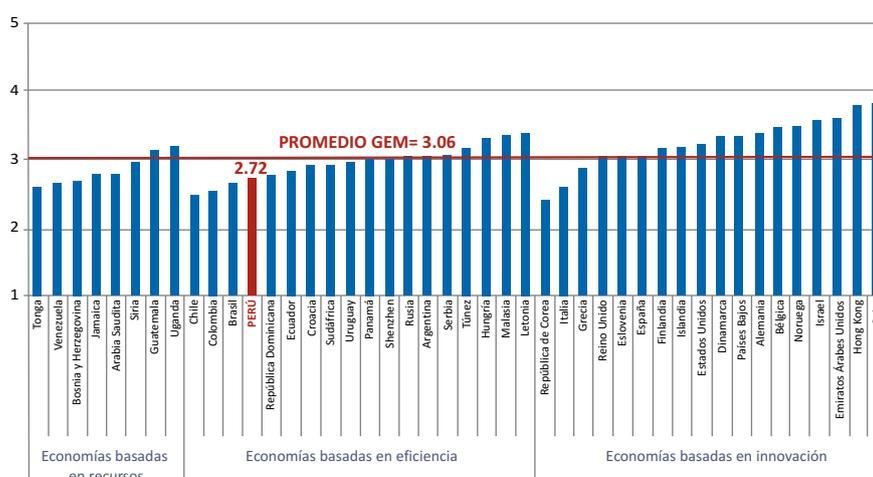
En el Gráfico 102 puede observarse la valoración de los expertos acerca de la infraestructura comercial y profesional para el emprendimiento en el ámbito GEM. La valoración del Perú ha retrocedido a 2.72 para el 2009. En general, los países con economías basadas en innovación presentan mejores promedios, mientras que los países con economías basadas en recursos tienen valoraciones más bajas. Esto es concordante con lo comentado en el modelo GEM en cuanto 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 buscan satisfacer necesidades más sofisticadas. Se debe mencionar, que luego de estar por debajo del promedio GEM, la mayoría de los expertos latinoamericanos señalan menores valoraciones para sus respectivos países.

6.1.7 Apertura del mercado interno

El estudio divide la apertura del mercado interno en dos subcategorías: el dinamismo del mercado y las barreras de entrada a las nuevas empresas. Como se observa en el Gráfico 103, ambas muestran un retroceso con respecto de años anteriores, mucho más notorio en lo concerniente al dinamismo del mercado interno.

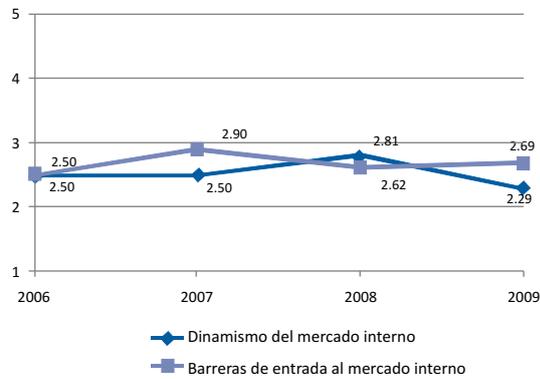
El Gráfico 104 muestra la valoración de los expertos para cada una de las variables consideradas en esta EFC. En cuanto al dinamismo del mercado, se observa que, si bien se mostró un avance importante el año anterior, este año se ha retrocedido a niveles menores de los encontrados en el 2007. Es posible que la crisis internacional haya tenido un impacto negativo influyendo tanto

Gráfico 102. Valoración de los expertos sobre el acceso a infraestructura profesional y comercial, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 103. Evolución de la opinión de los expertos sobre apertura del mercado interno, GEM Perú 2006-2009



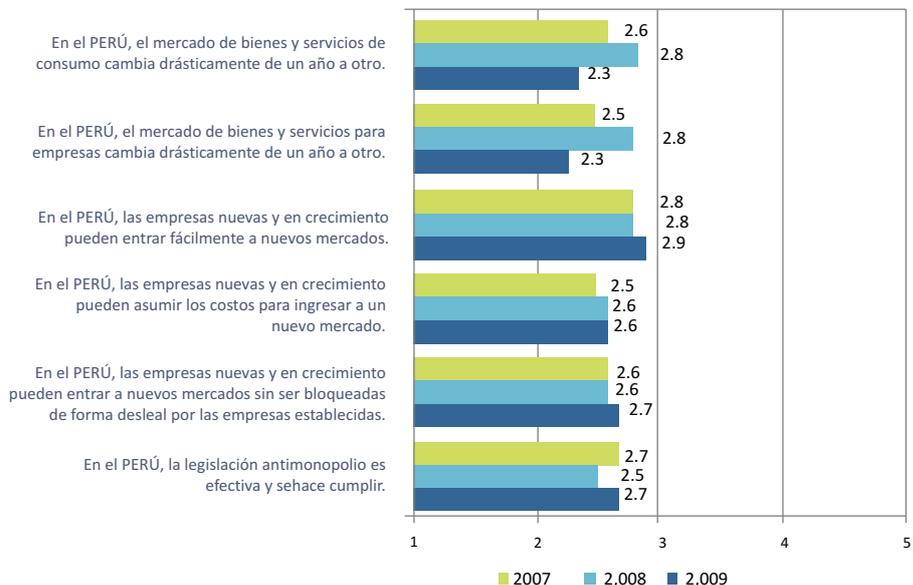
Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

en la creación de empresas como en el cierre de las mismas. Como se ha comentado anteriormente, una mayor dinámica es deseable por cuanto una rotación más acelerada del proceso de “destrucción creativa” deja como saldo una masa empresarial más competitiva.

Por otro lado, respecto de las barreras de entrada al mercado interno, los expertos manifiestan opiniones desfavorables pero, en su mayoría, las valoraciones han

mostrado un avance comparadas con el 2008. En otras palabras, es más fácil para las empresas entrar a nuevos mercados y asumir el costo que ello significa. Asimismo, aunque todavía se observa puntuaciones desfavorables, la opinión de los expertos indica que ha habido una mejora en su valoración; dicho de otro modo, las iniciativas empresariales encuentran menores barreras de entrada a nuevos mercados, tanto por parte de las empresas establecidas como por acción del Estado.

Gráfico 104. Opinión de los expertos sobre la apertura del mercado interno, GEM Perú 2009

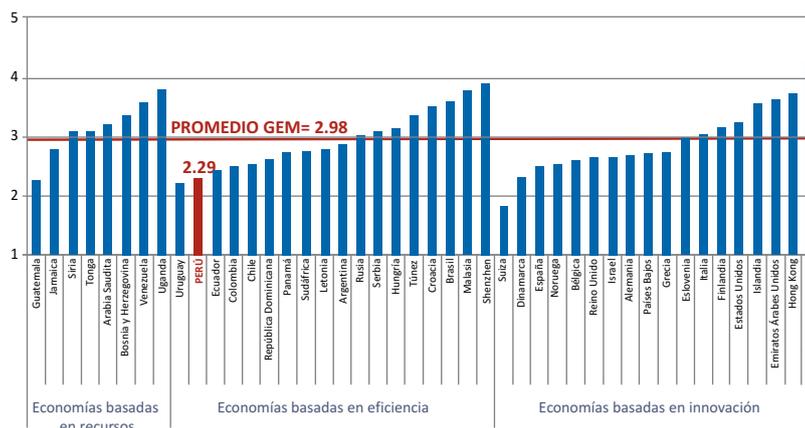


Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

El Gráfico 105 muestra la valoración de los expertos en el ámbito GEM sobre el dinamismo del mercado en cada país. Como sucedió en el 2008, se debe destacar la valoración asignada a Corea, que lidera la serie con 4.25, el único país con puntuación mayor de 4. El Perú se mantiene en rangos desfavorables, por debajo del promedio mundial y es el penúltimo país entre los países con economías basadas en eficiencia y el cuarto en toda la serie GEM con la posición más baja para esta subcategoría.

