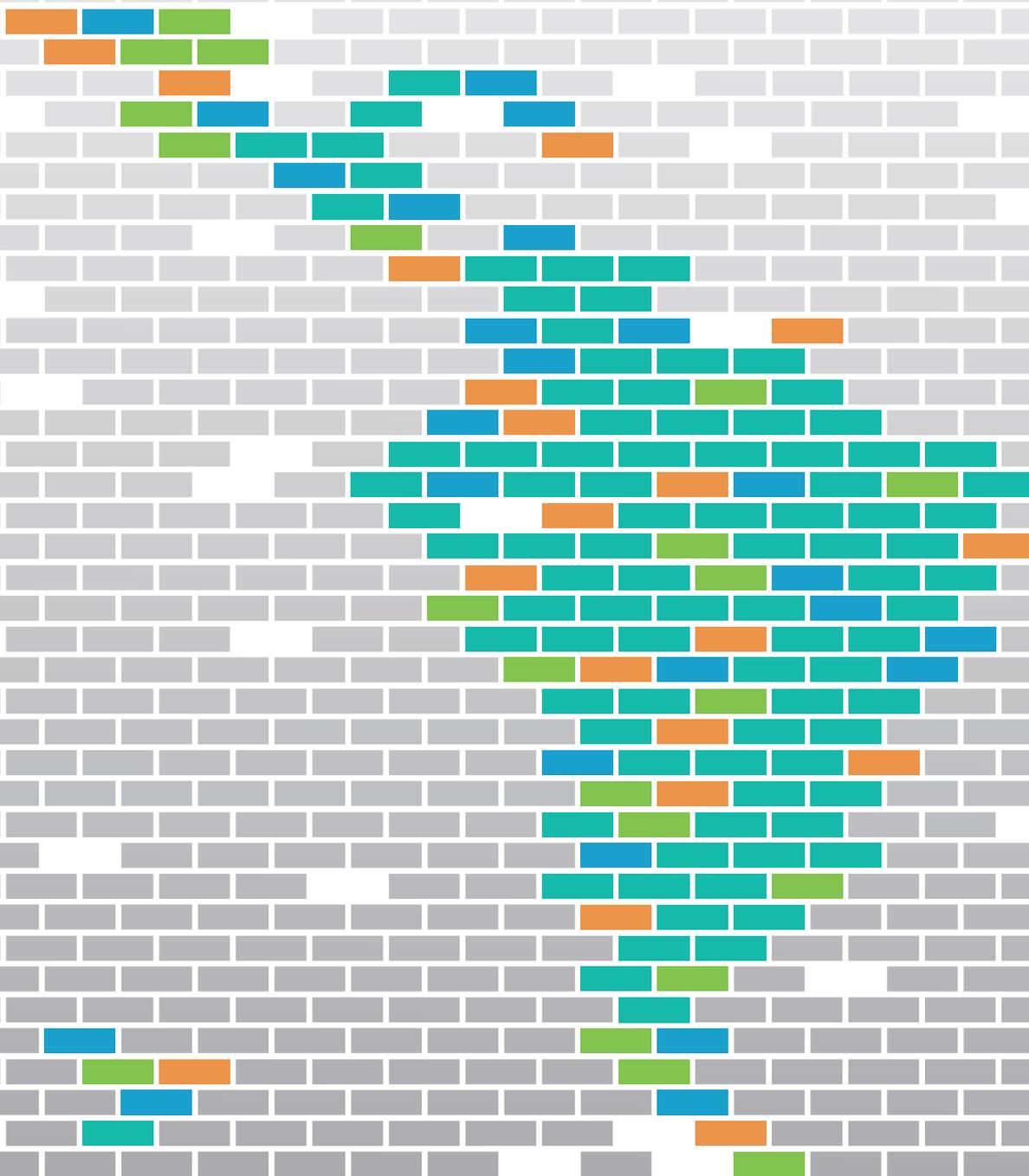


Jaime Serida
Jessica Alzamora
Carlos Guerrero
Armando Borda
Oswaldo Morales

Global *Entrepreneurship* Monitor

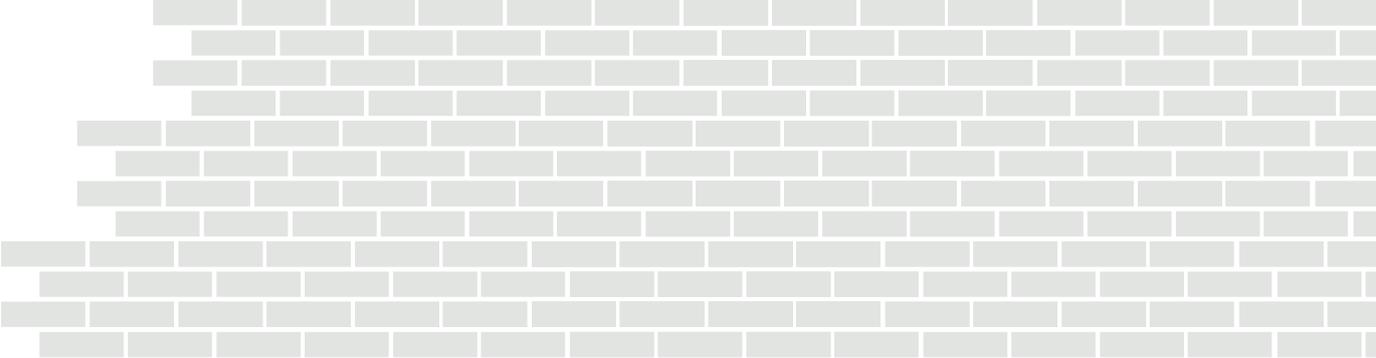
PERÚ 2018-2019



Jaime Serida
Jessica Alzamora
Carlos Guerrero
Armando Borda
Oswaldo Morales

Global *Entrepreneurship* Monitor

PERÚ 2018-2019



© Jaime Serida, Jessica Alzamora, Carlos Guerrero, Armando Borda,
Oswaldo Morales, 2020

© Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor, 2020
Av. Alonso de Molina 1652, Surco, Lima, Perú
www.esan.edu.pe
esanediciones@esan.edu.pe
ISBN 978-612-4437-08-3

Primera edición digital
Lima, febrero del 2020

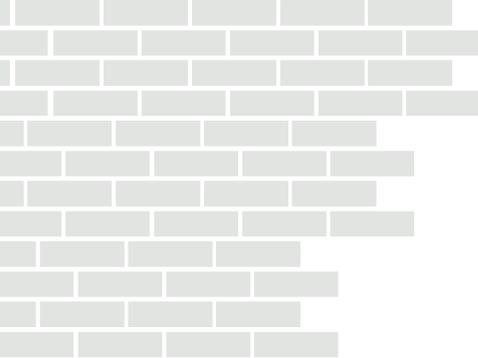
DIRECCIÓN EDITORIAL
Ada Ampuero

COORDINACIÓN EDITORIAL
Carmen Santisteban

CARÁTULA
Estéfano Bullón

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Ana María Tessey

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



Índice

Presentación	7
Agradecimientos	9
Resumen ejecutivo	11
1. Introducción	17
1.1. El modelo GEM	17
1.1.1. Las etapas del proceso emprendedor	17
1.1.2. Regiones y niveles de ingreso	19
1.2. Metodología GEM	19
1.2.1. La Encuesta a la Población Adulta (Adult Population Survey o APS)	19
1.2.2. La Encuesta Nacional a Expertos (National Expert Survey o NES)	20
2. Valores sociales, autopercepción e intención de emprender	21
2.1. Valoraciones, autopercepción e intención a emprender a nivel internacional	21
2.2. Valoración del emprendimiento en el Perú	25
3. El proceso emprendedor: análisis y evolución	27
3.1. La actividad emprendedora en etapa temprana	27
3.2. Los emprendedores establecidos	29
3.3. Descontinuación de la actividad emprendedora	31
4. Perfil del emprendedor peruano	35
4.1. Características del emprendedor peruano	35
4.1.1. El emprendedor según su motivación	35
4.1.2. Edad	39
4.1.3. Género	40
4.1.4. Educación	41
4.1.5. Situación laboral	42
4.2. Características del emprendimiento	42
4.2.1. Emprendimiento por sector económico	42
4.2.2. Tamaño del emprendimiento por número de propietarios	44
4.2.3. Tamaño del emprendimiento por número de empleados actuales	45
4.2.4. Impacto de la actividad emprendedora a nivel de generación de nuevos empleos	45
4.2.5. Impacto de la actividad emprendedora a nivel de innovación	46
4.2.6. Impacto de la actividad emprendedora a nivel del uso de tecnología actual	48
4.2.7. Impacto de la actividad emprendedora a nivel de su orientación internacional	49

5. Ecosistema emprendedor peruano	51
5.1. La Encuesta Nacional a Expertos (NES)	51
5.2. Las condiciones marco (EFC) del ecosistema emprendedor a nivel global	52
5.3. Evolución de las condiciones del ecosistema emprendedor peruano	53
5.4. Condiciones que explican la generación de emprendimientos con alto potencial	54
5.5. Recomendaciones para promover la actividad emprendedora en el Perú	56
Bibliografía	58
Apéndices	59
1. Diagrama de flujo sobre la operacionalización de variables para obtener el índice TEA 2018-2019	60
2. Glosario sobre los principales indicadores y terminología en el GEM 2018-2019	61
3. Descripción de las nueve condiciones específicas del contexto emprendedor (EFC)	63
4. Ficha metodológica de la Encuesta a la Población Adulta	65

Presentación



El emprendimiento continúa siendo uno de los principales motores de crecimiento y generación de empleo de la economía del país. Dada la importancia de este fenómeno desde hace algunas décadas, el Estado, la academia y el sector privado vienen trabajando arduamente para promover su desarrollo.

El Centro de Desarrollo Emprendedor de la Universidad ESAN forma parte de este grupo de actores que busca impulsar el emprendimiento y promover la innovación. Como parte de sus acciones para cumplir con estos objetivos, desde el año 2003 forma parte del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), una de las iniciativas internacionales más representativas para medir la actividad emprendedora.

A la fecha, se han publicado doce reportes sobre la actividad emprendedora en el país, con los cuales se ha demostrado el enorme potencial emprendedor del

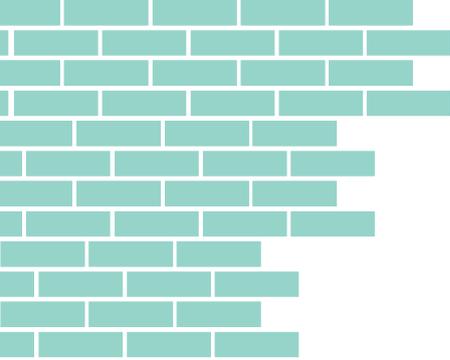
Perú y los grandes desafíos que los emprendedores y los diversos actores del ecosistema enfrentan.

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

Esperamos que este nuevo reporte continúe contribuyendo al fortalecimiento del ecosistema emprendedor peruano.

Equipo GEM Perú





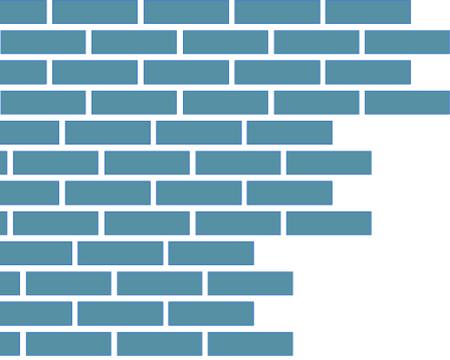
Agradecimientos

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 disposición para participar en la investigación.

Nuestra especial consideración a los expertos nacionales que amablemente aportaron su valioso tiempo y conocimientos en la edición del GEM Perú 2018-2019.

En orden alfabético (por apellido paterno):

Alfonso Atanacio Carbajal	Orlando Manuel Nolazco Barraza
Giovana del Carmen Babilonia Ríos	Edgar Patiño Garrido
Jaime Bailon Maxi	Johana Perales Álvarez
Claudia Cornejo	Renato Alonso Poiré Azabache
Charlotte Ducrot	Walter Puellas Navarrete
Álvaro Echevarría Córdova	Katia Samanamud Pinedo
Walter Guillermo Eyzaguirre Vásquez	Eva Salvador Caldas
Giancarlo Falconi Cánepa	Gwendolyn Sánchez Peña
Alfredo Fuentes Espinoza	Luis Terrones Morote
Raúl Gómez Vásquez	Carlos Torres Morales
Óscar González Estrada	Luis Torres Paz
Camila Gonzales Kahan	Urpi Torrado
Carla Grados Villamar	Alonso Tufino
Isabel Juana Guadalupe Sifuentes	Abraham Vaisberg Wolach
María Laura Cuya	Karin Vargas Tavera
Rolando Liendo	Zelete Vela
Tula Mendoza Farro	Edith Vigo Barrientos
Jorge Edgar Mesia Ríos	Hugo Vila Hidalgo
Marilia Montesinos Ortega	Karen Weinberger
Carmen Cecilia Mosquera M.	Álvaro Zárate



Resumen ejecutivo

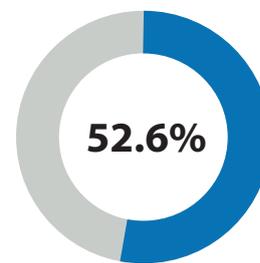
Valoraciones sociales y autopercepción hacia el emprendimiento en el Perú

Autopercepción hacia el emprendimiento

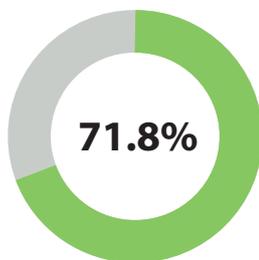
Consideran que habrá **OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER** en los próximos 6 meses en el área donde vive.



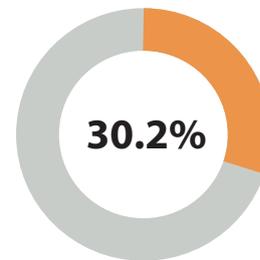
Consideran que existen **FACILIDADES PARA EMPRENDER UN NEGOCIO** en el área donde vive.



Consideran que cuentan con los **CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y EXPERIENCIA** necesarios para emprender.



Consideran que para ellos el **MIEDO AL FRACASO** es un obstáculo para poner en marcha un emprendimiento.



Valoraciones sociales hacia el emprendimiento

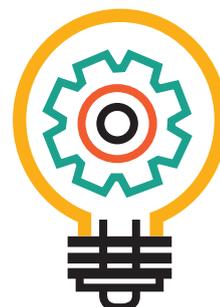
Consideran que en el Perú el **EMPRENDIMIENTO** es una **BUENA ELECCIÓN DE CARRERA**.



Consideran que un **EMPRENDIMIENTO EXITOSO** es una **FUENTE DE ESTATUS Y PRESTIGIO**.

Intención de emprender

39.7%
Está pensando **PONER EN MARCHA UN NEGOCIO** en los próximos 3 años.



El proceso emprendedor peruano: análisis y evolución

Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA)

5.º puesto
Posición entre 49 países
estudiados a nivel mundial



22.4% de peruanos se encuentran involucrados en **EMPRESARIOS EN ETAPA TEMPRANA** (involucrados en la puesta en marcha de un negocio o dueños-gerentes de negocios con **MENOS** de 3.5 años de funcionamiento).

3.º puesto

Posición entre 9 países estudiados en Latinoamérica y el Caribe

Empresarios establecidos



8.4% de peruanos son dueños-gerentes de negocios establecidos (con más de 3.5 años de funcionamiento).

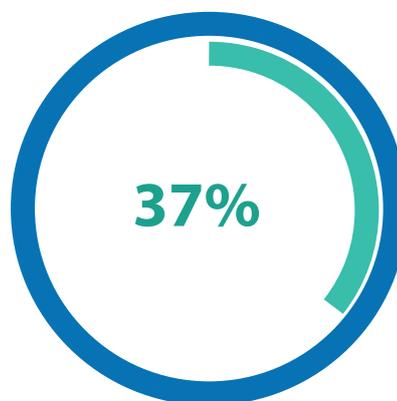
19.º puesto
Posición entre 49 países
estudiados a nivel mundial

5.º puesto

Posición entre 9 países estudiados en Latinoamérica y el Caribe

Consolidación de los negocios

De cada 100 **EMPRESARIOS EN ETAPA TEMPRANA**, se espera que **37** lleguen a convertirse en **EMPRESARIOS ESTABLECIDOS**.



Características de las iniciativas emprendedoras en el Perú

Motivaciones que conducen a emprender



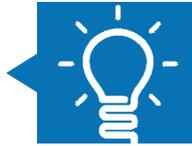
de los emprendimientos en etapa temprana son **MOTIVADOS POR NECESIDAD** (con el fin de generar ingresos para cubrir necesidades).



de los emprendimientos en etapa temprana son **MOTIVADOS POR OPORTUNIDAD** (con el fin de aprovechar oportunidades del mercado para generar ingresos).

Índice de innovación

33.º puesto
Posición entre 49 países estudiados a nivel mundial

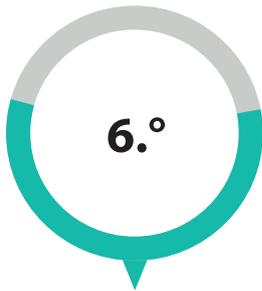


6.º puesto
Posición entre 9 países estudiados en Latinoamérica y el Caribe

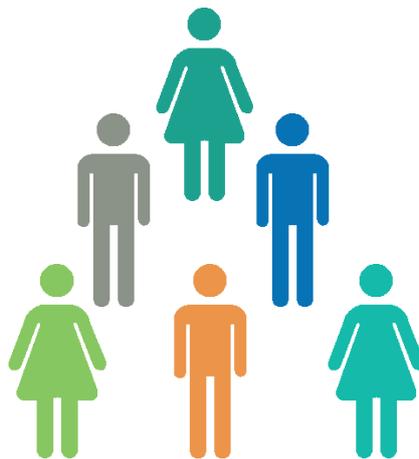


de los emprendimientos en etapa temprana cuentan con una **OFERTA INNOVADORA** (productos y servicios novedosos para los consumidores y con poca competencia directa).

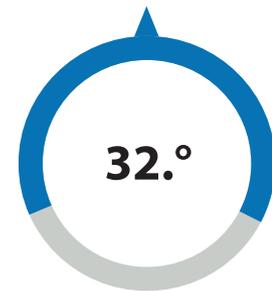
Expectativas de generación de empleo



6.º puesto
Posición entre 11 países estudiados en Latinoamérica y el Caribe



32.º puesto
Posición entre 54 países estudiados a nivel mundial



15.4%
de emprendedores en etapa temprana consideran que sus iniciativas generarán **6 EMPLEOS ADICIONALES** o más en los próximos 5 años.

El perfil del emprendedor peruano

Edad

49.8%
de emprendedores en etapa temprana tienen **MENOS DE 34** años de edad.

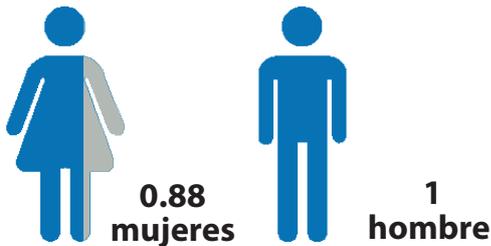


47.6%
de emprendedores en etapa temprana motivados por **OPORTUNIDAD** tienen menos de 34 años de edad.

Género

10.º puesto

Posición entre 54 países estudiados a nivel mundial



15.º puesto

Posición entre 54 países estudiados a nivel mundial



Por **cada hombre** involucrado en algún emprendimiento en etapa temprana, existen **0.88 mujeres**.

Por **cada hombre** involucrado en algún emprendimiento en etapa temprana motivado por **OPORTUNIDAD**, existe **1 mujer** emprendedora en la misma condición.

Nivel educativo

25.5%
de emprendedores en etapa temprana cuentan con **educación superior universitaria**.

25.5%
de emprendedores en etapa temprana cuentan con **educación superior técnica**.



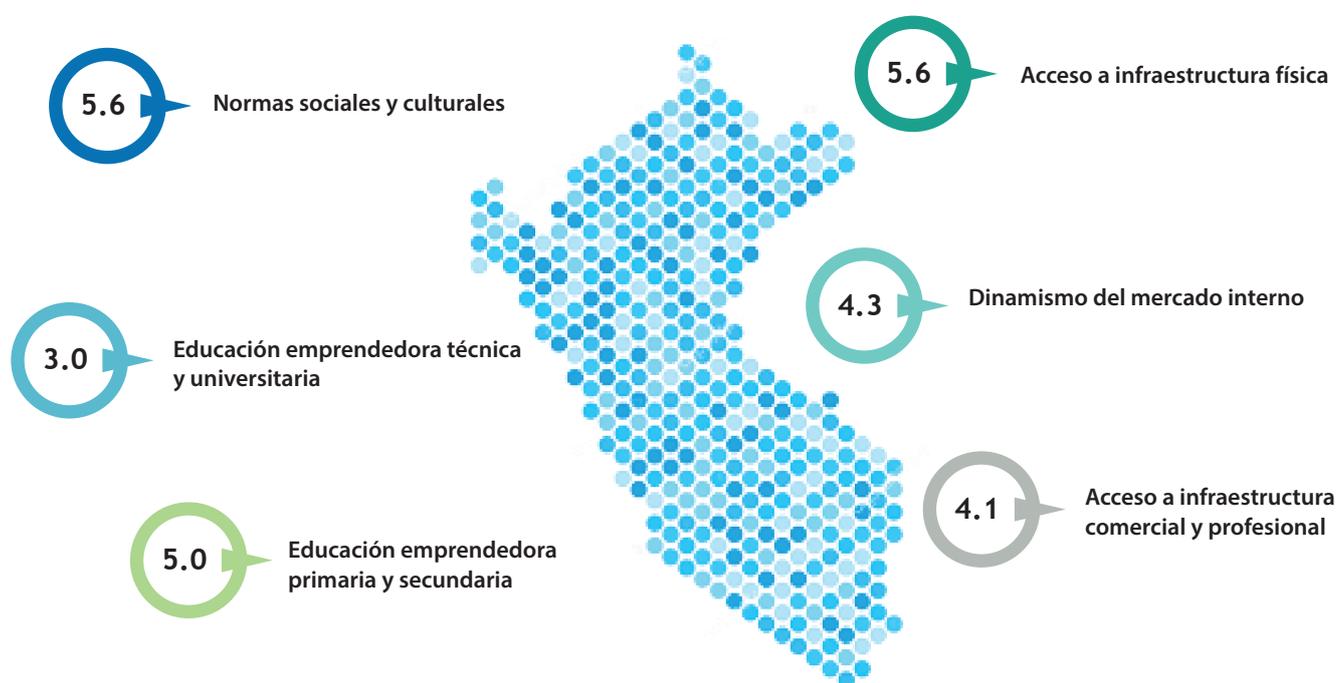
27.5%
de emprendedores en etapa temprana motivados por **OPORTUNIDAD** cuentan con **educación superior universitaria**.

