

FACULTAD DE  
GESTIÓN Y  
ALTA DIRECCIÓN



## **Emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana: el Caso del CIDE de la PUCP en el 2011**

**Tesis presentada para obtener el título profesional  
de licenciado en Gestión Empresarial**

**por**

**Leyla Sifuentes Aceijas**

**20064077**

**Lima, 15 de Octubre de 2011**

Esta tesis

**Emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana: el caso del CIDE de la  
PUCP en el 2011**

ha sido aprobada.

---

[Presidente del Jurado]

---

[Jurado – Asesor de la Tesis]

---

[Jurado]

FACULTAD DE  
GESTIÓN Y  
ALTA DIRECCIÓN



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DEL PERÚ

A JESUCRISTO quien me dio la fuerza, el coraje y el valor para seguir adelante, a mi madre que es el motor de mi vida, a mi hermana que es mi mejor amiga y brazo derecho, a mi mamita que es la mujer más valiente del mundo a mi padre y a mi querida asesora de tesis la Dra. Marta Tostes Vieira a quien admiro y agradezco profundamente por su gran dedicación, calidad profesional y humana...

MUCHAS GRACIAS DIOS MIO LA HICIMOS !!!...

## PUCP-FGAD

Asesora: Dra. Marta Tostes Vieira

**Emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana: el caso del CIDE de la PUCP,  
en el 2011**

Alumna: Leyla Sifuentes Aceijas

<b>Resumen ejecutivo .....</b>	<b>1</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>4</b>
<b>Capítulo 1. La inserción laboral juvenil y el autoempleo .....</b>	<b>16</b>
1.1. La promoción del trabajo decente para los jóvenes: la propuesta de la OIT.....	17
1.2. El emprendimiento y las fases de desarrollo económico.....	21
1.3. Inserción laboral juvenil y estructura de mercado .....	31
1.4. Las incubadoras de empresas.....	33
1.4.1. Definición y tipología de las incubadoras de empresas.....	33
1.4.2. Desarrollo y servicios de las incubadoras de empresas.....	35
<b>Capítulo 2. La estructura de mercado y la inserción laboral juvenil en el conjunto de América Latina y el Perú.....</b>	<b>39</b>
2.1. La estructura de mercado y la inserción laboral juvenil en América Latina.....	39
2.1.1. El nivel educativo de los jóvenes en América Latina.....	40
2.1.2. El trabajo y los jóvenes en América Latina.....	42
2.1.3. El emprendimiento juvenil en América Latina.....	46
2.2. La estructura del mercado y su implicancia en el mercado laboral en el Perú, entre 2004 y 2010.....	47
2.2.1. La actividad económica de la población en el Perú .....	48
2.2.2. La estructura de mercado en el ámbito laboral en el Perú .....	51
2.2.3. La inserción laboral y el autoempleo juvenil en el Perú .....	53

<b>2.3.</b>	<b>El emprendimiento y el desarrollo económico en el Perú: Resultados de la GEM (2004- 2010) .....</b>	<b>58</b>
2.3.1.	El emprendimiento en el Perú .....	58
2.3.2.	La evolución del emprendimiento en etapa inicial en el Perú .....	60
2.3.3.	Las motivaciones para emprender un negocio .....	62
2.3.4.	El perfil del emprendedor peruano .....	63
<b>2.4.</b>	<b>Las incubadoras de empresas en el Perú.....</b>	<b>69</b>
2.4.1.	Las incubadoras en Latinoamérica y el Perú .....	69
2.4.2.	Los avances normativos-regulatorio que afectan a las incubadoras de empresas en el Perú .....	73
<b>Capítulo 3. El Emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana: el caso de los servicios del CIDE para los alumnos de la FGAD.....</b>		
<b>3.1.</b>	<b>La metodología de la investigación .....</b>	<b>78</b>
<b>3.2.</b>	<b>El emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana según la ENJUV, 2009 .....</b>	<b>81</b>
<b>3.3.</b>	<b>Las oportunidades de prestación de servicios del CIDE para los alumnos de la FGAD .....</b>	<b>92</b>
3.3.1.	El modelo de negocios del CIDE PUCP.....	93
3.3.2.	Los resultados del focus group .....	96
3.3.3.	Los resultados de la encuesta .....	98
3.3.4.	Los resultados del QFD.....	119
<b>Conclusiones .....</b>		<b>124</b>
<b>Recomendaciones .....</b>		<b>127</b>
<b>Bibliografía .....</b>		<b>129</b>
<b>Anexos 135</b>		
<b>Anexo 1: Matriz de consistencia de la investigación.....</b>		<b>135</b>
<b>Anexo 2. Lista de especialistas y colaboradores en la aplicación de herramientas en la tesis.....</b>		<b>139</b>
<b>Anexo 3: Clasificación de los parques tecnológicos .....</b>		<b>140</b>
<b>Anexo 4: Los siete pilares de análisis de las incubadoras de empresas.....</b>		<b>141</b>
<b>Anexo 5: Prevalencia de actividad emprendedora y de dueños de negocios por país según fase de desarrollo económico, 2010 (porcentajes) .....</b>		<b>142</b>
<b>Anexo 6. Test de wald .....</b>		<b>143</b>

<b>Anexo 7. Matriz de correlaciones .....</b>	<b>143</b>
<b>Anexo 8. CIDE PUCP: fotos de reunión para elaboración de modelo de negocio de, 2011-1.....</b>	<b>143</b>
<b>Anexo 9. Fotos focus group .....</b>	<b>144</b>
<b>Anexo 10. Modelo de negocios inicial del CIDE PUCP (2011-1) .....</b>	<b>146</b>
<b>Anexo 11: Tabla resumen de la informe parcial del modelo de negocios inicial del CIDE PUCP 2011 .....</b>	<b>147</b>
<b>Anexo 12. Modelo de encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD .....</b>	<b>149</b>

### Lista de Gráficos

<b>Gráfico 1. Grupo de países según desarrollo económico y el Perú: distribución por edad de emprendedores en etapas iniciales, 2009 (porcentajes) .....</b>	<b>6</b>
<b>Gráfico 2. Mercado laboral con sobrepoblación.....</b>	<b>26</b>
<b>Gráfico 3. Emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad, por países (curva en “U”) .....</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico 4. América Latina (15 países): tipo de desempleo de los jóvenes según país, 2008 (porcentajes).....</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico 5. América Latina: estructura de mercado según grupos de edad, 2008 (porcentajes).....</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico 6. Perú: evolución del PBI, 2004-2010 (variación porcentual).....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 7. Perú: población en edad de trabajar (PET), 2004-2011 (porcentaje) 49</b>	
<b>Gráfico 8. Perú: tasa de actividad de la población en edad de trabajar, 2004-2011(porcentaje) .....</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 9. Perú: condición de ocupación de la PEA, 2011 (porcentajes).....</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 10. Perú: distribución de la PEA ocupada por tamaño de empresa, 2004-2011 .....</b>	<b>53</b>
<b>Gráfico 11. GEM: actividad emprendedora en etapa inicial TEA por país, 2010 (en porcentaje) .....</b>	<b>59</b>
<b>Gráfico 12. Perú: evolución de la TEA, 2004-2010 (porcentajes).....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfico 13. GEM: ratio TEA por oportunidad/ ratio TEA por necesidad, por país, 2009 (ratio promedio).....</b>	<b>63</b>
<b>Gráfico 15. Perú: nivel educativo de los emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, 2007 y 2008 (porcentajes).....</b>	<b>65</b>
<b>Gráfico 16. Perú: nivel educativo de los emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos en el 2009 (porcentajes).....</b>	<b>66</b>

<b>Gráfico 17. Perú: distribución por nivel de ingreso de emprendedores en etapa, 2007- 2009 (porcentaje).....</b>	<b>67</b>
<b>Gráfico 18. Perú: distribución por monto de ingresos de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, 2009 (porcentaje).....</b>	<b>68</b>
<b>Gráfico 19. Perú: situación laboral de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos. 2009 (porcentajes).....</b>	<b>68</b>
<b>Gráfico 20. Ciudades seleccionadas: emprendedores de 15 a 29 años por vocación, 2009 .....</b>	<b>88</b>
<b>Gráfico 21. Ciudades seleccionadas: emprendedores de 15 a 29 años por necesidad, 2009 .....</b>	<b>88</b>
<b>Gráfico 22. FGAD: distribución de los alumnos por edad, 2011-1 (porcentaje)</b>	<b>100</b>
<b>Gráfico 23. FGAD: distribución de la muestra por mención, 2011-1 (porcentajes) .....</b>	<b>100</b>
<b>Gráfico 24. FGAD: distribución de los alumnos por sexo del 5° al 9° ciclo.2011-1 (porcentajes).....</b>	<b>101</b>
<b>Gráfico 25.FGAD: tendencia de la idea del emprendimiento por ciclo, 2011-1(porcentajes).....</b>	<b>102</b>
<b>Gráfico 26. FGAD: tendencia de la idea de emprendimiento por sexo y por ciclo, 2011-1(porcentaje).....</b>	<b>103</b>
<b>Gráfico 27. FGAD: prevalencia de la idea de emprendimiento, por ciclo, 2011-1 (porcentaje) .....</b>	<b>104</b>
<b>Gráfico 28. FGAD: preferencias laborales de los alumnos al egresar de la facultad. 2011 (porcentaje) .....</b>	<b>105</b>
<b>Gráfico 29. FGAD: preferencias laborales al egresar de la facultad, 2011-1 (porcentajes).....</b>	<b>107</b>
<b>Gráfico 30. FGAD: tendencia de intención de emprendimiento futuro por ciclo, 2011(porcentajes).....</b>	<b>108</b>
<b>Gráfico 31. FGAD: tiempo planeado para realizar un emprendimiento, 2011-1 (porcentajes).....</b>	<b>109</b>
<b>Gráfico 32. FGAD: motivaciones que impulsarían a los alumnos a emprender un negocio, 2011- 1 (porcentajes) .....</b>	<b>110</b>
<b>Gráfico 33. FGAD: conocimiento sobre el CIDE PUCP, 2011 (porcentajes).....</b>	<b>111</b>
<b>Gráfico 34. FGAD: medios por los cuales los alumnos conocieron sobre el CIDE PUCP, 2011 (porcentajes).....</b>	<b>112</b>
<b>Gráfico 35. FGAD: interés de los alumnos por asesorarse con el CIDE PUCP, 2011 (porcentaje) .....</b>	<b>113</b>
<b>Gráfico 36. FGAD: disposición de pago de los alumnos por los servicios de incubación de empresas del CIDE PUCP, 2011 (porcentajes) .....</b>	<b>114</b>

**Gráfico 37. FGAD: disposición de pago de los alumnos de la FGAD por conferencias realizadas por el CIDE PUCP, 2011 (porcentajes) ..... 116**

**Gráfico 38. FGAD: recomendaciones al CIDE PUCP para una comunicación mayor con los alumnos..... 117**

## Lista de Cuadros

<b>Cuadro 1. América Latina: nivel educativo de la población 2010.....</b>	<b>40</b>
<b>Cuadro 2. América Latina: nivel de analfabetismo por subregiones, 2010.....</b>	<b>42</b>
<b>Cuadro 3. América Latina: tasa de actividad laboral, 2010 .....</b>	<b>42</b>
<b>Cuadro 4. América Latina: tasa de desempleo, 2010 .....</b>	<b>43</b>
<b>Cuadro 5. Perú: población en edad de trabajar (PET) distribuida por ámbito geográfico, 2010 .....</b>	<b>49</b>
<b>Cuadro 6. Perú: total de la PEA distribuida por ámbito geográfico, 2010 .....</b>	<b>49</b>
<b>Cuadro 7. Perú: nivel educativo de la PEA, 2010 .....</b>	<b>50</b>
<b>Cuadro 8. Perú: distribución de la PEA por sexo según la estructura de mercado, 2008- 2009.....</b>	<b>52</b>
<b>Cuadro 9. Perú: distribución de la PEA ocupada por sexo y edad, 2008-2009....</b>	<b>52</b>
<b>Cuadro 10. Perú, participación, desempleo y estructura del mercado laboral, 2008 .....</b>	<b>54</b>
<b>Cuadro 11. Perú: desempleo, subempleo y empleo adecuado, 2008.....</b>	<b>55</b>
<b>Cuadro 12. Perú: protección social, modalidad contractual e ingresos, 2008.....</b>	<b>56</b>
<b>Cuadro 13. Perú: nivel educativo de la población joven y adulta, 2008 .....</b>	<b>57</b>
<b>Cuadro 14. Ciudades Seleccionadas: población de Jóvenes de 15 a 29 años por Sexo según Ciudades, 2009 .....</b>	<b>82</b>
<b>Cuadro 15. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años según categoría ocupacional, 2009 .....</b>	<b>83</b>
<b>Cuadro 16. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años según negocio propio, 2009.....</b>	<b>84</b>
<b>Cuadro 17. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años según oportunidad o vocación empresarial, 2009 .....</b>	<b>84</b>

<b>Cuadro 19. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años por vocación según principales características, 2009.....</b>	<b>86</b>
<b>Cuadro 20. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años por vocación según principales características, 2009.....</b>	<b>89</b>
<b>Cuadro 21. Ciudades seleccionadas: logit binario y efectos marginales, 2009.....</b>	<b>91</b>
<b>Cuadro 22. Modelo de negocios final del CIDE PUCP, 2011- 1 .....</b>	<b>95</b>
<b>Cuadro 23. FGAD: muestreo de encuestas aplicadas, 2011 .....</b>	<b>99</b>
<b>Cuadro 24.FGAD: distribución de la muestra por edad, 2011-1 .....</b>	<b>99</b>
<b>Cuadro 25. FGDA: distribución de los alumnos por mención y por ciclo, 2011-1 .....</b>	<b>100</b>
<b>Cuadro 26. FGAD: distribución de alumnos que ingresaron con miras a emprender una empresa, 2011-1 .....</b>	<b>101</b>
<b>Cuadro 27. FGAD: distribución de alumnos que ingresaron con miras de emprender una empresa, por sexo y por ciclo, 2011-1.....</b>	<b>102</b>
<b>Cuadro 28. FGAD, prevalencia de la idea de emprendimiento, por ciclo, 2011-1 .....</b>	<b>103</b>
<b>Cuadro 29. FGAD: prevalencia de la idea del emprendimiento por ciclo y por sexo, 2011-1 .....</b>	<b>104</b>
<b>Cuadro 30. FGAD: preferencias laborales de los alumnos, al egresar de la facultad .....</b>	<b>105</b>
<b>Cuadro 31. FGAD: preferencias laborales al egresar de la facultad, 2011-1 ....</b>	<b>106</b>
<b>Cuadro 32. FGDA: intención de emprendimiento futuro, por sexo y por ciclo, 2011-1.....</b>	<b>107</b>
<b>Cuadro 33. FGAD: tiempo planeado para realizar un emprendimiento, 2011 .</b>	<b>108</b>
<b>Cuadro 34. FGAD: razones que motivarían a los alumnos a emprender un negocio, por ciclo y sexo, 2011 .....</b>	<b>110</b>
<b>Cuadro 35. FGAD: conocimiento del CIDE PUCP de los alumnos, por ciclos, 2011.....</b>	<b>111</b>
<b>Cuadro 36. FGAD: medios por los cuales los alumnos conocieron sobre al CIDE PUCP, 2011 .....</b>	<b>112</b>
<b>Cuadro 37. FGAD: interés de los alumnos por la asesoría con el CIDE-PUCP, 2011 .....</b>	<b>113</b>
<b>Cuadro 38. FGAD: interés de los alumnos de la facultad por asesorarse con el CIDE PUCP, por ciclo 2011.....</b>	<b>114</b>
<b>Cuadro 39. FGAD: disposición de pago por los servicios de incubación de empresas del CIDE PUCP, 2011-1 .....</b>	<b>115</b>

<b>Cuadro 40. FGAD: disposición de pago de los alumnos por conferencias ofrecidas por el CIDE PUCP, 2011 .....</b>	<b>116</b>
<b>Cuadro 41. FGAD: recomendaciones al CIDE PUCP para una mejor comunicación con los alumnos, 2011 .....</b>	<b>117</b>
<b>Cuadro 42. FGAD: valoración de las necesidades de los alumnos, 2011-1.....</b>	<b>118</b>
<b>Cuadro 43. FGAD: resultados del QFD.....</b>	<b>121</b>

## Lista de tablas

<b>Tabla 1. Países participantes del GEM 2009 según la fase de desarrollo en el que se encuentran .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 2. Tipología de las incubadoras de empresas.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 3. Plataforma de servicios ofrecidos por las incubadoras de empresas .....</b>	<b>36</b>

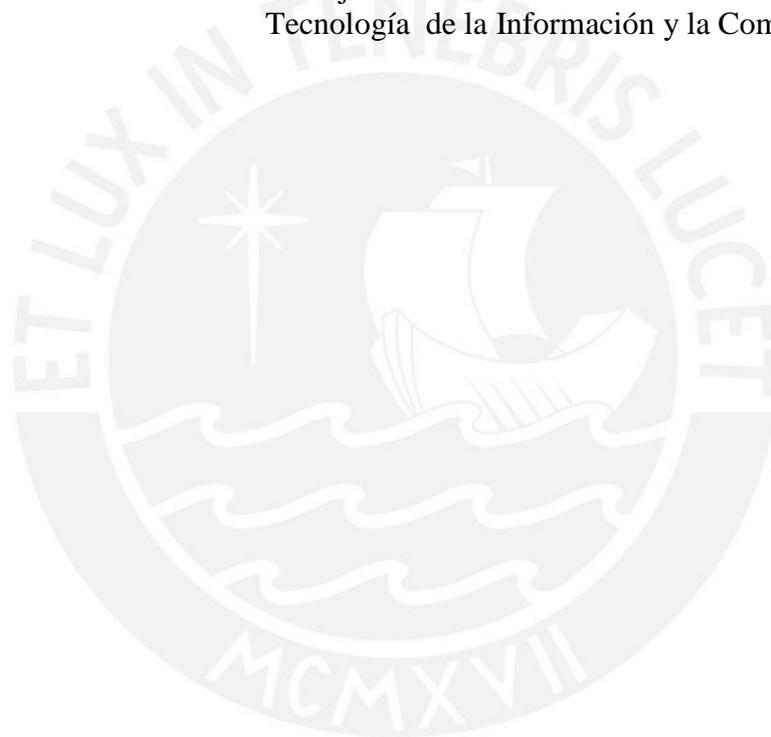
## Lista de Esquemas

<b>Esquema 1. Trayectoria del trabajo decente .....</b>	<b>18</b>
<b>Esquema 2. Tipología del desarrollo económico .....</b>	<b>28</b>
<b>Esquema 3. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM 29</b>	
<b>Esquema 4. Fases del desarrollo de las incubadoras .....</b>	<b>36</b>
<b>Esquema 5. América Latina: mapa laboral de los jóvenes, 2010 .....</b>	<b>44</b>

## Glosario

ANPROTEC	Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores (Brasil)
BCRP	Banco Central de Reserva del Perú
CAF	Corporación Andina de Fomento
CDE	Centro de Desarrollo Emprendedor
CEF	Centro de Estudios Financieros
CID	Colectivo Integral de Desarrollo
CIDE-PUCP	Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la Pontificia Universidad Católica del Perú
CNPq	Conselho Nacional Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Brasil) Consejo Nacional de Desenvolvimento Científico y Tecnológico
CONAM	Consejo Nacional del Ambiente
CONJOVEN	Programa Conjunto de Juventud Empleo y Migración
EBT	Empresas de Base Tecnológica
ENAHO	Encuesta Nacional de Hogares
ENJUV	Encuesta Juventud Empleo y Migración
FGAD- PUCP	Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú
FINEP	Financiadora de Estudios y Proyectos (Brasil)
FODM	Fondo para el Logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GERA	Global Entrepreneurship Association
I+D+I	Investigación Desarrollo e Innovación
IBT	Incubadora de Base Tecnológica
IEBTA	Incubadora de Empresas de Base Tecnológica (Colombia)
IMASEM	Empresa dedicada a Investigaciones de mercado y colaboradora en la elaboración del reporte de la GEM Perú 2008
INEI	Instituto de Nacional de Estadística e Informática
INICTEL	Instituto de Investigación y Capacitación en Telecomunicaciones
UDEP	Universidad de Piura
MTPE	Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo
ODM	Objetivos del Desarrollo del Milenio
OIT	Organización Internacional de Trabajo
PBI	Producto Bruto Interno

PEA	Población Económicamente Activa
PEI	Población Económicamente Inactiva
PERUINCUBA	Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas
PET	Población en Edad de Trabajar
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PREJAL	Programa del Empleo Juvenil en América Latina
PUCP	Pontificia Universidad Católica del Perú
PYMES	Pequeña y Mediana Empresa
QFD	Quality Function Deployment /Despliegue de la Función de Calidad.
RMV	Remuneración Mínima Vital
SEBRAE	Servicios de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa (Brasil)
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje de Colombia
TEA	Total Entrepreneurship Activity / Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales
TFNR	Trabajadores Familiares no Remunerados
TIC's	Tecnología de la Información y la Comunicación



### Agradecimientos:

Agradezco a los señores Eduardo Ìsmodes y Julio Vela por su continua colaboración y apoyo en la realización de mi tesis, agradezco también a todos los alumnos que participaron en la realización de la encuesta, el Focus Group y la última reunión para la obtención de los resultados finales de la tesis y agradezco a mi facultad por el apoyo brindado durante todos mis años de estudio...