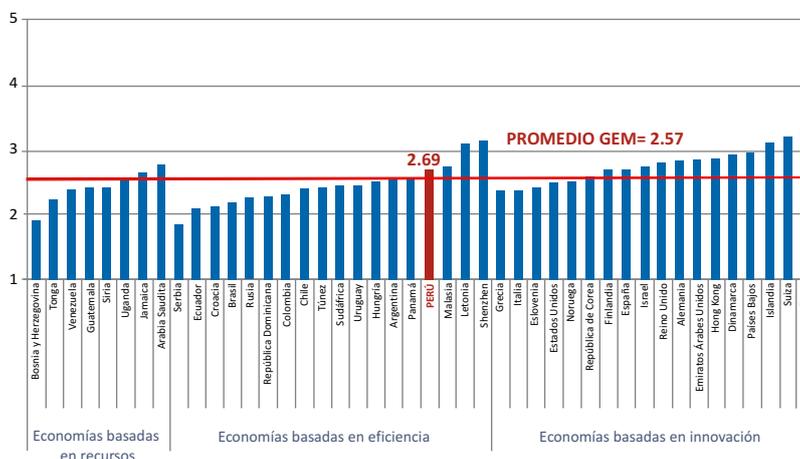
En cuanto al análisis comparativo internacional sobre las barreras de entrada al mercado interno, el Gráfico 106 muestra que el Perú es uno de los países que los expertos han asignado mejor valoración dentro del grupo de países con economías basadas en eficiencia; su puntuación lo ubica por sobre el promedio mundial. No obstante, la valoración se encuentra en rangos todavía desfavorables. En toda la serie GEM solamente Bélgica, Suiza, la región china de Shen Zhen, Islandia y Letonia

Gráfico 105. Valoración de los expertos sobre el dinamismo del mercado interno, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 106. Valoración de los expertos sobre barreras de entrada al mercado interno, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

muestran valoraciones mayores al nivel de neutralidad. Por otra parte, las puntuaciones para Serbia y la región de Bosnia y Herzegovina no logran pasar el primer nivel de valoración.

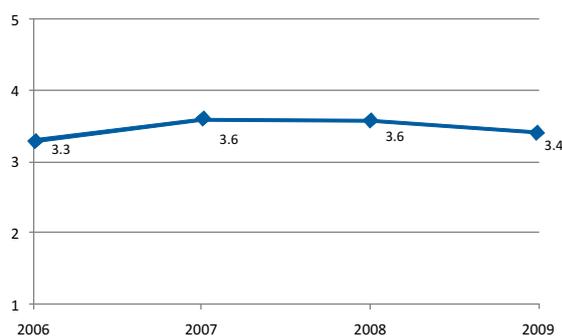
6.1.8 Acceso a la infraestructura física

Como se muestra en el Gráfico 107, la valoración que los expertos asignan con respecto del acceso que tienen los emprendedores a la infraestructura física ha

mostrado un retroceso colocándola a niveles casi similares al 2006. Pero, como en años anteriores, el acceso a la infraestructura es la única EFC que los expertos le asignan, en promedio, una valoración favorable.

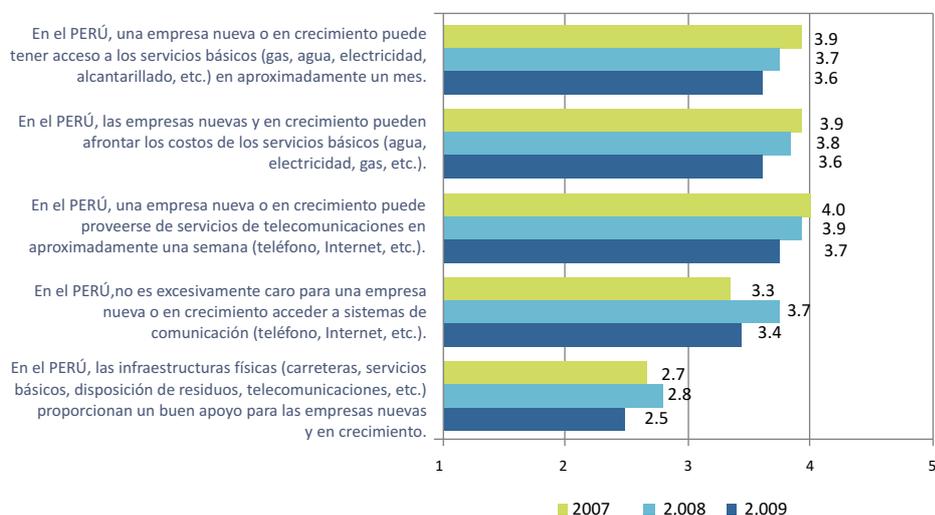
Según se observa en el Gráfico 108, en general las valoraciones de los expertos son menores que las del 2008 en todas las variables consideradas. Aún así, ellos consideran que las empresas peruanas pueden costear los servicios básicos, sobre todo de telecomunicaciones, y acceder a

Gráfico 107. Evolución de la opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura física, GEM Perú 2006-2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 108. Opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura física, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

ellos en tiempos razonables. Se observa, también, una buena valoración en cuanto a los costos de acceso a los sistemas de telecomunicaciones, servicios que, por otro lado, han logrado una mayor penetración en el mercado.

Sin embargo, los expertos mantienen una opinión desfavorable con respecto del apoyo que los servicios básicos y la infraestructura física brindan a las empresas nuevas y en crecimiento. Ello evidencia que ambos factores son aún insuficientes, sobre todo 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.

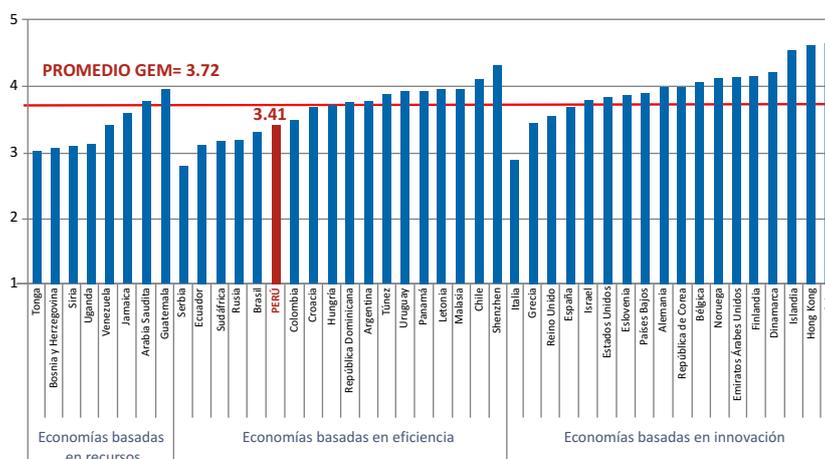
Por otro lado, como se muestra en el Gráfico 109, esta EFC es la que mayor valoración obtiene en la mayoría de los países del estudio GEM. Casi todos los países, excepto Serbia e Italia, tienen puntuaciones favorables. En el grupo de los países con economías basadas en eficiencia, la región

china de Shen Zhen y Chile tienen la mayor valoración sobrepasando la puntuación de 4, como la mayoría de los países con economías basadas en innovación. El Perú muestra una valoración intermedia en rangos favorables; no obstante, además de no haber mostrado avance con relación al 2008, se mantiene por debajo del promedio mundial, lo que supone, afrontar nuevos desafíos de inversión pública en infraestructura para sostener y estimular la competitividad del país y lograr un modelo de involucramiento del sector privado en el esfuerzo realizado por el Estado frente al crecimiento económico experimentado por el país.

6.1.9 Normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor

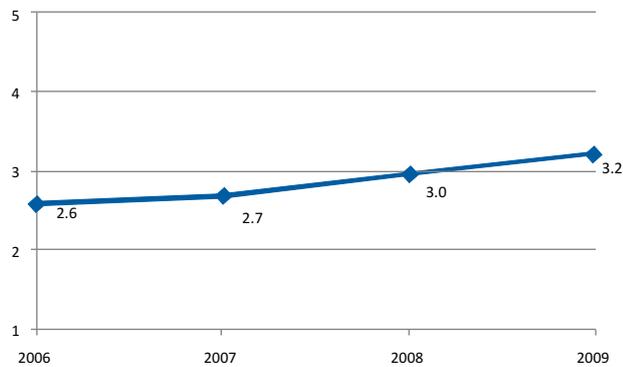
Respecto del año 2006, esta EFC ha mostrado una evolución favorable logrando traspasar el nivel neutral y proyectando una mayor valoración para los siguientes años (Gráfico 110).