25.9%
de emprendedores en etapa temprana motivados por **OPORTUNIDAD** cuentan con **educación superior técnica**.

Ecosistema emprendedor peruano

FORTALEZAS

Posición entre 54 economías	Puntaje Perú	Puntaje LATAM	Condiciones marco para el emprendimiento
11.°	5.6	4.3	Normas sociales y culturales
24.°	3.0	2.6	Educación emprendedora primaria y secundaria
26.°	5.0	5.1	Educación emprendedora técnica y universitaria



DEBILIDADES

Posición entre 54 economías	Puntaje Perú	Puntaje LATAM	Condiciones marco para el emprendimiento
42.°	5.6	6.2	Acceso a infraestructura física
47.°	4.3	4.4	Dinamismo del mercado interno
49.°	4.1	4.7	Acceso a infraestructura comercial y profesional

Introducción

El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) fue creado en 1997 gracias a un esfuerzo conjunto del Babson College y la London Business School. En 1999 se realizó el lanzamiento del primer reporte, con 10 países participantes¹. En esta edición, 49 países provenientes de los cinco continentes participan en la investigación. Actualmente, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es considerado como la mayor iniciativa de investigación sobre la actividad emprendedora a nivel mundial (Bergmann, Mueller & Schrette, 2014).

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

Sus principales objetivos son:

- Comparar las características y los niveles de actividad emprendedora entre los países.
- Determinar cuánto influye la actividad emprendedora en el crecimiento económico de cada país.
- Descubrir los factores que determinan la naturaleza y el nivel de actividad emprendedora en cada país.
- Orientar la formulación de políticas que promuevan el desarrollo de la actividad emprendedora y su ecosistema a nivel nacional.

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

1.1. El modelo GEM

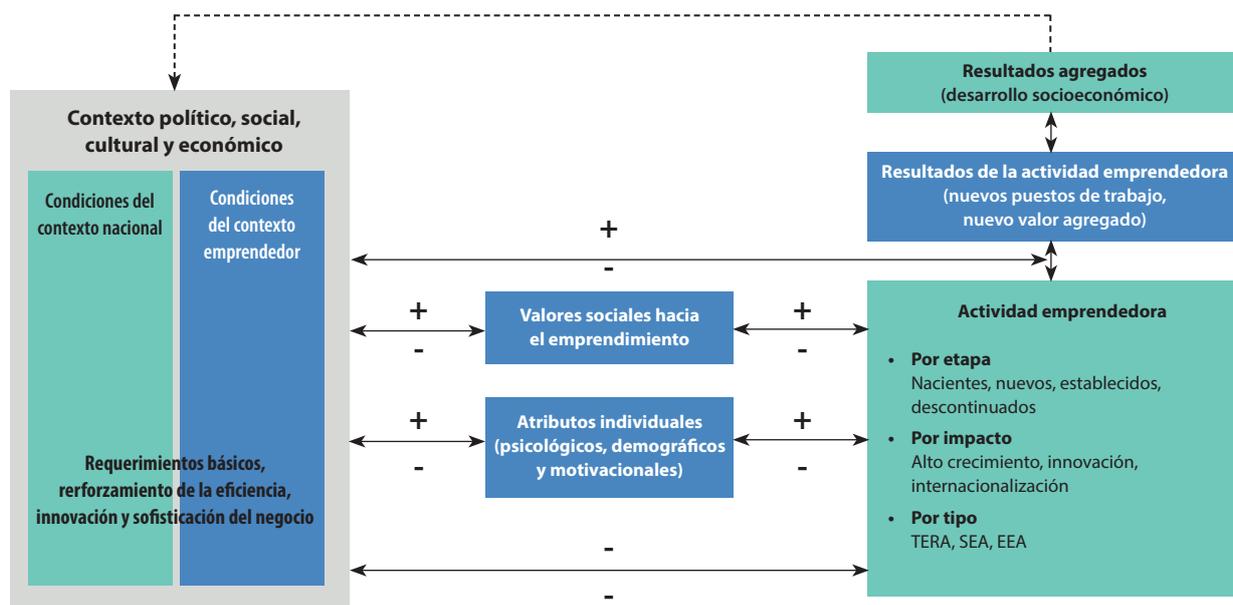
El GEM se basa en un modelo conceptual que relaciona el emprendimiento con los mecanismos que afectan el crecimiento económico de un país. El modelo cuenta con tres principios fundamentales: primero, considera el emprendimiento como un proceso que se desarrolla dentro de un contexto político, social e histórico; segundo, reconoce que este proceso es realizado por individuos con atributos demográficos y psicográficos específicos; y, tercero, explica cómo el emprendimiento contribuye a que algunas economías crezcan en mayor medida que otras (ver figura 1). Por ello, el estudio considera como perspectiva de análisis las etapas del proceso emprendedor y las fases de desarrollo económico de los países.

1.1.1. Las etapas del proceso emprendedor

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

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

Figura 1. Modelo GEM



Fuente: GEM Global Report 2018-2019.

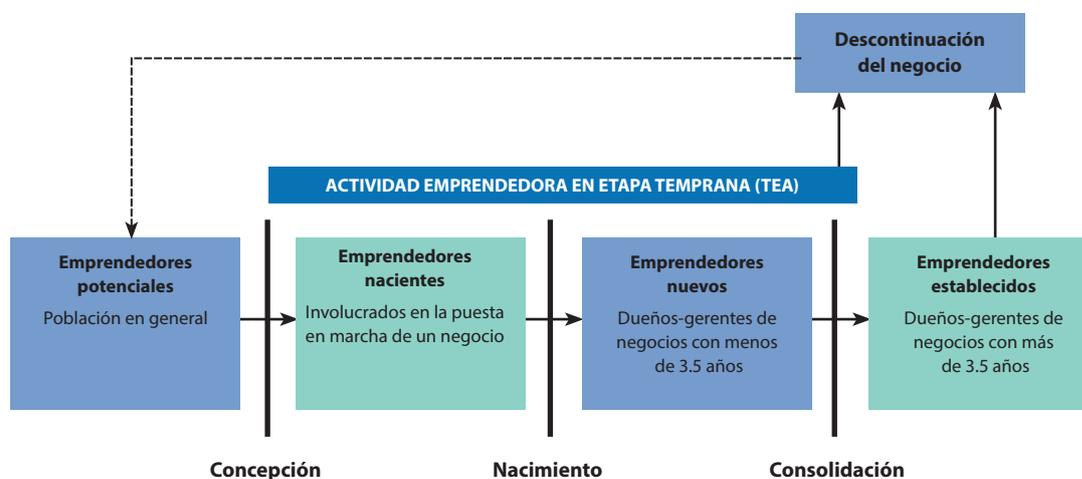
En la figura 2 se muestran las etapas del proceso emprendedor bajo la óptica del GEM, y la clasificación de los emprendedores de acuerdo con el nivel y la antigüedad del negocio.

En la primera etapa del proceso emprendedor, se encuentran los emprendedores potenciales. Se trata de la población en general, la cual cuenta con ciertas competencias (conocimientos y habilidades) y percepciones sobre el

emprendimiento y el entorno. Estas características los impulsan a —o los inhiben de— poner en marcha un negocio.

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

Figura 2. El proceso emprendedor



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

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

El GEM focaliza su atención en la etapa temprana del emprendimiento, aquella que involucra a los emprendedores nacientes y nuevos. Esta etapa es considerada como el componente dinámico de la actividad emprendedora y da origen a una de las medidas claves del GEM: el índice TEA (*total entrepreneurial activity*). La iniciativa de emprender en esta etapa es impulsada por alguna de las siguientes razones o una combinación de ellas: aprovechar las oportunidades que brinda el mercado o cubrir la necesidad de generar sus propios ingresos.

La cuarta etapa del proceso emprendedor corresponde a la de los emprendedores establecidos: aquellos propietarios-gerentes que han pagado salarios a sus empleados o a ellos mismos durante más de 42 meses².

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

1.1.2. Regiones y niveles de ingreso

Los 49 países participantes del GEM 2018-2019 han sido clasificados, al igual que en años anteriores, en cinco regiones, como se muestra en la tabla 1.

- La región de Asia contiene economías clasificadas en Asia Oriental y Pacífico o Asia Meridional por el Foro Económico Mundial (FEM) y clasificadas como el Sur, Este o Sudeste de Asia por las Naciones Unidas (ONU).
- La región de Europa incluye economías clasificadas como europeas por el FEM y las Naciones Unidas. Después del FEM, el informe agrupó a Turquía y Chipre en Europa, pero reconoce que la ONU los clasifica de manera diferente, ubicándolos en Asia occidental.

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

- La región de Norteamérica está conformada por Estados Unidos y Canadá.
- La región de Latinoamérica y el Caribe está clasificada como tal por la ONU y el FEM.
- La región de África tiene países que el FEM clasifica como en Medio Oriente y África del Norte, pero que la ONU clasifica como en África del Norte, Asia Occidental o Asia del Sur.

Las economías también se identifican por nivel de ingresos, siguiendo al FEM. El grupo de bajos ingresos contiene tanto los clasificados por el FEM como de bajos ingresos como los clasificados de bajos medios. El grupo de ingresos medios contiene los que el FEM clasifica como medios altos. El grupo de ingresos altos contiene los que el FEM clasifica como altos.

1.2. Metodología GEM

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

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

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

La encuesta se realiza anualmente en cada país participante y es aplicada a un mínimo de 2,000 personas de ambos sexos cuyas edades están comprendidas entre los 18 y los 64 años. La recolección de los datos está a cargo de empresas nacionales de investigación de mercados seleccionadas por el equipo GEM de cada país. En el caso peruano, esta recolección fue encargada a Imasén,

Tabla 1. Países participantes del estudio

Región	Nivel de ingresos		
	Bajos	Medios	Altos
África	Angola Egipto Madagascar Marruecos Mozambique* Sudán	Irán Líbano	Israel Catar Arabia Saudita Emiratos Árabes Unidos
Latinoamérica y el Caribe		Brasil Colombia República Dominicana* Guatemala México* PERÚ	Argentina Chile Panamá Puerto Rico Uruguay
Norteamérica			Canadá Estados Unidos
Asia y Oceanía	India Indonesia	China Tailandia	Japón República de Corea del Sur Taiwán
Europa		Bulgaria Kazajistán* Rusia Turquía	Alemania Austria Croacia Chipre Eslovaquia Eslovenia España Francia Grecia Irlanda Italia Letonia* Luxemburgo Países Bajos Polonia Reino Unido Suecia Suiza

* Incluido únicamente en el Índice Nacional del Contexto Empresarial (NECI).

Fuente: GEM Global Report 2018-2019.

empresa que trabajó con una muestra de 2,080 personas dentro del territorio nacional para esta edición.

Una vez recopilada, toda la información proveniente de la muestra es enviada al equipo coordinador central del GEM para que construya los indicadores clave del estudio. El proceso está sometido a rigurosos controles de calidad, que permiten identificar y corregir inconsistencias, con la finalidad de obtener resultados confiables y comparables entre los países.

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

La Encuesta Nacional a Expertos evalúa las condiciones del entorno que potencian o limitan el emprendimiento (*Entrepreneurial Framework Conditions* o EFC, por sus siglas en inglés). Este instrumento es aplicado a un mínimo de 36 expertos cada año. Los requisitos de esta muestra son los siguientes: por lo menos el 25% de los expertos debe ser emprendedor y el 50% debe ser profesional. Este grupo es seleccionado por los equipos nacionales de cada país sobre la base de su experiencia y conocimiento en alguna de las nueve áreas principales en las que se categorizan las EFC.

2

Valores sociales, autopercepción e intención de emprender

Para desarrollar la actividad emprendedora es vital contar con un ecosistema que promueva una imagen favorable sobre los emprendedores y motive actitudes positivas hacia el emprendimiento. Mientras mejor vistos sean los emprendedores o el emprendimiento en general es más probable que un mayor número de personas se sienta motivada a emprender. En este capítulo, abordamos estos temas analizando cómo se desarrollan las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento, así como la intención emprendedora, tanto a nivel global como en el contexto peruano.

2.1. Valoraciones, autopercepción e intención de emprender a nivel internacional

Las percepciones y actitudes individuales que las personas tienen hacia el emprendimiento son evaluadas por el GEM a través de cuatro indicadores: i) la consideración que en los próximos seis meses existan buenas oportunidades para iniciar un negocio, ii) la facilidad percibida para emprender un negocio, iii) la percepción de contar con las capacidades (conocimientos, habilidades y experiencias) necesarias para emprender, y iv) el miedo al fracaso.

Las percepciones y actitudes de la sociedad en su conjunto, sobre el emprendimiento, también son evaluadas por el proyecto GEM a través de tres indicadores: i) la percepción del emprendimiento como una buena elección de carrera, ii) el estatus y prestigio que otorga iniciar un negocio, y iii) la atención mediática que se le da al emprendimiento en el país.

Finalmente, la intención por emprender que tienen las personas también es considerada.

En la tabla 2, se presentan estos indicadores para los países participantes del estudio GEM en esta edición. Si bien estos indicadores varían de manera importante de un país a otro, se identifican algunos patrones relacionados entre los tipos de economía. Las economías de bajos ingresos en conjunto tienen una percepción y valoración hacia el emprendimiento más alta que los otros dos grupos. Asimismo, estos países muestran una mayor intención de emprender en los próximos tres años. Cabe destacar que el miedo al fracaso muestra valores similares en los tres tipos de economía, lo cual refleja que este temor no puede ser explicado sobre la base del nivel de ingresos.

La figura 3 presenta estos mismos indicadores por región geográfica. De acuerdo con ella, la población de Norteamérica destaca por percibir que tendrá altas oportunidades para emprender en los próximos seis meses (66.4%), por considerar que existen facilidades para emprender (48.5%), por considerar que el emprendimiento genera prestigio y estatus (76.4%) y por creer que los medios de información ofrecen una alta atención a temáticas vinculadas con el emprendimiento (75.2%). Sin embargo, también se observa un alto miedo al fracaso (38.8%).

La población de Latinoamérica y el Caribe sobresale por considerar que cuenta con las capacidades necesarias para emprender (57.5%), por poseer un bajo miedo al fracaso (27.1%) y por contar con una alta intención de emprender (32.6%). La población de África cuenta con altos puntajes en todos los indicadores asociados con la valoración al emprendimiento. Asimismo, es la región que tiene la mayor intención de emprender (42.1%)

Tabla 2. Percepciones, valoraciones e intención de emprender por país

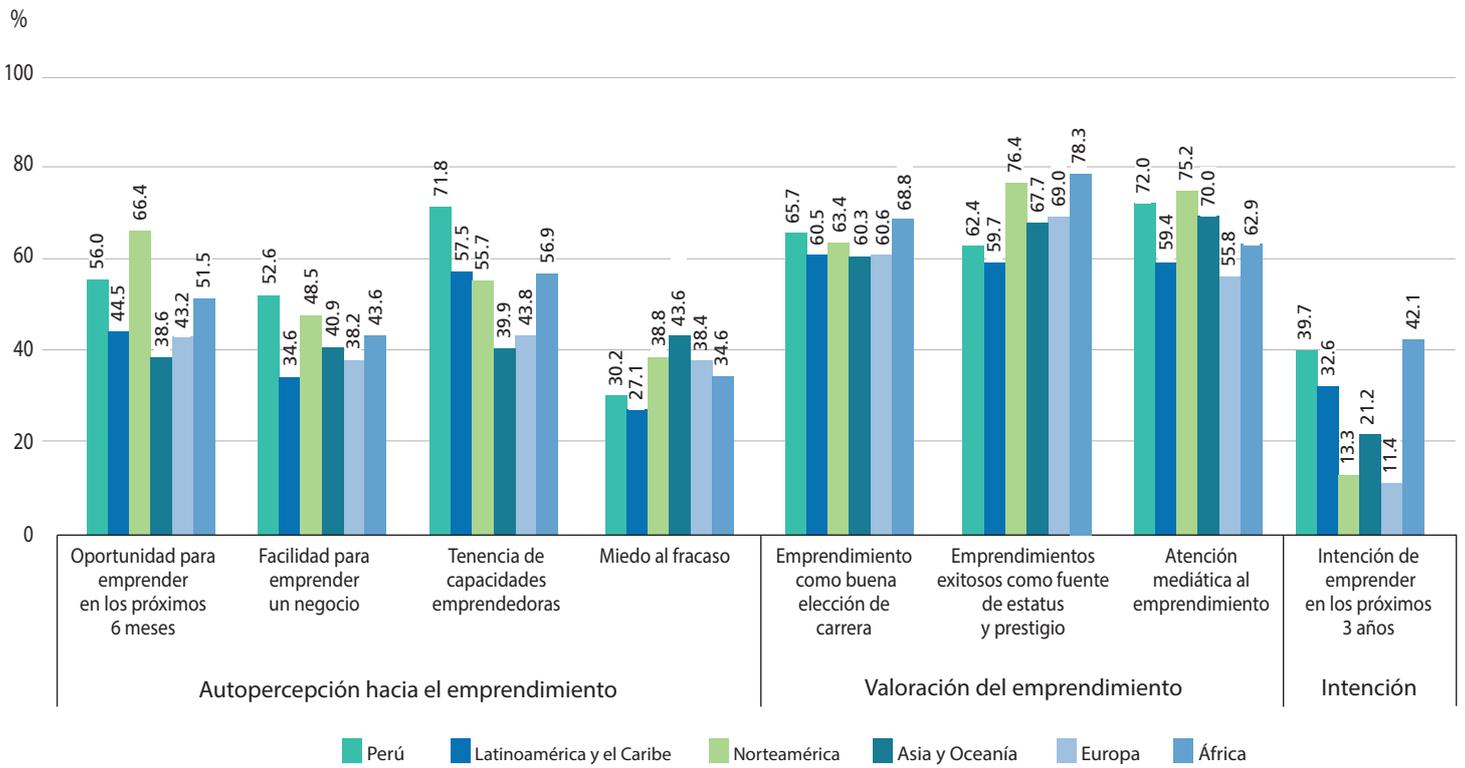
Nivel de ingresos	Países	AUTOPERCEPCIÓN HACIA EL EMPRENDIMIENTO					
		Oportunidad para emprender en los próximos 6 meses		Facilidad para emprender un negocio		Capacidades emprendedoras	
		Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países
Alto	Alemania	42.1	28	-	N/A	38.3	40
	Arabia Saudita	76.3	2	64.8	6	83.4	1
	Argentina	35.9	33	23.4	33	48.8	25
	Austria	46.8	21	-	N/A	48.3	27
	Canadá	63.0	9	51.5	15	55.9	12
	Catar	54.2	17	51.1	16	52.3	18T
	Chile	61.8	10	36.5	23	62.5	9
	Chipre	45.9	22	41.4	19	45.9	33
	Croacia	33.1	39	16.4	40	52.3	18T
	Emiratos Árabes	66.5	8	59.7	8	53.6	15
	Eslovaquia	37.4	32	18.8	36	53.3	16
	Eslovenia	42.2	27	39.2	20T	51.0	22T
	España	29.1	42	29.6	27	48.5	26
	Estados Unidos	69.8	5	45.5	17	55.6	13
	Francia	35.0	36	36.6	22	37.5	41
	Grecia	19.2	48	12.2	43	46.4	31
	Irlanda	51.7	18	-	N/A	45.6	34
	Israel	56.2	12	17.9	37	41.5	38
	Italia	34.6	37	16.8	39	29.8	44
	Japón	8.1	49	26.8	29T	10.1	49
	Luxemburgo	55.0	14	55.0	10T	43.9	35
	Países Bajos	66.7	7	74.7	1	46.1	32
	Panamá	39.0	31	45.3	18	42.1	37
	Polonia	68.5	6	74.1	2	46.6	29T
	Puerto Rico	35.2	34	24.3	31	47.5	28
	Reino Unido	44.0	26	-	N/A	46.6	29T
República de Corea del Sur	45.7	23	33.5	25	49.7	24	
Suecia	81.6	1	74.0	3	38.4	39	
Suiza	45.5	24	57.9	9	36.3	43	
Taiwán	26.7	44	24.2	32	28.2	46	
Uruguay	28.9	43	19.8	35	59.0	10	
	TOTAL	46.6		39.7		46.6	
Medio	Brasil	31.4	40	-	N/A	54.3	14
	Bulgaria	19.3	47	14.3	41	36.9	42
	China	35.1	35	17.3	38	24.2	48
	Colombia	57.5	11	39.2	20T	66.4	6
	Guatemala	54.6	16	35.7	24	65.2	7
	Irán	22.3	46	12.7	42	53.1	17
	Líbano	42.0	29	-	N/A	68.1	5
	PERÚ	56.0	13	52.6	14	71.8	4
	Rusia	22.8	45	21.3	34	27.5	47
	Tailandia	50.1	19	65.8	5	51.0	22T
	Turquía	44.3	25	28.9	28	56.8	11
	TOTAL	39.6		32.0		52.3	
Bajo	Angola	74.0	3	55.0	10T	75.7	2
	Egipto	39.3	30	61.5	7	43.0	36
	India	49.8	20	52.9	13	52.2	20
	Indonesia	54.9	15	66.0	4	64.0	8
	Madagascar	30.6	41	32.7	26	51.5	21
	Marruecos	33.6	38	26.8	29T	29.5	45
	Sudán	71.0	4	53.6	12	74.5	3
	TOTAL	50.5		49.8		55.8	

T: Indica la existencia de un empate entre dos o más países.

Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

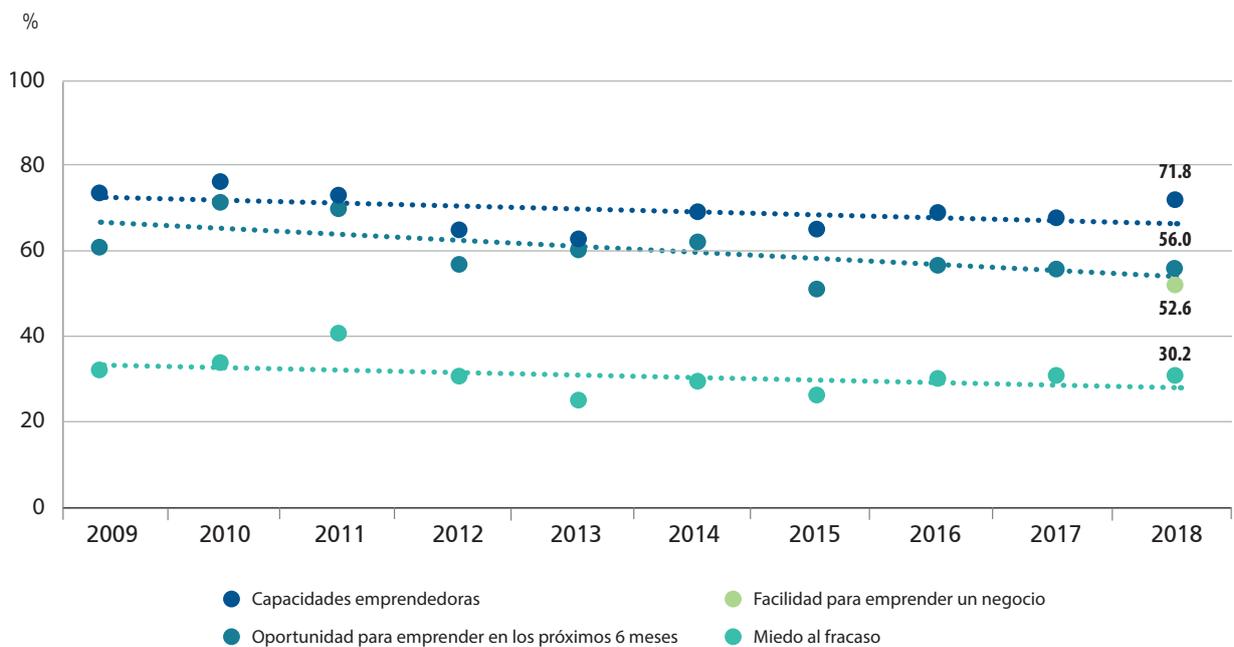
AUTOPERCEPCIÓN HACIA EL EMPRENDIMIENTO		VALORACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO						Intención de emprender en los próximos 3 años	
Miedo al fracaso		Emprendimiento como buena elección de carrera		Emprendimientos exitosos como fuente de estatus y prestigio		Atención mediática al emprendimiento			
Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países
35.1	24	49.6	39	74.8	19	50.6	38	5.9	46
43.6	11	66.8	18	78.2	10	71.4	11	26.8	17
31.9	32	59.4	30	50.0	43	44.9	46	14.8	32
36.7	20	50.2	38	75.3	17	64.6	18	11.8	37
42.3	12	64.1	22	74.1	22	76.0	6	14.5	34
32.6	29T	68.2	16	76.7	12	64.2	19	29.1	15T
28.6	40	76.1	8	60.8	39	62.5	21	48.7	6
48.5	6	69.9	13T	67.6	34	54.3	27T	15.3	29T
30.3	36T	62.1	27	43.0	47	53.7	31	18.6	26T
24.3	44	71.7	12	69.4	28	72.5	9	38.2	9
29.4	39	46.9	42	60.4	40	53.9	30	13.7	35
32.0	31	58.4	31	75.8	16	77.2	4	15.3	29T
36.2	22	53.1	36	49.8	44	49.4	40	6.2	45
35.2	23	62.7	25	78.7	9	74.4	7	12.2	36
37.1	19	58.2	32	71.5	25	52.8	33	18.6	26T
57.8	3	64.9	21	67.8	33	50.1	39	7.5	42
39.3	16	55.5	34	83.9	4	73.4	8	15.4	28
47.5	7	66.0	19	85.0	2	54.3	27T	26.2	18
51.7	4	63.9	23	74.6	20	60.2	23	9.0	40
46.4	9T	22.8	46	51.5	42	59.4	24	5.0	47
47.2	8	48.8	41	74.2	21	49.3	41	14.7	33
34.7	25	81.7	4	63.1	37T	64.8	17	7.7	41
19.4	48	44.6	44	46.3	46	45.2	45	18.9	25
31.1	33	85.9	3	76.3	15	46.2	44	9.5	39
20.7	47	20.7	47	52.6	41	80.9	2	22.9	22
37.7	17	56.1	33	76.4	13T	58.5	25	7.2	43
32.8	28	53.0	37	70.0	26	67.1	16	31.0	13
37.2	18	49.0	40	72.1	23	62.8	20	9.6	38
39.9	15	46.5	43	69.7	27	47.7	43	6.9	44
41.4	14	69.6	13T	63.1	37T	76.4	5	24.1	21
27.4	43	54.7	35	49.6	45	53.1	32	24.2	20
36.6		58.1		67.2		60.4		17.1	
32.6	29T	-	N/A	-	N/A	-	N/A	26.1	19
31.0	34	62.6	26	69.3	29	44.6	47	3.9	48
41.7	13	60.8	29	68.7	30	68.1	14T	15.3	29T
23.1	45	68.7	15	84.2	3	62.4	22	48.8	5
30.3	36T	94.4	1	71.7	24	54.1	29	49.7	4
30.4	35	39.3	45	80.5	7T	50.8	37	35.0	10
22.4	46	-	N/A	-	N/A	-	N/A	29.1	15T
30.2	38	65.7	20	62.4	38	72.0	10	39.7	8
46.4	9T	68.0	17	68.0	32	49.0	42	2.2	49
58.9	2	80.1	6	80.9	6	86.8	1	31.5	12
28.1	42	80.8	5	66.1	35	52.6	34	29.7	14
34.1		68.9		72.4		60.0		28.3	
16.6	49	74.4	9	80.5	7T	68.6	13	79.8	1
28.2	41	74.0	10	82.6	5	68.1	14T	59.8	3
50.1	5	63.7	24	65.0	36	52.1	36	20.6	24
34.1	27	71.9	11	74.9	18	80.4	3	21.2	23
36.6	21	87.2	2	77.0	11	56.7	26	32.6	11
64.2	1	61.1	28	68.3	31	52.2	35	39.8	7
34.5	26	79.4	7	85.3	1	70.8	12	66.7	2
37.8		73.1		76.2		64.1		45.8	

Figura 3. Percepciones, valoraciones e intención de emprender por región



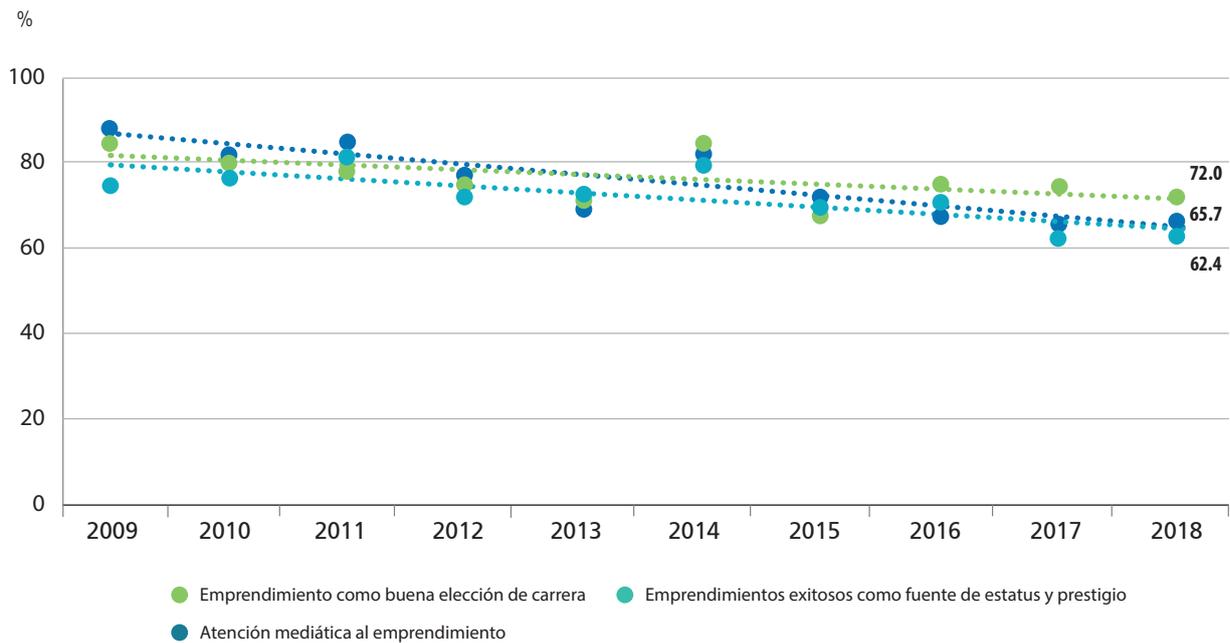
Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 4. Evolución de los indicadores de autopercepción hacia el emprendimiento en el Perú (2018)



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 5. Evolución de los indicadores de valoración del emprendimiento en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

La población de Asia destaca por creer que los medios de información ofrecen una alta atención al emprendimiento (70%). Sin embargo, esta región y Europa cuentan con un alto miedo al fracaso (43.6% y 38.4% respectivamente).

2.2. Valoración del emprendimiento en el Perú

En el caso peruano, los puntajes obtenidos respecto a los indicadores de percepción, actitud y valoración hacia el emprendimiento superan el promedio de los países que conforman la región latinoamericana. Sobre este punto, en Latinoamérica y el Caribe, el Perú es el tercer país con la más alta percepción de oportunidades para emprender, el primero con la mayor percepción de facilidad para poner un negocio y el tercero con mayor percepción de capacidades para emprender.

Pese a ello, en los últimos nueve años la mayoría de estos indicadores muestran una tendencia a disminuir. Tal como se observa en la figura 4, la percepción de oportunidades y la capacidad para emprender pasaron de 61% y 74%, respectivamente, en el año 2009, a 56% y 71.8%, respectivamente, en esta última edición.

De igual forma, en la figura 5 se observa que la valoración del emprendimiento como buena elección de carrera, el emprendimiento como fuente de prestigio y estatus, y la atención mediática al emprendimiento también cuentan con una clara tendencia a la baja. Estos indicadores pasaron de 88%, 75% y 85%, respectivamente, en el 2009 a 65.7%, 62.4% y 72% en esta última edición. Por otra parte, el miedo al fracaso se ha mantenido estable durante ese periodo de tiempo.

3

El proceso emprendedor: análisis y evolución

A nivel mundial se aprecia una tendencia hacia el fortalecimiento del ecosistema emprendedor en los últimos años; sin embargo, también se observan marcadas diferencias entre los países que forman parte del estudio GEM, dependiendo de la fase de desarrollo económico y de la región en la que se encuentren. En la tabla 3 se presentan los principales indicadores para los países involucrados en el estudio GEM 2018-2019, según el nivel de ingresos de cada economía. En conjunto, estos indicadores muestran un panorama general de la actividad emprendedora de cada país. En las siguientes secciones de este capítulo, se analizan al detalle estos indicadores, poniendo énfasis en el contexto emprendedor nacional y en la posición que ocupa el Perú a nivel internacional.

3.1. La actividad emprendedora en etapa temprana

Como mencionamos anteriormente, la tasa de emprendimiento en etapa temprana (TEA, por sus siglas en inglés) es uno de los principales indicadores del GEM. Esta tasa está definida como el nivel de prevalencia de los individuos entre 18 y 64 años activamente involucrados en la creación de una iniciativa emprendedora, ya sea en la fase previa al nacimiento del negocio (emprendedores nacientes) o en la fase en que poseen y gestionan su propia iniciativa empresarial y pagan remuneraciones durante menos de 42 meses (emprendedores nuevos).

La TEA es un indicador con mayor relevancia que otros debido a que la mayor cantidad de riesgos internos y externos que amenazan la supervivencia de los emprendimientos se presentan en esta etapa. Una vez concluida, se espera que el emprendimiento esté lo

suficientemente consolidado como para ser considerado estable.

Este índice tiende a ser mayor en los países cuyas economías están basadas en recursos y eficiencia en comparación con aquellos que tienen economías basadas en innovación. Esto sucede debido a que en las economías con mayores ingresos per cápita existen más oportunidades de conseguir empleo de calidad. Por ende, los emprendimientos tienden a disminuir, especialmente aquellos que fueron impulsados por la necesidad de generar ingresos para subsistir (Kelley, Bosma & Amorós, 2011; Bosma *et al.*, 2009).

Tal como se observa en la tabla 3, las economías de ingresos bajos presentan, en promedio, el nivel más alto de TEA con 18%. Angola lidera este grupo con una TEA de 40.8%, mientras que Marruecos alcanza un valor de 6.7%. Las economías de ingresos medios presentan en promedio el segundo nivel más alto de TEA con 16.9%. En este grupo, el país con mayor TEA, Guatemala, alcanza un valor de 27.5%, mientras que Bulgaria llega apenas a 6%. Las economías de ingresos altos cuentan con el menor TEA promedio con 9.9%. En este grupo de países, Chile cuenta con el mayor índice TEA con un valor de 25.1%; mientras que Chipre llega apenas al 3.9%.

Es importante resaltar que las variaciones de TEA resultan menores en el grupo de países con ingresos altos. Al respecto, la desviación estándar de la TEA en este grupo de países es de 4.7. Mientras tanto, en los países cuyas economías se basan en eficiencia y en recursos, la desviación estándar es de 6.8 y 11.6 respectivamente. Dicha variación puede deberse a la mayor relevancia que

Tabla 3. Nivel de actividad en cada etapa del proceso emprendedor por tipo país

Nivel de ingresos	Países	Emprendedores nacientes		Emprendedores nuevos		Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA)	
		Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países
Alto	Alemania	2.7	43T	2.4	44	5.0	47
	Arabia Saudita	5.3	26	6.9	13	12.1	20T
	Argentina	4.9	28	4.3	26	9.1	33
	Austria	6.8	21T	4.4	25	10.9	24
	Canadá	11.2	6	8.9	10	18.7	10
	Catar	5.0	27	3.6	33T	8.5	34
	Chile	16.0	3	10.1	9	25.1	3
	Chipre	1.2	49	2.7	40T	3.9	49
	Croacia	5.8	25	3.9	28T	9.6	30T
	Emiratos Árabes	7.1	18T	3.9	28T	10.7	25T
	Eslovaquia	9.2	11	3.1	38	12.1	20T
	Eslovenia	2.8	42	3.6	33T	6.4	39T
	España	2.7	43T	3.8	30	6.4	39T
	Estados Unidos	10.5	8	5.3	22	15.6	13
	Francia	4.0	36T	2.3	45T	6.1	42
	Grecia	4.2	31T	2.3	45T	6.4	39T
	Irlanda	6.5	23	3.2	37	9.6	30T
	Israel	7.9	14	4.8	24	12.7	18
	Italia	2.7	43T	1.6	48	4.2	48
	Luxemburgo	7.1	18T	3.7	31T	10.7	25T
	Japón	3.3	38T	2.2	47	5.3	45
	Panamá	7.4	15T	6.6	14	13.8	17
	Polonia	4.1	33T	1.1	49	5.2	46
	Puerto Rico	9.1	12	2.6	42	11.6	22
	Reino Unido	4.2	31T	4.2	27	8.2	35
	República de Corea del Sur	6.8	21T	7.9	11	14.7	14
	Rusia	2.7	43T	2.9	39	5.6	44
	Suecia	4.6	30	2.5	43	6.8	37
Suiza	4.1	33T	3.4	36	7.4	36	
Taiwán	3.2	40	6.5	15T	9.5	32	
Uruguay	11.1	7	4.9	23	15.7	12	
	TOTAL	5.9		4.2		9.9	
Medio	Brasil	1.7	48	16.4	3	17.9	11
	Bulgaria	2.4	47	3.7	31T	6.0	43
	China	4.7	29	5.9	17T	10.4	27
	Colombia	15.7	4	5.8	19T	21.2	7
	Guatemala	13.7	5	15.0	4	27.5	2
	Irán	4.1	33T	5.7	21	9.7	29
	Líbano	6.9	20	17.6	2	24.1	4
	Países Bajos	6.0	24	6.5	15T	12.3	19
	PERÚ	17.5	2	5.8	19T	22.4	5
	Tailandia	7.3	17	13.2	5	19.7	9
Turquía	7.4	15T	7.1	12	14.2	15	
	TOTAL	7.9		9.3		16.9	
Bajo	Angola	22.8	1	19.5	1	40.8	1
	Egipto	4.0	36T	5.9	17T	9.8	28
	India	8.8	13	2.7	40T	11.4	23
	Indonesia	3.1	41	11.1	7	14.1	16
	Madagascar	10.3	9T	10.9	8	20.7	8
	Marruecos	3.3	38T	3.5	35	6.7	38
	Sudán	10.3	9T	12.6	6	22.2	6
	TOTAL	9.0		9.4		18.0	

T: Indica la existencia de un empate entre dos o más países.

Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Emprendedores establecidos		Descontinuación de negocios en los últimos 12 meses	
Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países
7.5	22T	1.6	46T
3.1	46	8.5	5
9.1	16	3.9	24
6.5	27T	5.0	17T
7.5	22T	8.6	4
4.2	40T	3.0	33
8.5	18	7.1	11
6.1	33T	2.3	41
4.2	40T	3.4	29T
2.6	47	5.1	16
4.6	38	3.6	28
6.8	25T	2.4	39T
6.1	33T	1.7	45
7.9	21	4.7	20T
2.5	48	2.9	34
10.8	14	3.4	29T
6.8	25T	3.8	25
4.2	40T	5.0	17T
6.4	29T	1.6	46T
3.4	44	3.7	26T
6.2	32	1.8	43T
6.4	29T	3.4	29T
13.0	7	2.4	39T
1.9	49	3.1	32
6.4	29T	2.7	35
12.5	8	2.5	36T
4.9	37	1.6	46T
5.3	36	3.7	26T
11.5	12	2.0	42
13.9	6	5.4	14
5.6	35	6.6	12
6.6		3.8	
20.3	3	4.3	22T
8.4	19T	1.8	43T
3.2	45	2.5	36T
6.5	27T	4.7	20T
11.2	13	7.4	10
12.3	9	6.1	13
21.6	2	8.0	7
12.0	10	2.5	36T
8.4	19T	7.6	8T
19.6	4	8.1	6
8.7	17	5.2	15
12.0		5.3	
15.2	5	25.5	1
4.5	39	7.6	8T
7.0	24	4.9	19
11.8	11	1.4	49
22.4	1	4.3	22T
4.2	40T	10.4	3
10.2	15	17.3	2
10.7		10.2	

cobran factores diferentes a la capacidad económica. Entre estos se encontrarían el nivel de desarrollo del ecosistema emprendedor, el entorno cultural para el emprendimiento y las políticas y regulaciones existentes en cada país.

A nivel de regiones, Latinoamérica y el Caribe cuenta con los mayores índices de TEA (18.3%), seguida de Norteamérica (17.2%), África (16.2%) y Asia (12.2%). Europa es la región con el índice TEA más bajo (7.8%) (figura 6).

En el Perú, el índice TEA para esta edición alcanzó un valor de 22.4%. Esto sitúa a la economía peruana en el quinto puesto a nivel global y en el tercero en Latinoamérica y el Caribe, siendo superada únicamente por Guatemala (27.5%) y Chile (25.1%). Otros países de la región, como Colombia (21.2%) y Brasil (17.9%), ocupan posiciones posteriores.

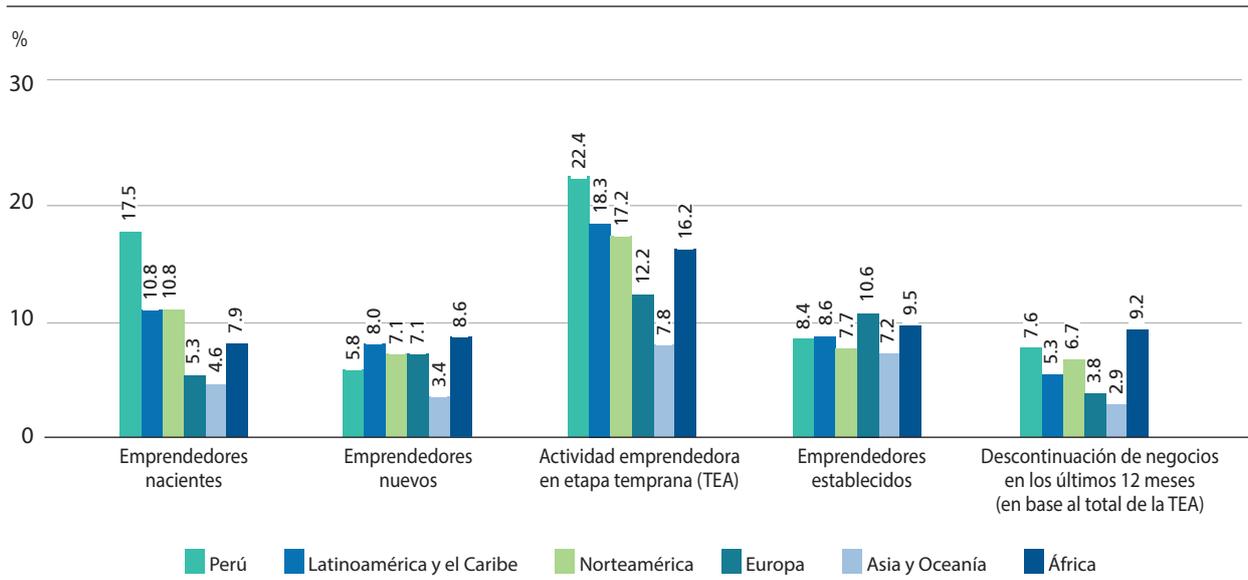
A través del tiempo, la TEA en el Perú mantiene una tendencia relativamente estable pese a la existencia de variaciones en el PBI per cápita (figura 7). Esto lleva a reflexionar que el crecimiento o la desaceleración económica no impacta en la predisposición a desarrollar nuevas iniciativas emprendedoras.