## PUCP-FGAD

### Emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana: el caso del CIDE-PUCP, 2011

#### Resumen ejecutivo

La presente tesis ha sido elaborada con la intención de analizar las actividades promotoras del emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana, utilizando como medio de promoción específica a las incubadoras de empresas.

El tema del emprendimiento en el país se constituye como una necesidad en la actualidad y tiene gran impacto en el desarrollo nacional, a tal nivel que, según los datos brindados por la *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2010), el Perú ocupa el primer lugar en emprendimiento entre las economías que cuentan con un desarrollo basado en la eficiencia, el segundo lugar a nivel de América y el séptimo lugar a nivel mundial. Estos datos revelan lo importante que es el emprendimiento en el medio económico y empresarial del país. En este contexto, surge la propuesta del emprendimiento como una herramienta de inserción laboral decente para disminuir la tasa de desempleo y la explotación juvenil planteada por el Programa de las Naciones

Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el proyecto del Programa del Empleo Juvenil de América Latina (PREJAL, 2010).

En tal sentido, si el emprendimiento puede constituirse como un medio decente de inserción laboral juvenil, entonces ¿cuál es la situación de las actividades promotoras del emprendimiento entre los jóvenes en el Perú? Este planteamiento ha sido el responsable de la investigación realizada a lo largo de esta tesis, en la que se estableció un análisis de las definiciones básicas en el tema del emprendimiento y se determinaron teorías económicas, que a través del desarrollo de la metodología cuantitativa, aplicada a partir de los datos de la encuesta ENJUV (2009), permitieron demostrar que factores como el financiamiento, la asesoría, el nivel educativo, la edad, entre otros, facilitan la existencia de un tipo de emprendedor (por vocación) frente a otro (por necesidad). De los factores mencionados, el financiamiento (con un 27.9%) es aquel que se considera como fundamental en la promoción del emprendimiento por vocación y esto demuestra que los emprendedores por vocación perciben mejores remuneraciones (646 soles en promedio y un 30% percibe sueldos de hasta 3 RMV) frente a los emprendedores por necesidad (554 soles en promedio y un 18% percibe sueldos de hasta 3RMV).

Autores como Chacaltana (1996) y la GEM Perú (2010) han propuesto esta tipología de emprendedores y concuerdan en que los emprendimientos realizados por vocación generan mejores niveles de sostenibilidad del emprendimiento y, por lo tanto, mayor nivel de inserción laboral. En consecuencia, fue importante determinar la significancia de cada factor en el desarrollo del emprendimiento juvenil, para evaluar las

actividades hacia su promoción en el país, más aún si se evalúa un tipo de programa de promoción de emprendimiento como son las incubadoras de empresas.

Esto permitió determinar tanto los servicios que comúnmente ofrecen como la cantidad y distribución de las incubadoras en el país para luego centrar el estudio en una incubadora de empresas en particular: el CIDE PUCP. Con la finalidad de evaluar la situación actual de los servicios que ofrece este tipo de actividad promotora del emprendimiento, se tomó como público objetivo a los alumnos de la FGAD<sup>1</sup> para determinar las necesidades y requerimientos que podrían ser cubiertos por los servicios del CIDE PUCP.

En general, los resultados de la investigación permitieron conocer que, pese a la existencia de programas de promoción del emprendimiento como el CIDE PUCP, los niveles de emprendimiento juvenil aún son bajos (22.4% según la ENAHO 2008 y 19.6% según la ENJUV 2009). Además, los resultados del análisis de la data de la ENJUV (2009) demuestran que los jóvenes emprendedores reciben principalmente las asesorías de sus familias (53.4%) y su financiamiento es con recursos propios (57.9%), aspecto que mostraría el limitado alcance que aún tienen estos programas respecto de la población joven del país. Pese a las limitaciones, los jóvenes emprendedores se perfilan como un público objetivo atractivo, porque presentan mayores niveles de emprendimiento en etapas iniciales 49% (GEM, 2009), mucho más si se considera a jóvenes como los de la FGAD, que presentan altos niveles de intención de emprendimiento, pues un 90% indica que emprenderá al egresar de la facultad, a corto y mediano plazo.

---

<sup>1</sup> Porque cumplen con las características del perfil del emprendedor peruano analizado en el reporte la GEM Perú (2010)

## Introducción

El emprendimiento viene constituyéndose como una importante opción que ha permitido la disminución de la pobreza y la generación de oportunidades para un gran sector de la población emergente de países en desarrollo<sup>2</sup>. En el marco del emprendimiento a nivel mundial, el Perú se ha posicionado en una ubicación privilegiada respecto de los demás países. De esta forma, en el periodo 2010-2011, según los datos de la *Global Entrepreneurship Monitor*, el índice de actividad emprendedora del Perú fue de 27.2%, lo cual generó que se le considerara el primer país emprendedor entre las economías basadas en eficiencia, el segundo más emprendedor en el continente americano (el primero fue Bolivia, con una tasa de 38.6%) y el séptimo a nivel mundial (ESAN- Centro de Desarrollo Emprendedor, 2010: 23). Esta comparación global muestra la capacidad emprendedora y creatividad para los negocios característica de los peruanos.

---

<sup>2</sup> Estos son los casos del Emporio Comercial de Gamarra.  
Otros casos de éxito en emprendimiento pueden ser consultados en la página web de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada- Perú. <[http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/CASOSDEESTUDIO/10\\_Casos\\_de\\_Exito.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/CASOSDEESTUDIO/10_Casos_de_Exito.pdf)>

Según los datos del INEI 2010, en la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO 2010: 53-54), del total de la población económicamente activa (PEA) ocupada en el Perú en el primer trimestre del año 2010, el 5.9% son patronos o empleadores, el 32.1% corresponde a trabajadores independientes, el 28% se ocupa como empleado, el 22.5% son obreros y, finalmente, el 11.6% se dedica a otras actividades. Por lo tanto, la mayor parte de la PEA labora como trabajador independiente y, con ello, genera sus propios ingresos.

Además, los datos de esta fuente revelan que el **68.2%** de la población asalariada labora en empresas de 1-10 trabajadores; el 9.1%, en empresas de 10-50 trabajadores; y el 22.7%, en empresas de 51 a más (ENAHO 2010: 51). En estas circunstancias, se aprecia que el **77.3% de los peruanos labora en pequeñas y medianas empresas (PYMES)** que representan el resultado de emprendimientos empresariales.

Para una mejor comprensión de los datos hasta ahora proporcionados, es preciso esclarecer la definición de la palabra emprendimiento, pues, según la **Real Academia de la Lengua Española** (2010), es “la acción u efecto de emprender” y emprender es “la acción de acometer o iniciar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. Sin embargo, estas precisiones no bastan si se busca conceptualizar lo que es el emprendimiento juvenil. Por este motivo, **Linares**, presidente del Colectivo Integral de Desarrollo (CID), explica que el emprendimiento, y específicamente el emprendimiento juvenil, es una actividad independiente, realizada como empleador o trabajador independiente, formal o informal, y desarrollada como ocupación principal Linares (2010:1). Esta definición permite concretizar la orientación de la presente investigación.

El emprendimiento en el Perú involucra a muchas personas, que difieren en sus edades, sexos, nivel educativo, condición social, etc. Según datos de la *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2009* (ESAN 2009: 43), la prevalencia en los grupos de edades de los emprendedores en el Perú fue, en datos aproximados, de 18-24 años un 18%, de 25-34 años un 22.8%, de 35-44 años un 23%, de 45-54 años un 23.5% y de 55-64 años un 19.5%. Así, la edad promedio de los emprendedores peruanos fue de 36.1 años durante el año 2009 (ESAN- Centro de Desarrollo Emprendedor 2009: 43).

**Gráfico 1. Grupo de países según desarrollo económico y el Perú: distribución por edad de emprendedores en etapas iniciales, 2009 (porcentajes)**



Fuente: ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor (2009)

Al comparar al Perú con el promedio de prevalencia del emprendimiento de los demás países, se observan resultados superiores al promedio en casi todos los grupos de edad. De esta manera, en el Gráfico n°1, se muestran los países distribuidos según la

prevalencia del emprendimiento en los grupos de edad y las características económicas que presentan clasificándose en tres tipos: economías basadas en recursos, economías basadas en eficiencia y economías basadas en innovación (en el capítulo 1, se profundiza esta clasificación). La tendencia de los resultados muestra una curva en “U” invertida, lo que implica que a mayor edad el deseo de emprender un negocio disminuye.

Por tal motivo, este estudio sobre el emprendimiento juvenil en el Perú es un esfuerzo por dar a conocer tanto las carencias como las oportunidades que los jóvenes emprendedores pueden encontrar en el mercado peruano y los medios (incubadoras de empresas) que tienen a su alcance para potencializarlos. En el estudio, se establece el contenido a partir de la definición de términos como emprendimiento, juventud (sector de la población entre 15 y 29 años) y la situación del emprendimiento en América Latina. Luego, el estudio se enfocará en el caso del Perú y, más específicamente, en Lima Metropolitana. De este modo, se sientan las bases para profundizar la investigación con la aplicación y análisis del despliegue de la función de calidad (QFD)<sup>3</sup> en el Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la Pontificia Universidad Católica del Perú (CIDE-PUCP).

El foco de la investigación se ha establecido en Lima Metropolitana, para lo cual se utilizan, además de los datos de la ENAHO, la información obtenida de la ENJUV 2009, los mismos que fueron recopilados en las ciudades de Lima Metropolitana, El Callao, Trujillo, Arequipa y Huancayo, ciudades que albergan al 66,4% del total de los jóvenes en el Perú. Según esta información correspondiente al año 2009, los

---

<sup>3</sup> El término QFD procede de las siglas en inglés Quality Function Deployment

jóvenes afirmaron en 35% de las respuestas que tendrían alguna relación con actividades de emprendimiento empresarial en los próximos doce meses.

Además, la Encuesta Juventud Empleo y Migración 2009 (ENJUV 2009) revela datos como los tipos de negocio en los que estos emprendedores normalmente inician sus actividades, su nivel educativo, sus fuentes de financiamiento, el tiempo de actividad estimado, los canales que utilizan, entre otros. Para esta investigación, se tuvo en cuenta todos estos datos, así como también se ha establecido el rango de edad entre los 15 y 29 años para los emprendedores jóvenes, de la misma manera que lo hizo dicha encuesta<sup>4</sup>.

Asimismo, es necesario dar a conocer aquellos elementos que no se tratarán en esta investigación o, por lo menos, sobre los que no se efectuará un análisis profundo. Este es el caso de las políticas que se han planteado en el Perú (Comisión Interministerial de Empleo, 2010 y Proyecto PREJAL, 2008) como medios para socavar el desempleo juvenil. Tampoco, se toma en cuenta todos los programas de promoción del emprendimiento en el país, porque sería muy extenso su análisis y no respondería a la intención original de esta investigación. Por lo tanto, se ha decidido limitar el rango de la investigación al estudio específico de uno de los programas de promoción del emprendimiento: las incubadoras de empresas.

En este contexto, las incubadoras se presentan en el medio económico nacional como entidades encargadas de fomentar y promover el emprendimiento. Esto las constituye

---

<sup>4</sup> El rango de edad elegido para esta investigación será explicado más adelante tomando en consideración lo propuesto por Verdura (2010) respecto de este rango de edad que identifica a la población que conforma a los jóvenes en el Perú. Este rango de edad fue tomado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática en el año 2010 durante la realización de la Encuesta Juventud, Empleo y Migración Internacional 2009.

como importantes participantes en los proyectos de emprendimiento e innovación de los jóvenes emprendedores en el país.

Por tal motivo, el análisis final de la investigación será probado en el CIDE PUCP por ser una incubadora de empresas con experiencia en el medio y con presencia en el mercado. Para su demostración, se aplica la herramienta del despliegue de la función de calidad (QFD), según la Asociación Latinoamericana de QFD<sup>5</sup>, tomando como clientes objetivo a los alumnos de la Facultad de Gestión y Alta Dirección (FGAD) de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

Estos clientes objetivo son, en gran medida, relevantes para esta investigación, dado que cumplen con el perfil del joven emprendedor peruano en el que se centra la tesis. Además, la carrera que estudian los vincula plenamente con el sector del emprendimiento y manejo empresarial. Por ello, se los eligió para evaluar su nivel emprendedor actual y futuro, así como su conocimiento e interés sobre los servicios (de emprendimiento) que brinda el CIDE PUCP.

Debido a ello, la investigación servirá como una fuente de información a favor de futuros estudios sobre el emprendimiento juvenil. Esto se logrará, ya que contribuirá con la elaboración de un diagnóstico sobre la tendencia emprendedora en el país, el cual permitirá tomar en consideración la situación laboral de los jóvenes peruanos y las oportunidades a las que estos pueden acceder respecto de las nuevas políticas e

---

<sup>5</sup> Esta herramienta es planteada en la Asociación Latinoamericana de QFD (s/a). Se puede consultar en la siguiente dirección web < <http://www.qfdlat.com/index.html>>

También fue planteada por Pedro Reyes en su Blog (Blog de Pedro). La entrada puede consultarse en la siguiente dirección <<http://blog.pucp.edu.pe/member/70/blogid/80>>

Otra fuente de estudio fue QFD <<http://www.qfdonline.com/>>

instituciones que, a su favor, empiezan a surgir como medio de promoción del emprendimiento empresarial juvenil en una economía en pleno crecimiento.

Por otro lado, permitirá esclarecer algunos elementos sobre la situación real en la que se encuentran los jóvenes peruanos que contribuyen con su labor y esfuerzo a construir oportunidades de cambio en la situación económica individual y familiar para, de este modo, lograr el desarrollo sostenido del Perú en forma mucho más equitativa e inclusiva al insertarse laboralmente en el mercado de trabajo.

A partir de esta justificación, se puede señalar que el problema central de la investigación es evaluar lo siguiente: ¿cuál es la situación de las actividades promotoras del emprendimiento entre los jóvenes en el Perú? Para responder esta pregunta, es necesario saber ¿qué características deben cumplir las condiciones laborales para ser consideradas decentes? Y, en este contexto, ¿qué importancia tiene el emprendimiento juvenil? y, a partir de estos criterios, ¿cuántos tipos de emprendedores existen? Con ello, se establecerá qué condiciones han sido propuestas en el PREJAL (2010) respecto de la definición del trabajo decente para así poder establecer qué papel cumple la propuesta del emprendimiento juvenil y cuál es la tipología del emprendimiento.

Lo anterior permitirá evaluar ¿qué condiciones de inserción laboral ofrece el mercado peruano a los jóvenes? y ¿en qué circunstancias surge el autoempleo (o emprendimiento) en el Perú ya sea por necesidad o por vocación? De esta manera, se centra la investigación en un ámbito nacional para analizar las condiciones de inserción laboral del mercado peruano y las motivaciones que determinan el tipo de emprendimiento (ya sea por necesidad o por oportunidad), así como las

características de los emprendedores peruanos y de las incubadoras de empresas (como programas de promoción del emprendimiento).

En vista de que esta investigación se enfoca en Lima Metropolitana, no solo hace falta tener conocimientos del emprendimiento en el país, sino que, además, es necesario ser más específicos e identificar cuál es la situación del emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana a partir de los resultados de la ENJUV (2009) y, según esta situación del emprendimiento juvenil, evaluar ¿qué factores hacen más probable la ocurrencia del emprendimiento por vocación frente al emprendimiento por necesidad según los resultados de la ENJUV (2009). En caso de que emprendedores como los alumnos de la FGAD desearan emprender una empresa, ¿organizaciones como la incubadora de empresas CIDE PUCP estarían preparadas para ofrecer servicios que se ajusten a las necesidades de estos alumnos?

Para lograr responder todas estas preguntas, se han establecido objetivos para esta investigación. De este modo, el objetivo general es evaluar el desarrollo de mecanismos de promoción del emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana en el periodo 2008 - 2010 tomando como caso particular de estudio a la incubadora CIDE PUCP para atender a los alumnos de la FGAD en sus expectativas por obtener servicios especializados para sus emprendimientos.

Para conseguirlo, se han establecido objetivos específicos, tales como estudiar las definiciones a emplear a lo largo de la investigación, entre ellas la relevancia internacional del tema del emprendimiento en el fomento del empleo decente juvenil y la propuesta del emprendimiento juvenil como una herramienta que puede promover

el trabajo decente, así como el planteamiento de una teoría económica que brinde sustento a la tipología del emprendimiento.

El segundo objetivo específico se centra en analizar la estructura del mercado peruano, ubicado en el contexto de América Latina, para entender las condiciones de inserción laboral a las que se enfrentan los jóvenes. Esto permitiría así iniciar un estudio del emprendimiento en el Perú para determinar la tendencia y características de los emprendedores peruanos, y ubicar la posición de los jóvenes emprendedores dentro de este contexto, además de tomar en consideración actividades promotoras del emprendimiento como las incubadoras de empresas que promueven el autoempleo entre los jóvenes. Por último, se busca evaluar cuáles son los factores que aumentan la probabilidad de la ocurrencia de la promoción de la vocación emprendedora en los jóvenes y definir si los servicios de una organización como el CIDE PUCP se ajustan a las necesidades de jóvenes emprendedores, como los alumnos de la FGAD.

Una vez señalados los objetivos, se formula, a continuación, las hipótesis. La hipótesis principal señala que, a pesar de que existe un elevado interés de los jóvenes peruanos respecto del emprendimiento, estos carecen de programas que estimulen la vocación emprendedora de los jóvenes en el país, en la medida que se tiene un compromiso limitado para lograr que los jóvenes emprendedores puedan acceder a los servicios brindados por organizaciones como el CIDE-PUCP.