Gráfico 109. Valoración de los expertos sobre el acceso a la infraestructura física, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 110. Evolución de la opinión de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM Perú 2006-2009

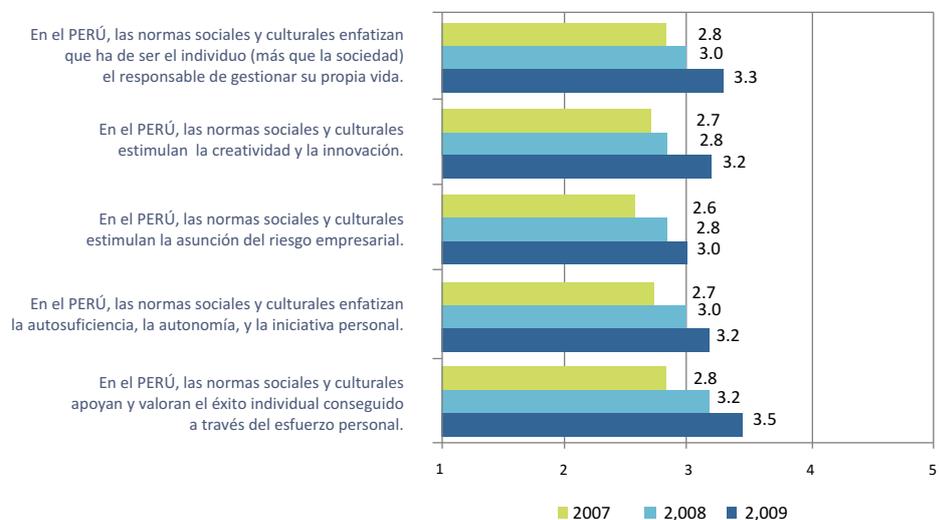


Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Como se observa en el Gráfico 111, las opiniones de los expertos se sitúan en el nivel neutral o sobre rangos favorables. Para el 2009, 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 y

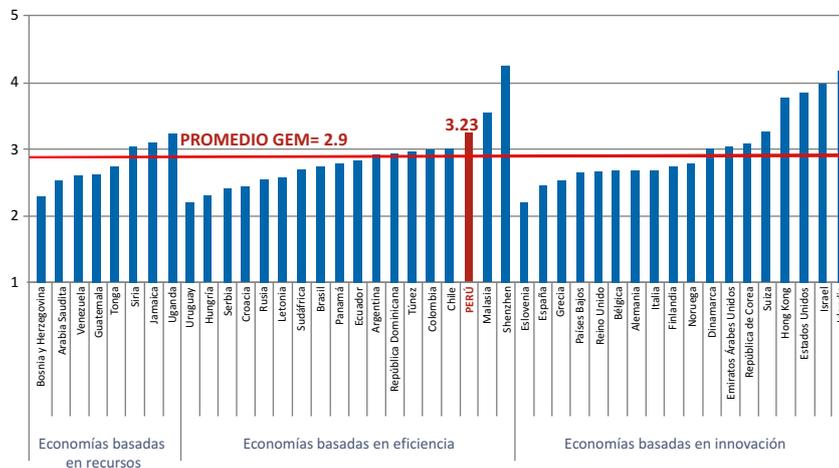
enfatisa la autosuficiencia, iniciativa y autonomía, de modo que el éxito personal depende del esfuerzo propio. Los expertos también opinan que la sociedad estimula la creación de ideas innovadoras y creatividad de las personas, y que estas asuman el riesgo de hacer sus ideas realidad.

Gráfico 111. Opinión de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Gráfico 112. Valoración de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

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. Sin embargo, la región china de Shen Zhen, del grupo de países con economías basadas en eficiencia, es la que obtiene la mejor puntuación de la serie GEM. El Perú, por su parte, además de tener una valoración favorable, se sitúa por encima del promedio mundial.

6.2 Condiciones específicas del entorno 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 113). Del

Gráfico 113. Porcentaje de los expertos que opinaron acerca de las EFC que apoyan la actividad emprendedora, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

total de expertos, el 57% menciona condiciones relacionadas con el clima económico. Ello ha propiciado un entorno más estable, con el consecuente aumento de la inversión privada y del consumo interno. Asimismo, el clima económico favorable ha mejorado las condiciones para la creación de negocios, en particular, los de construcción. En otras palabras, el aumento del poder adquisitivo y de la demanda interna se han convertido en ingredientes muy motivadores para la creación de empresas que ofrecen productos y servicios cada vez más sofisticados, no sólo en los estratos de nivel socioeconómico más alto, sino, sobre todo, en la base de la pirámide donde se observa un mayor crecimiento de negocios.

A esta condición le sigue en importancia la apertura del mercado interno (34% de expertos). Esta apertura, junto con el clima económico estable, atraen nuevos inversionistas. Los Tratados de Libre Comercio negociados o en proceso de negociación (EEUU, Tailandia, Singapur, Canadá), Acuerdos de Complementación Económica (Chile, México) y propuestas de nuevos TLC (CAN-Unión Europea, Corea del Sur, China, etc.) definen un escenario de oportunidades para las empresas, pero al mismo tiempo implican un gran desafío. No solamente se podrán colocar productos peruanos en los mercados internacionales, sino que el mercado nacional debe también abrirse para el ingreso de productos extranjeros. En general, se estimula el emprendimiento pues la apertura del mercado peruano incentiva la creación de negocios basados en las importaciones, por lo que las empresas ofertarán productos cada vez con mayor variedad y mayor tecnología. Por otro lado, al aplicarse la reciprocidad en los mercados externos, las empresas peruanas tienen la oportunidad de mostrar los productos nacionales y la experiencia demuestra que han tenido buena acogida gracias a su variedad, su calidad y su exclusividad. Asimismo, la

apertura ha estimulado la cultura de asociación de micro y pequeñas empresas, así como la articulación de cadenas productivas como medio de mejorar la competitividad empresarial frente a los grandes empresas internacionales.

La tercera condición del entorno que más soporte brinda para el emprendimiento son las normas sociales y culturales, así como el apoyo social brindado a los emprendedores, mencionadas por el 32% de los expertos. De acuerdo con ellos, se ha dado una evolución positiva de la mentalidad, en particular hacia una percepción más inclusiva de la empresa. En ello ha contribuido sobre todo el aporte de los medios de comunicación para la difusión de los casos de empresarios emergentes exitosos, así como la información sobre la industria, las oportunidades de negocios y los sectores en crecimiento. Este escenario motiva a individuos a emprender basándose en el uso de las mejores prácticas empresariales y en la calidad de la oferta, acercándose a la comunidad y considerándola como socio estratégico del desarrollo. El boom gastronómico peruano, por ejemplo, ha permitido que muchas personas con talento culinario hayan incursionado como emprendedoras. Así como éste, la revalorización del concepto “Perú” está influyendo en el desarrollo de actividades como la moda, diseños, turismo, etc.

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

Así como se identifican las condiciones que están prestando estímulo para la actividad emprendedora del país, el GEM identifica las principales condiciones que se convierten en obstáculos para el desarrollo de los

emprendimientos. El Gráfico 114 muestra los resultados proporcionados por los expertos cuando se les pregunta sobre el origen de los tres principales obstáculos a la actividad emprendedora que más llamaron su atención en el 2009. Se observa que los tres primeros obstáculos considerados por los expertos son los mismos que se mencionaron en el 2008.

El más importante (74%) se refiere a los obstáculos relacionados con las políticas gubernamentales, tanto la falta de prioridad del emprendimiento en la política nacional como el exceso de las regulaciones y tasas 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.

Asimismo, aunque se han establecido mecanismos de Ventanilla Única para los trámites de constitución de empresas, aún no se ha promovido este procedimiento en forma masiva, y persisten varios procedimientos paralelos. Dicha situación causa confusión y desconfianza entre los emprendedores que terminan optando por el sistema tradicional más caro y engorroso, con lo que el impacto de este esfuerzo es limitado.

La falta de educación emprendedora en todos niveles es la segunda condición señalada por los expertos como obstáculo al emprendimiento (34.9%). Ellos sostienen que la baja calidad de la educación en nuestro país es un lastre que impide el desarrollo nacional. Asimismo, los expertos coinciden en que hay ausencia del perfil emprendedor desde los niveles básicos de educación y que la instrucción está basada en la entrega de conocimientos teóricos más que en el desarrollo de competencias que no orienta a los estudiantes hacia actividades productivas.

Gráfico 114. Opiniones de los expertos acerca de las EFC que limitan la actividad emprendedora, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

Por otro lado, no todas las instituciones educativas de niveles técnico o profesional consideran el emprendimiento como parte de la actividad profesional; ello incentiva egresados con mentalidad de asalariados. Asimismo, aun es deficiente el desarrollo de habilidades formales de gestión empresarial, lo que origina, por ejemplo, que el crecimiento de la PYME se transforma en un problema que puede amenazar su permanencia en el mercado.

Para los expertos, el entorno financiero es el tercer obstáculo identificado (mencionado por el 32.6%). En efecto, el sistema financiero no ofrece un adecuado acceso al crédito para la puesta en marcha de una empresa; atiende en forma limitada, y a un costo muy alto, las necesidades de las empresas ya establecidas. Hay una notoria ausencia de fuentes y mecanismos efectivos que apoyen y estén dispuestos a arriesgar en las nuevas iniciativas empresariales. Por ejemplo, las redes de inversionistas ángeles aún son incipientes en nuestro país.

Igualmente, los expertos mencionan otros obstáculos, tales como los problemas sociales. Así tenemos la falta de

competencia perfecta en el sector de telecomunicaciones; las relaciones inadecuadas entre las empresas y trabajadores debido al alto sobrecosto laboral; la deficiente infraestructura de transportes en ciertos lugares, sobre todo aquellos alejados de la capital; el alto costo del registro de patentes y marcas para la mayoría de los emprendedores. Otro problema es el contrabando y la piratería, lo cual desincentiva la innovación, entre otros obstáculos.