3.2. Los emprendedores establecidos

Los emprendedores establecidos se definen como el porcentaje de la población entre 18 y 64 años que posee y gestiona un negocio en funcionamiento y ha pagado salarios u otro tipo de remuneración a sus empleados, proveedores y propietarios por más de 42 meses (3.5 años). Estos emprendedores también cumplen un rol importante en la economía, debido a que contribuyen a la sostenibilidad de un país.

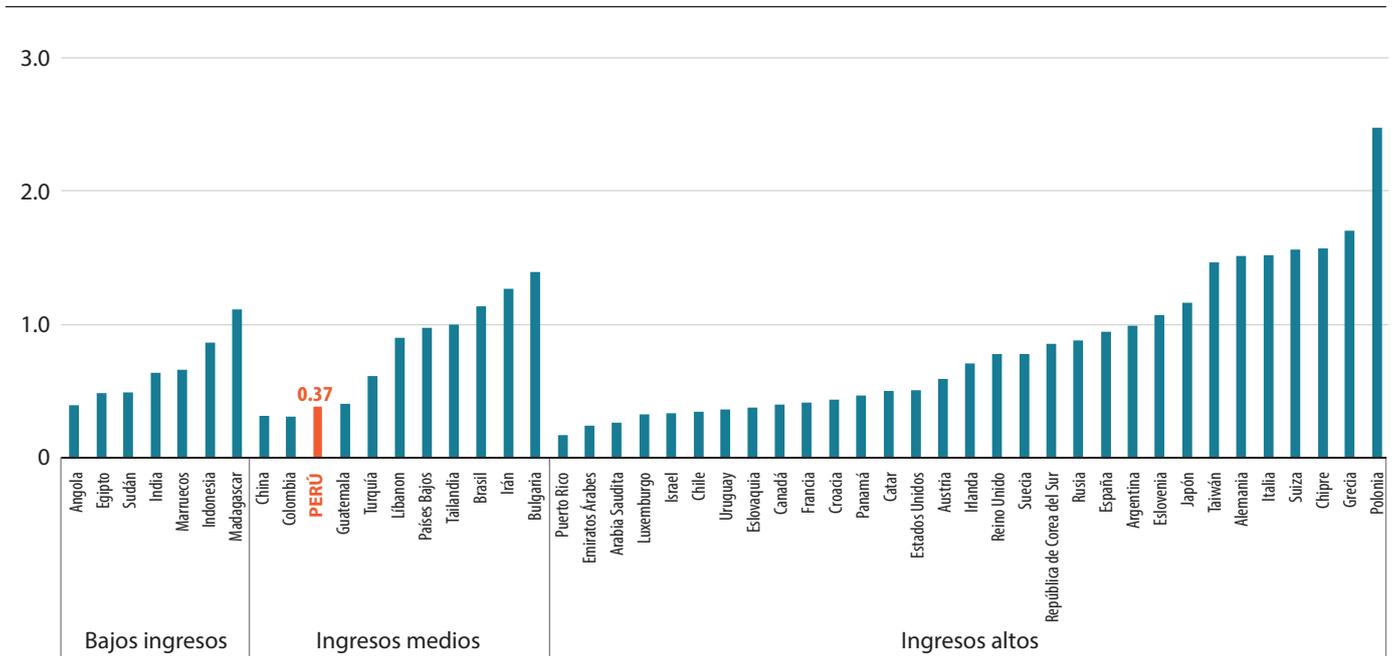
La figura 8 presenta la proporción de emprendedores establecidos respecto a los emprendedores en etapa temprana; es decir, muestra cuántos emprendedores establecidos hay por cada emprendedor en etapa temprana. Obtener un ratio mayor que 1 significa que en el país existen mejores condiciones para la consolidación de las empresas; por el contrario, un ratio menor que 1

Figura 6. Nivel de actividad en cada etapa del proceso emprendedor por región



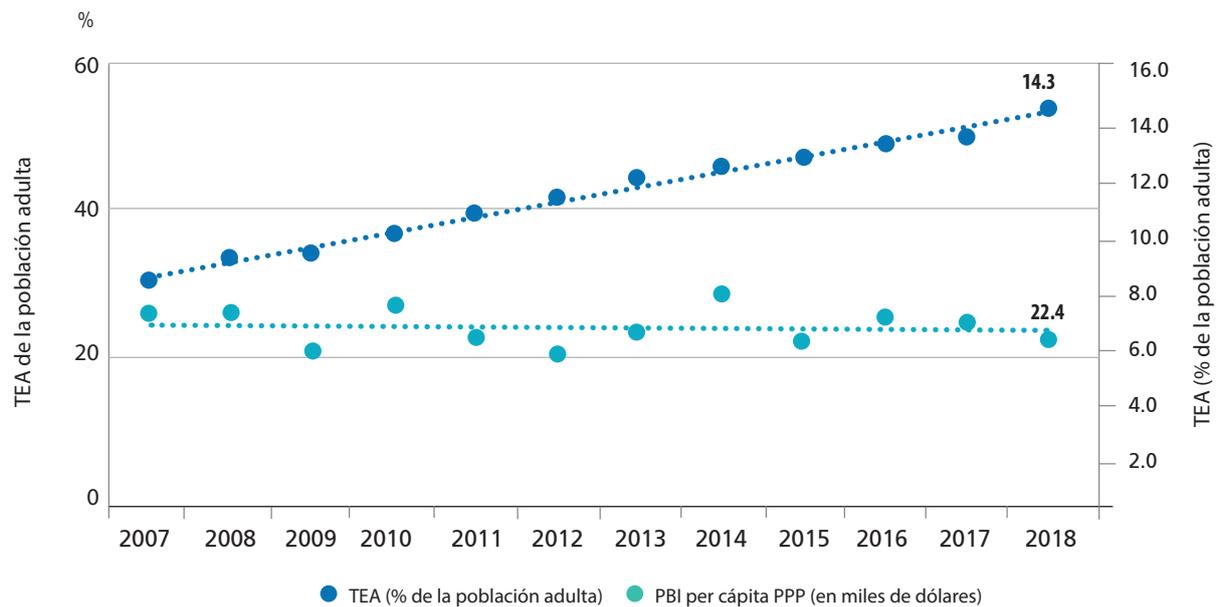
Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 8. Índice de consolidación de los emprendimientos por país (ratio emprendedores establecidos/emprendedores en etapa temprana)



Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 7. Evolución de la actividad emprendedora en etapa temprana (TEA) comparada con el PBI per cápita en el Perú (2007-2018)



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

indica que una proporción de nuevos emprendimientos desaparece antes de lograr su consolidación.

En el caso de las economías de ingresos bajos, Madagascar encabeza el grupo con un ratio de 1.08, es decir, por cada 100 emprendedores en etapa temprana existen 108 emprendedores establecidos. En contraste, Angola presenta un ratio de solo 0.37, es decir, por cada 100 emprendedores en etapa temprana solo existen 37 emprendedores establecidos.

Para las economías de ingresos medios, el rango oscila entre el 0.30 de China y 1.39 de Bulgaria. Finalmente, entre los países de ingresos altos, destaca Polonia, con un ratio de 2.48, frente a Puerto Rico, cuyo ratio es de 0.16.

En el caso peruano, este ratio es de 0.37. Es decir, por cada 100 emprendimientos en etapa temprana existen solo 37 emprendimientos establecidos. Tal índice no ha mantenido variaciones importantes desde el año 2008, como muestra la figura 9. Esto implica que,

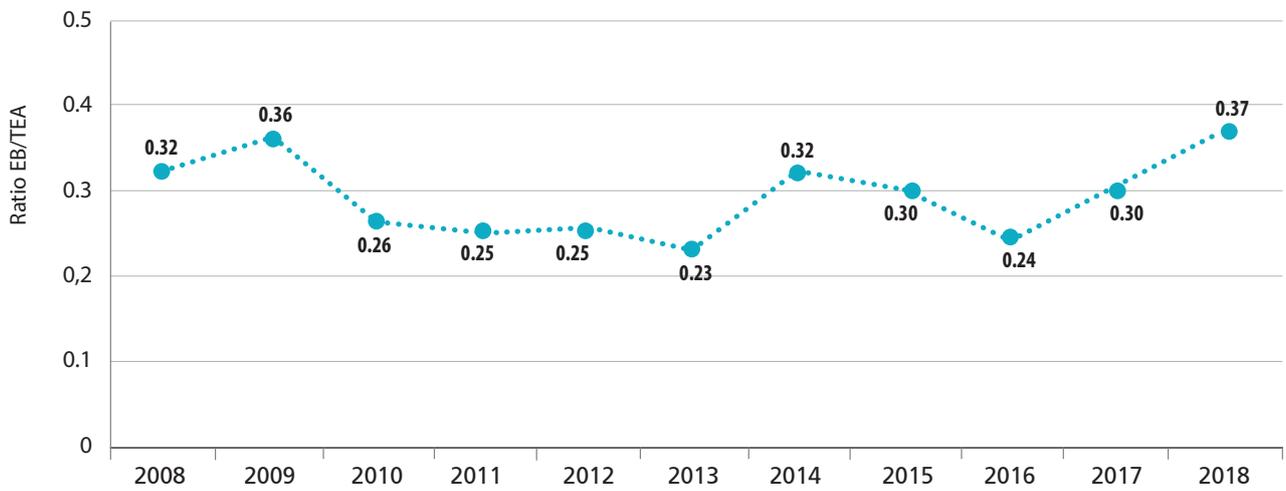
dentro de las condiciones que actualmente ofrece el contexto empresarial, solo una proporción pequeña de emprendimientos en etapa temprana logra consolidarse.

3.3. Descontinuación de la actividad emprendedora

El GEM emplea el índice de descontinuación para conocer la dinámica de cierre de las empresas. Este índice complementa la información proveída por la TEA y el índice de emprendedores establecidos como componentes del dinamismo empresarial de una economía. El GEM define el índice de descontinuación como el porcentaje de la población adulta entre los 18 y 64 años de edad que en los últimos 12 meses ha cerrado o vendido su negocio, o ha cesado su relación de propietario-gerente con este.

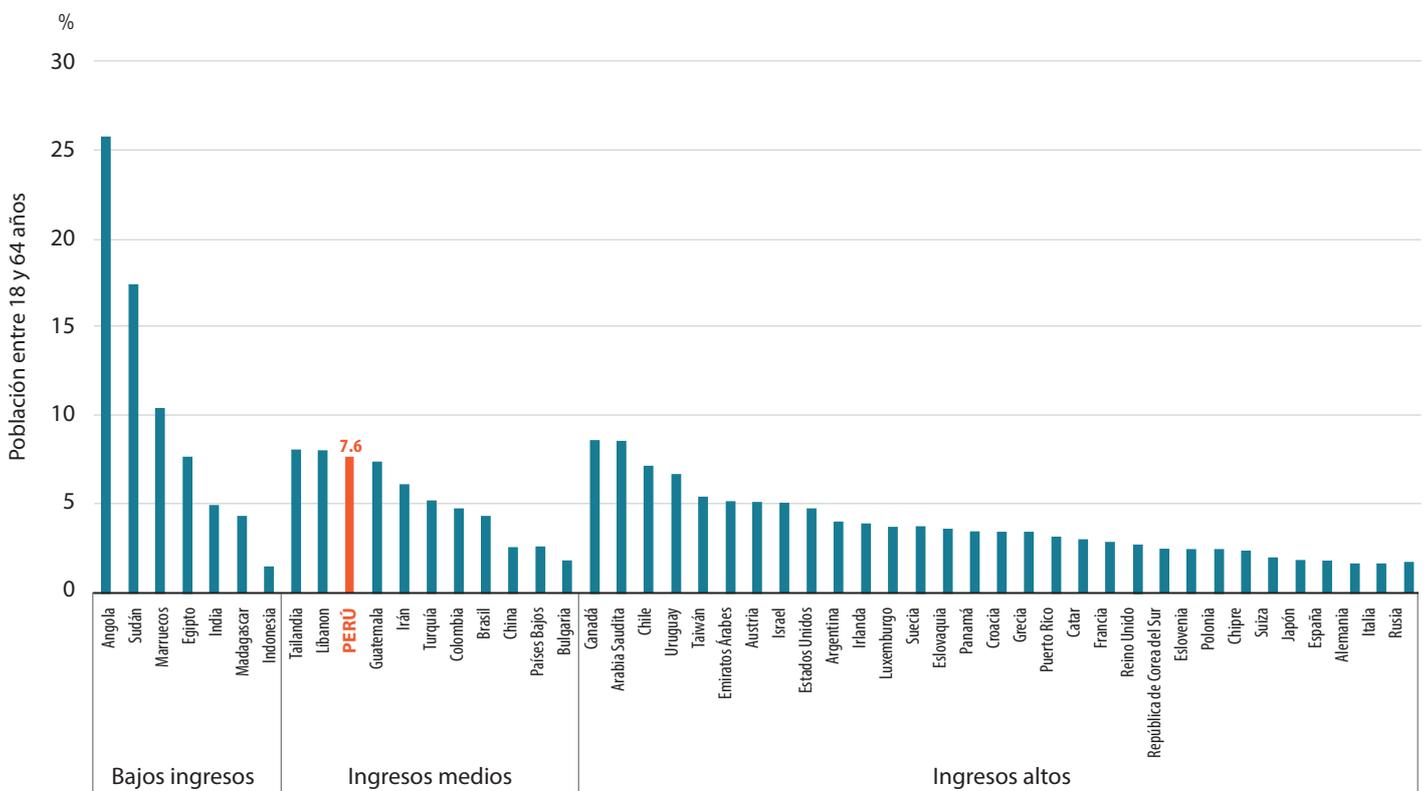
De acuerdo con la figura 10, el índice de descontinuación, en promedio, tiende a ser más bajo a medida que el país pasa de ser una economía de ingresos bajos a una de ingresos altos. En esta edición, el grupo de países

Figura 9. Evolución del índice de consolidación de los emprendimientos (ratio emprendedores establecidos / emprendedores en etapa temprana) en el Perú (2008-2018)



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 10. Descontinuación de los negocios por país



Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

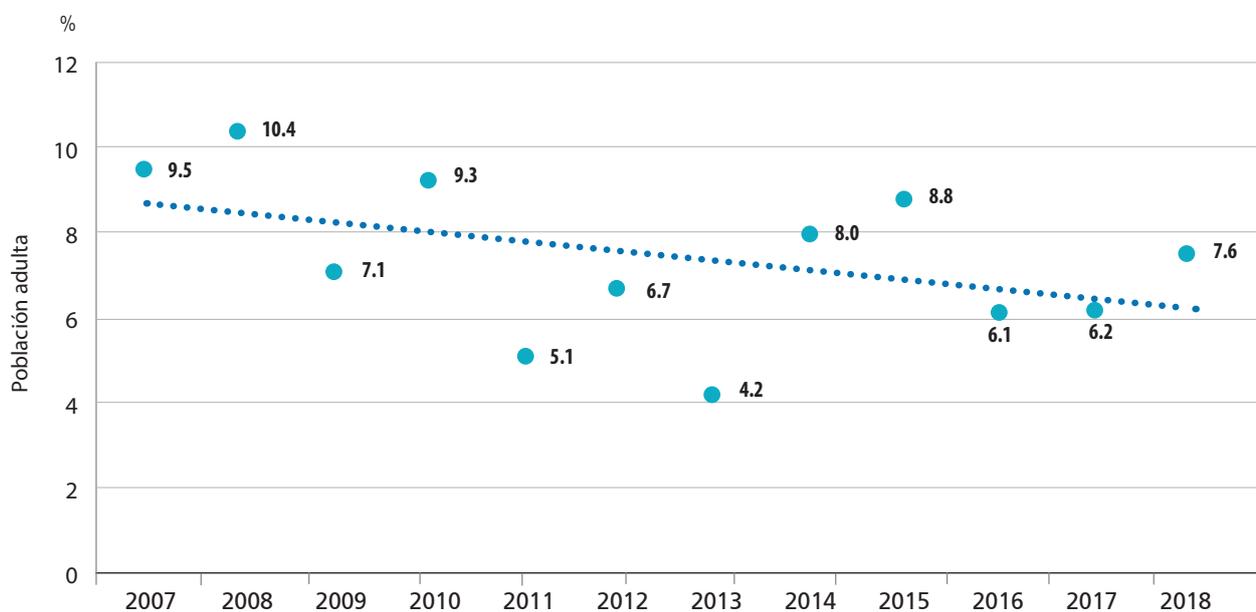
de ingresos bajos tiene un índice de discontinuación promedio de 10.2%; los países de ingresos medios, un índice de 5.3%; y los de ingresos altos, de 3.8%.

Esto es consistente con los hallazgos presentados para el índice TEA y el de emprendedores establecidos. En los países con economías de bajos ingresos, los altos índices de TEA se acompañan de elevados índices de discontinuación y, por ende, de bajos índices de negocios establecidos. Por el contrario, en los países con ingresos altos, los bajos niveles de TEA van de la mano con menores índices de discontinuación y, por ende, con mayores porcentajes de negocios consolidados.

En el Perú, el índice de discontinuación para la presente edición se encuentra en 7.6%, situándose el país en la posición 8 a nivel mundial. Durante la última década, este indicador en el Perú ha mostrado una ligera tendencia hacia el descenso (figura 11). Pese a ello, aún se encuentra por encima del promedio de la región latinoamericana (5.3%) y de los países con economías basadas en eficiencia (5.3%).

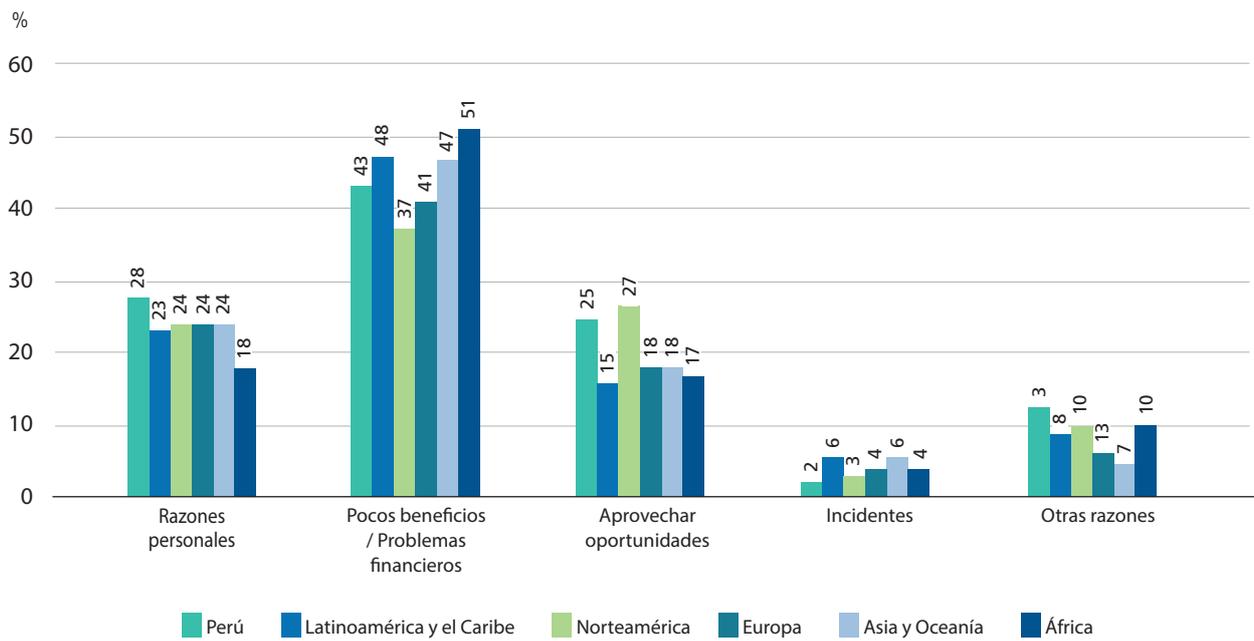
Las razones más importantes por las cuales los emprendedores peruanos discontinúan un negocio son presentadas en la figura 12. Como se puede apreciar, encabezan la lista los problemas de rentabilidad y de

Figura 11. Evolución de la discontinuación de los negocios en el Perú (2007-2018)



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 12. Razones detrás de la discontinuación de los negocios por región



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

obtención de financiamiento (43.0%), seguidos de las razones personales (28.0%) y la identificación de otras oportunidades más atractivas para el emprendedor (25%), las cuales no necesariamente implican nuevos negocios sino también la reinserción al mercado laboral como dependiente.

Cabe destacar que en el Perú las razones personales explican la discontinuación de los negocios en mayor

medida que en el promedio de la región latinoamericana. Asimismo, los problemas de rentabilidad y de obtención de financiamiento explican en menor medida la discontinuación en comparación con el promedio de la región. Estos resultados abren la posibilidad para que futuras investigaciones profundicen con mayor detalle en estas particularidades.