La primera hipótesis secundaria señala que las características del trabajo decente permiten definir condiciones laborales adecuadas a las que deben acceder la población joven, y entre las propuestas sobre su caracterización se encuentra el emprendimiento como herramienta de facilitación del trabajo decente, aunque es preciso definir el tipo

de emprendedor que se pretende promover para que el emprendimiento no sea solo una opción residual, sino una fuente real de inserción laboral juvenil.

La segunda hipótesis secundaria explica que las escasas condiciones de inserción laboral en el Perú han ocasionado que gran parte de la población busque autoemplearse por necesidad, más aún considerando la inexperiencia y escasa educación en las que se encuentran los jóvenes peruanos. Para hacer frente a este problema, han surgido incubadoras de empresas que promueven el emprendimiento juvenil apoyando sus proyectos empresariales.

Finalmente, la tercera hipótesis secundaria afirma que existen factores (variables independientes) tales como sexo, experiencia potencial, financiamiento, nivel educativo, lugar de residencia y asesoría que hacen más probable la ocurrencia de un determinado tipo de joven emprendedor, ya sea por vocación o por necesidad (variables dependientes), tipología que es fundamental en el estudio del emprendimiento juvenil. En este contexto, surgen organizaciones como el CIDE PUCP, que buscan adecuar sus servicios de incubación de empresas a las necesidades de clientes como los alumnos de la FGAD que cumplen con el perfil del joven emprendedor peruano por vocación.

Después de presentar la justificación, las preguntas, los objetivos, las hipótesis y el marco teórico, se procede a desarrollar la metodología de la investigación realizada con dos tipos de herramientas. Por un lado, se propone el **método cuantitativo**, que toma en cuenta los resultados estadísticos de la encuesta ENJUV, 2009, ejecutada por el INEI a solicitud del proyecto CONJOVEN (Programa Conjunto Promoción de Juventud Empleo y Migración) del Fondo para el Logro de los ODM.

En este marco, se realizó un muestreo de hogares en las cuatro ciudades representativas (Lima Metropolitana y El Callao, Trujillo, Arequipa y Huancayo)<sup>6</sup>, para lo cual se congregó al 66.4%<sup>7</sup> de los jóvenes a nivel nacional en el 2009. Para los fines de la presente investigación, se busca determinar las principales causas y limitaciones que enfrentan los jóvenes que deciden iniciar un emprendimiento. Así, se evalúan los datos y se comparan los resultados obtenidos tomando en consideración sus diferencias y tendencias en las cuatro ciudades.

Por otro lado, se aplica el **método cualitativo** a través de la herramienta del despliegue de la función de calidad (QFD) en la unidad CIDE- PUCP y se considera como clientes a los alumnos de la FGAD del 5° al 9° ciclo, a los mismos que se les aplicó un *focus group* (ver Anexo 9) y una encuesta dirigida (ver Anexo 12) con un muestreo aleatorio estratificado, con la finalidad de evaluar sus necesidades, que podrían ser cubiertas con servicios ofrecidos por el CIDE. La muestra obtenida para un nivel de confianza de 95% fue de 225 alumnos, que fueron estratificados según los ciclos en los que se encontraban en la FGAD.

Sobre la base de los resultados de este estudio, se diseñan soluciones a aplicar por medio de estos servicios para responder a las necesidades de la demanda. También, se realizaron entrevistas guiadas a especialistas en temas de emprendimiento (sus tendencias durante la década del 2000) y de emprendimiento juvenil (ver Anexo 2).

Para responder a los desafíos señalados anteriormente, los capítulos que conforman la investigación han sido divididos respetando una estructura de estudio que parte de un análisis deductivo, que culmina con un caso particular. En el primer capítulo, se

---

<sup>6</sup> El Programa Conjunto de Juventud Empleo y Migración contempla estas cuatro ciudades para la realización de la encuesta ENJUV (2009), pero tiene como meta el poder extenderse en las demás regiones del país.

<sup>7</sup> Este nivel fue obtenido a partir del total de población joven de las 4 ciudades, tomadas como público objetivo de la ENJUV 2009, respecto de la cantidad total de jóvenes de 15 a 29 años contemplada en los resultados de la ENAHO 2009.

profundizan las definiciones y conceptos sobre la inserción laboral juvenil y el autoempleo. Luego, se desarrollan temas relacionados con los ODM planteados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), uno de los que contempla el trabajo decente juvenil. Por último, se define lo que significa el emprendimiento juvenil y a qué sector de la población se entiende por joven, según el rango de edad que se establece en la investigación.

En el segundo capítulo, se presenta la estructura del mercado peruano: el mercado laboral y las condiciones de trabajo. A continuación, se explica la inserción de la labor juvenil en el Perú y las condiciones laborales en las que estos jóvenes se ven obligados a trabajar. Asimismo, se detalla el rol de las incubadoras de emprendimientos y su alcance en el mercado empresarial peruano.

En el capítulo final, se define la metodología de la investigación con la que se propone un modelo econométrico para verificar las causas y las limitaciones frente al interés de los jóvenes por el emprendimiento (análisis de la encuesta ENJUV del año 2009). Además, se expone la metodología cualitativa a partir de la realización de la encuesta a los alumnos de la FGAD, sustento necesario para la aplicación de la herramienta del QFD y para poder conocer tanto de las necesidades como de las opciones y valoraciones de los atributos que debe ofrecer el servicio del CIDE para atraer el interés de los alumnos.

## Capítulo 1. La inserción laboral juvenil y el autoempleo

La primera propuesta realizada en este capítulo corresponde al marco conceptual, en el que se establecen las definiciones pertinentes que han de orientar la investigación en su totalidad. Se definen términos como el trabajo decente, el emprendimiento y su relación con el desarrollo económico, a qué sector de la población se considera joven (según su rango de edad), la inserción laboral y el emprendimiento. Por último, se define lo que son las incubadoras de empresas, su tipología y los servicios que estas ofrecen.

En este contexto, cabe destacar que el emprendimiento es una de las propuestas para el desarrollo del trabajo decente entre los jóvenes. Además, guarda un estrecho vínculo con el tipo de desarrollo económico que el país presenta, mucho más si se toma en cuenta que el Perú llegó a posicionarse en el primer lugar en emprendimiento a nivel mundial durante el periodo 2004-2005 (según los datos de la GEM) con un índice de 40.3% en la tasa de actividad emprendedora en etapas iniciales (TEA), un nivel mucho más elevado que el promedio (9.3%) durante este periodo. En este marco, se entiende el emprendimiento como un medio de inserción al mercado laboral y tiene como una de sus fuentes promotoras a las incubadoras de empresas, que son entidades

creadas para impulsar proyectos de emprendimientos con la finalidad de buscar su sostenibilidad en el tiempo.

### **1.1. La promoción del trabajo decente para los jóvenes: la propuesta de la OIT**

El PNUD propuso, en setiembre del año 2000, ocho objetivos<sup>8</sup> y los declaró los objetivos del desarrollo del milenio (ODM), los que se pretenden alcanzar para el año 2015<sup>9</sup>. La promoción del trabajo decente para los jóvenes ocupa una posición destacada como parte del compromiso por lograr los ODM, y se vincula con el octavo objetivo: “Fomentar una asociación mundial para el desarrollo” y específicamente con la meta 16: “En cooperación mundial con los países en desarrollo, elaborar y aplicar estrategias que proporcionen a los jóvenes un trabajo digno y productivo”. Se utiliza como indicador la tasa de desempleo juvenil para identificar si se está alcanzando esta meta. En la XVIII Conferencia Internacional de junio 2005, la OIT asumió el objetivo de lograr el trabajo decente para los y las jóvenes como uno de los medios para la erradicación de la pobreza, el logro del desarrollo sostenible, el crecimiento y el bienestar general (OIT: 2010).

De esta manera, se propone como definición de trabajo decente, en el marco de la investigación, la explicada por Somavia, director general de la OIT:

Un trabajo productivo con remuneración justa, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para el trabajador y su familia, mejores perspectivas para el desarrollo personal y social, libertad para que manifiesten sus preocupaciones, se organicen y participen en la toma de decisiones que afectan sus vidas así como la igualdad de oportunidades y de trato para mujeres y hombres. (Somavia 2010: 21)

---

<sup>8</sup> Los ocho objetivos del milenio propuestos por el PNUD son los siguientes: 1) erradicar la pobreza extrema y el hambre, 2) lograr la enseñanza primaria universal, 3) promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer, 4) reducir la mortalidad infantil, 5) mejorar la salud materna, 6) combatir el VIH/sida y otras enfermedades, 7) garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, 8) fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

<sup>9</sup> Los ODM fueron aprobados por 189 países y firmados por 147 jefes de Gobierno.

Según esto, el trabajo decente precisa tomar en consideración tanto la trayectoria personal como el ciclo de vida, y los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Se recomienda que el itinerario laboral no comience con un empleo o trabajo, sino que inicie con la educación, la formación o acumulación de experiencia laboral y/o empresarial. Estos se constituirían como los primeros pasos de una trayectoria laboral decente (OIT 2010: 21).

#### **Esquema 1. Trayectoria del trabajo decente**



Fuente: OIT. La promoción del trabajo decente y juventud 2010

El esquema n°1 permite conocer que el trabajo decente es un proceso continuo que se va construyendo a partir de una trayectoria y, para promover su desarrollo, se han

planteado políticas tanto macro como generales que impulsan la construcción de este itinerario hacia el logro del trabajo decente esperado para la juventud latinoamericana.

Es preciso tener en cuenta que el rango de edad que define a la población joven varía según el criterio establecido por cada organización y/o país que realiza un estudio al respecto. Según lo expuesto por Verdera, en los países andinos, el rango de edad de la población joven se encuentra establecido de 15 a 29 años, pese a que existen diferencias respecto de otros países como México y Costa Rica, donde el rango es de 12 a 24 años, o países de Centro América, cuyo rango es entre 10 y 24 años (2010:1-3).

Generalmente, la distribución estándar considera a la población joven entre 15 y 24 años de edad, y la divide en dos grupos: población joven adolescente de 15 a 19 años y población joven adulta de 20 a 24 años. Esta medida se utiliza en la estadística internacional. Respecto de la edad mínima, una de las razones por las que esta se establece a partir de los 15 años en el intervalo de juventud es el convenio de la edad mínima de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) (Convenio número 138 en su art. 2, inc. 3), en el que se indica que la edad para trabajar no debería ser menor a la edad en la que se termina el periodo escolar, o en todo caso no menor a 15 años y con la autorización de los tutores del menor. La opción de tomar el rango de edad hasta los 29 años se deriva de dos razones. La primera es por la formación de políticas, entre ellas las que promueven a los emprendimientos juveniles, porque es mucho más probable que una persona inicie y mantenga un emprendimiento con acumulación de edad y experiencia laboral. En consecuencia, si se considera el rango de juventud de 15 a 24 años, la parte de la población de 15 a 17 años no podría ejercer algunos derechos como la creación formal de una empresa. Por otro lado, al limitar la

edad hasta los 24 años, los programas no podrán alcanzar resultados significativos y, en tal caso, resulta conveniente extender la edad hasta los 29 años.

La segunda razón para considerar a la población joven hasta los 29 años es la transición de la educación superior universitaria hasta el empleo (producido en un rango entre 25 y 29 años), más aún si se quiere definir a este como un trabajo decente, lo que no es factible lograr antes de la edad de 24 años.

Una de las consecuencias de considerar a la población joven de 15 a 29 años de edad surge al dividir la tasa de desempleo de esta población entre la PEA, la misma que resulta considerablemente menor si se realiza el mismo cálculo pero con la población de 15 a 24 años de edad (Verdera 2010).

Sin embargo, Verdera también indica que, para comparaciones internacionales, es preferible mantener la delimitación estándar de los 15 a los 24 años (2010:2). Por otra parte, en el caso de la ENJUV 2009, se seleccionó un rango de 15 hasta 29 años de edad en la medida que se buscaba ampliar las políticas de inserción juvenil para el autoempleo. La presencia de esta opción es muy sensible para los jóvenes que se encuentran en el ratio de 25 y 29 años de edad.

Por otra parte, en esta investigación, también se ha considerado datos de la ENAHO, que analiza la inserción laboral juvenil a partir de los 14 años de edad. Ello ocurre porque esta es la edad mínima que la legislación peruana contempla (Código de los Niños y Adolescentes Ley N° 27337 artículo 51°) para que los jóvenes puedan, con autorización de sus padres, empezar a trabajar.

## 1.2. El emprendimiento y las fases de desarrollo económico

Una vez establecida la conceptualización de lo que se entiende por trabajo decente y el rango de edad que define a la población joven como tal, se procede a determinar la relación entre emprendimiento y el desarrollo económico. Como se recuerda, en la introducción, se plantea la definición del emprendimiento a partir de lo indicado por Linares: “el emprendimiento y específicamente el emprendimiento juvenil, viene a ser una actividad independiente, realizada como empleador o trabajador independiente, formal o informal, desarrollada como ocupación principal” (2010:1). Para el análisis específico del joven emprendedor, se han de tomar en cuenta a aquellos que emprenderán un negocio, que lo hicieron anteriormente o que tienen un negocio ya sea como empleadores o **autoempleados**.

Respecto de la tipología del emprendimiento, Chacaltana (2006) indica que, cuando los jóvenes terminan la educación secundaria y hasta la terciaria, lo común es que se orienten hacia el empleo asalariado y que asuman el emprendimiento como una opción residual, es decir, en caso de no encontrar un empleo asalariado. Esto es lo que se conoce como emprendimiento por necesidad en contraste con los emprendedores por vocación, que son aquellos que tienen como objetivo el aprovechar una oportunidad económica o aquellos que mantienen un negocio familiar y, en general, aquellos cuya decisión de emprendimiento no se definió a partir de una necesidad de tipo económico.

Por otro lado, los reportes de la GEM (2004-2009) han establecido que existen dos tipos de emprendedores: los **emprendedores por necesidad**, que son aquellos que emprenden un negocio porque no cuentan con otra alternativa laboral o porque tienen

una necesidad económica, lo que genera negocios de subsistencia; y los emprendedores **por oportunidad** derivada de su vocación emprendedora, por antecedentes familiares de emprendimiento, por independencia o por encontrar una oportunidad atractiva en el mercado. Ambas tipologías guardan similitud en la clasificación. Sin embargo, en esta investigación, se utiliza la tipología establecida por el GEM teniendo en cuenta algunas modificaciones mínimas en la constitución de esta, sin dejar de lado el hecho de que todo emprendimiento que no se realiza por necesidad (ante la falta de oportunidad laboral o por falta de ingresos) es un emprendimiento por oportunidad (o vocación).

La base teórico-económica que respalda esta clasificación de los tipos de emprendimiento puede ser sustentada a partir del “**modelo de mercado laboral bajo sobrepoblación**” planteado por Adolfo Figueroa (1996: 229-230). Este autor ha combinado los modelos de equilibrio general neoclásico, clásico y keynesiano para una economía sobrepoblada, de tal manera que, en el caso de la teoría clásica y neoclásica, considera que hay tres mercados en el sistema: productos, servicios, así como el mercado de los factores de producción (tierra, trabajo y capital). Este aspecto permite que se pueda llegar al equilibrio general solo analizando el mercado laboral si se guarda la neutralidad del dinero y prevalecen las condiciones de la ley de Walras (Figueroa 1996). El autor en su modelo, también, introduce el supuesto de que, en el sector de subsistencia, los rendimientos son decrecientes y la mano de obra es homogénea. En cuanto a la teoría keynesiana, la solución de equilibrio general se fundamenta en la interrelación de todos los mercados.

Toda esta explicación se presenta en el Gráfico n°2, en el que, según el modelo neoclásico, la curva de la demanda (**D**) es decreciente y viene a constituirse por el lado de las empresas capitalistas; en tanto, la curva de la oferta (**Omn**) es creciente y proviene de los trabajadores del sector de subsistencia. Entonces, la solución del mercado laboral surgiría en el punto “**h**” obedeciendo al mercado walrasiano planteado en este modelo. Sin embargo, dadas las inconsistencias de este modelo ante la realidad latinoamericana<sup>10</sup>, se continúa con el modelo clásico.

En el modelo clásico, se toman las curvas de oferta y demanda del mercado del modelo neoclásico, pero se incluye un umbral de ingreso (igual a  $Ov^*$ ) en el sector de subsistencia. Debajo de este umbral, no se considera rentable autoemplearse. Por otro lado, es necesario, para que el mercado laboral pueda funcionar, que el salario sea superior al que el trabajador pueda percibir en el sector de subsistencia. Luego,  $v^*$ , al estilo de Lewis (1954), determinará el salario. En este caso, la solución del mercado se presenta con “ $W_0$ ” como salario y “ $OA$ ” como cantidad demandada.

Según este modelo, el desempleo  $X$  está constituido por el segmento  $AL$ . La demanda de trabajo es tal que los trabajadores excluidos del mercado laboral pueden no ser absorbidos, en su totalidad, en el sector de subsistencia (por su limitada capacidad de absorción). A este segmento, se le nomina desempleo involuntario (desempleo  $Y$ ), que está definido por aquellos que prefieren buscar un empleo en el mercado antes que tomar un empleo lucasiano (Figuroa 1996).

---

<sup>10</sup> Las inconsistencias, a las que se hace referencia, surgen a partir del mercado walrasiano cuyo punto de equilibrio “ $h$ ” implica que el salario real sea igual al producto marginal en el sector de subsistencia; entonces, la curva de oferta es la curva de producto marginal en este sector, lo cual, ocasiona dos predicciones. La primera es que el producto medio (ingreso medio) de los trabajadores del sector de subsistencia sea mayor que el salario real. La segunda es que solo habría desempleo friccional; de este modo, no se ajusta a la realidad del mercado laboral en Latinoamérica.

Posterior a lo mencionado antes, es importante hacer hincapié en la teoría del autoempleo lucasiano, porque Lucas planteó que: “Los trabajadores, que por cualquier razón, pierden su trabajo, habitualmente pasan por un periodo de desempleo en vez de obtener un trabajo transitorio en el mercado de trabajo “al contado” en empleos que están habitualmente en el mercado de trabajo” (1988:70). Con ello, se brinda un sustento teórico que respalda el planteamiento del **emprendimiento por necesidad** que se pretende determinar en esta investigación. Hecha esta aclaración, se continúa con la explicación del modelo sustentado por Figueroa.