6.4 Recomendaciones de los expertos acerca de las medidas necesarias 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 115 muestra las

Gráfico 115. Recomendaciones de los expertos acerca de medidas necesarias para fomentar la actividad emprendedora, GEM Perú 2009



Fuente: Encuesta a los Expertos Nacionales (NES) GEM 2009.

recomendaciones que se podrían implementar clasificadas según las EFC. Como era de esperarse, las principales recomendaciones están relacionadas con las políticas gubernamentales y la educación emprendedora (mencionadas por el 70% y 58% de los expertos, respectivamente), a las cuales les siguen el nivel de transferencia en I+D (28%) y el entorno financiero (23%).

Con relación a las políticas gubernamentales, la mayoría de los expertos coincide en que el fomento del emprendimiento debe convertirse en un eje estratégico nacional. Por tanto, el estado se convertiría en un ente promotor del emprendimiento difundiendo su importancia en todos los niveles políticos e incluyéndolo entre los objetivos de todas las líneas de acción, tanto en el ámbito nacional como local, convocando al sector privado y a los principales actores involucrados. Un ejemplo de prioridad en la política gubernamental podría ser dar un trato preferente en las compras estatales a las empresas de reciente creación, y no solamente a las MYPE como se realiza actualmente.

Al igual que en el 2008, los expertos insisten en la necesidad de reducir los trámites no solo para la constitución de las empresas, sino también para la obtención de las licencias municipales y los permisos sectoriales requeridos para su puesta en operación. Debe darse mayor difusión a los esfuerzos por reducir los trámites para la constitución de empresas para así lograr mayor impacto en la población emprendedora y sobre todo mayor inclusión. Es necesario, también, que la Ventanilla Única incluya las licencias y permisos de operación, o de comercialización, para facilitar la operatividad de la empresa en el más breve plazo. Una alternativa es el otorgamiento provisional de las licencias por un plazo determinado para facilitar que las empresas recién formadas puedan costear y acomodar sus procedimientos operativos a las regulaciones de su sector.

La mayoría de expertos coincide en que debe reformularse la normatividad fiscal vigente de modo que se asigne mayores beneficios a las iniciativas empresariales. Existe la necesidad de establecer sistemas de incentivos para fomentar la creación de empresas, tales como exoneraciones tributarias por un periodo razonable, tributos diferidos para los productos o los servicios producidos por estos emprendimientos, eliminación del pago adelantado de tributos, entre otros. En paralelo, se debe ser muy estricto con el cumplimiento tributario de aquellas empresas que alcanzan la capacidad de contribuir. Por otro lado, es deseable, según los expertos, la creación de una entidad recaudadora especializada en el sector MYPE y nuevas empresas, de modo que se establezcan regulaciones tributarias de acuerdo con la necesidad específica de este sector empresarial, estimulando su crecimiento y consolidación.

Respecto de la educación, los expertos recomiendan una revolución educativa-formativa, es decir, un cambio en el diseño de los perfiles profesionales, la formación docente en materia de emprendimiento, que la educación se vincule a la producción emprendedora, de modo que no solo se cree conocimiento teórico, sino que este sea aplicable a temas productivos. Debe introducirse mecanismos que desarrollen la creatividad, las habilidades de liderazgo y gestión empresarial desde los niveles más básicos de la educación regular.

Asimismo, es necesario ampliar el radio de acción para brindar asistencia técnica y gerencial a las actuales unidades productivas que no la hayan obtenido hasta el momento. Es decir, crear una corriente de conocimiento que permita obtener mayores perspectivas de crecimiento. Como en el 2008, los expertos opinan que 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 trabajo asociativo y se

puedan beneficiar de los modelos de cadenas productivas y/o redes empresariales.

Para obtener una educación que forme emprendedores, debe asegurarse una formación docente con base emprendedora. El Estado se ha convertido en el principal empleador del educador, incentivando la condición asalariada. Hacen falta modelos educativos donde se den espacios a alianzas público-privadas donde los profesores sean generadores de sus propios empleos, y donde se propicie la creación y experimentación de actividades productivas individuales y asociativas.

Los expertos opinan que es importante la creación de un banco de conocimientos en materia de emprendimiento para las instituciones educativas que deseen incorporar el aspecto emprendedor en la formación de sus educandos, así como la difusión del mismo. Idealmente, este banco de conocimientos se convertiría en una valiosa fuente de información para la institución formadora, así como para el pequeño emprendedor, la cuál se alimentaría constantemente con las experiencias de otros emprendedores en su mismo nivel formativo.

En lo relacionado a la Transferencia Tecnológica e Investigación & Desarrollo, hay necesidad de una mayor y mejor oferta de servicios de desarrollo empresarial, tanto a nivel de asesoría, consultoría y

capacitación. En cuanto a ésta última, debe incluir enseñanza técnica de “cómo hacer” y “cómo hacer mejor”, vinculándola 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. Esta perspectiva debe acompañarse con el desarrollo de normas técnicas y proyectos de estandarización que permitan el desarrollo de productos competitivos a nivel internacional. Debe incentivarse el uso de nuevas herramientas, como Internet, para hacer negocios. Esto es necesario sobre todo en las provincias, donde el papel que juegan el Estado y las universidades es fundamental a fin de promover la oferta de estos servicios y el acceso a este tipo de conocimiento.

En cuanto al entorno financiero, los expertos señalan que el Estado, dada su capacidad de disponer de fondos internacionales, debería establecer modelos de financiamiento para emprendedores, con bajas tasas de interés y periodos de gracia. Es recomendable establecer un fondo rotatorio accesible por concurso en cada región del país para el financiamiento del capital semilla para emprendedores y de capital de trabajo para los empresarios con proyectos de crecimiento. Por otro lado, es necesario una mayor difusión de las herramientas y fuentes de financiamientos óptimas según la fase de desarrollo de la empresa, así como la forma de acceder a ellas.

APÉNDICES

Apéndice 1. Glosario sobre los principales indicadores y otra terminología en el GEM 2009

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. Descripción de las Condiciones Específicas del Contexto Emprendedor (EFC, Entrepreneurial Framework Conditions) en el GEM 2009

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.

BIBLIOGRAFÍA

Acs, Z. J. (2006). How is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *Innovations* 1(1), 97-107.

Acs, Z. J. y Armington, C. (2006). *Entrepreneurship, Geography and American Economic Growth*. Cambridge: Cambridge University Press.

Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P. y Carlsson, B. (2003). The Missing Link: The Knowledge Filter and Endogenous Growth. Center for Business and Policy Studies. Estocolmo, Suecia. En línea: http://www.druid.dk/uploads/tx_picturedb/ds2003-736.pdf

Acs, Z. J., Bosma, N. S. y Sternberg, R. (2008). The Entrepreneurial Advantage of World Cities. *EIM Scales Paper H200810*, Zoetermeer: EIM. En línea: http://www.ondernemerschap.nl/sys/cftags/assetnow/design/widgets/site/ctm_getFile.cfm?file=H200810.pdf&perId=0

Acs, Z. J., Parsons, W. y Tracy, S. (2007). *High Impact Firms: Gazelles Revisited*. Office of Advocacy, U.S. Small Business Administration. En línea: <http://www.sba.gov/advo/research/rs328tot.pdf>

Acs, Z.A. y Szerb, L. (2008) Gearing up to measure entrepreneurship in a global economy. Mimeo, V10. Faculty of Business and Economics, University of Pecs. Hungría.

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 and Babson Park, MA: Babson College. En línea: <http://www.gemconsortium.org/download/1254411415246/GEM%20High%20Growth%20Report%2007b.pdf>

Baumol, W. J., Litan, R. E. y Schramm, C. J. (2007). *Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity*. New Haven and London: Yale University Press.

Bergmann, H. y Sternberg, R. (2007). The Changing Face of Entrepreneurship in Germany. *Small Business Economics*, 28 (2), 205-221.

Bosma, N. S. y Schutjens, V. A. J. M. (2007). Mapping Entrepreneurial Activity and Entrepreneurial Attitudes in European Regions. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 7 (2), forthcoming. En línea: <http://www.supdecomontpellier.com/fileadmin/cerom/img/iecer/Bosma.pdf>

Bosma, N. S., Jones, K., Autio E. y Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor 2007 Executive Report*. London, U.K.: London Business School and Babson Park, MA: Babson College. En línea: http://www.gemconsortium.org/download/1254179617902/GEM_2007_Executive_Report.pdf

Bygrave, W. D. y Quill, M. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor 2006 Financing Report*. London, U.K.: London Business School y Babson Park, MA: Babson College.