4

Perfil del emprendedor peruano

Un mayor conocimiento sobre los emprendedores brinda la posibilidad de identificarlos, analizarlos, conocer su problemática y a partir de ello desarrollar políticas públicas y programas gubernamentales que fomenten su desarrollo. En este capítulo buscamos contribuir a ese objetivo presentando el perfil del emprendedor peruano con base en sus características personales, así como en las características de sus emprendimientos.

4.1. Características del emprendedor peruano

En esta sección se presentan las características demográficas y psicográficas de los emprendedores peruanos. Se analizan aspectos como edad, sexo, nivel de instrucción y motivaciones que los llevan a poner en marcha un negocio.

4.1.1. El emprendedor según su motivación

De acuerdo con el GEM, la decisión de emprender un negocio puede estar guiada por dos tipos de motivaciones: necesidad u oportunidad. En el primer caso, se busca generar ingresos propios para subsistir ante situaciones de desempleo o ante la disconformidad con las condiciones que ofrece un trabajo como dependiente. Mientras que en el segundo caso se actúa impulsado por la identificación de oportunidades en el mercado y el interés en aprovecharlas o por el deseo de cumplir aspiraciones personales.

Al respecto, se ha observado que la proporción de los emprendimientos en etapa temprana motivados por oportunidad es menor en países cuyas economías se basan en recursos, debido a los bajos niveles de

especialización que impiden identificar y aprovechar nuevas oportunidades. La participación de este tipo de emprendimientos se incrementa conforme los países avanzan hacia un modelo económico basado en eficiencia o innovación.

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

Dentro del grupo de las economías de bajos ingresos, por cada emprendimiento por necesidad existen en promedio 1.2 emprendimientos por oportunidad (ver índice de motivación para emprender). En este grupo destacan los casos de Madagascar, Sudán e Indonesia, donde más del 40% de los emprendimientos se basan en el aprovechamiento de las oportunidades del mercado.

En el grupo de economías de ingresos medios, por cada emprendimiento por necesidad existen en promedio 1.7 emprendimientos por oportunidad. Dentro de este grupo destacan los casos de Tailandia, Perú y Brasil,

Tabla 4. Motivaciones para emprender por país

Nivel de ingresos	Países	Actividad emprendedora en etapa temprana (TEA)		Motivación para emprender por necesidad (% de la TEA)		Motivación para emprender por oportunidad (% de la TEA)	
		Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países	Porcentaje	Posición 49 países
Alto	Alemania	5.0	47	16.7	32	52.8	15
	Arabia Saudita	12.1	20T	29.9	12	44.6	26T
	Argentina	9.1	33	27.9	15T	37.8	41
	Austria	10.9	24	15.9	36	38.1	40
	Canadá	18.7	10	13.7	38	44.6	26T
	Catar	8.5	34	16.5	33	56.0	11
	Chile	25.1	3	23.6	22	59.7	8
	Chipre	3.9	49	11.5	43	65.5	5
	Croacia	9.6	30T	32.3	9	44.3	28
	Emiratos Árabes	22.2	6	20.6	28	51.0	16
	Eslovaquia	12.1	20T	27.0	18	49.6	18
	Eslovenia	6.4	39T	24.2	21	47.3	22
	España	6.4	39T	22.6	25	43.8	31
	Estados Unidos	15.6	13	8.1	48	56.4	10
	Francia	6.1	42	22.3	26	63.7	6
	Grecia	6.4	39T	15.6	37	47.4	21
	Irlanda	9.6	30T	19.5	30	43.4	32T
	Israel	9.7	29	16.4	34	43.9	30
	Italia	4.2	48	11.4	44	31.2	44
	Japón	5.3	45	20.2	29	39.1	39
	Luxemburgo	10.7	25T	12.0	42	55.7	12
	Países Bajos	12.3	19	8.9	46	69.3	2
	Panamá	13.8	17	13.0	39	70.4	1
	Polonia	5.2	46	8.4	47	55.1	13
	Puerto Rico	11.6	22	22.9	24	39.7	38
	Reino Unido	8.2	35	12.9	40	48.2	19
	República de Corea del Sur	14.7	14	21.0	27	67.1	4
Suecia	6.8	37	9.3	45	40.9	36	
Suiza	7.4	36	7.4	49	67.8	3	
Taiwán	9.5	32	24.5	20	56.8	9	
Uruguay	15.7	12	29.4	13	40.0	37	
	TOTAL	10.4		18.2		50.7	
Medio	Brasil	17.9	11	37.5	6	50.4	17
	Bulgaria	6.0	43	28.6	14	27.5	46
	China	10.4	27	27.8	17	25.5	48
	Colombia	21.2	7	12.2	41	43.4	32T
	Guatemala	27.5	2	37.7	5	46.1	25
	Irán	10.7	25T	36.4	7	46.3	24
	Líbano	12.7	18	36.1	8	47.5	20
	PERÚ	22.4	5	23.1	23	53.1	14
	Rusia	5.6	44	39.8	3	31.6	43
	Tailandia	19.7	9	17.9	31	63.6	7
	Turquía	14.2	15	16.3	35	28.2	45
	TOTAL	15.3		28.5		42.1	
Bajo	Angola	40.8	1	38.8	4	36.3	42
	Egipto	9.8	28	47.6	1	26.0	47
	India	11.4	23	46.3	2	25.4	49
	Indonesia	14.1	16	25.2	19	44.2	29
	Madagascar	24.1	4	31.3	10	42.5	34
	Marruecos	20.7	8	31.2	11	41.0	35
	Sudán	6.7	38	27.9	15T	46.7	23
	TOTAL	18.2		35.5		37.4	

Índice de motivación para emprender (oportunidad / necesidad)	
Porcentaje	Posición 49 países
3.2	15T
1.5	34
1.4	35T
2.4	22
3.3	13T
3.4	12
2.5	20T
5.7	5
1.4	35T
2.5	20T
1.8	29T
2.0	26
1.9	27T
6.9	3
2.9	18
3.0	17
2.2	25
3.3	13T
2.7	19
1.9	27T
4.6	7
7.8	2
5.4	6
6.6	4
1.7	31T
3.7	9
3.2	15T
4.4	8
9.1	1
2.3	23T
1.4	35T
3.4	
1.3	39T
1.0	44
0.9	45T
3.6	10T
1.2	43
1.3	39T
1.3	39T
2.3	23T
0.8	47
3.6	10T
1.7	31T
1.7	
0.9	45T
0.5	48T
0.5	48T
1.8	29T
1.4	35T
1.3	39T
1.7	31T
1.2	

donde más del 50% de los emprendimientos se basan en el aprovechamiento de las oportunidades del mercado.

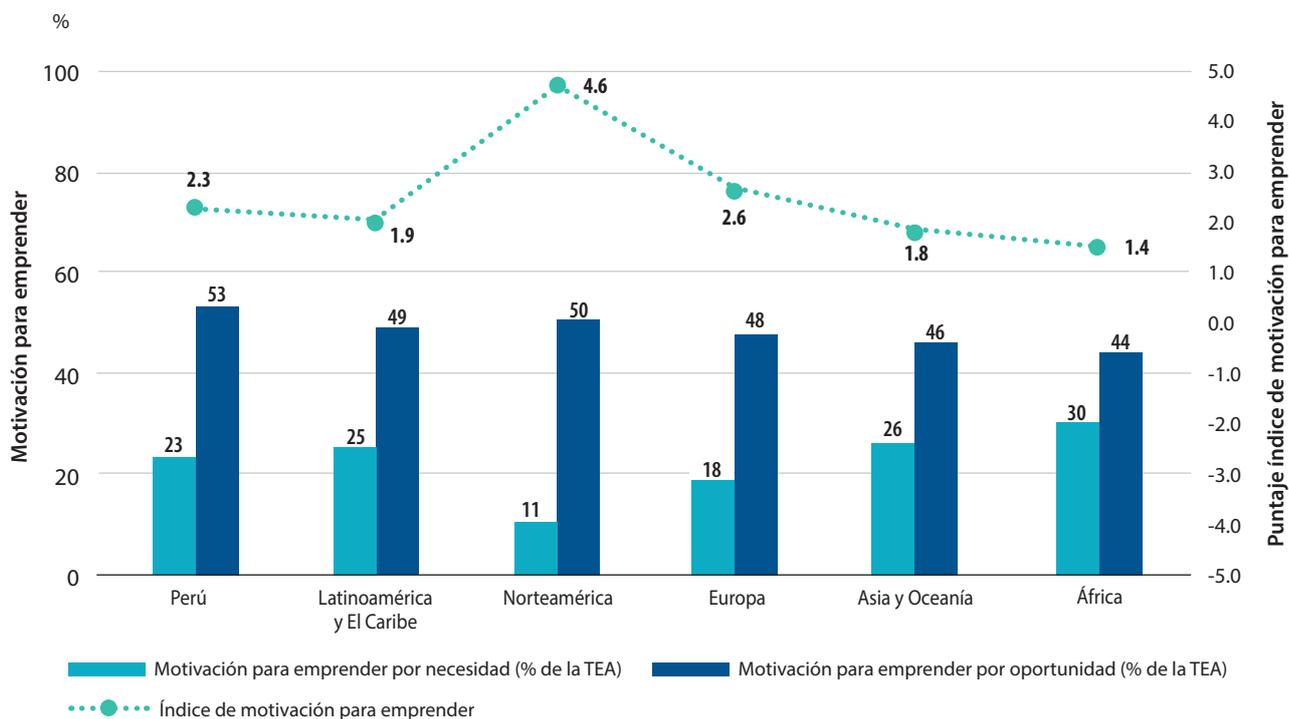
En el grupo de economías de altos ingresos, por cada emprendimiento por necesidad existen en promedio 3.4 emprendimientos por oportunidad. Dentro de este grupo destacan los casos de Panamá, Países Bajos, Suiza, República de Corea del Sur, Chipre y Francia, donde más del 60% de los emprendimientos se basan en el aprovechamiento de las oportunidades del mercado.

Al analizar los resultados por región geográfica (figura 13), se identificó que Norteamérica presenta en promedio el índice más alto de motivación para emprender (por cada emprendimiento por necesidad existen 4.6 emprendimientos por oportunidad). Le siguen muy por debajo Europa (2.6), Latinoamérica y el Caribe (1.9), Asia (1.8) y, finalmente, África (1.4). El índice de motivación para emprender en el caso peruano (2.3) se encuentra por encima del promedio de la región latinoamericana y de las economías de ingresos medios.

En la figura 14 se analiza la evolución de los emprendimientos peruanos en etapa temprana motivados por oportunidad y por necesidad. Los datos permiten identificar que la naturaleza del emprendimiento está cambiando de manera sostenida en favor del aprovechamiento de oportunidades existentes en el mercado. En el 2007, la proporción de emprendimientos motivados por oportunidad en el país fue de 45.4%. En esta última edición, la proporción de emprendimientos por oportunidad fue 53.1%.

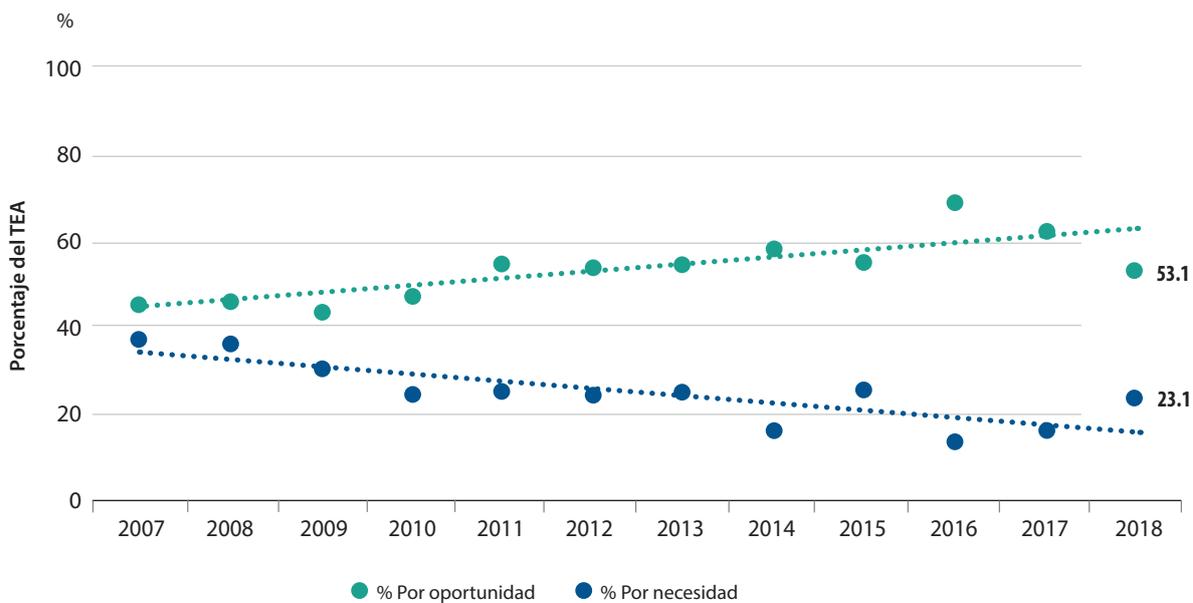
El GEM investiga dos aspectos claves del emprendimiento por oportunidad, los cuales permiten comprenderlo con mayor precisión: si la iniciativa fue llevada a cabo como resultado de un deseo de independencia laboral o por el interés de incrementar los ingresos personales. Como se muestra en la figura 15, entre las iniciativas en etapa temprana la motivación para emprender por oportunidad es explicada en mayor medida por el interés en incrementar los ingresos (57%).

Figura 13. Motivaciones para emprender por región



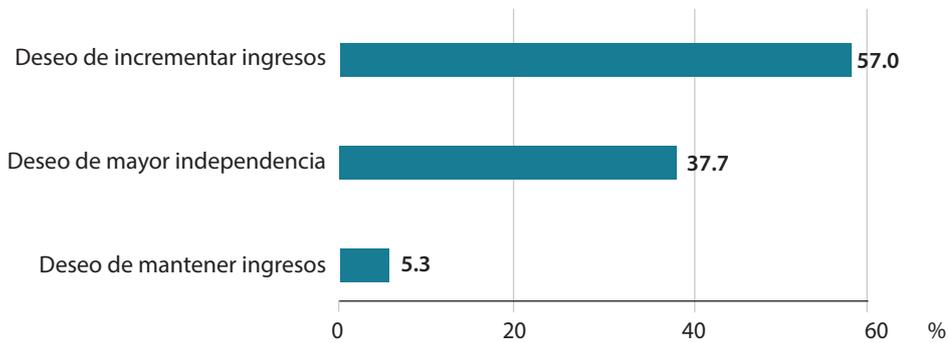
Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 14. Evolución del emprendimiento en etapa temprana (TEA) motivado por necesidad y oportunidad en el Perú (2007-2018)



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 15. Razones específicas detrás del emprendimiento en etapa temprana (TEA) motivado por oportunidad en el Perú



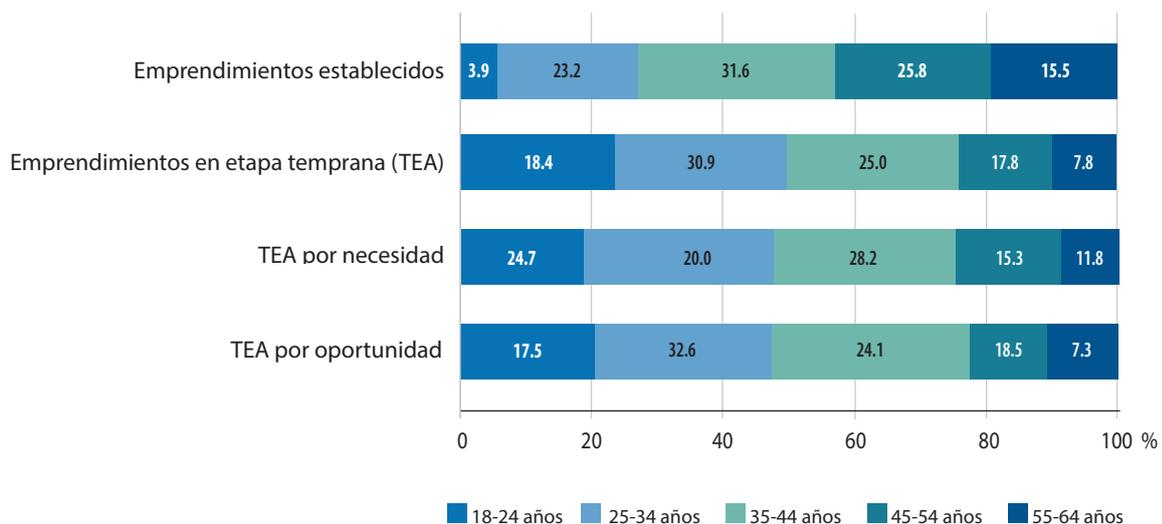
Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

4.1.2. Edad

En el Perú, como se aprecia en la figura 16, los emprendimientos en etapa temprana, en comparación con los emprendimientos establecidos, tienden a ser desarrollados por personas más jóvenes. Al respecto, la edad promedio de los emprendedores en etapa temprana es de 35.9

años, y el 76.2% de ellos se encuentra entre los 18 y los 44 años. En cambio, los emprendedores establecidos tienen una edad promedio de 42.5 años, y el 75.7% de ellos se encuentra entre los 25 y 54 años. No se identificaron diferencias sustanciales al analizar a los emprendedores en etapa temprana según su motivación.

Figura 16. Distribución por grupos de edad de los emprendedores en etapa temprana (TEA) y los emprendedores establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

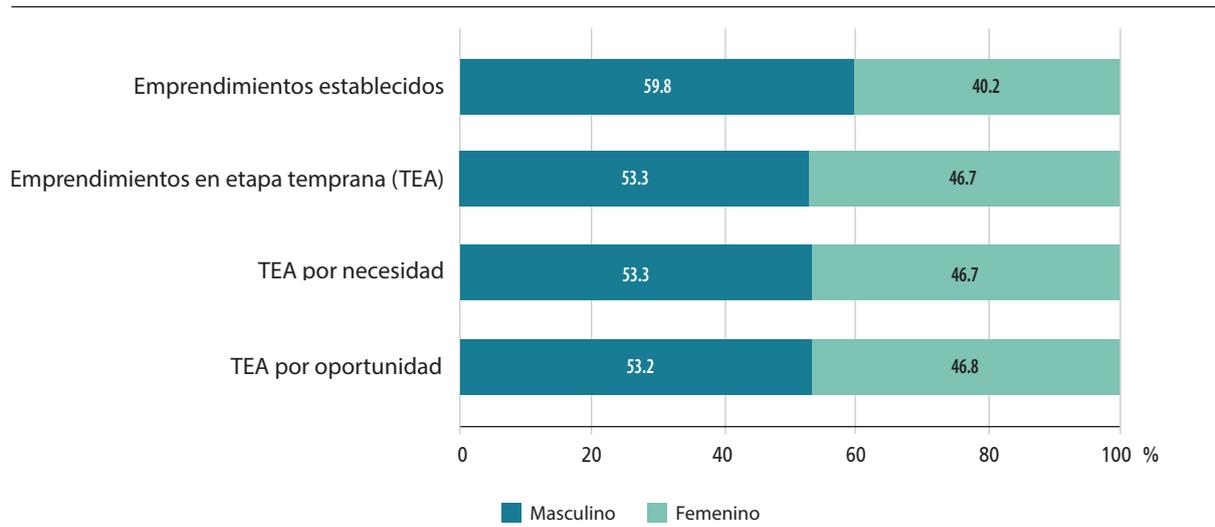
4.1.3. Género

A nivel de género, se observa la predominancia masculina entre los emprendedores establecidos. En este grupo, el 59.8% son hombres. Esta predominancia se reduce en el caso de los emprendimientos en etapa temprana, donde el 53.3% son hombres. Al analizar los emprendimientos en etapa temprana según sus motivaciones, no se observan diferencias relevantes en cuanto al género (figura 17).

Tal como se aprecia en la figura 18, en el país se ha alcanzado una paridad de género en cuanto a las iniciativas en etapa temprana motivadas por oportunidad. En esta última edición, por cada emprendedor hombre motivado por necesidad existen 3.2 emprendedores hombres por oportunidad. Este valor es el mismo para el caso de las mujeres.