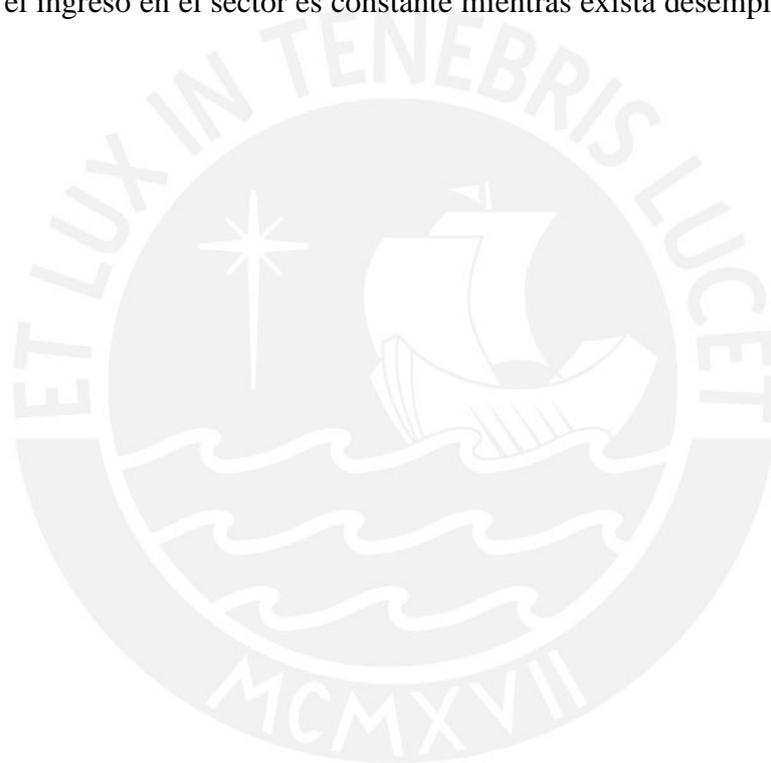
En la teoría clásica, en consecuencia, el desempleo X está constituido, en parte, por el desempleo Y (AG) y, en parte, por el autoempleo lucasiano (igual a GL). Por otro lado, el desempleo abierto (CG) estaría conformado por el desempleo friccional<sup>11</sup> más el desempleo Y (igual a AG). El segmento LO' mide la cantidad de autoempleados que, pese a no tener trabajadores asalariados, tienen ingresos superiores al salario del mercado; ellos no pertenecen al sector de subsistencia.

Es preciso realizar una aclaración: pese a que la teoría de Figueroa no contempla en el segmento de los autoempleados con mayores ingresos a los patronos (dueños de emprendimientos con más de un trabajador), en esta investigación, se considera como parte de este segmento a los empleadores que cuentan con trabajadores asalariados a su cargo.

---

<sup>11</sup> Se considera desempleo friccional a aquel desempleo que es ocasionado por la falta de información, o problemas con su obtención, tanto de los empleadores como de los empleados que impide que el total de la demanda pueda ser cubierta con la oferta a disposición, pero cuya existencia (desempleo friccional) tiende a desaparecer con el tiempo, hasta lograr el equilibrio general en el mercado (punto “r”).

Retomando lo planteado por Figueroa (1996), la teoría keynesiana como sistema de equilibrio general determina, en forma simultánea, tanto los precios relativos como las cantidades, los precios nominales “flexibles” y el nivel de precios. Pese a las distancias, la solución resulta semejante a la expuesta en el modelo clásico. La diferencia principalmente radica en las variables exógenas que determinan la curva de la demanda de trabajo<sup>12</sup>. Pese a los cambios interpretativos, estos modelos aún guardan inconsistencias con la realidad latinoamericana: primero, la relación entre el salario y el ingreso en el sector es constante mientras exista desempleo Y; segundo, no podría



---

<sup>12</sup> En la curva de trabajo, están incluidos tanto el salario nominal y los demás precios nominales que son “fijos”, así como los componentes de la demanda efectiva.

**Gráfico 2. Mercado laboral con sobrepoblación**



haber una elevación del salario real en presencia del desempleo  $Y$ .

Para hacer frente a estas inconsistencias, se introduce la función de extracción del esfuerzo en un contexto de sobrepoblación. Esta función dependerá no solo de los salarios, sino también del ingreso que pudiera obtenerse en el sector de subsistencia. En este sentido, a cada curva de productividad marginal le corresponderá una curva de esfuerzo.

Entonces, la curva de esfuerzo  $E$ , en la gráfica n° 2, permite conocer que la solución del mercado laboral será con el salario  $W_0$ , nivel de empleo  $OA$  y la cantidad de excluidos  $AL$ . De esta manera, las inconsistencias desaparecen: al expandirse el nivel de la demanda, la relación salarios-ingreso en el sector de subsistencia se hace variable. El salario real puede aumentar incluso con la existencia del desempleo  $Y$ .

Una vez aclarada la definición del emprendimiento, su tipología y su sustento teórico económico, se debe establecer la relación que existe entre el emprendimiento y las fases de desarrollo económico. Según el Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial (Porter & Schaward, 2009: 3-9)<sup>13</sup>, de las tres fases de desarrollo económico propuestas: economías basadas en recursos, economías basadas en innovación<sup>14</sup> y economías basadas en eficiencia, el Perú presenta una economía basada en eficiencia; es decir, se caracteriza por una economía en la que, a partir del desarrollo del sector industrial, empiezan a surgir instituciones que promueven una mayor industrialización y una mayor productividad a través del desarrollo de

---

<sup>13</sup> Datos obtenidos del **World Economic Forum (2009)**

<sup>14</sup> Esta clasificación de las economías se ha realizado a partir de la Tipología de Michael Porter, según la que se entiende por economía basada en recursos a aquella cuyo desarrollo económico se basa en los cambios en la calidad y el carácter del valor económico agregado; estos cambios tienen una mayor productividad y un aumento de los ingresos per cápita. En cambio las economías basadas en innovación son aquellas en las que, conforme las economías maduran y la riqueza se incrementa, la actividad empresarial se orienta a una expansión en el sector servicios que atiende a una población con mayores recursos y, por ende, suministra sus servicios a una sociedad con mayores niveles de ingresos.

economías de escala. Estas diseñan sus instituciones económicas y financieras para favorecer principalmente a las grandes empresas nacionales (World Economic Forum 2009).

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

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

Fuente: ESAN, Global Entrepreneurship Monitor Perú 2009  
Elaboración propia

Según Gries & Naude, la fase de desarrollo económica de un país guarda relación con el nivel de emprendimiento del mismo. Es decir, si los niveles de desarrollo económico son bajos, el nivel de actividad emprendedora **impulsada por la necesidad** es elevado. Por lo tanto, ambas situaciones presentan una relación inversa, que puede ser el origen de las escasas oportunidades laborales, porque la economía no puede sostener altos niveles de empleo en sectores de elevada productividad (2008).

### Esquema 2. Tipología del desarrollo económico

Fuente: GERA, 2010 a partir de la propuesta de Porter & Schaward (2009)  
Elaboración propia

En consecuencia, a medida que la economía empieza a desarrollarse, la actividad emprendedora por necesidad decrece; de igual forma, el emprendimiento por oportunidad se incrementa, a partir de lo cual se introduce un cambio cualitativo en la actividad emprendedora en su totalidad; a este cambio del emprendimiento por

necesidad ante el emprendimiento por oportunidad se le conoce como “la hipótesis de la curva en U”<sup>15</sup>.

**Gráfico 3. Emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad, por países (curva en “U”)**

Fuente: GERA, GEM Perú 2009  
Elaboración propia

Esclarecida la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico de un país, se continúa evaluando el proceso emprendedor. Este se inicia al identificar al emprendedor potencial como el que observa oportunidades de negocio, y el que tiene y/o genera conocimientos y habilidades para emprender su iniciativa en el mercado, fase conocida como “etapa de concepción”.

**Esquema 3. El proceso emprendedor y las definiciones operacionales del GEM**

---

<sup>15</sup> Según los datos de la GEM 2008, la hipótesis de la curva en “U” indica que a mayor desarrollo económico el emprendimiento por necesidad decrece y el emprendimiento por oportunidad se incrementa, lo cual forma en una gráfica comparativa una curva en forma de “U”.

Fuente: ESAN, GEM Perú 2009. Adaptado de Reynolds y otros, 2005.

Posteriormente, se inicia la etapa del nacimiento de la empresa, que se divide en dos partes. La primera es la del emprendedor naciente, el mismo que ya está involucrado en la puesta en marcha del negocio; es decir, se inicia el funcionamiento de la empresa. La segunda etapa implica el inicio del emprendedor como dueño y gerente del negocio nuevo. Según la GEM (2009), esta fase se inicia a partir de la realización de cualquier tipo de pago por un plazo mayor a tres meses a alguna persona, lo cual incluye a los dueños. A este periodo se lo considera como el “momento del nacimiento de la empresa”.

Esta distinción entre etapas depende de la antigüedad de la empresa en su puesta en marcha<sup>16</sup>. De esta forma, el emprendimiento se constituye como un proceso que se genera en el momento en que se comprometen recursos para poner en marcha la empresa (local, personal, adquisición de activos, etc.).

Además, estas dos etapas constituyen lo que se denomina **actividad emprendedora en etapas iniciales**, conocido como TEA por sus siglas en inglés (*Total Entrepreneurship Activity*). Este indicador es uno de los más utilizados en la medición de la GEM, pues establece el total de la población adulta entre 18 y 64 años que se

---

<sup>16</sup>Aquellos negocios que han pagado sueldos por más de tres meses y menos de 42 meses se consideran nuevos negocios.

halla en las etapas iniciales del proceso de creación de una empresa (emprendedores nacientes + emprendedores nuevos).

Por último, los propietarios de negocios que han pagado sueldos y salarios por un tiempo superior a 42 meses son clasificados como “emprendedores establecidos”: sus negocios empiezan a mostrar sostenibilidad y una orientación clara en su entorno. En consecuencia, las empresas en este nivel pueden indicar que existen condiciones positivas para la subsistencia de estas compañías GEM (2010).

### **1.3. Inserción laboral juvenil y estructura de mercado**

Otro aspecto a tomar en cuenta en la investigación es la inserción laboral juvenil y la estructura de mercado. En este contexto, la propuesta de la inserción laboral juvenil surge como respuesta a la falta de oportunidades y empleabilidad de un sector de la población que carece de educación y de conocimientos en manejos de herramientas e información necesaria para desempeñarse en el mercado laboral. Incluso, en caso de contar con conocimientos, las condiciones de escasez de empleo en el medio limitan su acceso a un empleo decente. Por tal motivo, la inserción laboral se orienta a la búsqueda, creación de oportunidades, generación de capacidades y actitudes necesarias para ingresar y conseguir un puesto de trabajo en el mercado laboral, ya sea como asalariado o como autoempleado Chacaltana (2006). En este sentido, el emprendimiento juvenil se presenta como una alternativa constructiva frente al desempleo juvenil y la falta de condiciones laborales decentes.

Antes de definir lo que es la estructura de mercado, es preciso mencionar cómo se mide la actividad económica de la población. Esta, según la ENAHO (2011), se

clasifica a partir del estudio de la población en edad de trabajar (PET) constituida por aquel sector de la población que está apto para desarrollar actividades productivas. En este contexto, la población objetivo son todos los miembros del hogar de 14 a más años de edad; es decir, la PET está conformada por la población económicamente activa (PEA) y la población económicamente inactiva (PEI)<sup>17</sup>.

Es necesario tomar en cuenta que la PEA (o fuerza de trabajo) está conformada por el sector de la población de 14 a más años de edad que participa en la actividad económica, ya sea buscando activamente un empleo o empleada en algún sector de la economía.

Realizada esta aclaración, se procede a definir a la estructura de mercado, según lo propuesto por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2011):

Es la clasificación que se hace a los diferentes grupos de ocupados que existen, diferenciados básicamente por quién es el demandante de trabajo: sector público, sector privado, hogares, y el grupo de independientes que son demandantes y ofertantes de trabajo a la vez. El sector privado incluye a empleadores y asalariados y se subdivide en:

- Empresas de menos de 10 trabajadores.
- Empresas de 10 a 49 trabajadores.
- Empresas de 50 a más trabajadores.

Una vez establecido el concepto de inserción laboral, actividad económica y estructura de mercado, se definirá otro elemento que forma parte de esta investigación: las incubadoras de empresas.

---

<sup>17</sup> Según los datos de la ENAHO 2011, la PEI está conformado por aquel sector de la población de 14 a más años de edad que no realiza o no desea realizar ninguna actividad económica. Se considera como tales las personas que se dedican a los quehaceres del hogar, los que solo estudian, los jubilados o pensionistas, y los que tienen impedimentos personales.

#### 1.4. Las incubadoras de empresas

Las incubadoras de empresas se constituyen como un medio de promoción del emprendimiento, tanto por su orientación en la formación de empresas como por su acompañamiento a las mismas en sus diferentes etapas de existencia, hasta lograr su consolidación en el mercado. Antes de mencionar la definición de lo que son las incubadoras de empresas, es preciso indicar lo expuesto por Benavides (1998), en su libro *Tecnología, innovación y empresa*, en el cual se refiere a las incubadoras de empresas como parte de los parques tecnológicos. Este autor define, en forma general, a los parques tecnológicos como una herramienta en cuya formación intervienen cuatro elementos básicos: el institucional, la relación universidad-investigación-tecnología, la promoción de empresas y el entorno económico<sup>18</sup>.

Luego, se clasifica los parques tecnológicos en centros de innovación, parques científicos y de investigación, parques tecnológicos y tecnópolis (ver Anexo 3).

Las incubadoras de empresas se ubican en el primer tipo de la clasificación; es decir, representan un centro de innovación.

##### 1.4.1. Definición y tipología de las incubadoras de empresas

A partir de esta aclaración, se define lo que es una incubadora de empresas. En la Conferencia Latinoamericana de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas

---

<sup>18</sup> Los 4 elementos básicos que intervienen en la formación de los parques tecnológicos son: el institucional, relacionado con la entidad o entidades que lo patrocinan; la relación universidad-investigación-tecnología, que requiere una relación planificada y directa entre el sector empresarial y el sistema educativo; la promoción de empresas (símbolo distintivo de los parques tecnológicos); y el entorno económico, el cual abarca la cantidad y calidad de la ubicación industrial que el parque promueve (accesibilidad, cercanía a centros de investigación y adecuada infraestructura de telecomunicaciones).

realizada el 2007 en el Perú, se definió las incubadoras como los espacios acondicionados para albergar actividades industriales o empresariales en su etapa de diseño, donde la empresa incubada es asesorada y protegida por la incubadora, la misma que le provee de recursos físicos, asesoría legal y capacitación adecuada para que dichas empresas puedan tener mayores oportunidades de éxito al ingresar al mercado y lograr mayores posibilidades de sostenibilidad en el tiempo (Universia, 2007).

Una vez establecida la definición, es preciso recalcar el objetivo principal de la misma. Según Jhon P.Light, “El principal objetivo de una incubadora de empresas es crear el ambiente adecuado, contando con asesoría, capacitación, financiamiento e infraestructura, que asegure un funcionamiento eficiente del nuevo negocio” (2004:1).

En este contexto, se menciona la diferencia entre lo que es empresa y negocio. En el Proyecto Facilitación de Financiamiento para Negocios Basados en la Biodiversidad y Apoyo a las actividades de desarrollo de mercado en la Región Andina (2005), se indica que “empresa” es el sujeto y “negocio” es la acción; es decir, se crean las empresas y estas son las que hacen negocios. Una empresa puede iniciar nuevos negocios ya sea creando nuevos productos, innovando tanto en productos como procesos preexistentes, o incursionando en el mercado con productos y/o servicios que no son nuevos, pero que le sirven para diversificarse. En cuanto a la tipología de las incubadoras de empresas, *Nodriza Incubation Partner* (2005) da a conocer la clasificación indicada en la tabla n°2.

**Tabla 2. Tipología de las incubadoras de empresas**

Tipo	Definición
------	------------

<p style="text-align: center;">Incubadoras de Bases Tecnológicas</p>	<p>Se orienta la promoción de empresas de alta tecnología: software, biotecnologías, robótica e instrumentación. Van desde su investigación y desarrollo hasta su comercialización. Su finalidad es crear nuevas empresas con alto valor agregado, caracterizadas por la innovación y el desarrollo tecnológico.</p> <p>En consecuencia, tiene por principal objetivo la promoción del desarrollo de Empresas de Base Tecnológica –EBT-, brindando servicios de apoyo en su proceso de formación.</p> <p>Normalmente se localizan en las universidades o en sus cercanías, se caracterizan por sus vínculos institucionales a fuentes de conocimiento tales como Universidades, Agencias de Transferencia de tecnología, Desarrollo Tecnológicos y Centros de investigación, Laboratorios Nacionales y personal especializado en Investigación y Desarrollo (I+D).</p>
<p style="text-align: center;">Incubadoras de Uso Múltiple, Generales o Mixtas</p>	<p>Impulsan la creación de empresas que estén dedicadas a diferentes clases de negocios. Es decir, no se enfocan en empresas que se dediquen a un solo tipo rubro en el mercado, dado que pueden promocionar empresas de servicios, comerciales, de manufactura e inclusive de base tecnológica así como también empresas de servicios tecnológicos y pequeñas empresas de la industria ligera.</p> <p>El principal objetivo de estas incubadoras es promover el continuo crecimiento económico e industrial de las regiones por medio del desarrollo general de nuevos negocios. El enfoque se da principalmente en apoyo a recursos técnicos, gerenciales, de mercadeo y financieros.</p>
<p style="text-align: center;">Incubadora tipo microempresas, de desarrollo económico</p>	<p>Estas promueven la creación de empresas en áreas con grandes desafíos económicos, pero con pocas posibilidades de desarrollo en el mediano y largo plazo. Estas áreas son regiones con grandes problemas de desempleo y de subsistencia, en donde el sector privado difícilmente llegaría. Frecuentemente estas incubadoras son una mezcla de diferentes tipos de negocios y generalmente se enfocan en los grupos vulnerables (cabeza de familia, grupos raciales, mujeres). Son inversiones asumidas normalmente por el Estado.</p>

Fuente: Nodriza 2005. Guía de buenas prácticas para las incubadoras de empresas  
Elaboración propia

Gracias al desarrollo de las TIC, en la actualidad, se está implementando una herramienta denominada “incubadora virtual”, que es una plataforma creada para compartir conocimientos e información. Además, permite recabar las diferentes iniciativas que existen en los escenarios empresariales del país, de tal manera que en ella se acoplan las instancias que intervienen en la cadena de generación de nuevas empresas en tiempo real. Este medio permite un contacto continuo entre los emprendedores y las incubadoras<sup>19</sup>.

#### 1.4.2. Desarrollo y servicios de las incubadoras de empresas

<sup>19</sup> Según datos de la página web: Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia (s/a) Consulta:5 de agosto de 2011  
<<http://www.encolombia.com/economia/Guiadeserviciosparaempresariosturisticos/laincubadoradeempresasdebase.htm>>

Con la finalidad de identificar el desarrollo de las incubadoras en el Perú, es preciso mencionar que existen fases de desarrollo de estas propuestas a nivel internacional: facilitación de espacio físico, intervención de universidades en la formación de nuevas incubadoras e internacionalización de las incubadoras.

#### Esquema 4. Fases del desarrollo de las incubadoras

Fuente: Leigh, 2004.  
Elaboración propia

En lo referente a los elementos básicos que una incubadora debe tener para asegurar su supervivencia empresarial, Peña-Vinces (2010) explica que son siete elementos los que determinan el éxito de una incubadora de negocios: la gestión administrativa, la gestión financiera, la gestión del talento humano, la infraestructura, el modelo de incubación, las redes (*networks*) y la evaluación del desempeño (ver Anexo 4).