En línea:

<http://www.gemconsortium.org/download/1257872656984/GEM%20Financing%20Report%20071007.pdf>

Cantillon, Richard. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce in Général (Essay on the Nature of Trade in General)*. Henry Higgs (ed. and trans). 1959. Library of Economics and Liberty. En línea: <http://www.econlib.org/library/NPDBooks/Cantillon/cntNT.html>

Carree, M. A. y Thurik, R. A. (2003). *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*. En: Z. J. Acs and D. B. Audretsch (Eds.). *Handbook of Entrepreneurship Research*. Boston: Kluwer Academic Publishers, 437-471. En línea: <http://people.few.eur.nl/thurik/Research/Books/Thurikf.pdf>

Carree, M. A., van Stel, A. J., Thurik, A. R. y 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., y Wiklund, J. (1997). *Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates*. *Journal of Economic Psychology*, 18(2), 179-199.

Davidsson, Per (2004). *Researching Entrepreneurship*. New York: Springer.

Gartner, W. B. (1986). *A Framework for Describing and Classifying the Phenomenon of New Venture Creation*, *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.

Godin, K., Clemens, J. y Veldhuis, N. (2008). *Measuring Entrepreneurship: Conceptual Frameworks and Empirical Indicators*. *Studies in Entrepreneurship and Markets*, Nro. 7. Fraser Institute. En línea:

http://www.fraserinstitute.org/commerce.web/product_files/MeasuringEntrepreneurship2008.pdf

Gries, T. y Naude, W. (2008). *Entrepreneurship and Structural Economic Transformation*, UNU-Wider Research Papers. Helsinki. En línea: 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. En línea: http://www.sba.gov/ADVO/stats/bh_sbe03.pdf

Henley, A. (2007). "Entrepreneurial Aspiration and Transition into Self-Employment: Evidence from British Longitudinal Data," *Entrepreneurship and Regional Development* 19(3), 245-280.

Henrekson, M. (2005). *Entrepreneurship: A Weak Link in the Welfare State?* *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 437-467. En línea: <http://swopec.hhs.se/hastef/papers/hastef0518.pdf>

Hirooka, Masaaki. (2003). *Nonlinear Dynamism of Innovation and Business Cycles*. *Journal of Evolutionary Economics*, 13, 549-576.

Kihlstrom, R. E. y Laffont, J. J. (1979). *A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion*. *Journal of Political Economy*, 87, 719-49.

Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.

Koellinger, Philipp. (2008). *Why are Some Entrepreneurs More Innovative than Others?* *Small Business Economics*, 31, 21-

37. En línea:
<http://publishing.eur.nl/ir/repub/asset/9730/ERS-2007-024-ORG.pdf>
- Levie, J. y Autio, E. (2008). A Theoretical Grounding and Test of the GEM Model, *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
- Lewis W. A. (1954). Economic Development with Unlimited Supply of Labour, *The Manchester School*, 22 (2), 139-91. En línea:
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, Alfred (1890). *Principles of Economics*. 1920. Library of Economics and Liberty. En línea:
<http://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html>
- Parker, S. C. (2004). *The Economics of Selfemployment and Entrepreneurship*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Porter, M. E., Sachs, J. J. y McArthur, J. (2002). Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development. In: Porter, M., Sachs, J.P., Cornelius, K., McArthur, J.W. y Schwab, K. (Eds), *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, New York: Oxford University Press, 16-25. En línea:
http://www.weforum.org/pdf/Gcr/GCR_01_02_Executive_Summary.pdf
- Reynolds, P. D., Bosma, N. S., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-García, P. y 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. y 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. En línea:
<http://www.berr.gov.uk/files/file42056.doc>
- Schramm, Carl. J. (2006). *The Entrepreneurial Imperative*. New York: Harper Collins.
- Schumpeter, Joseph A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, Joseph A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper and Row. En línea:
<http://www.questia.com/PM.qst?a=o&d=103482818>
- Schwab, K. (2009). *The Global Competitiveness Report 2009-2010*. Ginebra, Suiza: World Economic Forum. En línea:
<http://www.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf>
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Aldershot, UK: Edward Elgar
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research" *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Wennekers, A.R.M. y 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. y Reynolds, P.D. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.

Wennekers, A.R.M., van Stel, A., Thurik, A.R. y Reynolds, P.D. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development, *Small Business Economics*, 24(3), 293-309. En línea: <ftp://papers.mpiw-jena.mpg.de/egp/discussionpapers/2005-14.pdf>

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Índice de figuras:

Figura 1. Modelo conceptual GEM 2009

Figura 2. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM 2009

Índice de gráficos:

Gráfico 1. Población involucrada en las diferentes categorías de la actividad emprendedora, GEM 2009.

Gráfico 2. Actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) por país, GEM 2009

Gráfico 3. Prevalencia de emprendedores establecidos, GEM 2009

Gráfico 4. Ratio (índice de emprendedores establecidos)/(TEA), GEM 2009

Gráfico 5. Tasa de discontinuación de negocios, GEM 2009

Gráfico 6. Continuidad de los negocios tras la salida del emprendedor, GEM 2009

Gráfico 7. Razones detrás de la discontinuación del negocio, GEM 2009

Gráfico 8. Ratio TEA oportunidad/TEA necesidad por país, GEM 2009

Gráfico 9. Motivaciones detrás del emprendimiento por oportunidad, GEM 2009

Gráfico 10. Distribución por sector de la actividad emprendedora en etapas iniciales según fase de desarrollo económico y en el Perú, GEM 2009

Gráfico 11. Distribución por sector de empresas establecidas según fase de desarrollo económico, GEM 2009

Gráfico 12. Porcentaje de inversores informales activos por país, GEM 2009

Gráfico 13. Beneficiarios de la inversión informal, GEM Perú 2009

Gráfico 14. TEA por género, GEM 2009

Gráfico 15. Ratio TEA femenino/TEA masculino por país, GEM 2009

Gráfico 16. Distribución por edad de emprendedores en etapas iniciales por grupo de países según desarrollo económico y para el Perú, GEM 2009.

Gráfico 17. Edad de los emprendedores en etapas iniciales y de los emprendedores establecidos, GEM 2009

Gráfico 18. Nivel educativo de los emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2009

Gráfico 19. Distribución por nivel de ingreso de emprendedores en etapa inicial en los años 2007, 2008 y 2009, GEM Perú 2009

Gráfico 20. Distribución por nivel de ingreso de emprendedores establecidos en los años 2007, 2008 y 2009, GEM Perú 2009

Gráfico 21. Distribución por monto de ingreso de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2009

Gráfico 22. Situación laboral en emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, GEM Perú 2009.

Gráfico 23. Percepciones hacia el emprendimiento, según condición del emprendedor, GEM Perú 2009

Gráfico 24. Actitudes hacia el emprendimiento según la condición del emprendedor, GEM Perú 2009

Gráfico 25. Opinión de los expertos GEM sobre la percepción de oportunidades de negocio en el Perú, GEM Perú 2009

Gráfico 26. Opinión de los expertos GEM sobre la capacidad del emprendedor para iniciar y gestionar un negocio en el Perú, GEM Perú 2009

Gráfico 27. Opinión de los expertos GEM sobre la valoración del emprendedor por la sociedad en el Perú, GEM Perú 2009

Gráfico 28. Emprendimiento en etapas iniciales con expectativas de alto crecimiento (HEA), GEM 2004-2009

Gráfico 29. Rigidez de la protección laboral (2004) y Emprendimiento con expectativas de alto crecimiento (HEA), GEM 2004-2009

Gráfico 30. Emprendimiento en etapas iniciales con expectativas de alto y moderado crecimiento, como porcentajes en TEA, GEM 2004-2009

Gráfico 31. Número de empleos generados por los emprendedores en etapas iniciales y propietarios de empresas establecidas, GEM Perú, 2009

Gráfico 32. 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, 2009

Gráfico 33. Opinión de los expertos GEM sobre el soporte para el emprendimiento de alto crecimiento en el Perú, GEM Perú 2009

Gráfico 34. Opinión de los expertos GEM sobre el soporte para el emprendimiento de alto crecimiento, GEM 2009.

Gráfico 35. Porcentaje de actividad emprendedora en etapas iniciales con combinación de nuevos productos y/o mercados, GEM 2004-2009

Gráfico 36. ¿Qué tan novedoso es el producto o servicio para sus clientes? GEM Perú 2009

Gráfico 37. ¿Cuántos negocios ofrecen los mismos productos o servicios a sus clientes? GEM Perú 2009

Gráfico 38. Porcentaje de los emprendedores en etapas iniciales que utilizan la tecnología más nueva (disponible sólo en el último año), GEM 2009

Gráfico 39. ¿Qué tan nueva es la tecnología y los procesos utilizados en su empresa? GEM Perú 2009

Gráfico 40. Porcentajes de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos según nivel de tecnología del sector, GEM 2009

Gráfico 41. Índice de expansión de mercado, GEM Perú 2009

Gráfico 42. Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología por parte de las empresas, GEM 2009

Gráfico 43. Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología por parte de los consumidores, GEM 2009

Gráfico 44. Opinión de los expertos GEM sobre la innovación y uso de tecnología en el Perú, GEM Perú 2009

Gráfico 45. Porcentaje de emprendedores en etapas iniciales con orientación internacional, GEM 2004-2009

Gráfico 46. Porcentaje de clientes que viven fuera del país, GEM Perú 2009

Gráfico 47. Relación entre actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA) y PBI per cápita, GEM 2009

Gráfico 48. Percepción de los emprendedores sobre la dificultad de iniciar un negocio comparado con el año anterior, por fase de desarrollo económico, GEM 2009

Gráfico 49. Percepción de los emprendedores sobre la dificultad de crecimiento del negocio comparado con el año anterior, por fase de desarrollo económico, GEM 2009

Gráfico 50. Percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de negocio comparado con el año anterior, por fase de desarrollo económico, GEM 2009.