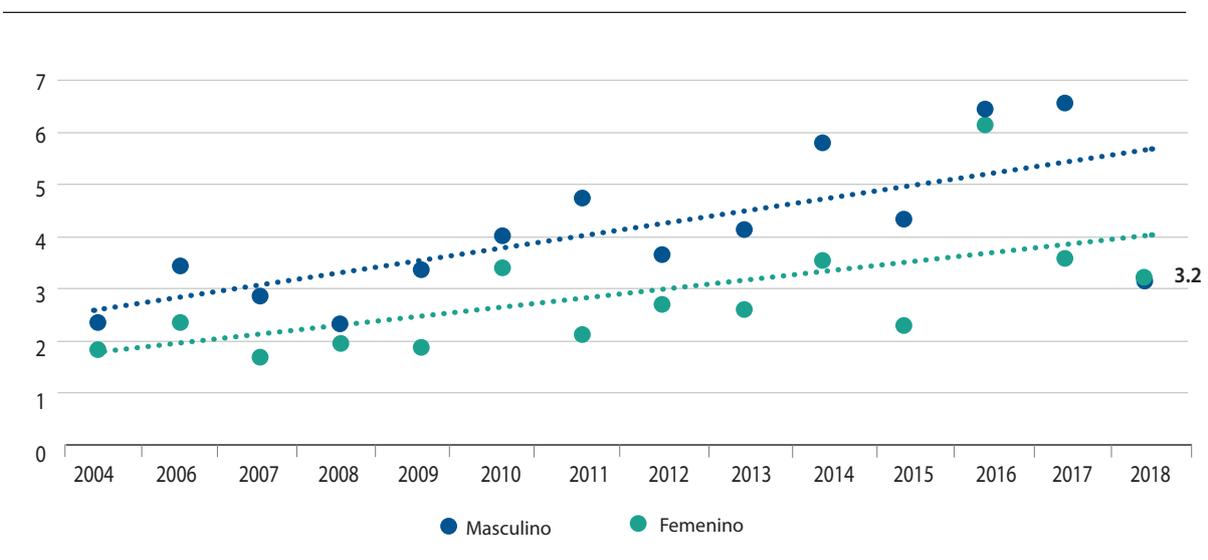
Las diferencias son relevantes en cuanto a los sectores en los cuales se decide emprender. La figura 19 muestra

Figura 17. Distribución por sexo de los emprendedores en etapa temprana (TEA) y los emprendedores establecidos en el Perú



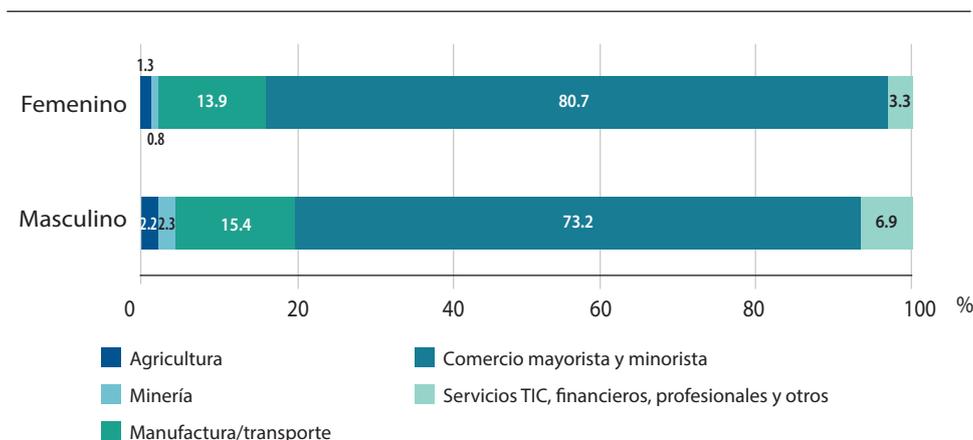
Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 18. Evolución del ratio TEA por oportunidad/TEA por necesidad diferenciado por sexo del emprendedor en el Perú (2004-2018)



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 19. Distribución sectorial de los emprendedores en etapa temprana (TEA) por sexo en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

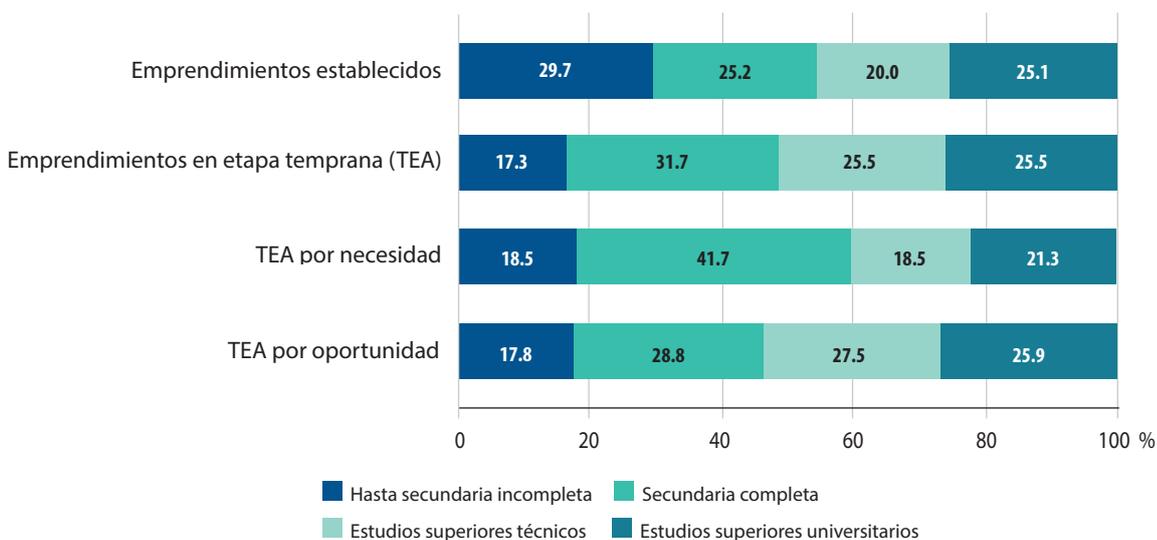
que las mujeres realizan emprendimientos vinculados al comercio mayorista y minorista en mayor medida que los hombres (80.7% del total de negocios emprendidos por mujeres pertenecen a ese sector en comparación con el 73.2% para el caso de los hombres). Por otro lado, en el sector de servicios TIC, financieros y profesionales existe una mayor presencia de hombres (6.9% del total de negocios emprendidos por hombres pertenecen a ese sector en comparación con el 3.3% para el caso de las mujeres). Al respecto, debe considerarse que el valor generado por este último sector se basa principalmente en el conocimiento.

No existen diferencias relevantes por género a nivel de los emprendimientos pertenecientes a los sectores de manufactura y transporte, agricultura y minería.

4.1.4. Educación

En cuanto al nivel educativo, los emprendedores peruanos en etapa temprana muestran mayores niveles de educación comparados con los emprendedores establecidos (figura 20). Al respecto, el 29.7% de los emprendedores establecidos no culminaron los estudios secundarios. Este valor se reduce a 17.3% en el caso de

Figura 20. Nivel educativo de los emprendedores en etapa temprana (TEA) y los emprendedores establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

los emprendedores en etapa temprana. Asimismo, se identifican marcadas diferencias a nivel de los emprendedores en etapa temprana según su motivación. En los emprendedores motivados por oportunidad, el 53.4% cuenta con estudios superiores, mientras que en aquellos motivados por necesidad solo el 39.8% ha alcanzado ese mismo nivel de estudios. Es dentro del segmento de emprendedores con estudios superiores donde existe mayor potencial para el desarrollo de iniciativas con alto grado de innovación, por lo que este grupo resulta crucial para el desarrollo de programas y políticas de gobierno.

Por otro lado, la brecha en educación se mantiene a nivel de género en el caso de los emprendedores peruanos en etapa temprana. Así, el 28.9% de los emprendedores hombres en etapa temprana tiene estudios superiores universitarios, frente al 21.3% de sus pares mujeres (figura 21). Al respecto, un mayor nivel educativo, sobre todo con enfoque en emprendimiento, potencia las capacidades requeridas para identificar oportunidades en el mercado y brinda las herramientas necesarias para poder aprovecharlas.

4.1.5. Situación laboral

Dentro del proceso de emprendimiento, el autoempleo es una característica cuya importancia se incrementa conforme el negocio va consolidándose en el mercado.

En muchas ocasiones, cuando el negocio recién se inicia, el propietario ocupa la mayor parte de su tiempo en otras actividades económicas, sea como dependiente o independiente. Cuando el negocio se afianza, requiere un mayor tiempo de dedicación por parte del propietario, y genera ingresos suficientes como para emplear a este a tiempo completo. Dicha situación se ve reflejada en las respuestas de los emprendedores mostradas en la figura 22. El porcentaje de emprendedores peruanos que se consideran empleados o autoempleados asciende a 74.6% y a 92.2% para los emprendedores establecidos.

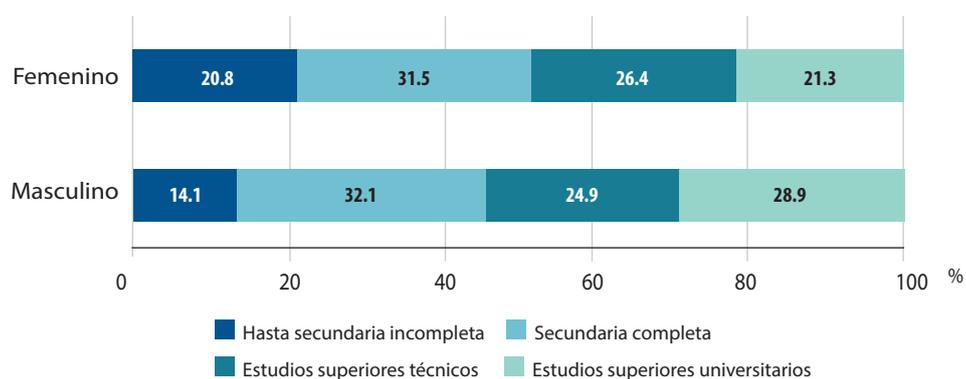
4.2. Características del emprendimiento

En esta sección se analizan las características de las iniciativas emprendedoras. Para ello, se consideran aspectos como el sector económico, el tamaño del emprendimiento y el potencial impacto que pueden ocasionar en cuanto a generación de empleo, nivel de innovación, uso de tecnología y orientación hacia la internacionalización.

4.2.1. Emprendimiento por sector económico

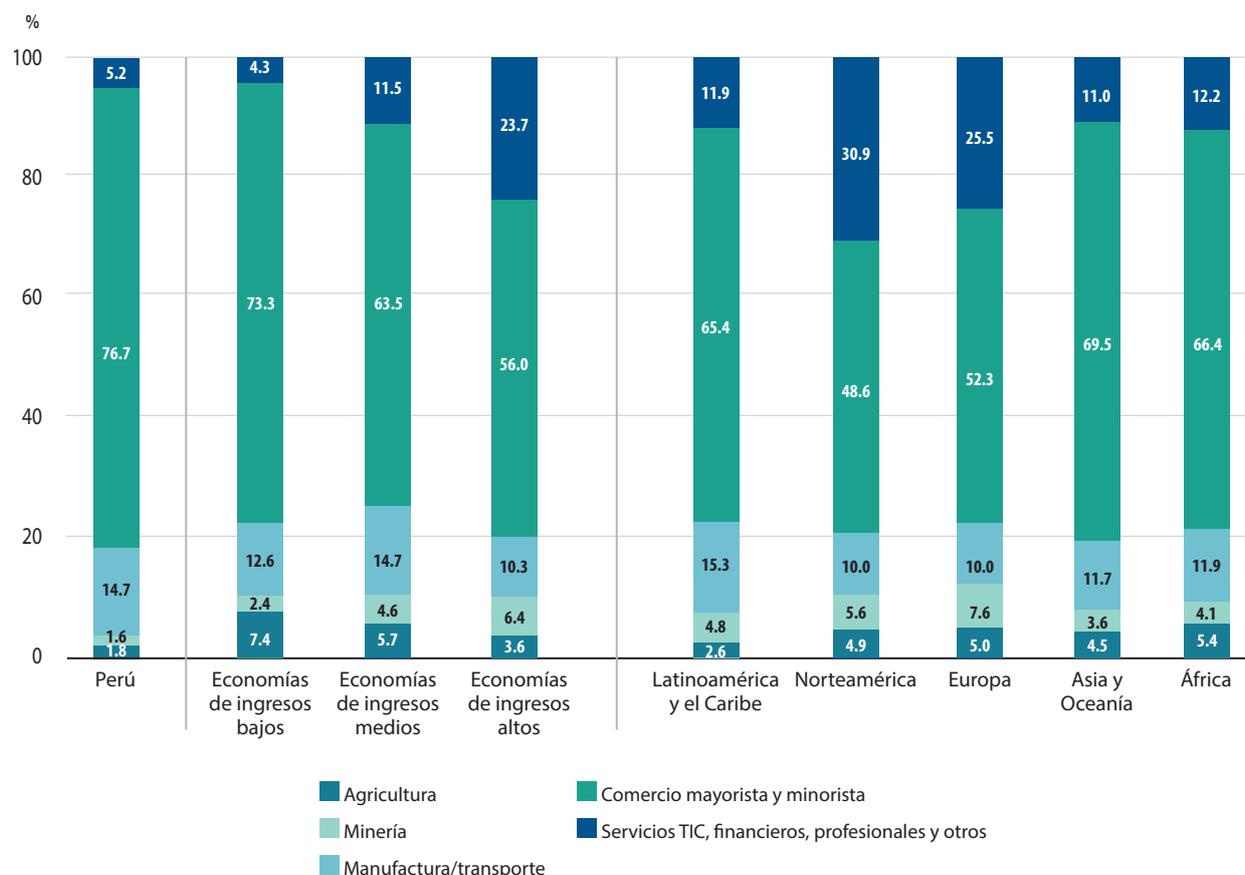
De acuerdo con los datos históricos del GEM, existe cierta relación entre el nivel de ingresos del país y los sectores económicos a los que pertenecen los emprendimientos en etapa temprana (figura 22). Así, en las economías

Figura 21. Nivel educativo de los emprendedores en etapa temprana (TEA) según el género en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 22. Distribución sectorial de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) por tipo de economía y región



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

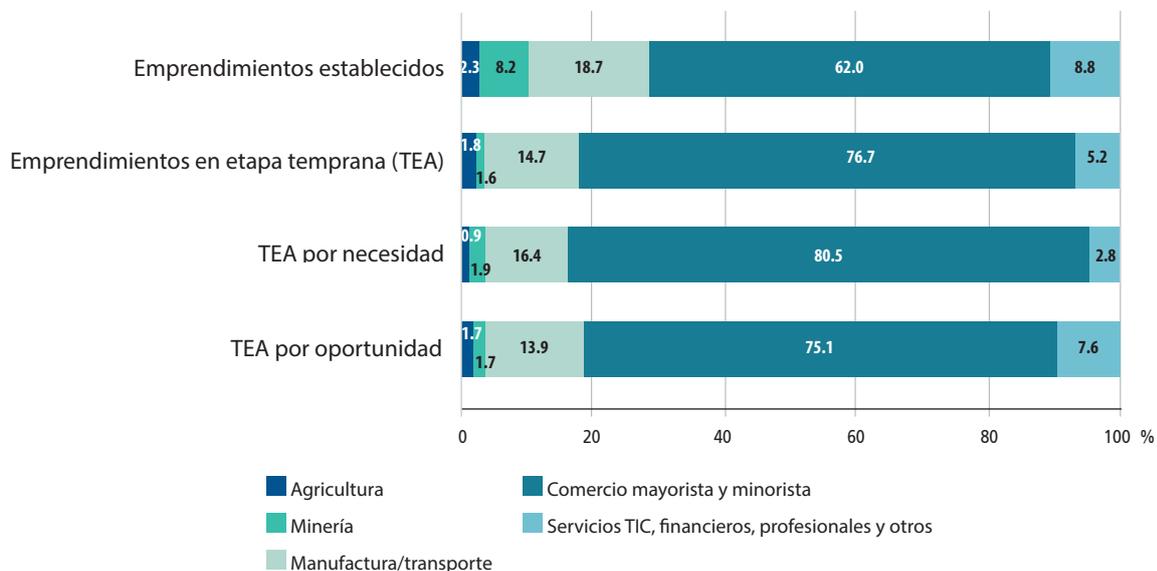
de bajos ingresos, existe una mayor propensión hacia el desarrollo de emprendimientos en etapa temprana pertenecientes a las categorías agricultura (7.4%) y comercio mayorista y minorista (73.3%). Esta proporción va disminuyendo conforme el país alcanza niveles de ingresos altos, caso en que la presencia de emprendimientos enfocados a brindar servicios TIC, financieros y profesionales cobra mayor relevancia (23.7%).

Al analizar el sector económico por región geográfica, se observa que los emprendimientos en etapa temprana en Norteamérica y Europa cuentan con una alta orientación hacia servicios TIC, financieros y profesionales (30.9% y 25.5% respectivamente). Por su parte, Latinoamérica y el Caribe, África y Asia muestran una mayor orientación hacia el desarrollo de emprendimientos en el sector comercio mayorista y minorista (65.4%, 66.4% y 69.5% respectivamente).

En el caso de los emprendimientos peruanos en etapa temprana, el comercio mayorista y minorista representa una proporción mayor respecto al promedio de la región latinoamericana y al promedio de las economías basadas en eficiencia. Mientras tanto, los servicios TIC, financieros y profesionales representan una menor proporción respecto a dichos promedios.

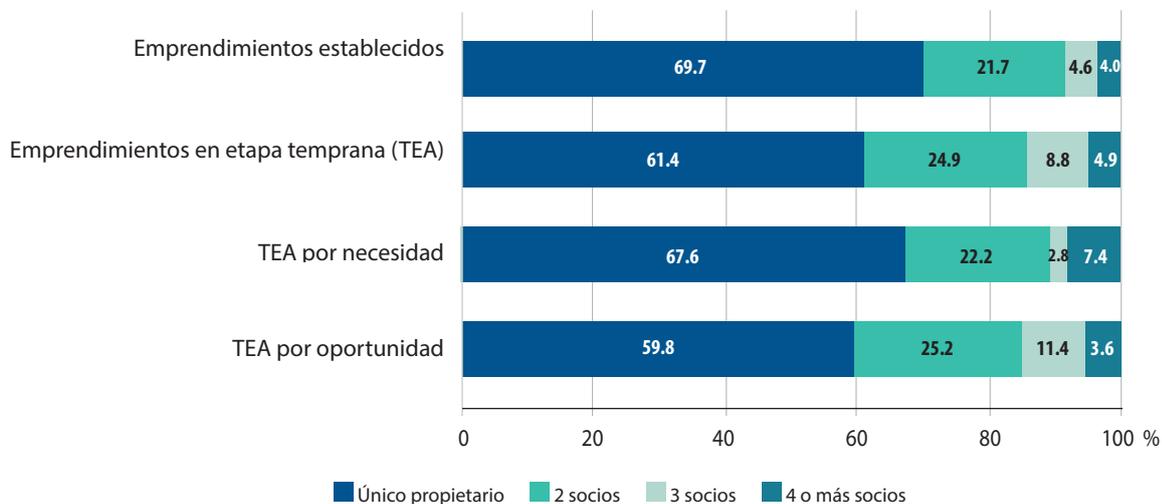
La figura 23 ofrece una mirada más desagregada sobre los sectores económicos donde participan los emprendedores peruanos. Los emprendedores en etapa temprana, comparados con los establecidos, tienen una mayor orientación a desarrollar negocios vinculados con el comercio mayorista y minorista (76.7% y 62% respectivamente). Además, los emprendimientos en etapa temprana por oportunidad, comparados con los por necesidad, muestran una más alta orientación a desarrollar negocios en los sectores TIC, financieros y servicios profesionales (7.6% y 2.8% respectivamente).

Figura 23. Distribución sectorial de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) y los emprendimientos establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 24. Número de propietarios de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) y los emprendimientos establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

4.2.2. Tamaño del emprendimiento por número de propietarios

En la figura 24 se puede apreciar que los emprendedores peruanos en etapa temprana tienen una mayor predisposición a desarrollar sus iniciativas de negocio junto con otros socios, en comparación con los emprendedores establecidos. Aun así, en ambos grupos, la gran mayoría de iniciativas de negocio son llevadas a cabo por un solo

propietario. Esta última situación representa el 61.4% de los casos en emprendedores en etapa temprana y el 69.7%, en emprendedores establecidos. Al analizar esta característica por tipo de motivación, se identificó que los emprendedores en etapa temprana motivados por oportunidad desarrollan sus iniciativas de negocio con una mayor cantidad de socios en comparación con aquellos motivados por necesidad.

4.2.3. Tamaño del emprendimiento por número de empleados actuales

La figura 25 muestra que los emprendimientos peruanos establecidos suelen contar con un mayor número de empleados en comparación con aquellos en etapa temprana. Esto se debería a que los primeros cuentan con un mayor tiempo en el mercado. Al respecto, el 92.2% de los emprendimientos establecidos emplea de manera remunerada al menos a una persona además de los propietarios. En el caso de los emprendimientos en etapa temprana, el 82.2% emplea de manera remunerada al menos a una persona además de los propietarios. Al analizar esta característica por tipo de motivación, se identificó que los emprendimientos en etapa temprana motivados por oportunidad cuentan con un mayor número de empleados en comparación con aquellos motivados por necesidad.

4.2.4. Impacto de la actividad emprendedora a nivel de generación de nuevos empleos

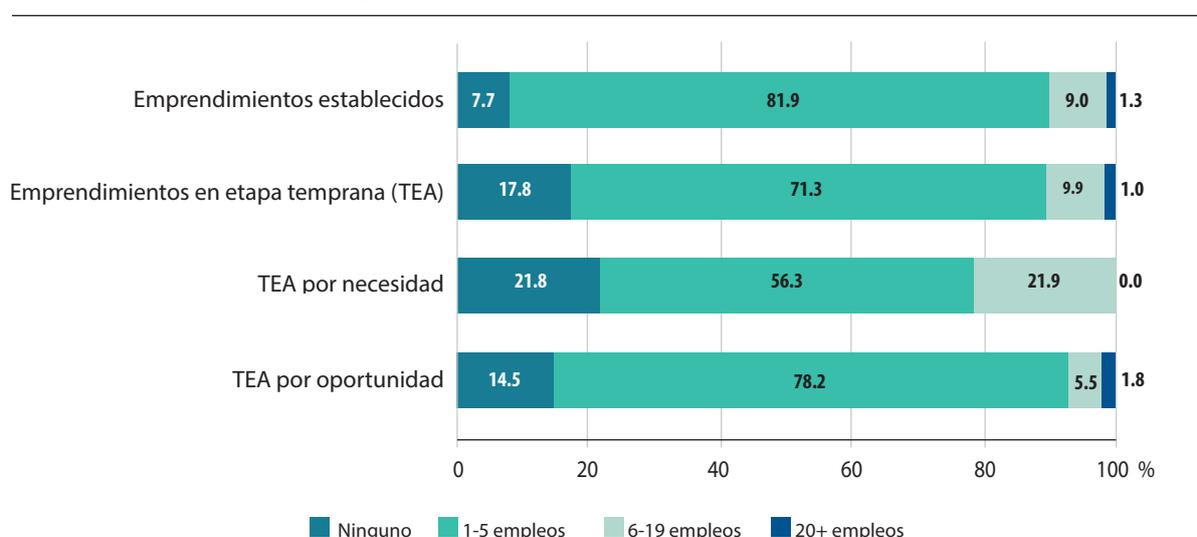
El GEM considera que la expectativa de los emprendedores para crear nuevos puestos de trabajo es un indicador clave. Esto debido a que permite evaluar el potencial de crecimiento de estas iniciativas y medir el impacto que podrían generar en la economía y la sociedad.