Además, las incubadoras ofrecen una plataforma de servicios compartidos que varían según los recursos disponibles, el tipo de incubadora, y las capacidades humanas, físicas y económicas a su alcance. Esta clasificación de servicios puede ser presentado de la siguiente manera:

**Tabla 3. Plataforma de servicios ofrecidos por las incubadoras de empresas**

Tipo de servicio	Consiste en:
Servicios no financieros	Identificación de oportunidades de negocios Asesorías en: Medición de capacidades Determinación de la viabilidad del proyecto Formulación de Plan de Negocio Creación de empresas Formación de emprendedores Capacitación en planes de negocios, aspectos técnicos, de gestión empresarial y comercial Asistencia Técnica y transferencia de tecnología Gestión contable y financiera Promoción y gestión comercial Información técnica, legal, fiscal, logística y comercial Investigación de mercados Apadrinamiento de empresarios
Servicios Financieros	Asesoría para búsqueda de financiamiento Trámites para acceder a servicios bancarios Eventos especializados: ruedas y agendas de negocios entre emprendedores y fuentes de financiamiento Capital semilla Ángeles Capital de riesgo Avales, cartas fianza, seguro de crédito
Servicios de Infraestructura	Espacio físico Procesos industriales Desarrollo de prototipos Telecomunicaciones
Servicios de Facilitación	Tarifas preferenciales o exoneraciones en servicios públicos

Fuente: proyecto facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a las actividades de desarrollo de mercado en la región Andina (2005)  
 Elaboración propia

En general, del capítulo se concluye que la promoción del trabajo decente da a conocer lineamientos de acción de apoyo para la búsqueda de soluciones ante el problema de la falta de inserción laboral juvenil. En este contexto, el emprendimiento surge como una herramienta de inserción laboral para el trabajo decente, mucho más si este emprendimiento es del tipo “vocacional”, porque este tipo de emprendimiento incrementa la probabilidad de su sostenibilidad tanto por sus motivaciones (GEM, 2009) como por el nivel de ingresos alcanzado (Figuroa, 1996), a comparación del emprendimiento por “necesidad” que se presenta como un emprendimiento de subsistencia, aspecto que afecta su sostenibilidad (Chacaltana, 2006).



## **Capítulo 2. La estructura de mercado y la inserción laboral juvenil en el conjunto de América Latina y el Perú**

En este capítulo, se explica el marco contextual de la investigación, y se desarrolla el estudio de la estructura de mercado y el emprendimiento como forma de trabajo decente y medio de inserción laboral juvenil en América Latina. En consecuencia, se toma en consideración aspectos como el nivel educativo de los jóvenes latinoamericanos, su situación laboral y el emprendimiento como un medio de solución ante la falta de empleo.

Luego, se enfoca el análisis en el Perú al estudiar su estructura de mercado y su influencia en el mercado laboral, para luego continuar con un estudio detallado del emprendimiento en el país, y terminar con la situación de las incubadoras en el Perú y en otras partes de Latinoamérica. Con este estudio contextual, se espera situar la investigación dentro de un entorno preliminar que permita esclarecer la aplicación metodológica a llevar a cabo en el capítulo 3.

### **2.1. La estructura de mercado y la inserción laboral juvenil en América Latina**

Al analizar la estructura de mercado de América Latina, se puede contextualizar y comparar al Perú respecto de la situación de inserción laboral juvenil que existe en otros países del sector. Para ello, se inicia un estudio acerca de la situación tanto educativa y laboral de los jóvenes latinos como del emprendimiento juvenil entendido como un medio de inserción laboral.

### 2.1.1. El nivel educativo de los jóvenes en América Latina

El informe de la OIT Trabajo Decente y Juventud 2010 muestra el nivel educativo de los jóvenes latinoamericanos en el rango de 15-24 años según la siguiente distribución: el 2% se encuentra en la categoría de analfabetos; el 19% tiene educación primaria; el 65% alcanzó el nivel secundaria y solo el 14% presenta educación superior. En contraste, los adultos de 25 a más años de edad tienen los siguientes promedios de educación: el 11% son analfabetos; el 36% alcanzó la educación primaria; el 37% culminó la educación secundaria y el 16% la educación superior.

**Cuadro 1. América Latina: nivel educativo de la población 2010 (porcentaje)**

Porcentaje de Población según último nivel educativo alcanzado	Total	Jóvenes (15-24 años)	Adultos (25 a más años)
Analfabetos	9%	2%	11%
Educación Primaria	31%	19%	36%
Educación secundaria	44%	65%	37%
Educación superior	16%	14%	16%
Promedio de años de estudio	8.8 años	9.3 años	8.6 años

Fuente: OIT. Trabajo Decente y Juventud en América latina 2010  
Elaboración propia

La tasa de analfabetismo<sup>20</sup> juvenil es casi marginal, con solo un 2% frente a un 11% de analfabetismo en la población adulta. Se evidencia el progresivo trabajo y los resultados de los esfuerzos en los distintos países latinoamericanos por incrementar los niveles educativos en su población a partir de la erradicación del analfabetismo. En cuanto al nivel de educación primaria alcanzado, se observan niveles de 36% en los

<sup>20</sup> Según el informe de la Promoción del Trabajo Decente Juvenil 2010, se considera analfabetismo a la incapacidad para leer y escribir (en algunos casos es también la falta de una correcta comprensión). Analfabeto/a es la persona sin ningún nivel de instrucción académico.

adultos y de 19% en los jóvenes, con lo que existe un mayor nivel de adultos que solo ha recibido instrucción primaria.

En lo referente a la tasa de educación secundaria, el 65% de los jóvenes ha recibido este grado de instrucción frente al 37% de los adultos. Estas cifras indican que la mayoría de los jóvenes han alcanzado mejores niveles de educación que sus antecesores y, en consecuencia, deberían tener mayores posibilidades de acceso e inserción a mejores empleos y trabajos decentes, así como un incremento en sus niveles productivos gracias su mayor grado de instrucción.

Por último, en cuanto a la educación superior, el 14% de los jóvenes la ha recibido así como el 16% de los adultos. Estos niveles son relativamente similares y demuestran que se deben incrementar los esfuerzos por incentivar la instrucción superior entre los jóvenes latinoamericanos.

Estas condiciones perfilan un momento indicado para iniciar una campaña por la promoción de la educación superior, tanto para generar mayores niveles de producción a nivel país como para contribuir en la lucha contra la pobreza y la búsqueda de la perspectiva de trabajo decente en las condiciones laborales a las que puedan acceder los jóvenes latinoamericanos.

Sin embargo, a nivel de subregiones e inclusive entre países, el nivel educativo de los jóvenes es muy heterogéneo. En este sentido, el analfabetismo entre los jóvenes es superior en América Central (25%) frente a los países andinos con una tasa de solo el 17%. Cabe destacar que el porcentaje de analfabetismo en el Perú es de 14%, uno de los menores niveles de analfabetismo juvenil en la región, frente a un 11% en

Ecuador, un 13% en Argentina y un 13% en Chile. Estos porcentajes son mucho menores si se comparan con países como Honduras con 52% y Guatemala con 59%.

**Cuadro 2. América Latina: Nivel de analfabetismo por subregiones, 2010 (porcentajes)**

Porcentaje de Población según último nivel educativo alcanzado	Total	Países del Cono Sur	Países Andinos	Países de América Central
Analfabetos o con educación primaria	21%	20%	17%	25%
Con educación secundaria o superior	79%	80%	83%	75%

Fuente: OIT. Trabajo Decente y Juventud en América latina 2010  
Elaboración propia

En definitiva, el nivel de educación que alcancen los jóvenes latinoamericanos tendrá repercusión tanto en los actuales como en los futuros trabajos a los que estos puedan acceder, aspecto que se desarrolla a continuación.

### 2.1.2. El trabajo y los jóvenes en América Latina

El referido informe de la OIT 2010, también, indica que la tasa de actividad juvenil<sup>21</sup> es de 54% frente a la tasa de actividad adulta de 69%, cifras que dan a conocer que, en todos los sectores que constituyen la división latinoamericana, la tasa de actividad adulta es superior a la tasa de actividad juvenil.

**Cuadro 3. América Latina: Tasa de actividad laboral, 2010 (porcentaje)**

Tasa de Actividad	Total	Países del Cono Sur	Países Andinos	Países de América Central
Tasa de actividad Juvenil	54%	59%	50%	48%
Tasa de actividad adulta	69%	69%	72%	65%
Diferencia	15 puntos	10 puntos	22 puntos	17 puntos

Fuente: OIT. Trabajo Decente y Juventud en América latina 2010  
Elaboración propia

El sector de los países andinos, entre los que se encuentra el Perú, presenta el mayor nivel de contraste entre las tasas de actividad juvenil y adulta con 22 puntos de

<sup>21</sup> La tasa de actividad resulta de dividir a la población económicamente activa (PEA) entre la tasa de la población en edad de trabajar (PET)

diferencia entre ellas, con una tasa de actividad juvenil de 50% y una tasa de actividad adulta de 72%; este sector se destaca por tener el mayor índice de participación adulta en América Latina.

Entre los países con mayor tasa de actividad juvenil destaca Brasil con un 63% y el Perú con una tasa de 62%. El país con menor tasa de actividad juvenil es Chile, con solo un 34% de actividad juvenil, y presenta el PBI per cápita más alto, aspecto que revela la dirección de los intereses de su población joven, que, según estos datos, está más enfocada en realizar otro tipo de actividades, entre ellas los estudios antes que el trabajo (OIT, 2010).

En lo referente a la tasa de desempleo juvenil en América Latina durante el año 2010, esta es bastante alta: de 13% respecto de la tasa de desempleo adulta de solo 5% con 8 puntos de diferencia. En los países andinos, la diferencia es de 9 puntos, más alta que el promedio, con una tasa de desempleo juvenil de 14%. Sin embargo, son los países del Cono Sur los que presentan un mayor nivel de desempleo juvenil (16%), con una diferencia de 11 puntos respecto del desempleo adulto.

**Cuadro 4. América Latina: Tasa de desempleo, 2010 (porcentajes)**

Tasa de desempleo	Total	Países del Cono Sur	Países Andinos	Países de América Central
Tasa de desempleo juvenil	13%	16%	14%	7%
Tasa de desempleo adulta	5%	5%	5%	3%
Diferencia	8 puntos	11 puntos	9 puntos	4 puntos

Fuente: OIT. Trabajo Decente y Juventud en América latina 2010  
Elaboración propia

El esquema n°5 muestra que el 49.1% de los jóvenes que forman parte de la población activa no estudia, resultado que desfavorece su futuro laboral, y las posibilidades de encontrar un trabajo decente y ejercer una línea de carrera.

**Esquema 5. América Latina: Mapa laboral de los jóvenes, 2010 (porcentajes)**

Fuente: OIT en base a procesamiento especial de encuestas de hogares ENAHO 2010

Sin embargo, el nivel de educación, como se demostró en el apartado anterior, es superior respecto del promedio de la educación de los adultos. Entonces, existiría una incoherencia sobre la razón por la que el desempleo juvenil es superior al de los adultos. Esto puede ser respondido con varios argumentos, en primer lugar, el hecho de que un mayor nivel de educación no determina la calidad de la misma.

Otro argumento es que este mayor nivel de educación implica un mayor interés por encontrar trabajos que cumplan con sus expectativas personales. Además, se debe considerar el hecho de que la mayoría de los jóvenes son solteros; por ende, no tienen la presión familiar que impida una mayor rotación laboral. Por último, la razón que al parecer es la definitiva se vincula con la falta de experiencia, pues los antecedentes

laborales son valorados por los empleadores. Por esta razón, se puede entender que el 62% de los desempleados jóvenes sean aspirantes (es decir, no han tenido experiencia laboral alguna) frente a un 38% de los desempleados jóvenes que son cesantes (han trabajado antes).

**Gráfico 4. América Latina (15 países): Tipo de desempleo de los jóvenes según país, 2008 (porcentajes)**

Fuente: OIT en base a procesamiento especial de encuestas de hogares 2008

En el caso de Perú, se presentan otras cifras: el 3.1% de trabajadores desempleados son aspirantes frente a un 6.2% de desempleados que son cesantes. Este nivel difiere del promedio antes mencionado; no obstante, esta tendencia se repite en muchos países, tales como los de la región sur, donde la tendencia difiere en mayor medida respecto del tipo de desempleo juvenil.

Las razones que prevalecen ante estos resultados son muestra del alto nivel de rotación laboral que tienen los jóvenes aun cuando puedan contar con un grado de experiencia laboral. Esto, en muchos casos, evidencia la alta oferta laboral que existe en el mercado y la tendencia de los empleadores por contratar mano de obra barata,

la mayoría de la cual se halla en los jóvenes que cuentan con bajo nivel de experiencia laboral.

En cuanto a la estructura de mercado, el porcentaje de los asalariados jóvenes que laboran en el sector privado es mayor (60%) que el de los adultos (45%). En contraste, el porcentaje de asalariados adultos que laboran en el sector público es mayor (13%) que el de los jóvenes (5%).

**Gráfico 5. América Latina: Estructura de mercado según grupos de edad, 2008 (porcentajes)**

Fuente: OIT en base a procesamiento especial de encuestas de hogares

En el siguiente apartado, se detalla sobre el emprendimiento y cómo se destaca su impacto entre los jóvenes latinoamericanos como medio de inserción laboral.

### **2.1.3. El emprendimiento juvenil en América Latina**

Otro aspecto que desarrolla el informe de la OIT 2010 es el emprendimiento juvenil en América Latina, ámbito en el cual se indica que aproximadamente 7 de los 63 millones que trabajan como independientes en América Latina son jóvenes. Este dato reconoce que el emprendimiento juvenil se encuentra incipiente en la región, porque la puesta en marcha y la gestión de empresas requieren de conocimientos, un capital

inicial, la acumulación de experiencia, una sólida red de contactos, entre otros aspectos.

A partir de esta perspectiva, es importante tomar en consideración que durante la juventud se fomenta y se va gestando la capacidad para generar empresas. En América Latina, la mayor parte de los emprendedores son del tipo “emprendedores por necesidad”, ya sea por falta de oportunidades laborales, por escasos puestos de trabajo y salario bajo, o porque las condiciones laborales son precarias. Por ello, si encuentran un trabajo con un mayor salario, normalmente abandonan su negocio.

El hecho de que estos emprendimientos surjan por necesidad de subsistencia puede incrementar la probabilidad de que lo abandonen y fracase el emprendimiento. Otro aspecto es que la cultura de vocación emprendedora se promueva en la educación de un país. En los sistemas educativos tradicionales, se fomenta una educación para orientar a los estudiantes a ser trabajadores y no emprendedores (OIT, 2010), hecho que desmotiva al emprendedor por vocación. Una vez establecido el contexto del emprendimiento en Latinoamérica, se procederá a evaluar la estructura de mercado en forma más específica, a nivel Perú, para delimitar el contexto de la investigación en forma detallada.

## **2.2. La estructura del mercado y su implicancia en el mercado laboral en el Perú, entre 2004 y 2010**

La estructura del mercado en un país va a definir la tendencia del desarrollo económico y laboral de su población. Esto se observa en la investigación que, a continuación, se presenta, tanto de la actividad económica que despliega la población (determinación del PET), de la estructura de mercado peruano definida por la cantidad de la población que se emplea en el sector público y privado (incluidos los

trabajadores independientes), como de la situación de la inserción laboral juvenil en el país.

### 2.2.1. La actividad económica de la población en el Perú

Para estudiar la actividad económica del Perú, es necesario hacer referencia a la evolución del PBI con la intención de contextualizar, en términos generales, el desarrollo de la actividad y producción económica peruana. Según los cuadros anuales históricos del Banco Central de Reserva del Perú, la evolución del PBI en este país ha mostrado un crecimiento continuo, pues, aun cuando en el año 2009 se apreció una drástica caída, la tendencia de crecimiento se recuperó rápidamente y, para el año 2010, el crecimiento nuevamente se elevó (BCRP 2011).

**Gráfico 6. Perú: Evolución del PBI, 2004-2010 (variación porcentual)**

Fuente: BCRP 2011 (cuadros anuales históricos)  
Elaboración propia

En este contexto de crecimiento del PBI peruano, se manifiesta la actividad económica que, como se mencionó en el capítulo anterior, se clasifica a partir de la medición de la PET (PEA +PEI). Así, los datos de la ENAHO (2011) revelan que, a nivel nacional, el porcentaje que estaba en edad de trabajar hasta el año 2010 es de 72%, el cual se incrementó en 0.3 puntos porcentuales respecto del año anterior.

**Cuadro 5. Perú: Población en edad de trabajar (PET) distribuida por ámbito geográfico, 2010 (porcentajes)**

Año/ Trimestre	Nacional	Lima Metropolitana	Area Urbana 1/	Área Rural
2004	69.7	73.8	70.6	64.3
2005	70.1	73.9	71.2	64.6
2006	70.5	74.5	71.4	64.9
2007	70.9	74.9	71.7	65.2
2008	71.3	75.4	72.0	65.4
2009	71.7	75.7	72.5	65.7
2010	72.0	76.1	72.8	65.9

Fuente: INEI, Encuesta Nacional de Hogares, 2004-2010  
Elaboración propia

**Gráfico 7. Perú: Población en edad de trabajar (PET), 2004-2011 (porcentaje)**

Fuente: INEI, Encuesta Nacional de Hogares, 2004-2010  
Elaboración propia

En el 2010, el total de la PEA fue de 74.1% de la PET. En el área urbana (72.3%), se observa un incremento de 0.3 puntos porcentuales respecto del año anterior; y, en el área rural (82.2%), una disminución de 0.7 puntos porcentuales a comparación del año anterior.

**Cuadro 6. Perú: Total de la PEA distribuida por ámbito geográfico, 2010 (porcentajes)**

Año/ Trimestre	Nacional	Lima Metropolitana	Area Urbana 1/	Área Rural
2004	72.0	66.9	69.2	82.4
2005	71.1	64.2	69.7	81.6
2006	72.3	76.0	69.6	83.2
2007	73.8	69.9	71.9	82.0
2008	73.8	70.3	71.7	82.1
2009	74.0	70.0	72.0	81.9
2010	74.1	70.8	72.3	82.2

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la INEI, Encuesta Nacional de Hogares, 2004-2010

La tendencia de la PEA es a la alza en el periodo 2004 – 2010. En Lima Metropolitana, se observa un incremento de 0.8 puntos porcentuales a comparación del año anterior.

**Gráfico 8. Perú: Tasa de actividad de la población en edad de trabajar, 2004-2011(porcentaje)**

Fuente: INEI, Encuesta Nacional de Hogares, 2004-2011.  
Elaboración propia.

Según la condición de ocupación, el total de la PEA ocupada al 2010 es de 94.7%, en 0.6 puntos porcentuales mayor que el año anterior; en consecuencia, la PEA desocupada (5.3%) disminuyó en similar proporción.

**Gráfico 9. Perú: Condición de ocupación de la PEA, 2011 (porcentajes)**

Fuente: INEI, Encuesta Nacional de Hogares, 2004-2011.  
Elaboración propia.

La distribución de la PEA por nivel educativo alcanzado revela que prevalece el nivel secundario con un 44.6%, lo que muestra un incremento de 1.3 puntos porcentuales respecto del año anterior (43.9%).

**Cuadro 7. Perú: Nivel educativo de la PEA, 2010 (porcentajes)**

Año	Nivel de educación			
	Total	Hasta primaria 1/	Secundaria	Superior

2004	100.0	21.2	46.9	31.8
2005	100.0	21.2	46.8	32.0
2006	100.0	20.4	46.3	33.3
2007	100.0	19.2	44.7	36.1
2008	100.0	18.4	45.2	36.4
2009	100.0	18.3	43.9	37.8
2010	100.0	18.2	44.6	37.2

Fuente: INEI, Encuesta Nacional de Hogares 2004-2011.  
Elaboración propia.

Aquellos que han alcanzado un nivel educativo superior representan un 37.2% (disminución de 0.6 puntos porcentuales en comparación con el año anterior). Por otro lado, los que han alcanzado el nivel primario representan un 18.2%, menor en 0.1 puntos porcentuales respecto del año anterior.