Gráfico 51. Percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de negocio comparado con el año anterior, según edad y fase de desarrollo económico, GEM 2009.

Gráfico 52. Percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de negocio comparado con el año anterior, según nivel de educación y fase de desarrollo económico, GEM 2009

Gráfico 53. Percepción de los emprendedores sobre las oportunidades de negocio comparado con el año anterior, según expectativa de crecimiento y fase de desarrollo económico, GEM 2009

Gráfico 54. Percepción de los emprendedores peruanos sobre la dificultad de iniciar un negocio, dificultad para crecer y oportunidades de negocios, comparados con el año anterior, GEM Perú 2009

Gráfico 55. Actividad emprendedora femenina en etapa inicial (TEA) por país, GEM 2009

Gráfico 56. Ratio TEA femenino/TEA masculino por país, GEM 2009

Gráfico 57. Ratio TEA femenino por oportunidad/TEA femenino por necesidad por país, GEM 2009

Gráfico 58. Motivaciones detrás del emprendimiento femenino por oportunidad, GEM Perú 2009

Gráfico 59. Distribución por sectores de los emprendimientos en etapa inicial según género, GEM Perú 2009

Gráfico 60. Distribución según género de personas involucradas en el proceso emprendedor, GEM Perú 2009.

Gráfico 61. Distribución según género de las razones más frecuentes para la discontinuación del negocio, GEM Perú 2009.

Gráfico 62. Edad de la mujer emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2009

Gráfico 63. Nivel educativo de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2009

Gráfico 64. Nivel de ingreso de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2009

Gráfico 65. Situación laboral de la emprendedora peruana en etapa inicial, GEM Perú 2009

Gráfico 66. Porcentaje de emprendedoras en etapas iniciales sobre el total de mujeres según grupos etarios, GEM Perú 2009

Gráfico 67. Porcentaje de emprendedoras en etapa inicial sobre el total de mujeres según nivel educativo, GEM Perú 2009

Gráfico 68. Porcentaje de emprendedoras en etapas iniciales sobre el total de mujeres según nivel socioeconómico, GEM Perú 2009

Gráfico 69. Porcentaje de emprendedoras en etapas iniciales sobre el total de mujeres según situación laboral, GEM Perú 2009

Gráfico 70. Número de empleos generados por los emprendedores en etapas iniciales según género, GEM Perú, 2009

Gráfico 71. Número de empleos que se esperan crear para los próximos 5 años por los emprendedores en etapas iniciales según género, GEM Perú, 2009

Gráfico 72. ¿Cuán novedosos son los productos para sus clientes? Distribución por género, GEM Perú 2009

Gráfico 73. ¿Cuántos negocios ofrecen el mismo producto o servicio? Distribución por género, GEM Perú 2009

Gráfico 74. Actividad emprendedora en etapas iniciales por género con combinación de nuevos productos y mercados, GEM Perú 2009

Gráfico 75. ¿Qué tan nueva es la tecnología o los procesos utilizados en su empresa? Distribución por género, GEM Perú 2009

Gráfico 76. Índice de expansión de mercado de los emprendimientos según género, GEM Perú 2009

Gráfico 77. Percepciones hacia el emprendimiento, según género, GEM Perú 2009

Gráfico 78. Percepciones hacia el emprendimiento de las emprendedoras peruanas según su condición en el proceso emprendedor, GEM Perú 2009

- Gráfico 79.** Actitudes hacia el emprendimiento según género, GEM Perú 2009
- Gráfico 80.** Percepciones hacia el emprendimiento de las emprendedoras peruanas según su condición en el proceso emprendedor, GEM Perú 2009
- Gráfico 81.** Valoración de los expertos respecto del apoyo institucional a la mujer, GEM Perú 2009
- Gráfico 82.** Opinión de los expertos GEM sobre el apoyo institucional a la mujer por país, GEM 2009
- Gráfico 83.** Evolución de la opinión de los expertos sobre el entorno financiero relacionado al emprendimiento, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 84.** Opinión de los expertos sobre el entorno financiero relacionado al emprendimiento, GEM Perú 2007-2009
- Gráfico 85.** Opinión de los expertos GEM sobre el entorno financiero relacionado al emprendimiento, GEM 2009
- Gráfico 86.** Evolución de la opinión de los expertos sobre políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 87.** Opinión de los expertos sobre políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2007-2009.
- Gráfico 88.** Valoración de los expertos sobre políticas gubernamentales concretas, prioritarias y de apoyo al emprendimiento, GEM 2009
- Gráfico 89.** Valoración de los expertos sobre burocracia e impuestos y tasas, GEM 2009
- Gráfico 90.** Evolución de la opinión de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 91.** Opinión de los expertos sobre programa gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM Perú 2007-2009.
- Gráfico 92.** Valoración de los expertos sobre programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, GEM 2009
- Gráfico 93.** Evolución de la opinión de los expertos sobre educación y capacitación emprendedoras, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 94.** Opinión de los expertos sobre educación emprendedora, GEM Perú 2009
- Gráfico 95.** Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en los niveles primario y secundario, GEM 2009
- Gráfico 96.** Valoración de los expertos sobre educación emprendedora en el nivel postsecundario, GEM Perú 2009
- Gráfico 97.** Evolución de la opinión de los expertos sobre transferencia de I+D, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 98.** Opinión de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM Perú 2009
- Gráfico 99.** Valoración de los expertos sobre el grado de transferencia de I+D, GEM 2009
- Gráfico 100.** Evolución de la opinión de los expertos sobre acceso a la infraestructura profesional y comercial, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 101.** Opinión de los expertos sobre el acceso a la infraestructura profesional y comercial, GEM Perú 2009
- Gráfico 102.** Valoración de los expertos sobre el acceso a infraestructura profesional y comercial, GEM 2009
- Gráfico 103.** Evolución de la opinión de los expertos sobre apertura del mercado interno, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 104.** Opinión de los expertos sobre la apertura del mercado interno, GEM Perú 2009
- Gráfico 105.** Valoración de los expertos sobre el dinamismo del mercado interno, GEM 2009

- Gráfico 106.** Valoración de los expertos sobre barreras de entrada al mercado interno, GEM 2009
- Gráfico 107.** Evolución de la opinión de los expertos sobre acceso a la infraestructura física, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 108.** Opinión de los expertos sobre acceso a la infraestructura física, GEM Perú 2009
- Gráfico 109.** Valoración de los expertos sobre acceso a la infraestructura física, GEM 2009
- Gráfico 110.** Evolución de la opinión de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM Perú 2006-2009
- Gráfico 111.** Opinión de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM Perú 2009
- Gráfico 112.** Valoración de los expertos sobre normas sociales y culturales, y apoyo social al emprendedor, GEM 2008
- Gráfico 113.** Porcentaje de los expertos que opinaron acerca de las EFC que apoyan la actividad emprendedora, GEM Perú 2009
- Gráfico 114.** Opiniones de los expertos acerca de las EFC que limitan la actividad emprendedora, GEM Perú 2009
- Gráfico 115.** Recomendaciones de los expertos acerca de medidas necesarias para fomentar la actividad emprendedora, GEM Perú 2009

Índice de tablas:

- Tabla 1.** Países participantes del GEM 2009 según la fase de desarrollo económico en que se encuentran
- Tabla 2.** Prevalencia (en %) actividad emprendedora en las diferentes etapas del proceso emprendedor por país según fase de desarrollo económico, GEM 2009
- Tabla 3.** Población adulta estimada en el 2009 que se encuentra involucrada en actividades emprendedoras en fases iniciales, Perú GEM 2009.
- Tabla 4.** Inversión realizada por emprendimiento y por emprendedor, GEM Perú 2009
- Tabla 5.** Inversión informal, GEM Perú 2009
- Tabla 6.** Estadística descriptiva respecto de la edad de los emprendedores en etapas iniciales y de los emprendedores establecidos, GEM Perú 2009
- Tabla 7.** Percepciones y actitudes emprendedoras según fase de desarrollo económico, GEM 2009
- Tabla 8.** Condiciones del entorno que afectan la actividad emprendedora, GEM 2009