El GEM clasifica las expectativas de crecimiento de los próximos cinco años en:

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

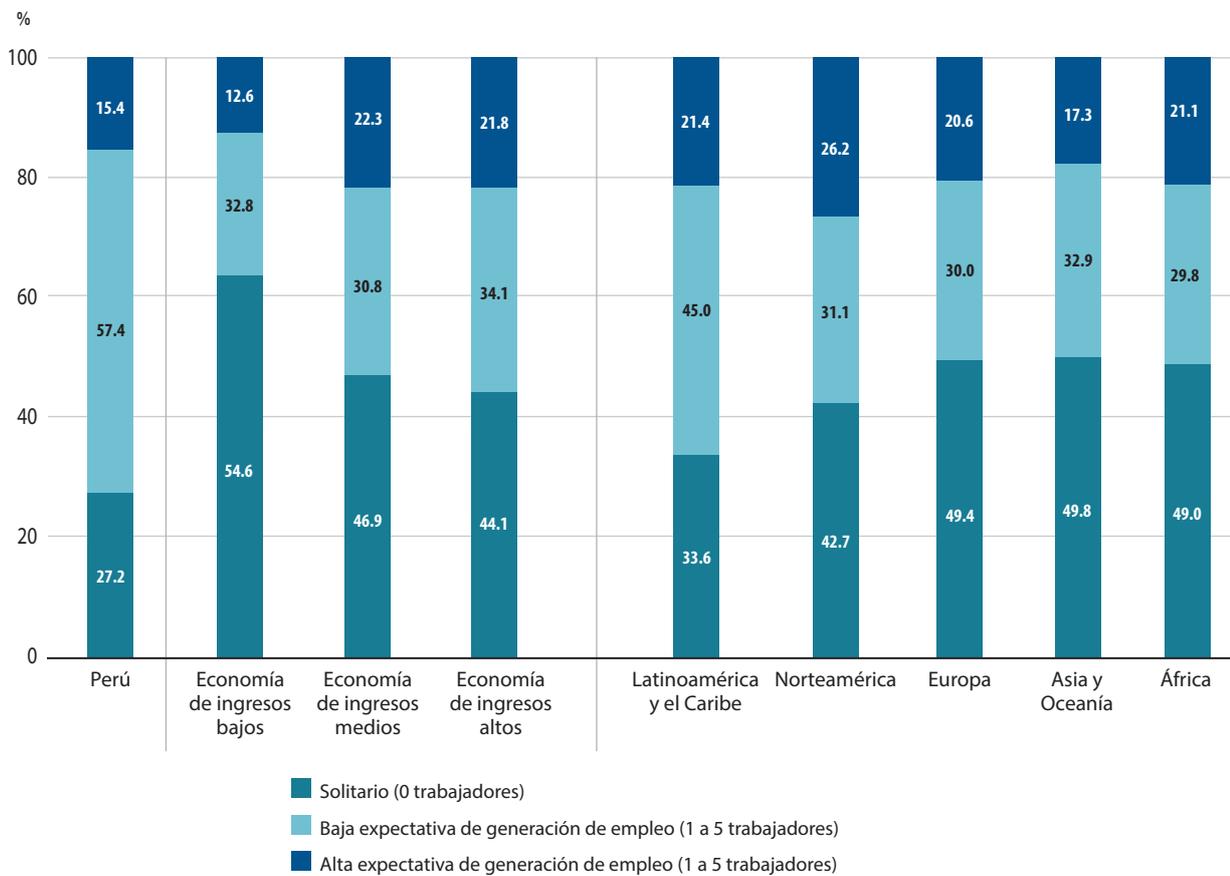
La figura 26 muestra estos resultados. Como se puede apreciar, los emprendedores en etapa temprana provenientes de economías de bajos ingresos cuentan con las más bajas expectativas para generar nuevos puestos de trabajo (45.4% esperan que crearán al menos un nuevo puesto de trabajo). Esta situación mejora en el caso de las economías de ingresos medios (53.1% esperan que crearán al menos un nuevo puesto de

Figura 25. Número de empleados actuales de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) y los emprendimientos establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 29. Expectativas de creación de empleo para los próximos 5 años de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) por tipo de economía y región



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

trabajo) e ingresos altos (55.9% esperan que crearán al menos un nuevo puesto de trabajo).

Al analizar esta situación por región geográfica, se observa que tanto Latinoamérica y el Caribe como Norteamérica cuentan con las más altas expectativas en lo que respecta a la generación de nuevos puestos de empleo. El Perú cuenta con mayores expectativas respecto al promedio de la región latinoamericana y de los países basados en eficiencia.

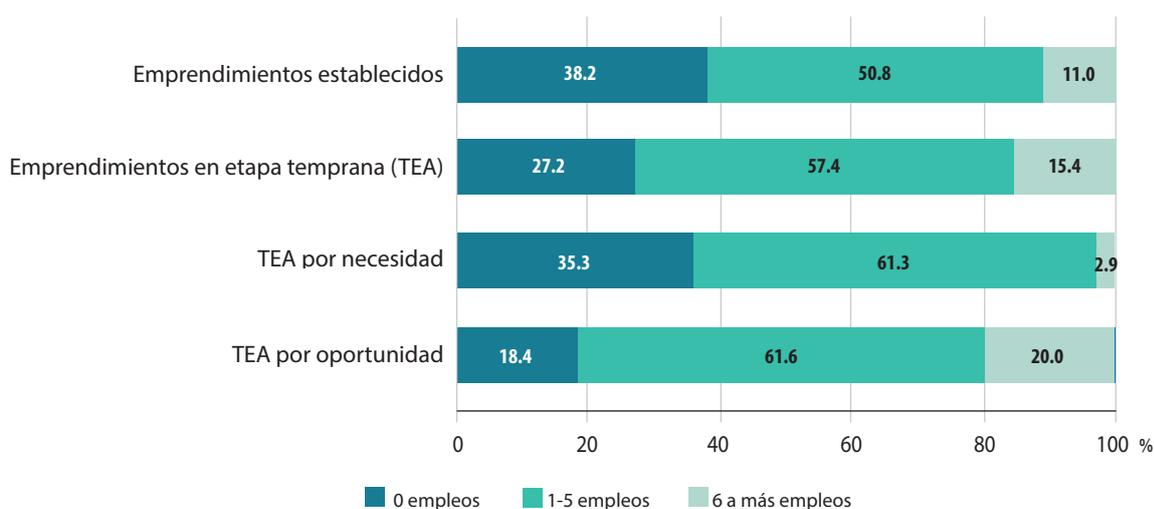
La figura 27 ofrece una mirada más desagregada sobre las expectativas de creación de nuevos empleos en el caso de los emprendedores peruanos. En el país, los emprendedores en etapa temprana cuentan con mayores expectativas de crear puestos de empleo en comparación con los emprendedores establecidos. Al respecto, el 72.8% de los emprendimientos en etapa temprana consideran que crearán al menos un nuevo

puesto de trabajo. Para el caso de los emprendedores establecidos, esta proporción es de 61.8%. Al analizar esta característica por tipo de motivación se identificó que los emprendimientos en etapa temprana motivados por oportunidad tienen expectativas más altas sobre la creación de nuevos empleos en comparación con aquellos por necesidad (81.6% y 64.2% respectivamente).

4.2.5. Impacto de la actividad emprendedora a nivel de innovación

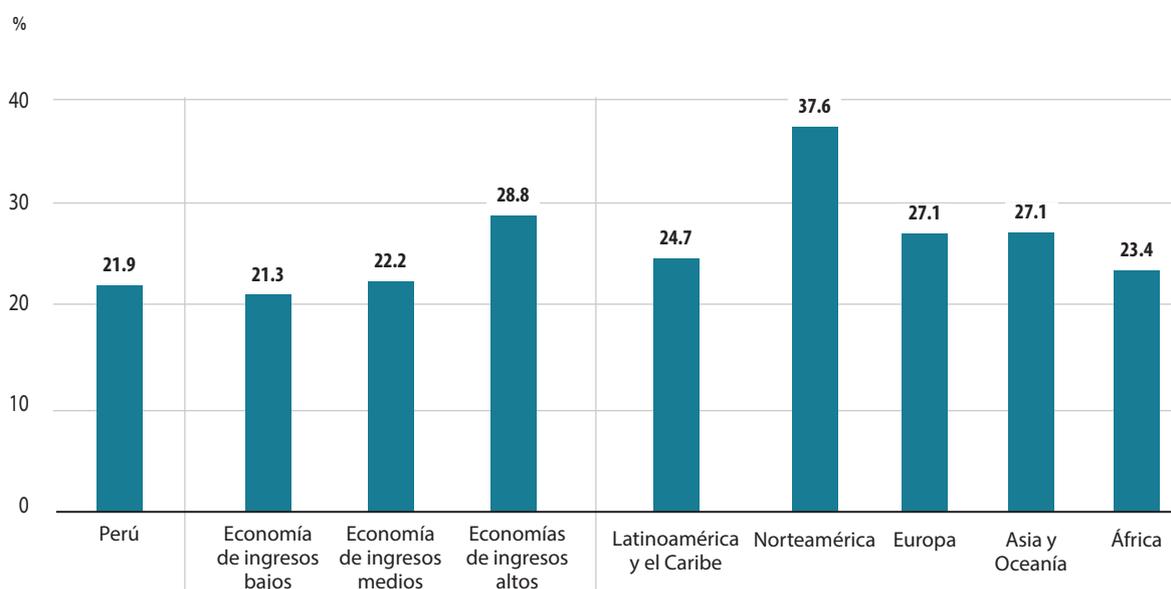
El GEM ha desarrollado un índice de innovación a partir del nivel de novedad de los productos ofrecidos y la existencia de competidores directos (competidores que ofrezcan productos que satisfagan las mismas necesidades y que se encuentren ubicados dentro del mismo ámbito de acción donde opera la empresa). Como se aprecia en la figura 28, el valor de este índice aumenta conforme se pasa de una economía de ingresos bajos a

Figura 27. Expectativas de creación de empleo para los próximos 5 años de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) y los emprendimientos establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 28. Índice de innovación de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) por tipo de economía y región

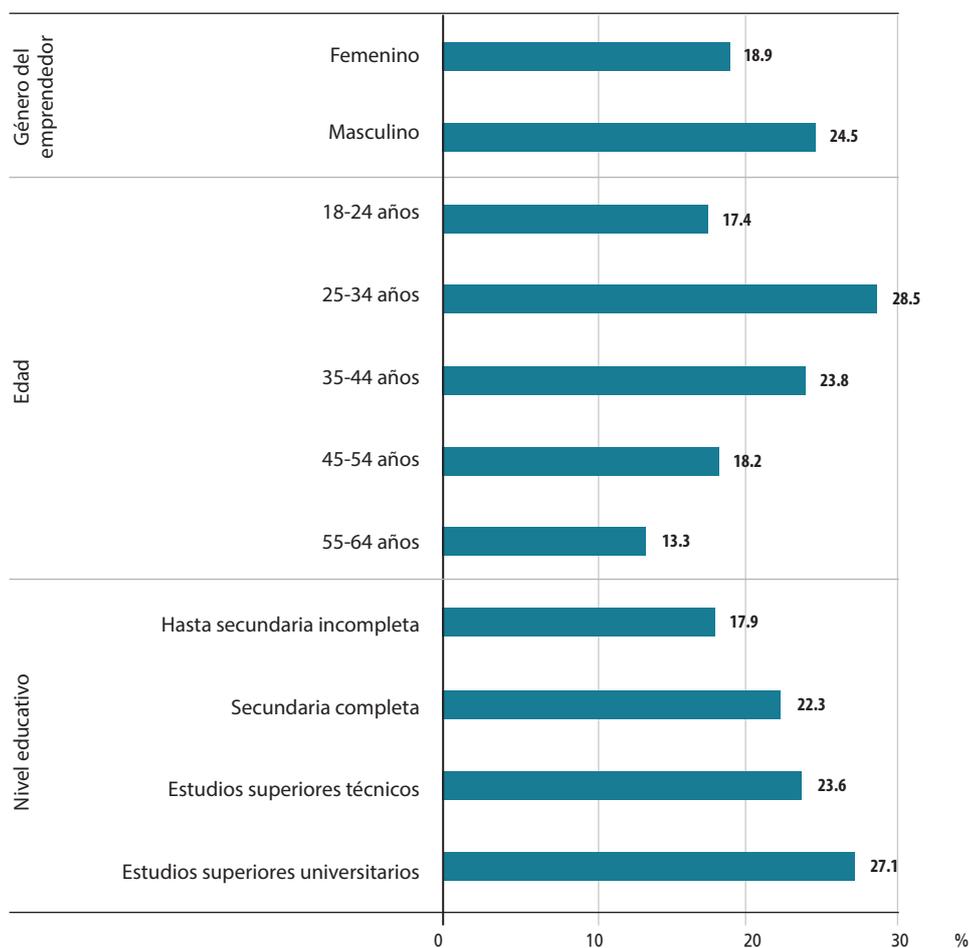


Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

una de ingresos altos. Asimismo, al analizar este índice por región geográfica, se aprecia que Norteamérica cuenta con los más altos niveles de innovación (37.6%), seguida de lejos por Europa (27.1%) y Asia (27.1%). Latinoamérica y el Caribe y África cuentan con los más bajos

valores en este índice (24.7% y 23.4% respectivamente). Cabe destacar que el índice de innovación de los emprendimientos peruanos se encontraría por debajo del promedio de la región latinoamericana.

Figura 29. Perfil de emprendedor en etapa temprana (TEA) innovador en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Tal como se muestra en la figura 29, el índice de innovación es mayor en los emprendimientos liderados por hombres, lo que resalta cuestiones relacionadas con la equidad de género en el desarrollo de iniciativas con alto potencial de impacto. Asimismo, el índice de innovación es mayor entre emprendedores con educación superior universitaria, lo que destaca la relevancia del factor educación en el desarrollo de iniciativas con alto potencial de impacto. De forma similar, el segmento de emprendedores de 25 a 34 años de edad es el que cuenta con un mayor índice de innovación.

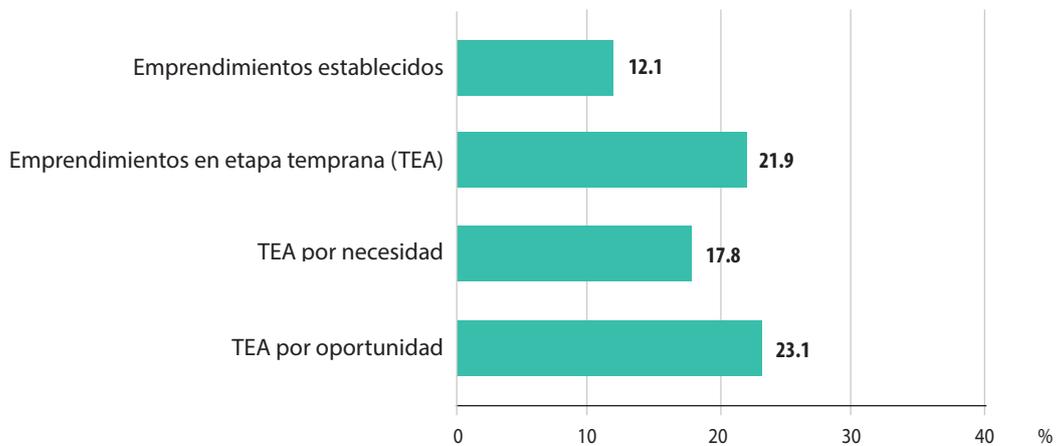
La figura 30 presenta una mirada más desagregada sobre la situación de los emprendimientos peruanos en cuanto al nivel de innovación. Al respecto, los emprendimientos en etapa temprana muestran un índice de innovación más alto comparados con los emprendimientos esta-

blecidos. (21.9% y 12.1% respectivamente). Al analizar esta característica por tipo de motivación se identificó que los emprendimientos en etapa temprana motivados por oportunidad tienen un mayor índice de innovación frente a aquellos motivados por necesidad (23.1% y 17.8% respectivamente).

4.2.6. Impacto de la actividad emprendedora a nivel del uso de tecnología actual

En la figura 31 se aprecia que un grupo reducido de emprendedores peruanos utilizan dentro de su proceso de producción la tecnología más reciente (aquella con un año o menos de antigüedad). Esta es la situación del 7.3% de emprendedores en etapa temprana y del 5.7% de los establecidos. Este hecho afecta a la consolidación y crecimiento de la empresa en el mercado, ya que su

Figura 30. Índice de innovación en los emprendimientos en etapa temprana (TEA) y los emprendimientos establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Figura 31. Uso de tecnología actual de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) y los emprendimientos establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

nivel de productividad puede ser fácilmente superado por competidores internacionales con tecnologías más avanzadas. La baja productividad está asociada con bajos márgenes de rentabilidad, uso ineficiente de recursos y tiempos de respuesta más largos.

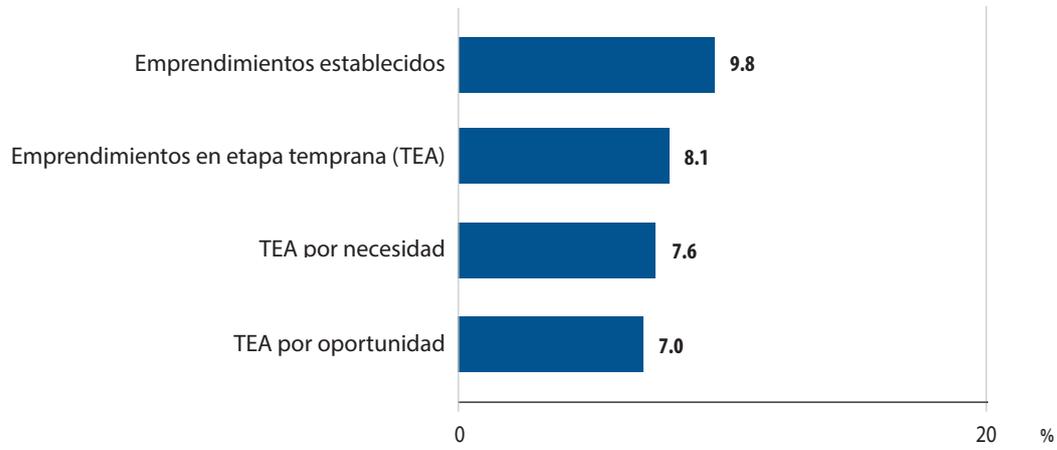
4.2.7. Impacto de la actividad emprendedora a nivel de su orientación internacional

La orientación internacional de los emprendedores hace referencia a toda operación que se realice con clientes extranjeros, tanto los que adquieren productos y/o

servicios desde el exterior, ya sea en la forma tradicional o en línea, como aquellos que ingresan al territorio nacional para adquirirlos.

Tal como se muestra en la figura 32, el nivel de internacionalización es bajo tanto en los emprendedores en etapa temprana como en los establecidos. Al respecto, en ambos grupos, menos del 10% tiene un negocio orientado a mercados internacionales (con más del 25% de sus ventas realizadas en el extranjero). Esta situación es similar tanto para los emprendimientos en etapa temprana motivados por oportunidad como para los motivados por necesidad.

Figura 32. Orientación internacional de los emprendimientos en etapa temprana (TEA) y los emprendimientos establecidos en el Perú



Fuente: GEM Perú 2018-2019, Encuesta a la Población Adulta (APS).

Ecosistema emprendedor peruano

El modelo conceptual propuesto por el GEM identifica nueve condiciones marco del ecosistema emprendedor (entrepreneurial framework conditions, EFC), divididas en doce categorías, que impulsan la actividad emprendedora en los países. La tabla 5 presenta la descripción de cada EFC. Los resultados del nivel de avance de las condiciones marco y su influencia en la dinámica emprendedora peruana son presentados en este capítulo.

5.1. La Encuesta Nacional a Expertos (NES)

La Encuesta Nacional a Expertos (NES) es el instrumento empleado por el GEM para analizar las diferentes EFC y su influencia en la actividad emprendedora de cada país, a la vez que posibilita la realización de comparaciones posteriores.

Los expertos nacionales son actores representativos de la comunidad, tanto del ámbito público como del privado. El equipo de expertos está conformado por autoridades, emprendedores, profesionales, funcionarios de alto nivel y académicos, quienes brindan sus opiniones sobre la situación del ecosistema emprendedor.

En el estudio, un mínimo de 36 expertos responden una serie de enunciados sobre las nueve EFC. Para contestar estas preguntas, a partir del año 2015, se emplea una escala de diferencial semántico de nueve puntos, dejando de lado la escala Likert de cinco puntos que se utilizó hasta el año 2014. Esta modificación asegura, de acuerdo con el equipo GEM, una mayor asertividad y diferenciación entre los resultados de cada EFC analizada. Según la escala utilizada, una valoración muy cercana a 9 significa que los expertos nacionales consideran que la EFC en cuestión aporta positivamente a la actividad emprendedora, mientras que una muy cercana a 1 indica todo

Tabla 5. Condiciones marco para el emprendimiento (EFC)

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

Fuente: Kelley, Bosma & Amorós (2011).

lo contrario. Además, los expertos comentan la forma en que cada EFC limita o potencia el ecosistema emprendedor; ellos también brindan algunas recomendaciones que permitirán mejorar dicho ecosistema. En el NES Perú del periodo 2018-2019 participaron en total 40 expertos.