### 2.2.2. La estructura de mercado en el ámbito laboral en el Perú

Una vez establecida la cantidad de población que constituye el PET y sobre todo la PEA, se procede a estudiar la estructura del mercado peruano. Según los datos expuestos por el MTPE (2011), del total de la PEA ocupada (15 316 129 personas) en el año 2009, solo el 7.9% trabaja en el sector público, mientras que el 36.7% labora en el sector privado. De esta cantidad, el 53.4% son trabajadores de empresas de 2 a 9 empleados, el 20.1% labora en empresas que van de 10 a 49 trabajadores y el 26.5% en empresas de más de 50 trabajadores.

Del total de peruanos que están empleados en el sector privado, el 73.5% trabaja en PYMES, que corresponde a un 27% del total de la PEA ocupada; como trabajadores independientes, un 36.5%; y como trabajador familiar no remunerado (TFNR), un 15% del total.

Respecto de la distribución por edad de la PEA ocupada según los datos del MTPE 2009, la mayor cantidad de población trabajadora se concentra entre los rangos de 15 a 29 años (edad tomada en cuenta para la investigación) con un 30.8% y de 30 a 40 años con un 31.7% del total.

**Cuadro 8. Perú: Distribución de la PEA por sexo según la estructura de mercado, 2008- 2009 (porcentajes)**

Estructura de mercado	2008			2009		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
<b>Sector público</b>	<b>7.9</b>	<b>7.5</b>	<b>7.8</b>	<b>8.1</b>	<b>7.5</b>	<b>7.9</b>
<b>Sector privado 1/</b>	<b>46.0</b>	<b>25.0</b>	<b>36.5</b>	<b>46.4</b>	<b>25.0</b>	<b>36.7</b>
De 2 a 9 trabajadores	25.2	13.5	19.9	24.9	13.2	19.6
De 10 a 49 trabajadores	9.0	5.4	7.4	9.2	5.3	7.4
De 50 a más trabajadores	11.8	6.1	9.2	12.3	6.5	9.6
<b>Independiente</b>	<b>36.8</b>	<b>36.6</b>	<b>36.7</b>	<b>36.5</b>	<b>36.4</b>	<b>36.5</b>
T.F.N.R. 2/	8.0	23.0	14.8	7.9	23.6	15.0
Resto 3/	1.2	7.9	4.2	1.1	7.4	4.0
Total relativo	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>PEA ocupada</b>	<b>8,121,691</b>	<b>6,732,285</b>	<b>14,853,975</b>	<b>8,337,930</b>	<b>6,978,199</b>	<b>15,316,129</b>

Fuente: MTPE- Programa Estadístico y Estudios Laborales (PEEL) obtenido de los datos de la INEI- Encuesta de Hogares sobre condiciones de vida, 2004-2009.

Elaboración propia

De 45 a 54 años, la proporción disminuye a un nivel de 17.2% de trabajadores y de 55 a más años igualmente decrece el porcentaje a 18.6%. Esta es la distribución por edad de los trabajadores en el país. Estos datos muestran que el grueso de la actividad productiva recae entre los jóvenes de 15 a 29 años y los adultos de 30 a 44 años de edad (MTPE, 2011).

**Cuadro 9. Perú: Distribución de la PEA ocupada por sexo y edad, 2008-2009 (porcentajes y personas)**

Rango de edad	2008			2009		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
14 años	1.6	1.4	1.5	1.6	1.6	1.6
15 a 29 años	32.0	31.1	31.6	31.4	30.2	30.8
30 a 44 años	31.5	32.9	32.1	31.0	32.6	31.7
45 a 54 años	16.5	17.4	16.9	16.8	17.8	17.2
55 a más años	18.5	17.2	17.9	19.3	17.8	18.6

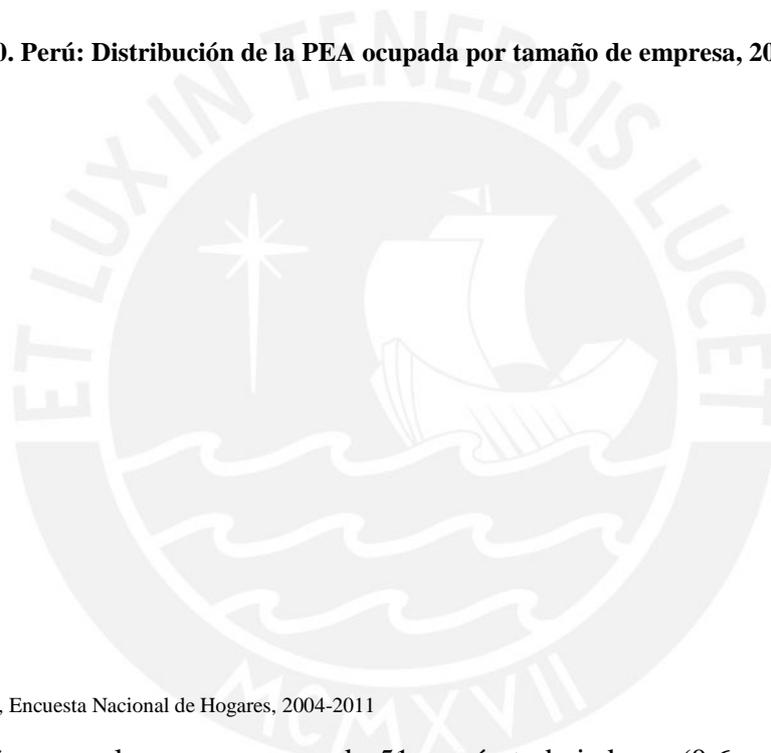
Total relativo	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<b>PEA ocupada</b>	<b>8,121,691</b>	<b>6,732,285</b>	<b>14,853,975</b>	<b>8,337,930</b>	<b>6,978,199</b>	<b>15,316,129</b>

Fuente: MTPE- Programa Estadístico y Estudios Laborales (PEEL) obtenido de los datos de la INEI- Encuesta de Hogares sobre condiciones de vida, 2004-2009.  
Elaboración propia

### 2.1.3 El tamaño de la empresa donde laboran

A partir de los datos de la ENAHO (2011), en el año 2010, la mayor parte de la PEA ocupada (68%) labora en empresas de 1 a 10 trabajadores y se observa un incremento de un 1 punto porcentual respecto del año anterior (67%).

**Gráfico 10. Perú: Distribución de la PEA ocupada por tamaño de empresa, 2004-2011**



Fuente: INEI, Encuesta Nacional de Hogares, 2004-2011

El 22.8% se emplea en empresas de 51 a más trabajadores (0.6 puntos porcentuales menos que el año anterior) y el 9 % en empresas de 11 a 50 trabajadores.

En definitiva, la estructura del mercado peruano tiene un vínculo directo con el tipo de inserción laboral que presenta su economía, mucho más si se evalúa la inserción laboral juvenil; sobre este tema, se detalla en el apartado a continuación.

### 2.2.3. La inserción laboral y el autoempleo juvenil en el Perú

La inserción laboral juvenil en el Perú, según lo planteado en el Plan Sectorial de Acción para la Promoción del Empleo Juvenil 2009-II al 2012-I, es precaria: de cada cinco jóvenes que trabajan, cuatro lo hacen en condiciones informales; es decir, laboran sin seguro social, seguro de salud y sin contratos formales (MTPE, 2009). Este aspecto es relevante a medida que malas experiencias iniciales tienen incidencia en trayectorias laborales futuras: en vista de que el pasado laboral forma parte en la elección de candidatos a adecuados puestos.

En cuanto al desempleo, la tasa de desempleo juvenil es de 8%, casi 4 veces mayor que la tasa de desempleo adulto: por cada 3 desempleados, 2 son jóvenes entre 15 y 29 años y 1 es adulto. Por otro lado, la tasa de desempleo juvenil rural es 5 veces menor que el desempleo juvenil urbano.

Una característica común de la inserción laboral juvenil en el país durante el 2008 es que se concentra en empleos dependientes en el sector privado (47%), predominantemente en la microempresa (25%). Un 20% indicaba ser trabajador independiente o autoempleado, un 21% de los jóvenes laboraban como TFNR y solo un 2.1% lo hacía como patrón o empleador.

**Cuadro 10. Perú: Participación, desempleo y estructura del mercado laboral, 2008 (porcentajes)**

	Sexo		Ámbito geográfico			
	Hombre	Mujer	Urbano	Rural	Jóvenes	30 a 65
Tasa de participación	75.4	60.1	65.2	73.4	67.7	84.2
Tasa de desempleo	7.0	9.1	10.8	2.1	8.0	2.3
Estructura de la ocupación (Ocupados=100)						
Sector Público	4.0	4.3	4.4	3.6	4.1	10.0

FF.AA.	0.6	0.2	0.6	0.1	0.4	0.9
Empresas privadas	55.1	35.7	56.3	27.9	46.5	25.9
Micro	30.6	18.9	2.8	20.9	25.4	12.3
Pequeña	11.0	8.0	12.6	4.1	9.6	5.4
Mediana	5.3	3.6	6.3	1.2	4.5	3.0
Gran	7.7	4.8	9.1	1.5	6.4	4.9
No especificado	0.5	0.4	0.6	0.2	0.5	0.3
Patrones o empleados	2.7	1.3	2.1	2.0	2.1	7.1
Trabajador independiente	20.3	20.5	19.9	21.2	20.4	43.1
TFNR	16.4	26.7	9.9	41.9	21.0	10.3
Trabajadores del hogar	0.4	10.5	6.2	2.6	4.9	2.5

Fuente: INEI-ENAHO continua 2008  
Elaboración propia

Según la ENAHO (2008), respecto de la calidad de los empleos a los que acceden los jóvenes, es importante observar el indicador de subempleo y el de empleo adecuado. Se aprecia que el 49% de los jóvenes estaba subempleado, 11% por horas y 38% por ingresos; el 43% tenía empleos que les permitían obtener el valor de una canasta básica de alimentos; el 8% restante se hallaba desempleado (ver cuadro 11).

Acerca de las condiciones de trabajo, la población juvenil presenta menores niveles de protección social que la población adulta de 30 a 65 años. De los jóvenes, solo 15.4% cuenta con seguro de salud (de los adultos, un 29%) y un 15% está afiliado al sistema de pensiones (de los adultos, un 30%).

**Cuadro 11. Perú: Desempleo, subempleo y empleo adecuado, 2008 (porcentajes)**

	Sexo		Ámbito geográfico		Total
	Hombre	Mujer	Urbano	Rural	Jóvenes
PEA	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Desempleo	6.9	9.0	10.7	2.0	7.9
Subempleo	47.0	51.7	44.6	58.4	49.1

Subempleo por horas	9.5	12.1	10.1	12.0	10.7
Subempleo por ingresos	37.5	39.5	34.5	46.4	38.4
Empleo adecuado	46.1	39.3	44.7	39.5	43.0

Fuente: INEI-ENAH0 continua 2008  
Elaboración propia

En las modalidades de contratación de los jóvenes, solo 1.6% tiene un contrato a plazo indeterminado (los adultos, un 10.2%) y 58% no cuenta con un contrato. Se aprecian diferencias entre los jóvenes del área urbana y el área rural: en las zonas urbanas, uno de cada 5 trabajadores (21%) cuenta con seguro social en su trabajo (protección en salud y pensiones); en el caso de los jóvenes en áreas rurales, este porcentaje se reduce a 3.6%. En cuanto al contrato, en las zonas rurales, solo el 6% de los jóvenes cuenta con este, frente a un 27% de jóvenes de la zona urbana.

Los jóvenes ganaban en promedio S/. 654 mensuales (superior al salario mínimo establecido en el año 2008). Sin embargo, al considerar la media, los resultados indican que 50% de los jóvenes que recibían remuneración por su trabajo percibían un ingreso menor a S/. 498 (menor al salario mínimo). Además, los jóvenes que trabajan en el área rural perciben la mitad de lo que reciben los jóvenes del área urbana (ENAH0, 2008).

**Cuadro 12. Perú: Protección social, modalidad contractual e ingresos, 2008 (porcentajes)**

	Sexo		Ámbito geográfico		Total jóvenes	Adultos de 30 a 65
	Hombre	Mujer	Urbano	Rural		
<b>Protección social</b>						
Con seguro de salud	15.7	15.1	22.1	3.0	15.4	28.6
ESSALUD	13.2	13.0	18.7	2.7	13.1	25.2
Seguro Privado	1.8	1.9	2.8	0.1	1.8	2.5

EPS	0.5	0.5	0.7	0.0	0.5	0.7
Seguro FFAA/FFPP	0.9	0.6	1.1	0.2	0.8	2.1
Afiliado a sistema de pensiones	17.4	12.0	21.0	3.6	15.0	30.4
<b>Modalidad contractual</b>						
Con contrato	21.1	18.0	26.9	6.3	19.7	22.0
Plazo indeterminado	1.6	1.5	2.3	0.1	1.6	10.2
Temporal	19.5	16.5	24.5	6.2	18.2	11.8
Sin contrato	55.4	60.1	50.6	70.5	57.5	27.0
NEP	23.5	21.9	22.6	23.3	22.8	51.0
<b>Promedio de ingresos de la PEA ocupada (Nuevos Soles) 2/</b>						
Media	704	584	753	365	654	
Mediana	548	415	575	271	498	

1/ no es posible calcular quién paga las cuotas al seguro de salud

2/ excluye a los trabajadores familiares no remunerados

Fuente: INEI-ENAH0 continua 2008

Elaboración propia

Un aspecto importante que se debe considerar es que el nivel educativo de los jóvenes mantiene una estrecha relación con su capacidad de acceso a un trabajo. En el Perú, los jóvenes mayoritariamente (59.1%) manifiestan tener un nivel de educación secundaria, frente a la población adulta que indica haber llegado a este nivel educativo en 34.9%. Estos datos indican que, en promedio, la población joven cuenta con mayor nivel educativo que la población adulta.

**Cuadro 13. Perú: Nivel educativo de la población joven y adulta, 2008 (porcentajes)**

	Sexo		Ámbito geográfico		Total	Adultos
	Hombre	Mujer	Urbano	Rural	Jóvenes	30 a 65
Nivel educativo						
Sin nivel/inicial	0.6	1.5	0.5	2.3	1.0	6.9
Primaria	12.8	16.0	6.7	32.5	14.4	31.7

Secundaria	61.6	56.8	60.1	56.9	59.1	34.9
Superior no universitaria	12.7	13.1	15.9	5.9	12.9	12.4
Superior universitaria	12.3	12.6	16.8	2.3	12.5	14.0
NEP	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total	100.0	100	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: INEI-ENAHO continua 2008  
Elaboración propia

Una vez establecido el marco contextual para el estudio del emprendimiento (análisis de la actividad económica, estructura de mercado e inserción laboral), se procede a analizar el desarrollo del emprendimiento en el Perú y el tipo de características que presenta.

### **2.3. El emprendimiento y el desarrollo económico en el Perú: Resultados de la GEM (2004- 2010)**

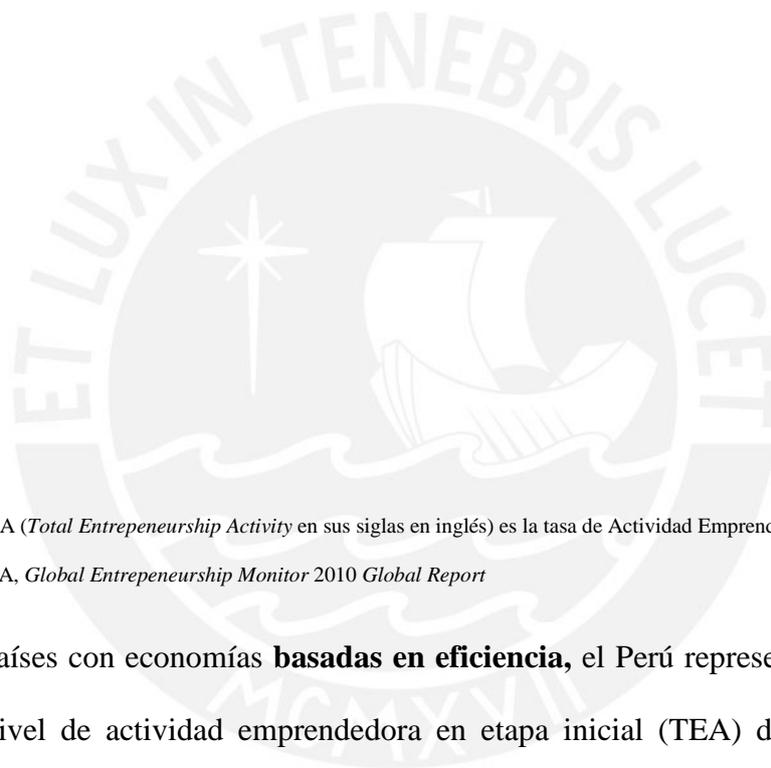
En este punto, se analizan datos del estudio GEM, el mismo que es realizado en el Perú a partir del año 2004 por el Centro de Desarrollo Emprendedor (CDE) de la Universidad ESAN, que, en la actualidad, es miembro de la *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), la realizadora del estudio GEM global.

#### **2.3.1. El emprendimiento en el Perú**

El emprendimiento en el Perú es un fenómeno que ha generado gran impacto en el desarrollo del sector empresarial en el país; según lo dicho por Peñaflor, gerente general de IMASEN: “La idea de mejora y la superación intrínseca en el peruano ha generado una revolución cultural: focalizarse en el espíritu emprendedor surgido en estos años ha puesto al Perú en manifiesto como un país dispuesto a luchar por su futuro y sostenibilidad, ha ocasionado en el peruano la apropiación de su futuro” (ESAN, 2008: 9).

Según los datos de la GEM (2010: 24), el total de emprendedores en el Perú asciende a 34.4% (ver Gráfico n° 10) de la población. Esta cantidad se ha incrementado respecto del 2008 (33.9%) y del 2009 (29%). Este nivel corresponde a la medición de la actividad emprendedora en etapa inicial.

**Gráfico 11. GEM: Actividad emprendedora en etapa inicial TEA por país, 2010 (en porcentaje)**



1/ el ratio TEA (*Total Entrepreneurship Activity* en sus siglas en inglés) es la tasa de Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales  
Fuente: GERA, *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*

En los países con economías **basadas en eficiencia**, el Perú representa el país con el mayor nivel de actividad emprendedora en etapa inicial (TEA) durante el periodo 2010-2011, con un total de 27.2% de nivel emprendedor; es decir, por cada 1000 habitantes, más de 270 están comprometidos con la puesta en marcha de un negocio.

A nivel mundial (ver Anexo 5), el Perú ocupa el séptimo lugar en emprendimiento (27.2%), después de Vanuatu (52.2%), Bolivia (38.6%), Ghana (33.9%), Zambia (32.6%), Angola (32.4%) y Uganda (31.3%). Sobre el nivel de emprendimiento en América Latina (y en el total del continente americano), el Perú (27.2%) ocupa el

segundo lugar en emprendimiento después de Bolivia (38.6%) y antes de Colombia (20.6%) (GEM, 2010).

Otros niveles que se han medido son el porcentaje de propietarios gerentes de negocios establecidos, marco en el cual el Perú presenta un nivel de 7.2 %. Este nivel es bajo si se compara con otros países como Ghana con 35.5% en este ratio (el más alto nivel en esta medida), cifra que es mayor que la TEA (33.9%) de este país; inclusive, Bolivia, con un 18.2%, tiene un nivel superior en esta medida. Este nivel demuestra el alto grado de mortalidad que aún prevalece en las empresas peruanas a partir de su emprendimiento. Como se aprecia, el porcentaje de emprendedores que llegan a tener un negocio sólidamente establecido en el mercado es bajo.