EQUIPOS NACIONALES GEM 2009

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Alemania	Leibniz University of Hannover y Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Rolf Sternberg Udo Brixy Christian Hundt	Federal Employment Agency (BA) – Institute for Employment Research (IAB)	Zentrum fuer Evaluation und Methoden (ZEM), Bonn
Arabia Saudita	The National Entrepreneurship Center Alfaisal University	Munira A. Al-Ghamdi Maher Alodan Faisal A. Al-Kadi Norman Wright Sulaiman AL Sakran Mohammad S Khorsheed	The Centennial Fund/National Entrepreneurship Center	IPSOS
Argentina	Center for Entrepreneurship, IAE Business School Universidad Austral	Silvia Torres Carbonell Leticia Arcucci Juan Martin Rodriguez	Center for Entrepreneurship, IAE 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	Jan Lepoutre Hans Crijns Miguel Meuleman Olivier Tilleuil	Policy Research Centre Entrepreneurship and International Entrepreneurship, Flemish Government	TNS Dimarso
Bosnia y Herzegovina	Entrepreneurship Development Centre Tuzla (in partnership with University of Tuzla)	Bahrija Umihanic Rasim Tulumović Boris Ćurković Senad Fazlović Admir Nuković Esmir Spahić Sladana Simić Mirela Arifović	Municipality of Tuzla Government of Tuzla Canton Foundation of Tuzla Community	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	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	Bonilha Comunicação e Marketing S/C Ltda.
Chile	Universidad del Desarrollo Universidad Adolfo Ibáñez	José Ernesto Amorós Daniela Ortega Germán Echeopar Carla Bustamante	InnovaChile de Corfo ICARE	Opina S.A.
Equipos regionales:				
Arica y Parinacota	Univ. de Tarapacá	Vesna Karmelic Roberto Gamboa Aguilar Hernando Bustos Andreu Dante Choque Cáceres	Área Emprendimiento, Liderazgo y TIC's de la Universidad de Tarapacá	

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Antofagasta	Univ. Católica del Norte	Gianni Romaní Miguel Atienza	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional,	
Coquimbo	Univ. Católica del Norte	Karla Soria	Universidad Católica del Norte, DGIP. Gobierno Regional, Agencia Regional Desarrollo Productivo.	
Valparaíso	Univ. Técnica Federico Santa María	Cristóbal Fernández Robin Juan Tapia Gertosio Jorge Cea Valencia	Departamento de Industrias y Centro de Ingeniería de Mercados, CIMER, de la Univ. Técnica Federico Santa María El Mercurio de Valparaíso	
Bío-Bío	Univ. del Desarrollo	Carlos Smith José Ernesto Amorós Daniela Ortega	UDD-Facultad de Economía y Negocios.	
Araucanía	Univ. de la Frontera –INCUBATEC	Carlos Isaacs Bornand Claudina Uribe Bórquez Franklin Valdebenito	Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de la Universidad de La Frontera	
China	Tsinghua University SEM	Jian Gao Lan Qin	SEM Tsinghua University	SINOTRUST International Information & Consulting (Beijing) Co., Ltd.
Colombia	Universidad de los Andes	Rafael Vesga Lina Devis Raúl Fernando Quiroga	Universidad de los Andes	Centro Nacional de Consultoría
	Universidad ICESI	Rodrigo Varela V. Luis Miguel Alvarez Alba Tatiana Peña	Universidad del Norte	
	Universidad del Norte	Liyis Gomez Piedad Martinez Carazo	Pontificia Universidad Javeriana Cali Fundacion Corona	
	Pontificia Universidad Javeriana Cali	Fernando Pereira Alberto Arias		
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 Schött Torben Bager Hannes Ottossen Lars Hulgård Kim Klyver Kent Wickstrøm Jensen Roger Spear Linda Andersen Majbritt Rostgaard Evald Suna Løve Nielsen	IDEA – International Danish Entrepreneurship Academy RUC – Roskilde University Centre, Center for Social Entrepreneurship IIIP	Institute for Business Cycle Analysis

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Ecuador	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)- ESPAE Graduate School of Management	Virginia Lasio Ma. Elizabeth Arteaga Guido Caicedo	Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)	Survey Data
Emiratos Árabes Unidos	Zayed University	Declan McCrohan Murat Eroglu Nico Vellinga Qingxia Tong Maitha Qurwash	Mohammed Bin Rashid Establishment for SME Development Khalifa Fund to Support and Develop Small and Medium Enterprises	IPSOS
Eslovenia	Institute for Entrepreneurship and Small Business Management, Faculty of Economics & Business, University of Maribor	Miroslav Rebernik Polona Tominc Ksenja Pušnik Katja Crnogaj	Ministry of the Economy Slovenian Research Agency Finance – Slovenian Business Daily	RM PLUS
España	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Alicia Coduras Isabel Gonzalez Cristina Cruz Rachida Justo	DGPYMES Fundación Cultural Banesto Fundación Incyde IE Business School	Instituto Opinòmetre S.L.
Equipos Regionales:				
Andalucía	Cádiz	José Ruiz Navarro	Junta de Andalucía Unicaja	
Asturias	Univ. De Oviedo	Juan Ventura Victoria	Gob. del Principado de Asturias	
Aragón	Univ. de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz	Gob. de Aragón Dpto, Industria, Comercio y Turismo Fundación Emprender en Aragón Instituto Aragonés Fomento Consejo Aragonés Cámaras de Comercio.	
Islas Canarias.	Las Palmas & La Laguna Univ.	Rosa M. Batista Canino	Caja Canarias Gobierno de Canarias, Promoción Económica y Servicio de Empleo. Fondo Social Europeo Cámara Comercio, Industria y Navegación de las Palmas Cabildo de Gran Canaria	
Cantabria	Univ. De Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria.	Fco. Javier Martínez	Santander Gob. Regional Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda. Grupo Sordecán Fundación UCEIF	
Castilla y León	Univ. De León	Mariano Nieto Antolín	Junta Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centro Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León. Universidad de León	
Castilla La Mancha	Univ. Castilla la Mancha	Miguel Ángel Galindo	Fundación Rayet Parque Científico de Albacete Caja Castilla La Mancha IMPEFE Ayuntamiento de Albacete Univ. Castilla la Mancha. Diputación Provincial Allbacete SEPECAM UGT (Iniciativas Futuro)	

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Cataluña	Autónoma de Barcelona	Carlos Guallarte	Diputación de Barcelona Departamento de Trabajo. Generalitat de Catalunya	
C. Valenciana	Univ. Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras	Air Nostrum IMPIVA	
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Univ. De Extremadura	Ricardo Hernández	Junta Extremadura Univ. Extremadura Central Nuclear Almaraz Sodiex, Sofiex Arram Consultores, CCOO U.R Extremadura, Urvicasa Caja Rural de Extremadura, Palicrisa Fundación Académica Europea de Yuste. Grupo Alfonso Gallardo Infostock Europa Extremadura Cámara Comercio Badajoz y Cámara Comercio Cáceres. UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Quesería Pérez Andrada, Fomento Emprendedores.	
Galicia	CEEI Galicia CEG Grupo de investigación “Métodos y Gestión Empresas” de la Univ. Santiago Compostela Dirección Xeral do Emprego de la Xunta de Galicia.	Araceli de Lucas	Confederación Empresarios Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de investigación “Métodos y Gestión Empresas” de la Univ. Santiago Compostela	
Madrid	Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno	IMADE Fundación General Univ. Autónoma de Madrid.	
Murcia	Univ. de Murcia	Antonio Aragón	Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto Fomento región de Murcia. Centro Europeo de Empresas e innovación de Murcia Univ. Murcia	
Navarra	Univ. Pública de Navarra Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Servicio Navarro de Empleo.	Miren Sanz	Gob. Navarra, Servicio Navarro de Empleo.	
País Vasco	Orkestra Univ. De Deusto Univ. Basque Country Univ. Mondragón.	Iñaki Peña	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral Álava Diputación Foral Bizkaia Diputación Foral Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla	
Ceuta	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez	PROCESA Fundación Escuela Negocios Andalucía	
Melilla	Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez	Consejería de Economía, Empleo y Turismo Fundación Escuela de Negocios Andalucía.	