5.2. Las condiciones marco (EFC) del ecosistema emprendedor a nivel global

En la tabla 6, se presentan los resultados obtenidos para las condiciones marco del emprendimiento (EFC) en los países de Latinoamérica y el Caribe y en otras regiones geográficas a nivel mundial. De este grupo de economías, Norteamérica, Europa y Asia y Oceanía son las regiones que cuentan con las EFC mejor valoradas a nivel mundial.

En el caso de Norteamérica, esta región obtiene la mayor puntuación en cinco de las doce categorías en las que se subdividen las EFC, destacando principalmente en «el acceso a infraestructura física» (EFC 8), «el apoyo de la sociedad y normas sociales y culturales» (EFC 9) y «el acceso a infraestructura comercial y profesional» (EFC 6). Asia y Oceanía obtienen la mayor puntuación en cuatro de las doce categorías: «el acceso a infraestructura física» (EFC 8) «el dinamismo del mercado interno» (EFC 7a) y «las políticas gubernamentales que tengan al emprendimiento como prioridad» (EFC 2a). Finalmente, Europa obtiene la mayor puntuación en una de las doce categorías en las que se subdividen las EFC: «los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento» (EFC 3).

En el caso de Latinoamérica y el Caribe, las valoraciones de la mayoría de EFC se encuentran por debajo del promedio global, y cuentan con la menor puntuación en cinco de las doce categorías. Para los expertos, la región presenta retos importantes en relación con «el financiamiento para emprendedores» (EFC 1), «las políticas gubernamentales que brindan prioridad y apoyo al emprendimiento» (EFC 2a) y «el dinamismo del mercado interno» (EFC 7a).

La valoración de los expertos peruanos y la valoración de sus pares provenientes del resto de economías de ingresos medios se presentan en la figura 33. Tal como se puede apreciar, el Perú se encuentra por debajo de la valoración promedio de las economías de ingresos medios en «el entorno financiero» (EFC 1), «las políticas gubernamentales que tengan al emprendimiento como

Tabla 6. Valoración de los expertos nacionales sobre las condiciones marco para el emprendimiento (EFC) por país y región

	1	2a	2b
	Entorno financiero relacionado con el emprendimiento	Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos
Latinoamérica y El Caribe	3.4	3.8	3.7
África	3.8	3.9	3.6
Asia y Oceanía	5.0	5.3	4.5
Europa	4.7	4.4	4.1
Norteamérica	5.6	4.6	4.5
Valores globales	4.3	4.3	3.9

Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

prioridad» (EFC 2a), «el acceso a la infraestructura comercial y profesional» (EFC 6), «el dinamismo del mercado interno» (EFC 7a) y «el acceso a la infraestructura física» (EFC 8). El país destaca respecto al promedio del grupo de economías de ingresos medios principalmente en, «los programas gubernamentales enfocados en desarrollar el emprendimiento» (EFC 3), «la educación emprendedora en el nivel superior, profesional y universitario» (EFC 4b), «las barreras de entrada al mercado interno» (EFC 7b) y «el apoyo de la sociedad y normas sociales y culturales» (EFC 9).

La figura 34 compara la valoración de los expertos peruanos con la valoración de sus pares en la región latinoamericana. Tal como se puede observar, el Perú se encuentra por debajo de la valoración promedio de los países de la región en ocho de las doce categorías. El país destaca respecto al promedio de la región principalmente en «el entorno financiero» (EFC 1), «la educación emprendedora

3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento	Educación emprendedora en el nivel primaria y secundaria	Educación emprendedora en el nivel superior, profesional y universitario	Nivel de transferencia en investigación y desarrollo	Acceso a la infraestructura comercial y profesional	Dinamismo del mercado interno	Barreras de entrada al mercado interno	Acceso a la infraestructura física	Apoyo de la sociedad y normas sociales y culturales
4.5	2.6	5.1	3.6	4.4	4.6	3.8	6.1	4.9
3.7	3.0	4.3	3.4	4.7	5.3	3.8	5.7	5.0
4.7	3.7	5.2	4.5	5.1	6.4	4.7	6.9	5.4
4.7	3.3	4.7	4.2	5.2	5.0	4.5	6.6	4.5
4.6	4.2	5.1	4.6	6.0	4.9	4.6	6.9	6.4
4.4	3.1	4.8	3.9	4.9	5.2	4.2	6.3	4.9

en el nivel primaria y secundaria» (EFC 4a), «las barreras de entrada al mercado interno» (EFC 7b) y «el apoyo de la sociedad y normas sociales y culturales» (EFC 9).

5.3. Evolución de las condiciones del ecosistema emprendedor peruano

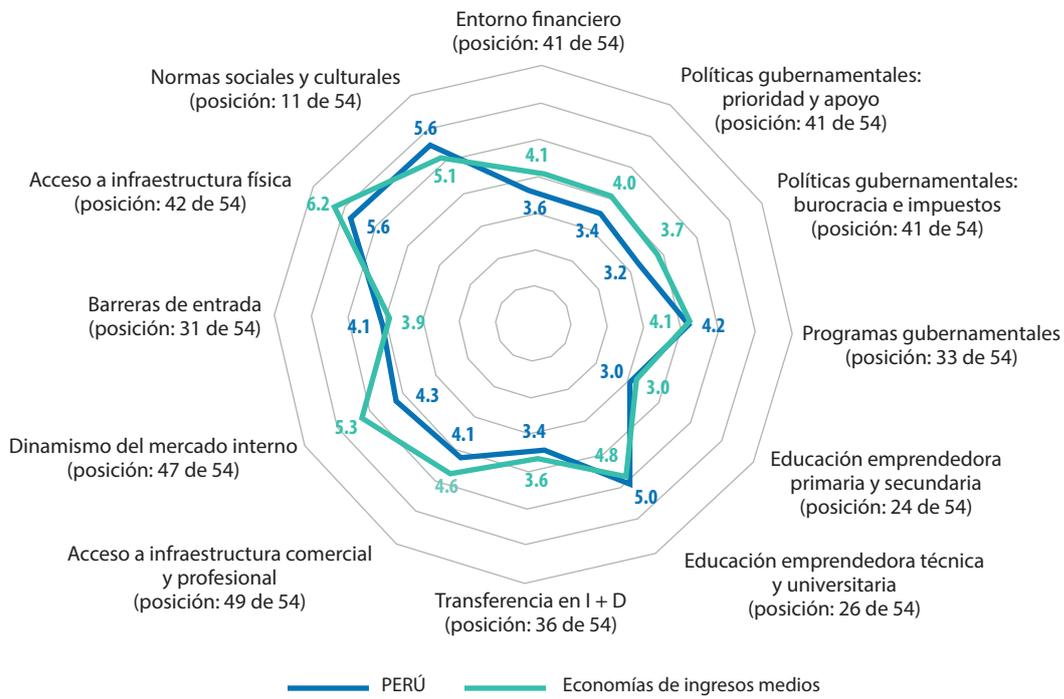
Los resultados de las valoraciones de los expertos peruanos para cada EFC se presentan en la tabla 7. Un análisis horizontal de los datos permite observar una continuidad de los factores que son más relevantes para el fomento o la inhibición del emprendimiento en el país. Este hecho evidencia la necesidad de continuar trabajando en acciones que desarrollen políticas gubernamentales enfocadas en la reducción de la burocracia administrativa y la carga impositiva, especialmente para nuevos emprendimientos con alto potencial de crecimiento, promuevan una mayor transferencia en investigación y desarrollo y potencien la educación emprendedora a nivel primaria y secundaria.

Respecto a los factores que potencian el ecosistema emprendedor, el apoyo de la sociedad al emprendimiento, el acceso a infraestructura física y la educación emprendedora a nivel superior, tanto técnica como universitaria, siguen jugando un rol preponderante, al igual que en años anteriores.

5.4. Condiciones que explican la generación de emprendimientos con alto potencial

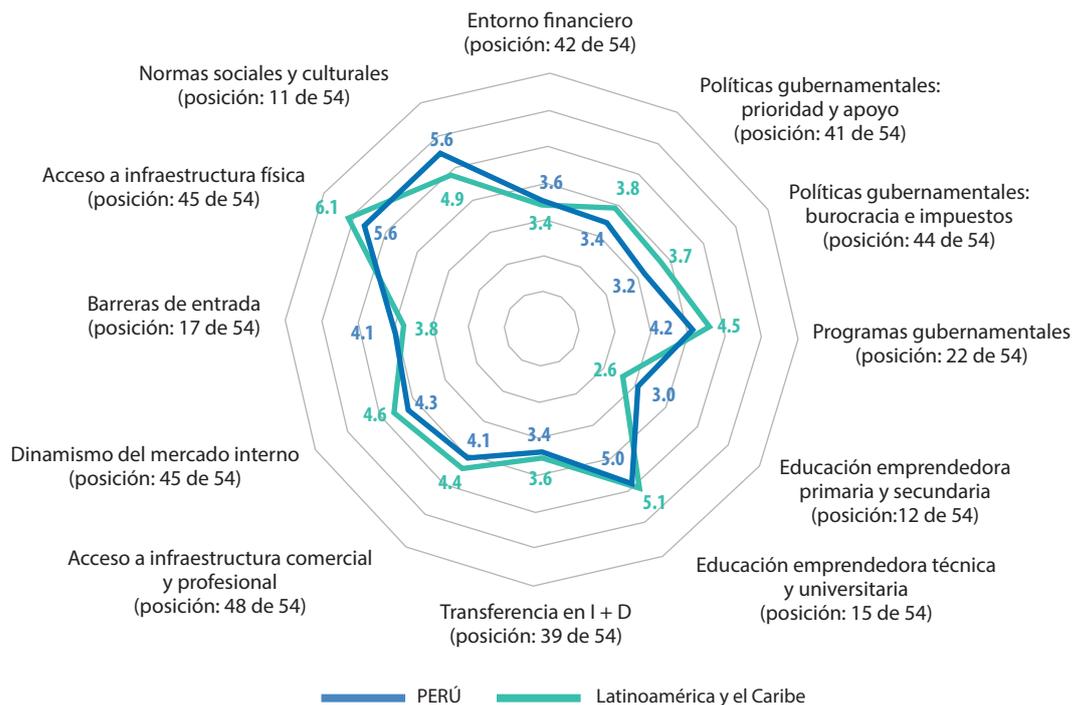
La valoración de las EFC en el Perú y en aquellos países de Latinoamérica y el Caribe cuyos emprendimientos cuentan con un mayor nivel de innovación se presentan en la tabla 8. Esta comparación permite identificar que, estos países superan al Perú principalmente en «el desarrollo de políticas gubernamentales enfocadas en la reducción de la burocracia administrativa y la carga impositiva» (EFC 2b), «el desarrollo de programas gubernamentales enfocados en desarrollar el

Figura 33. Valoración de los expertos nacionales sobre las condiciones marco para el emprendimiento (EFC) en el Perú comparado con las economías de ingresos medios



Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

Figura 34. Valoración de los expertos nacionales sobre las condiciones marco para el emprendimiento (EFC) en el Perú en comparación con Latinoamérica y el Caribe



Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

Tabla 7. Evolución de la valoración de los expertos sobre las condiciones marco para el emprendimiento en el Perú (2007-2018)

Condiciones marco para el emprendimiento	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
Entorno financiero	3.6	3.6	3.8	3.0	2.2	2.3	2.4	2.3	2.5	2.5	2.3	2.2
Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	3.4	4.4	3.5	3.1	2.2	2.0	2.7	2.3	2.2	2.5	2.3	2.3
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3.2	3.5	3.1	3.0	2.1	2.1	2.4	2.5	2.3	2.2	2.0	1.9
Programas gubernamentales	4.2	4.6	4.1	3.7	2.1	2.2	2.4	2.4	2.2	2.4	2.2	2.2
Educación emprendedora primaria y secundaria	3.0	3.7	3.2	3.0	2.0	2.1	2.2	2.1	2.2	2.0	1.9	1.9
Educación emprendedora técnica y universitaria	5.0	5.2	4.9	5.0	2.9	2.8	3.1	3.1	2.8	3.0	2.9	2.8
Transferencia en I + D	3.4	3.5	3.2	3.0	1.9	1.9	2.0	2.1	2.0	2.0	1.9	1.8
Acceso a infraestructura comercial y profesional	4.1	4.3	3.7	3.7	2.8	2.7	2.9	2.8	2.8	2.7	2.8	2.8
Dinamismo del mercado interno	4.3	4.2	4.3	3.8	2.4	2.6	2.6	2.7	2.6	2.3	2.8	2.5
Barreras de entrada	4.1	4.5	4.0	3.8	2.7	2.6	2.8	2.7	2.8	2.7	2.6	2.9
Acceso a infraestructura física	5.6	5.8	5.8	5.6	3.5	3.5	3.7	3.4	3.5	3.4	3.6	3.6
Normas sociales y culturales	5.6	5.5	5.0	5.0	3.1	2.9	3.2	3.2	3.1	3.2	3.0	2.7

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

Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

Tabla 8. Valoración de las condiciones marco para el emprendimiento de los países con mayor índice de innovación de la región

	Países cuyo índice de innovación es superior al del Perú					
	Perú	Chile	Guatemala	Argentina	Puerto Rico	Uruguay
	21.9%	47.6%	39.2%	32.2%	26.1%	25.3%
	Condiciones marco para el emprendimiento					
	Perú	Chile	Guatemala	Argentina	Puerto Rico	Uruguay
Entorno financiero	3.6	3.8	2.7	4.0	3.1	3.5
Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	3.4	5.2	2.1	4.6	2.9	4.2
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3.2	4.7	3.5	3.7	2.2	3.4
Programas gubernamentales	4.2	5.6	3.0	5.1	3.5	5.4
Educación emprendedora primaria y secundaria	3.0	2.4	2.3	3.0	2.4	2.5
Educación emprendedora técnica y universitaria	5.0	5.0	5.6	5.8	5.0	5.7
Transferencia en I + D	3.4	3.7	3.3	4.2	3.2	4.4
Acceso a infraestructura comercial y profesional	4.1	4.2	4.7	4.4	4.4	4.6
Dinamismo del mercado interno	4.3	7.3	6.2	6.7	4.8	6.1
Barreras de entrada	4.1	4.4	4.0	5.6	4.6	3.7
Acceso a infraestructura física	5.6	3.8	3.7	3.7	3.6	4.1
Normas sociales y culturales	5.6	5.4	5.1	5.6	4.6	3.5

■ Oportunidades de mejora para el Perú (10% por encima del valor obtenido por el Perú)

Fuente: GEM Global Report 2018-2019, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

emprendimiento» (EFC 3), «la transferencia de I + D» (EFC 5), «el acceso a la infraestructura comercial y profesional» (EFC 6), «el dinamismo del mercado interno» (EFC 7a) y «el acceso a la infraestructura física» (EFC 8). Trabajar específicamente en el desarrollo de estas condiciones contribuiría en mayor medida a elevar el nivel de innovación de los emprendimientos peruanos. La tabla 9 compara la valoración de las EFC en el Perú con la de aquellos países de América Latina y el Caribe que muestran un mayor nivel de consolidación de los emprendimientos en etapa temprana (índice TEA / Emprendedores Establecidos). Mediante esta comparación se identificó que estos países superan al Perú principalmente en «el acceso a la infraestructura comercial y profesional» (EFC 6), «el dinamismo del mercado interno» (EFC 7a) y «el acceso a la infraestructura física» (EFC 8). Potenciar específicamente estas EFC contribuiría a elevar la consolidación de los emprendimientos en etapa temprana.

5.5. Recomendaciones para promover la actividad emprendedora en el Perú

Los resultados obtenidos a través de la Encuesta Nacional a Expertos ponen énfasis en la necesidad de incrementar y fortalecer las políticas de Estado que fomenten el emprendimiento y mejoren la competitividad de las empresas. Para los expertos peruanos del GEM, articular la normativa existente para dinamizar el desarrollo de emprendimientos de carácter innovador debe considerarse como prioridad del Estado. De manera más explícita, debe continuarse trabajando en una legislación pertinente que fomente y beneficie la inversión privada en proyectos empresariales de alto crecimiento; así como en un marco normativo acorde con la realidad y la tipología del emprendimiento. Además, se debe avanzar mucho más en la adecuación de normas tributarias y laborales especiales para emprendedores durante los primeros años de la empresa, periodo de mayor riesgo y probabilidad de fracaso.

Tabla 9. Valoración de las condiciones marco para el emprendimiento de los países con mayor índice de consolidación de la región

	Índice de consolidación				
	Perú	Brasil	Argentina	Panamá	Guatemala
	0.37	1.13	0.99	0.46	0.41
	Condiciones marco para el emprendimiento				
	Perú	Brasil	Argentina	Panamá	Guatemala
Entorno financiero	3.6	4.8	4.0	3.1	2.7
Políticas gubernamentales: prioridad y apoyo	3.4	2.8	4.6	2.9	2.1
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	3.2	2.0	3.7	3.2	3.5
Programas gubernamentales	4.2	3.3	5.1	4.2	3.0
Educación emprendedora primaria y secundaria	3.0	2.2	3.0	1.9	2.3
Educación emprendedora técnica y universitaria	5.0	4.1	5.8	4.0	5.6
Transferencia en I + D	3.4	3.4	4.2	3.2	3.3
Acceso a infraestructura comercial y profesional	4.1	4.5	4.4	3.5	4.7
Dinamismo del mercado interno	4.3	5.4	6.7	6.0	6.2
Barreras de entrada	4.1	5.8	5.6	4.0	4.0
Acceso a infraestructura física	5.6	3.7	3.7	3.0	3.7
Normas sociales y culturales	5.6	3.4	5.6	4.6	5.1

■ Oportunidades de mejora para el Perú (10% por encima del valor obtenido por el Perú)

Fuente: GEM Global Report 2017-2018, Encuesta Nacional a Expertos (NES).

En relación con las mejoras en educación, los expertos insisten en la necesidad de mejorar la educación básica a través de la incorporación del emprendimiento como curso transversal. También recomiendan incentivar el espíritu emprendedor y la innovación desde la infancia a través de una formación que considere el desarrollo de competencias y proporcione herramientas para emprender de manera rápida y poco costosa. Los expertos también sugieren la necesidad de trabajar en el desarrollo innovador de los emprendimientos tradicionales buscando su escalabilidad.

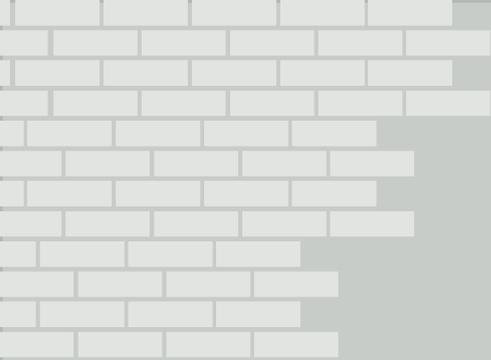
Otro punto importante es el relacionado con facilitar el acceso al financiamiento. Al respecto los expertos han

puesto énfasis en la creación de un mayor número de fondos concursables para financiar proyectos innovadores con elevado potencial de escalabilidad, es decir, que puedan llegar a ser competitivos a nivel regional o global. Asimismo, han hecho hincapié en la necesidad de dinamizar las iniciativas de *crowdfunding* o las *fintechs* desde una perspectiva legal.

El fortalecimiento de una red de soporte al emprendimiento también es uno de los aspectos destacados que recomiendan los expertos GEM. Para ellos, es de vital importancia la creación de un mayor número de centros de emprendimiento, incubación y parques tecnológicos.

Bibliografía

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



Apéndice

Apéndice 2

Glosario sobre los principales indicadores y terminología en el GEM 2018-2019

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



→ Apéndice 2

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

Apéndice 3

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

Acceso financiero para los emprendedores (EFC 1)

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

Políticas gubernamentales para el emprendimiento (EFC 2)

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

Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento (EFC 3)

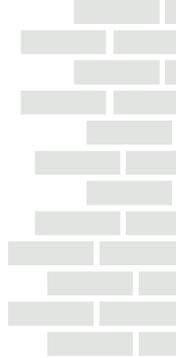
Este factor se refiere a los programas específicos desarrollados por el gobierno para apoyar la generación de emprendedores, y si están abiertos a todos o dirigidos a algún sector en especial. También se analiza su contenido, adaptabilidad a la realidad peruana, practicidad en su aplicación, eficiencia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

Educación y capacitación emprendedoras (EFC 4)

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

Transferencia de investigación y desarrollo (EFC 5)

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



Acceso a la infraestructura profesional y comercial (EFC 6)

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

Dinamismo y apertura del mercado (EFC 7)

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

Acceso a la infraestructura física (EFC 8)

Este factor se refiere a la calidad de acceso a la infraestructura física que hace posible el desarrollo de los mercados en el Perú. Comprende carreteras, aeropuertos, 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 las rentas de espacios físicos y oficinas, y con el acceso a productos naturales y materias primas.

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

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

Apéndice 4

Ficha metodológica de la Encuesta a la Población Adulta

1. Universo

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

2. Método de muestreo

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

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

3. Tamaño y características de la muestra

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

		Cantidad	%
Sexo	Hombre	1,047	50.3
	Mujer	1,033	49.7
Edad	De 18 a 24 años	444	21.4
	De 25 a 34 años	568	27.4
	De 34 a 44 años	463	22.4
	De 45 a 54 años	358	17.3
	De 55 a 64 años	237	11.4
Zona	Lima/Callao	416	20.0
	Norte	416	20.0
	Sur	416	20.0
	Centro	416	20.0
	Oriente	416	20.0
Área	Urbana	1,473	70.9
	Rural	605	29.1

Las zonas están delimitadas de la siguiente manera:

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

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

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

Centro: Los departamentos de Junín, Huánuco, Pasco.

Oriente: Los departamentos de Amazonas, Loreto, San Martín, Ucayali.



4. Fiabilidad de la muestra

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

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

5. Fecha del trabajo de campo

Se realizó entre junio y julio del 2018.