Si se compara **el emprendimiento por necesidad frente al emprendimiento por oportunidad**, como porcentaje de la TEA, se obtiene que el 21% de los emprendedores en el Perú inicia un negocio por necesidad y que el 41% lo hace por oportunidad. Este nivel refleja que el tipo de desarrollo económico que presenta el Perú empieza a promover un mayor nivel de emprendedores por oportunidad en detrimento de los emprendedores por necesidad.

### **2.3.2. La evolución del emprendimiento en etapa inicial en el Perú**

Como se mencionó en el capítulo anterior, el emprendimiento, según los datos de la GEM, se ha medido prioritariamente a partir del ratio TEA (que es la tasa de emprendimiento en etapa inicial) que involucra tanto a los emprendedores nacientes como a los propietarios de negocios nuevos que han pagado sueldos hasta los 42 meses de existencia del negocio (ESAN, 2010).

El nivel de la TEA en el Perú ha ido variando y los datos recabados por la GEM Perú muestran resultados a partir del año 2004, los cuales revelan las siguientes cifras en la tendencia de la TEA.

**Gráfico 12. Perú: Evolución de la TEA, 2004-2010 (porcentajes)**

Fuente: GEM 2004-2005, 2006, 2007, 2008, 2009 y 2010.  
Elaboración propia.

En el periodo 2004-2005, el nivel del emprendimiento en el Perú fue el más alto (40.3%) a escala mundial y el más alto promedio en la historia de la GEM hasta ese momento (ESAN, 2006). Durante el año 2006, el promedio se mantenía similar (40.2%) (ESAN, 2007). En este contexto, el Perú continuaba siendo el país más emprendedor del mundo.

Para el año 2007, la tendencia cae rotundamente a 25.9%, aspecto que llama la atención por la diferencia de 14.3 puntos porcentuales entre este año y el año anterior (ESAN, 2009). Este escenario se presenta en un contexto económico y político: cambio de mando presidencial, inseguridad e incertidumbre en el mercado con la llegada del nuevo presidente, avistamiento de una crisis mundial (crisis en Estados

Unidos), rumores en el mercado que desestabilizaron las bolsas de valores y que provocaron una contracción en el ciclo económico mundial, volatilidad de precios e inflación a consecuencia de la crisis (Caja Paita, 2009), entre otros, que limitó el desarrollo del emprendimiento en el país.

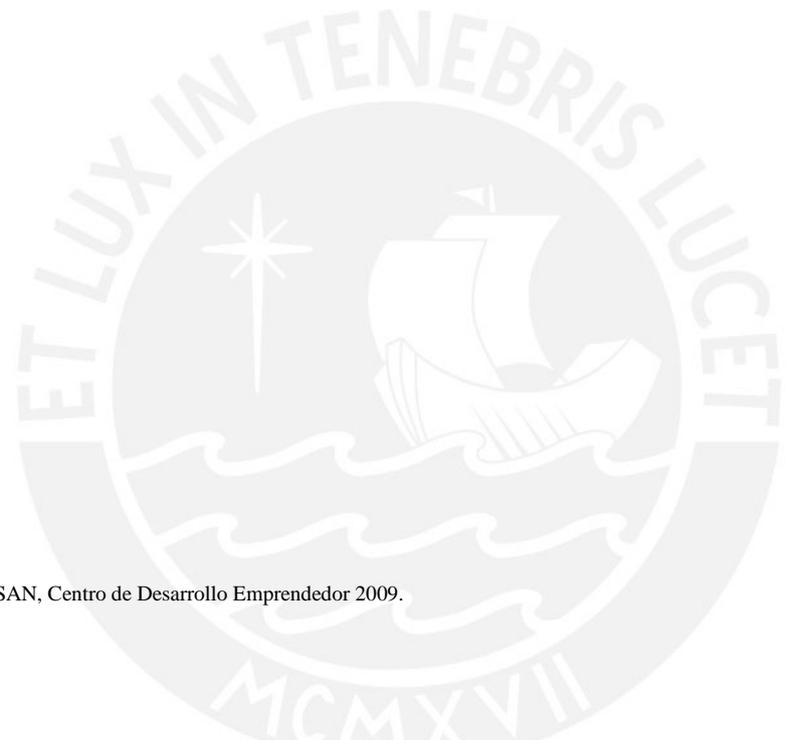
Durante el año 2008 (25.6% de TEA) y 2009 (20.9% de TEA) la situación del contexto económico y político se desarrolla en un panorama de crisis económica mundial: los precios de los *commodities* suben y encarece el costo de vida en los países (ESAN, 2010). Para el año 2010 (el ratio TEA es de 27.6%), la tendencia del emprendimiento se recupera y empieza su repunte; en consecuencia, se espera mejores resultados en los años venideros (GEM, 2011).

### **2.3.3. Las motivaciones para emprender un negocio**

En cuanto a las motivaciones para iniciar un negocio, es preciso recordar que, en el capítulo anterior, se estableció que, a partir de los datos de los reportes de la GEM, las motivaciones para iniciar un negocio se definen principalmente por dos razones: la oportunidad y la necesidad. Las personas que emprenden un negocio por la primera razón están interesadas en hacerlo ya sea por vocación, por el deseo de independizarse, por antecedentes familiares o porque encuentran una oportunidad de negocio atractiva en el mercado (vocación). En contraste, las personas que emprenden un negocio por necesidad lo hacen porque no cuentan con otra alternativa laboral, por necesidades económicas o porque temen quedarse desempleados en un futuro cercano, lo que genera negocios emprendidos por subsistencia.

En el 2009, el nivel del ratio que compara el emprendimiento por oportunidad entre el emprendimiento por necesidad fue de 2.5 (ver Gráfico n°13). En las economías basadas en innovación, este ratio es muy superior respecto de las economías basadas en eficiencia y de las economías basadas en recursos, lo que indica que aún existe una alta tendencia de emprendimiento por necesidad frente al emprendimiento por oportunidad.

**Gráfico 13.GEM: Ratio TEA por oportunidad/ratio TEA por necesidad, por país, 2009 (ratio promedio)**



Fuente: ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor 2009.

#### **2.3.4. El perfil del emprendedor peruano**

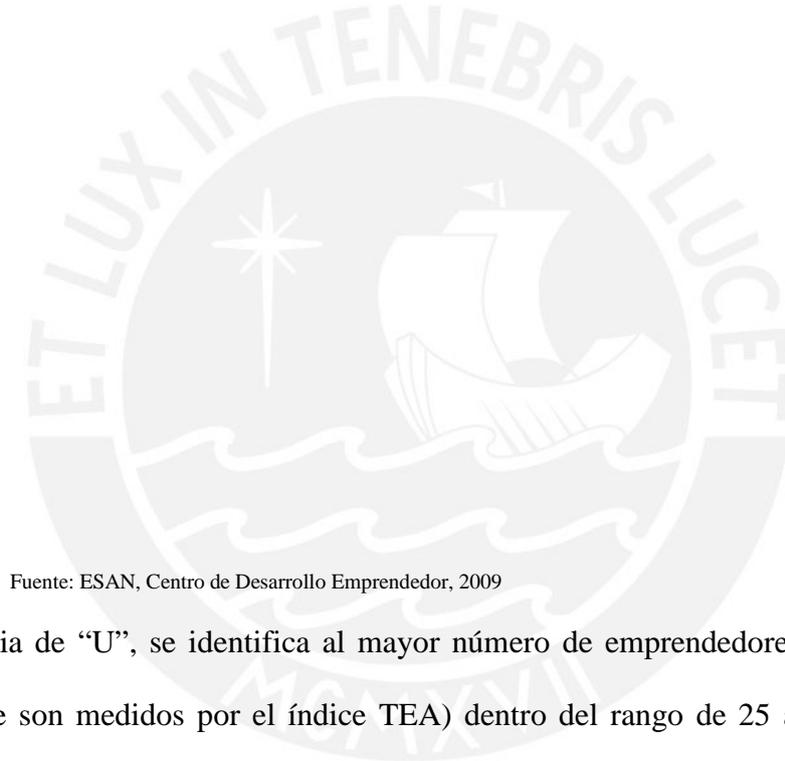
A continuación, se evalúa el perfil del emprendedor peruano según su edad, nivel educativo, nivel de ingresos y situación laboral. A partir del análisis de los datos de la GEM Perú 2007, 2008 y 2009, se analizan las tendencias de las características del emprendedor peruano.

En el Gráfico n°1 (presentado en la introducción), se observó que la mayor prevalencia por grupo de edad de los emprendedores, según el tipo de desarrollo económico que presenta cada país, va de 25 a 34 años. En el Perú (2009), el nivel de emprendimiento

mayor, a diferencia del promedio, va de 45 a 54 años (variación respecto del año 2008 en el que prevalecían los emprendedores de 35 a 44 años), seguida por los emprendedores de 35 a 44 años y los emprendedores de 25 a 34 años (ESAN, 2010).

Sin embargo, en el gráfico 14, esta distribución es distinta dentro del grupo de los emprendedores en etapa inicial respecto de los emprendedores establecidos. Con una

**Gráfico 14. Perú: Distribución por edad de los emprendedores en etapas iniciales y los emprendedores establecidos, 2009 (porcentaje)**



Fuente: ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor, 2009

tendencia de “U”, se identifica al mayor número de emprendedores en etapa inicial (los que son medidos por el índice TEA) dentro del rango de 25 a 34 años con un porcentaje de 29% (un incremento de 1 punto porcentual respecto del año anterior) (ESAN, 2010); más aún, si se suma la cantidad de los emprendedores en etapa inicial de 18-24 años, se obtiene un 49% del total medido en esta categoría. Este resultado responde al incremento del interés emprendedor entre los jóvenes peruanos.

El GEM utiliza cuatro categorías de estudios (niveles educativos) según el máximo grado alcanzado<sup>22</sup> por los emprendedores: educación secundaria inconclusa, educación secundaria concluida, educación postsecundaria (incluye educación técnica y profesional) y grado académico (incluye educación universitaria y posgrados).

En el Gráfico 15, los resultados obtenidos revelan que el porcentaje de prevalencia más elevado de emprendedores en etapa inicial durante el periodo del 2008 lo ocuparon aquellos emprendedores con grado académico, lo cual muestra un incremento de 10 puntos porcentuales en comparación con el año anterior (pasó de 23% a 33%). Le siguen los emprendedores con nivel educativo de postsecundaria con un incremento de 3 puntos porcentuales respecto del año anterior (de 27% a 30%).

**Gráfico 15. Perú: Nivel educativo de los emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, 2007 y 2008 (porcentajes)**

Fuente: ESAN, Global Entrepreneurship Monitor Perú (2008).

A diferencia del año anterior, en el año 2009, la mayor prevalencia a emprender un negocio recayó en los peruanos que tienen estudios a nivel superior con o sin universidad, y ya no en los emprendedores con grado académico. Le siguieron los

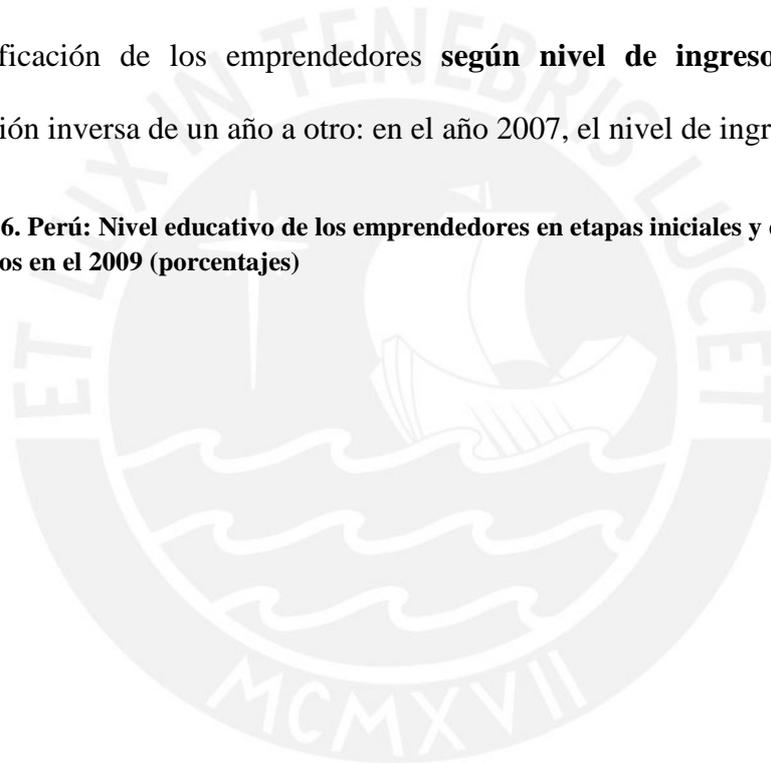
<sup>22</sup> Esta estandarización, que realiza la GEM de la educación según las cuatro categorías: educación secundaria inconclusa, educación secundaria concluida, educación postsecundaria y grado académico, responde a la estandarización mundial que hace posible la comparación entre los países.

peruanos con secundaria completa. Por otro lado, en el sector de los emprendedores establecidos, se muestra una mayor tendencia en el nivel educativo de los emprendedores que cuentan con estudios superiores (superior con o sin universidad, y postgrados).

De estos datos, se puede inferir que la tendencia de una mayor educación entre los emprendedores permitirá una mejor sostenibilidad de sus emprendimientos, situación que beneficia el desarrollo económico del país.

La clasificación de los emprendedores **según nivel de ingresos** ha tenido una distribución inversa de un año a otro: en el año 2007, el nivel de ingresos de los

**Gráfico 16. Perú: Nivel educativo de los emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos en el 2009 (porcentajes)**



Fuente: ESAN, Global Entrepreneurship Monitor Perú (2009).

emprendedores en etapa inicial era predominantemente de ingresos bajos, es decir emprendedores con escasos recursos financieros.

En cambio, el año 2008, la distribución mostró un cambio en la tendencia, porque los emprendedores en etapa inicial empezaron a ser aquellos con nivel de ingresos medios. Tal es así que fue de 52% el nivel de emprendedores con ingresos medios.

Para el año 2009, el cambio fue mucho mayor: 55% del total de emprendedores fueron aquellos con ingresos elevados; los de ingresos medios, un 35%; y los de ingresos bajos, un 19%.

Por lo tanto, el emprendimiento ya no es un aspecto vinculado prioritariamente con la clase social progresista de ingresos bajos, sino que los datos revelan que el sector de la población que empieza a tener mayor interés en realizar emprendimientos es aquel con ingresos altos.

**Gráfico 17. Perú: Distribución por nivel de ingreso de emprendedores en etapa, 2007- 2009 (porcentaje)**



Fuente: ESAN, Global Entrepreneurship Monitor Perú (2009).

Los emprendedores en etapa inicial perciben ingresos mayoritariamente (35%) entre \$1400 y \$2800 mensuales, y los emprendedores de negocios establecidos en su mayoría (27%) perciben de \$2800 a \$4000 mensuales. Existe una disminución en el rango de \$1400 a \$2800 correspondiente a los emprendedores de negocios establecidos del 2008 al 2009 (cayó de 28% al 25%) para incrementarse en rangos mayores como \$4000 a \$8000 mensuales (lo cual muestra un incremento de 6% en los emprendedores de negocios establecidos) (ESAN, 2010).

**Gráfico 18. Perú: distribución por monto de ingresos de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos, 2009 (porcentaje)**

Fuente: ESAN, Global Entrepreneurship Monitor Perú (2009).

En lo concerniente a la **situación laboral** en el Perú, el 69% de los emprendedores en etapa inicial señalan ser autoempleados. En los negocios establecidos, el 85% manifiesta trabajar a tiempo completo en su negocio, y esta diferencia probablemente se deba a que el negocio ya empieza a ser sostenible y a rendir la rentabilidad esperada por los propietarios del negocio.

De los emprendedores en etapa inicial, el 25% aún trabaja en otras empresas frente al 10% de los emprendedores de negocios establecidos que también laboran en otras empresas. El 9% de emprendedores en etapa inicial corresponde a amas de casa que han comenzado su negocio desde el hogar y el 3% son negocios de estudiantes.

**Gráfico 19. Perú: Situación laboral de emprendedores en etapas iniciales y emprendedores establecidos. 2009 (porcentajes)**

**Fuente:** ESAN, Global Entrepreneurship Monitor Perú (2009).

Estos resultados manifiestan la puesta en marcha de talleres ocupacionales, programas de apoyo al emprendedor, incubadoras de empresas, políticas, entre otros, que se han empleado para la promoción del emprendimiento en el país. En caso de llegar a consolidarse todo este esfuerzo de promoción y emprendimiento, se logrará el autoempleo para estos emprendedores.

#### **2.4. Las incubadoras de empresas en el Perú**

En este apartado, se evalúa las incubadoras de empresas como agentes actores que promueven el emprendimiento; por lo tanto, resulta interesante analizar su impacto y despliegue en algunos países de Latinoamérica y en el Perú. Además, se analizan los actuales avances legislativos y normativos que guardan incidencia en la labor de las incubadoras de empresas que hacen efectivo su desarrollo en el país.

##### **2.4.1. Las incubadoras en Latinoamérica y el Perú**

Las incubadoras de empresas empiezan a tomar relevancia en los diferentes países de Latinoamérica. Hasta el momento, el lugar con mayor desarrollo en este tema a nivel latinoamericano es Brasil, donde estas están ampliamente difundidas; además, sus universidades promueven la creación de incubadoras para apoyar la innovación e inserción laboral de sus egresados.

A partir de los datos difundidos por la Asociación Nacional de Entidades Promotoras de Emprendimientos Innovadores (ANPROTEC), (Panorama, 2006), Brasil, en 2006, contaba con un total de 377 incubadoras en operación; luego, en el año 2008, ANPROTEC señala que Brasil contaba con 400 incubadoras y 55 parques tecnológicos, aspecto que lo colocaba en tercer lugar en incubación a nivel mundial (luego de Estados Unidos y Corea del Sur, primer y segundo lugar respectivamente) (Barrios, 2008).

El tema de las incubadoras de empresas en Brasil se apoya por diversos organismos tanto privados, estatales como gubernamentales, tales como el SEBRAE (Servicios de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa), CNPq (Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico), la FINEP (Financiadora de Estudios y Proyectos), entre otros.

En otros países de Latinoamérica, las incubadoras aún son un elemento reciente en sus economías, pero los gobiernos e instituciones están realizando esfuerzos para apoyar el crecimiento y surgimiento de incubadoras de empresas; tal es el caso de Colombia, país en el cual los logros y la evolución alcanzados por las incubadoras han permitido un mayor desarrollo socioeconómico en el país.

En la investigación realizada por **Peña (2010)** sobre las características de las incubadoras en Colombia, el autor explica que el 85% de empresas que han utilizado los servicios de las incubadoras, actualmente, sigue funcionando, cifra realmente alentadora si se toma en cuenta que, para finales del año 2006, en Colombia, se habían creado 342 nuevas empresas en diferentes áreas de producción gracias a la labor de 22 incubadoras de empresas de base tecnológica vinculadas con el proyecto Servicio Nacional de Aprendizaje de Colombia (SENA).

Por su parte, Bravo indica que, en promedio, 6 años es el tiempo estimado para la devolución de la inversión realizada por las empresas incubadas, conjuntamente con la creación de empleo, pago de impuestos y aportes fiscales (2004). Además, en la *Guía de Buenas Prácticas para las incubadoras de empresas*, se indica que, en el promedio mundial, el 70% de las empresas nuevas fracasan; sin embargo, las empresas que pasan por los servicios de una incubadora reducen su tasa de fracaso entre 10 y 15% (Nodriz, 2005).