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Estados Unidos	Babson College	Julio de Castro Lisa DiCarlo Abdul Ali I. Elaine Allen Bill Bygrave Candida Brush Julian Lange Marcia Cole Ivory Phinisee Al Suhu Edward Rogoff Joseph Onochie Monica Dean	Babson College Baruch College	Opinion Search
Finlandia	Turku School of Economics	Anne Kovalainen Jarna Heinonen Tommi Pukkinen Pekka Stenholm	Ministry of Employment and the Economy Ministry of Education 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	Foundation for Economic and Industrial Research (IOBE)	Datapower SA
Guatemala	Francisco Marroquín University	Hugo Maul Jershem David Casasola Lisardo Bolaños Georgina Tunarosa	Francisco Marroquín University	Pablo Pastor
Hong Kong	The Chinese University of Hong Kong	Hugh Thomas Kevin Au Louis Leung Mingles Tsoi Bernard Suen Wilton Chau Florence Ho Rosanna Lo Le Zheng Wang Weili	Shenzhen Academy of Social Sciences Hong Kong Business Intermediary Co. Ltd.	Consumer Search
Hungría	University of Pécs, Faculty of Business and Economics	László Szerb Attila Varga József Ulbert Zoltan J. Acs Siri Terjesen Gábor Márkus Péter Szirmai Attila Petheő Katalin Szakács	National Office for Research and Technology George Mason University University of Pécs, Faculty of Business and Economics	Szocio-Gráf Piac-és Közvélemény-kutató Intézet
Irán	University of Tehran	Abbas Bazargan Caro Lucas Nezameddin Faghieh A. A. Moosavi-Movahedi Leyla Sarfaraz A. Kordnaeij Jahangir Yadollahi Farsi M. Ahmadvpour Daryani S. Mostafa Razavi Mohammad Reza Zali Mohammad Reza Sepehri	Iran's Ministry of Labour and Social Affairs Iran's Labour and Social Security Institute (LSSI)	Dr. Mohammad Reza Zali

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Islandia	Reykjavik University	Rögnvaldur Saemundsson Silja Björk Baldursdóttir	Reykjavik University	Capacent Gallup
Israel	The Ira Center of Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev	Ehud Menipaz Yoash Avrahami Miri Lerner Yossi Hadad Dov Barak	The Ira Center for Business, Technology & Society, Ben Gurion University of the Negev Sami Shamoon College of Engineering Rotem Park NGO for Entrepreneurship Encouragement	The Brandman Institute
Italia	EntER - Bocconi University	Guido Corbetta Giovanni Valentini	Atradius Ernst & Young	Target Research
Jamaica	University of Technology, Jamaica	Girjanauth Boodraj Mauvalyn Bowen Joan Lawla Marcia McPherson-Edwards Vanetta Skeete Horace Williams	Faculty of Business and Management, University of Technology, Jamaica	Cashmere International Limited
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 in Riga	Olga Rastrigina Alf Vanags Anders Paalzow Vyacheslav Dombrovsky Arnis Sauka	TeliaSonera AB	SKDS
Malasia	University Tun Abdul Razak	Siri Roland Xavier Dewi Amat Sapuan Ainon Jauhariah Abu Samah Leilanie Mohd Nor Mohar Yusof	University Tun Abdul Razak	Rehanstat
Medio Oriente y África del Norte	International Development Research Centre (IDRC)	Lois Stevenson Susan Joekes Edgard Rodriguez Abderrahmane Abedou Ahmed Bouyacoub Hala Hattab Matthias Hühn Tony Feghali Yusuf Sidani Ghassan Omet Adel Bino Mohamed Derrabi Lamia Dandoune Taha Ahmed Al Fusail Abdul Karim Sayaghi Yousef Daoud Tareq Sadeq Alaa Tartir Ruba Adil. Shanti	International Development Research Centre (IDRC)	Nielsen

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Noruega	Bodoe Graduate School of Business	Lars Kolvereid Erlend Bullvaag Bjorn Willy Aamo Eirik Pedersen Terje Mathisen	Ministry of Trade and Industry Innovation Norway Kunnskapsparken Bodo AS, Center for Innovation and Entrepreneurship Kunnskapsfondet Nordland AS Bodo Graduate School of Business	TNS Gallup
Países Bajos	EIM Business and Policy Research	Jolanda Hessels Sander Wennekers Chantal Hartog Niels Bosma Roy Thurik André van Stel Ingrid Verheul Philipp Koellinger Peter van der Zwan	Dutch Ministry of Economic Affairs	Stratus
Panamá	Acelerador de Empresas de Ciudad del Saber IESA Panamá – Fundación de Estudios Avanzados de Gerencia	Federico Fernandez Manuel Lorenzo Manuel Arrocha Michael Penfold	Cámara de Comercio e Industrias de Panamá Cable & Wireless Panamá APC - Asociación Panameña de Crédito Almacenajes, S.A. Banco Interamericano de Desarrollo	IPSOS
Perú	Universidad ESAN	Jaime Serida Oswaldo Morales Keiko Nakamatsu Liliana Uehara	Universidad ESAN	Imasen
Reino de Tonga	UNITEC	Robert Davis Malama Solomona Asoka Gunaratne Stephen Cox Judith King Howard Frederick Stephen Haslett Tania Wolfgramm	AusAID	Creatrix International / Kaha'uTonga
Reino Unido	Aston University	Jonathan Levie Mark Hart Erkko Autio Liz Blackford Michael Anyadike-Danes Alpheus Tlhomole Aloña Martiarena Mohammed Shamsul Kharim Yasser Bhatti	Department of Business, Innovation and Skills English RDAs Invest NI Welsh Assembly Government Enterprise UK PRIME Birmingham City Council Belfast City Council Enterprise Northern Ireland Hunter Centre for Entrepreneurship, University of Strathclyde	IFF Research Ltd.

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
República de Corea	Jinju National University	Sung-sik Bahn Sang-pyo Kim Kyoung-mo Song Dong-whan Cho Jong-hae Park Min-Seok Cha	Small and Medium Business Administration (SMBA)	Hankook Research Co.
República Dominicana	Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM)	Guillermo van der Linde Maribel K. Justo Alina Bello	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	Györfy Lehel-Zoltán Matiş Dumitru Nagy Ágnes Pete Ştefan Szerb László Mircea Comşa Ilieş Liviu Benyovszki Annamária Petru Tünde Petra Juhász Jácint Matiş Eugenia Nagy Zsuzsánna-Ágnes Alina Solovăstru Mircea Solovăstru	Asociatia Pro Oeconomica Babeş-Bolyai University, Faculty Of Economics And Business Administration OTP Bank Romania SA East Consulting SRL Lacu Roşu SC Nova Construct SRL Savilcom SRL	Metro Media Transilvania
Rusia	Saint Petersburg Team: Graduate School of Management, Saint Petersburg	Olga Verhovskaya Maria Dorokhina	Graduate School of Management at Saint Petersburg State University	Levada-Center
	Moscow Team State University - Higher School of Economics, Moscow	Alexander Chepurenko Olga Obratsova Maria Gabelko Tatiana Alimova Julia Filatova Kate Murzacheva	State University - Higher School of Economics Ministry of Economic Development of Russian Federation	
Serbia	University of Novi Sad - The Faculty of Economics Subotica	Dusan Bobera Bozidar Lekovic Nenad Vunjak Pere Tumbas Sasa Bosnjak Slobodan Maric	Executive Council of Vojvodina Province - Department for Economy	Marketing Agency "Drdrazen" d.o.o. Subotica
Sudáfrica	The UCT Centre for Innovation and Entrepreneurship, Graduate School of Business, University of Cape Town	Mike Herrington Jacqui Kew Penny Kew	Swiss South African Cooperation Initiative Standard Bank of South Africa Small Enterprise Development Agency	Nielsen South Africa
Suiza	School of Business Administration (SBA Fribourg)	Rico J. Baldegger Andreas A. Brülhart Mathias J. Rossi Etienne Rumo Patrick E. Schüffel Thomas Straub Muriel Berger	KTI /CTI	DemoSCOPE

Equipo Nacional	Institución	Miembros del Equipo	Auspiciadores	Encuestador (APS)
Túnez	Institut des Hautes Etudes Commerciales - Sousse	Faysal Mansouri Lotfi Belkacem	GTZ – Programme d'Appui à l'Entrepreneuriat et à l'Innovation	Optima
Uganda	Makerere University Business School (MUBS)	Arthur Sserwanga Rebecca Namatovu-Dawa Sarah Kyejjusa Laura Orobia Peter Rosa Waswa Balunywa	Makerere University Business School Bank of Uganda	Makerere University Business School
Uruguay	University of Montevideo	Leonardo Veiga Fernando Borraz Pablo Regent Adrián Edelman Alvaro Cristiani Cecilia Gomeza	University of Montevideo	Equipos Mori
Venezuela	IESA – Centro de Emprendedores	Federico Fernandez Rebeca Vidal Aramis Rodriguez Nunzia Auletta	Mercantil Servicios Financieros Fundacion Iesa Petrobras Energía Venezuela	Datanalisis
Equipo de coordinación GEM Global		Kristie Seawright Mick Hancock Yana Litovsky Chris Aylett Jackline Odoch Marcia Cole Jeff Seaman Niels Bosma Alicia Coduras		

GEM Global Entrepreneurship Monitor
Perú 2009



ISBN: 978-9972-622-88-5