Estos dos ejemplos de los avances alcanzados por las incubadoras de empresas impulsan el crecimiento del interés en la creación y desarrollo de las mismas en los diferentes países latinoamericanos. Por tal motivo, el Perú no es ajeno al desarrollo y crecimiento de las incubadoras en el sector y, de esta manera, en el país, se han realizado iniciativas de promoción de una cultura emprendedora aproximadamente hace dos décadas (CONAM, 2005).

En consecuencia, en 1991, se creó el Centro de Transferencia Tecnológica a Universitarios San José-CTTU en Trujillo, que es la primera organización constituida desde sus inicios como una incubadora de empresas en el país. Sin embargo, según

Gonzales (2006), los primeros en iniciar incubadoras en el Perú de base propiamente tecnológica fueron el CIDE-PUCP, desde 1995; el Instituto de Investigación y Capacitación en Telecomunicaciones (INICTEL), desde el 2000; y la Universidad de Piura (UDEP), desde el 2001.

Las incubadoras en el Perú han ido evolucionando tanto en especialización como en tecnificación. A partir del año 2002, se inició la formación de la *Red Incubem*, que permitió la localización de incubadoras que se hallaban dispersas en el interior del país. Hacia el año 2003, se iniciaron programas de capacitación para incubadoras tanto a nivel nacional como internacional (promovidas por la Universidad de Piura, la institución alemana Iwent y la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquía) (Gonzales, 2006).

Luego, se inició el proyecto “Mejoramiento de la Red Peruana de Incubadoras de Empresas”, con el que se implementó el uso de las TIC (impulsado por el CIDE, INICTEL y Acción Comunicativa del Perú). Para el año 2006, se creó la Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas (PERUINCUBA, 2011), que es la actual asociación de las incubadoras de empresas en el Perú, la cual tiene por misión “fomentar, representar y agrupar de manera gremial a las incubadoras de empresas peruanas, promoviendo el desarrollo nacional a través del impulso al surgimiento y consolidación de empresas que desarrollen o hagan uso de la tecnología y promoviendo la relación entre la academia, el Estado y la actividad empresarial” (PERUINCUBA, 2011).

Actualmente, cuenta con 18 asociados:

- Centro Guamán Poma de Ayala.

- Centro de Transferencia Tecnológica a Universitarios San José.
- INICTEL-UNI.
- Instituto del Sur-ISUR.
- Organización Educativa Continental.
- Pontificia Universidad Católica del Perú-PUCP.
- Universidad del Pacífico-UP.
- Universidad Católica Santa María-UCSM.
- Universidad de Piura-UDEP.
- Universidad Continental de Ciencias e Ingeniería-UCCI.
- Asociación Pro Bienestar y Desarrollo-PROBIDE.
- Universidad Peruana Unión-UPEU.
- Universidad San Martín de Porres-USMP.
- Universidad Católica San Pablo-UCSP.
- Universidad Tecnológica del Perú-UTP.
- Universidad Nacional Mayor de San Marcos-UNMSM.
- ISTP Julio C. Tello y
- Universidad Científica del Sur.

En consecuencia, el desarrollo de las incubadoras en el Perú sigue siendo un esfuerzo conjunto de muchas instituciones que buscan promover el emprendimiento en el país, y que siguen creciendo a través de la continua capacitación y especialización en los sectores económicos en que se desempeñan.

#### **2.4.2. Los avances normativo-regulatorios que afectan a las incubadoras de empresas en el Perú**

En lo referente al aspecto normativo-regulatorio sobre incubación de empresas, no existe, en la actualidad, una ley, norma o artículo específico que se refiera al ejercicio o acción de las incubadoras de empresas como instituciones en sí. Sin embargo, existen normas relacionadas al tema, como el artículo 59° (en el párrafo final) de la Constitución Política del Perú, el cual establece que el Estado promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades; y en el artículo 60° (párrafo primero) de la misma,

indica que, la economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa (Congreso de la República del Perú, 1993).

Sobre las leyes creadas que promueven y se vinculan de una u otra manera con la labor de las incubadoras, y en las que se han gestado avances respecto de la creación, desempeño y promoción tanto de MYPES como de I+D, se propone las leyes a continuación:

- La Ley N° 28015: Ley de Promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa publicada el 03 de julio de 2003 y su Reglamento Decreto Supremo N° 009-2003-TR publicado el 9 de setiembre de 2003. Dicha ley tiene como objetivo la promoción de la competitividad, formalización, y desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPE). Conforme a la definición de micro y pequeña empresa, que esta ley indica en su artículo 2°, las empresas incubadas pertenecerían a la categoría de micro y pequeña empresa (Congreso de la República de Perú 2003).

El artículo 25° establece que el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC) promueve, articula y operativiza la investigación o innovación tecnológica entre las universidades y centros de investigación, y centros de investigación con las pymes. Asimismo, el artículo 27° indica que el Estado promueve la oferta de servicios tecnológicos orientada a la demanda de las MYPES y facilita el acceso a fondos específicos de financiamiento o cofinanciamiento a centros de innovación tecnológica o de desarrollo empresarial. Posteriormente, se realizaron modificaciones a la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, mediante la Ley N° 28851, publicada el 27 de julio de 2006, y la Ley N° 29034, publicada el 27 de junio 2007, que modifican básicamente aspectos normativos sobre la participación de las MYPES en los procesos de contrataciones y adquisiciones con el Estado y del régimen laboral.

- Ley N° 28303: Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica publicada en julio de 2004 y su respectivo TUO DS N° 032-2007-ED de 18 de diciembre de 2007. Esta ley regula el desarrollo, promoción, consolidación, difusión y transferencia de la ciencia, tecnología e innovación tecnológica (Ctel) y declara que son de necesidad pública nacional y preferente interés nacional como factores fundamentales para la productividad y el desarrollo nacional en sus diferentes niveles de gobierno.
- La Ley N° 28939: Ley que aprueba crédito suplementario y transferencia de partidas en el presupuesto del sector público para el año fiscal 2006, dispone creación de fondos y dicta otras medidas, como la creación del Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad, que tiene por objeto promover la investigación y desarrollo especialmente en proyectos de innovación productiva con participación empresarial que tengan utilidad práctica para el incremento de la competitividad. La Ley N° 29152: Ley que establece la implementación y el funcionamiento del Fondo de Investigación y Desarrollo para la competitividad (FIDECOM) y su Reglamento Decreto Supremo N° 003-2009- PRODUCE.
- La Ley N° 28613: Ley del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC), que regula los fines funciones y organización de este consejo.
- Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al empleo decente, publicado el 28 de junio de 2008. Además de modificar y sustituir algunos artículos de la Ley N° 28015, promueve la implementación de un sistema de constitución de empresas en línea que permita la conclusión del trámite en no menos de 72 horas.
- El Decreto Supremo N° 007-2008-TR de fecha 30 de setiembre de 2008 contiene el texto único ordenado de la Ley de Promoción de Competitividad, Formalización y

Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al empleo decente (Ley MYPE) y el Decreto Supremo N° 008-2008-TR del 30 de setiembre de 2008 establece su reglamento. Mediante Decreto Supremo N.º 024-2009-PRODUCE de fecha 10 de julio de 2009, modifica el Reglamento de la Ley MYPE, básicamente en temas de regulación de derechos y beneficios laborales, y lo concerniente al Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, REPYME, cuya finalidad es acreditar que una unidad económica califique como micro o pequeña empresa de conformidad con las características establecidas en la ley, autorizar el acogimiento a los beneficios correspondientes, y registrar a la MYPE y dar publicidad a su condición de tal.

Como se aprecia, aún no existe una política legislativa directa que tome en consideración textual las incubadoras de empresas; sin embargo, la legislación existente en la actualidad y sus respectivas reformas constituyen un marco regulatorio muy importante para el sector emprendedor del país.

En términos generales, de este capítulo, se puede concluir que las condiciones de inserción laboral del mercado peruano aún son precarias: según los datos de la ENAHO 2008, de cada 5 jóvenes que trabajan, 4 lo hacen en condiciones informales y la tasa de desempleo juvenil tiende a ser 4 veces mayor que la del desempleo adulto. La situación del emprendimiento en el Perú lo constituye como un país de emprendedores; así lo indica el nivel de TEA alcanzada para el 2010 (34.4%), a partir del cual ocupa el séptimo lugar a nivel mundial. Es importante recalcar que son los jóvenes los que cuentan con mayores niveles de emprendimiento en etapa inicial a comparación de los adultos, evidencia de una mayor tolerancia al riesgo al momento de iniciar un negocio. Además, el nivel socioeconómico y el nivel educacional de los

emprendedores se ha incrementado (GEM 2009), aspecto que difiere con el antiguo perfil del emprendedor peruano (GEM, 2007).



### **Capítulo 3. El emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana: El caso de los servicios del CIDE para los alumnos de la FGAD**

Este capítulo tiene como objetivo realizar el análisis metodológico de la investigación así como comprobar o recabar las hipótesis planteadas al inicio de este trabajo. Como se mencionó en el capítulo introductorio, se ha desarrollado una metodología mixta: tanto la cuantitativa como la cualitativa, las mismas que se detallan a continuación.

#### **3.1. La metodología de la investigación**

La explicación se inicia con la metodología cuantitativa, que se tipifica por el apoyo y solidez de los postulados que la respaldan (Hernandez, 2010). El objeto de su aplicación es analizar las principales variables del modelo que se va a utilizar para comprobar las hipótesis de trabajo. La base de datos en este trabajo es la primera Encuesta Juventud, Empleo y Migración (ENJUV) que se llevó a cabo en el 2009, realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en las cinco ciudades seleccionadas: Arequipa, Callao, Huancayo, Trujillo y Lima, las que representan el 66.4% del total de jóvenes a nivel nacional. Esta fue desarrollada a solicitud del proyecto CONJOVEN del Fondo para el Logro de los ODM.

En lo que respecta al programa econométrico, se ha utilizado el STATA en su versión 11 y para realizar los cálculos estadísticos se ha separado a los emprendedores como emprendedores por necesidad y emprendedores por vocación.

De esta manera, se buscó definir qué variables son probablemente las que promueven el emprendimiento entre los jóvenes. Para lograrlo, se estimó un modelo Logit Binario<sup>23</sup>; de este modo, la variable dependiente está compuesta por los trabajadores independientes por vocación ( $Y_i$ ). Esto expresado en probabilidades es como sigue:

Esta probabilidad puede tomar dos valores: en el caso del primero, cuando la probabilidad de que el ocupado sea trabajador independiente por vocación, tomará el valor de “1” ( $v = 1$ ); y, en el del segundo, en caso que la probabilidad del ocupado sea de trabajador independiente por necesidad, tomará el valor de cero “0” ( $v=0$ ).

Este modelo se reescribe de la siguiente forma:

$$p_i = \Pr(y_i = 1/x) = F(x_i' \beta) = \frac{\exp(x' \beta)}{1 + \exp(x' \beta)}$$

Debido a que se busca cuantificar el impacto de cambios de una variable independiente sobre la dependiente, se utilizan los efectos marginales, los mismos que pueden ser expresados por:

---

<sup>23</sup> Dada la dicotomía de las variables independientes, no se utilizó un modelo Logit Multinomial, porque este consta de varias categorías.

$$\frac{\partial p}{\partial x_j} = \wedge(x' \beta) \{1 - \wedge(x' \beta)\} \beta_j$$

Así, el modelo final que se obtiene es:

Donde $\text{explab}$ =	Experiencia Laboral,
$\text{EXPLAB}^2$ =	Experiencia Laboral al cuadrado.
$\text{EP}$ =	Experiencia Potencial,
$\text{EP}^2$ =	Experiencia Potencial al cuadrado.
$\epsilon_i$ =	Término de Error

Entonces, la variable dependiente es el emprendimiento por vocación representada por ( $Y_i$ ) en tanto las variables independientes son: asesoría, financiamiento, nivel educativo alcanzado, sexo, procedencia de Lima, experiencia potencial, experiencia potencial<sup>2</sup>, experiencia laboral y experiencia laboral<sup>2</sup>. Para este caso, el término de error del modelo es  $\epsilon_i$ .

Por otro lado, en lo que respecta a la metodología cualitativa, se considera como principal objetivo analizar y probar tanto la teoría contextual como las hipótesis planteadas para proporcionar un marco general que pueda sostener la validez y comprobación final de la investigación.

Para emplear adecuadamente esta metodología, se ha utilizado herramientas de investigación usadas en la elaboración de proyectos y marketing empresarial, tales

como el modelo de negocio de la organización estudiada (CIDE PUCP), que se construyó en dos etapas. En la primera, se organizó un *focus group* con alumnos de la FGAD (ver Anexo 9), que sirvió para delimitar las necesidades de los alumnos de la FGAD que podrían ser cubiertas por los servicios del CIDE PUCP, y un taller con 6 miembros del CIDE PUCP, en el que se establecieron los elementos constituyentes del modelo de negocios final. En la segunda etapa, se realizó una reunión con alumnos de la FGAD, que permitió establecer el grado de satisfacción actual de dichas necesidades en el QFD. Otra herramienta utilizada a lo largo de la investigación fueron las entrevistas a especialistas en temas de emprendimiento, economía y gestión (ver Anexo 2). También, se llevó a cabo una encuesta aplicada a los 228 alumnos de la FGAD, la misma que fue diseñada para evaluar la tendencia del emprendimiento y los conocimientos que los alumnos tienen sobre el CIDE y su labor.

Por último, se buscó que los resultados de la aplicación de todas estas herramientas de gestión puedan brindar información relevante para la aplicación de la herramienta final que dará respuesta a la tercera y última hipótesis. Esta herramienta es el QFD, utilizada para diseñar servicios y productos que se acomoden a las necesidades del cliente; por este motivo, su determinación constituye el fundamento principal de todas las herramientas antes mencionadas.

Los resultados de la aplicación metodológica de esta investigación se presentan a continuación.

### **3.2. El emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana según la ENJUV, 2009**

Como se manifestó anteriormente, el objetivo principal de aplicar esta metodología cuantitativa se centra en analizar las principales variables del modelo Logit Binario, el que define a dos tipos de emprendedores: emprendedores por necesidad y emprendedores por vocación. Esta dicotomía en la tipología del emprendedor puede ser sustentada a partir de la teoría del “*modelo de mercado laboral bajo sobre población*” propuesta por Figueroa (1996: 290-230) y explicada en el capítulo 2. Una vez aclarada la procedencia del sustento de la dicotomía de la tipología del emprendedor, se inicia la comprobación de la teoría a partir del análisis de los datos de la encuesta.

La población objetivo de la ENJUV está representada por 3 130 535 jóvenes<sup>24</sup> entre 15 y 29 años. El 7.4% de esta población vive en la ciudad de Arequipa; el 12.1%, en el Callao; el 3.0%, en Huancayo; el 6.9%, en Trujillo; y el 70.6%, en Lima. Con respecto a la distribución por sexo, el 49.2% son hombres y el 50.8% mujeres. Esta misma distribución se mantiene al interior de cada ciudad, aunque esto no sucede en El Callao.

**Cuadro 14. Ciudades seleccionadas: Población de jóvenes de 15 a 29 años por sexo según ciudades, 2009 (Porcentaje)**

Ciudades	Hombre	Mujer	Total
Arequipa	48,5	51,5	100,0
Callao	51,6	48,4	100,0
Huancayo	49,8	50,2	100,0
Trujillo	49,4	50,6	100,0
Lima	48,8	51,2	100,0
<i>Total %</i>	<i>49,2</i>	<i>50,8</i>	<i>100,0</i>
<i>Población</i>	<i>1.539.303</i>	<i>1.591.232</i>	<i>3.130.535</i>

Fuente: INEI, 2009  
Elaboración Propia

En el Cuadro N° 15, se observa que, durante el año 2009, en la estructura laboral existió una mayor cantidad de empleados asalariados que de trabajadores

<sup>24</sup> La muestra es de 16 292 jóvenes.

independientes. Del total de jóvenes ocupados de 15 a 29 años, el 2.4% de los jóvenes son empleadores, mientras que el 16.7% corresponde a trabajadores independientes y el 43.1% representa empleados asalariados. El grupo relevante para esta investigación es el conformado por los trabajadores independientes y los empleadores, porque, en conjunto, constituyen a los emprendedores.

**Cuadro 15. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años según categoría ocupacional, 2009 (porcentaje)**

Categoría Ocupacional	Porcentaje
Empleador	2,4
Trabajador Independiente	16,7
Empleado	43,1
Obrero	24,1
Trab. Familiar No Remunerado	8,0
Trabajadores del Hogar	5,3
Otro	0,6
<i>Total</i>	<i>100,0</i>
<i>Población</i>	<i>1974348</i>
<i>N° de Observaciones</i>	<i>9.694</i>

Fuente: INEI, 2009  
Elaboración Propia

Sobre las principales razones que han impulsado el trabajo independiente, el 4.9% considera que como trabajador independiente mejorará sus ingresos, el 1.1% emprendió por encontrar dificultad al acceder a un trabajo en el mercado laboral y el 0.5% lo hace por vocación empresarial. Igualmente, un 15.7% desea ser independiente y el 3.4% lo hizo por continuar con el negocio familiar. Sin embargo, cerca del 70% trabaja como autoempleado, porque contó con un capital propio y el 2.2% indica ser independiente al percibir remesas extranjeras (ver Cuadro 16).

En base a esta información, se ha buscado definir las motivaciones que promueven un emprendimiento por vocación empresarial, según lo encontrado en la data de la ENJUV y en la investigación previa (Tipología del GEM 2009 y Tipología de Chacaltana 1996).

**Cuadro 16. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años según negocio propio, 2009 (porcentaje)**

Negocio Propio	Porcentaje
Vocación empresarial	0,5
Dificultades al acceso de un trabajado	1,1
Mejorar sus ingresos	4,9
Deseo de ser independiente	15,7
Continuar el negocio familiar	3,4
Contaba con un capital propio	69,1
Contaba con remesas extranjeras	2,2
Otro	3,0
<i>Total</i>	<i>100,0</i>
<i>Población</i>	<i>376.248</i>
<i>N° de Observaciones</i>	<i>1.987</i>

Fuente: INEI, 2009  
Elaboración Propia

De esta manera, se han agrupado las categorías de la variable “negocio propio” y ha sido integrado el grupo que se considera como “emprendedores por vocación” por aquellos emprendedores que manifiestan haber emprendido ya sea por vocación empresarial, porque manifiestan el deseo de ser independientes, o porque contaron con un capital propio o con remesas internacionales (ver cuadro 17).

**Cuadro 17. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años según oportunidad o vocación empresarial, 2009 (porcentaje)**

Negocio Propio	Porcentaje
Por Necesidad	12,42
Vocación empresarial	87,58
<i>Total</i>	<i>100,0</i>
<i>Población</i>	<i>376.248</i>
<i>N° de Observaciones</i>	<i>1.987</i>

Fuente: INEI, 2009  
Elaboración Propia

Las dos últimas categorías se consideran dentro del análisis de vocación, porque la decisión de invertir en un negocio lleva un proceso de maduración; además, el invertir en una empresa implica un riesgo inherente a la pérdida de la inversión, riesgo que puede evitarse si se invierte en una cuenta bancaria o en otras inversiones menos riesgosas. Asimismo, debe tomarse en consideración que la pregunta no es de

respuesta múltiple y que las opciones son claras respecto de la motivación que impulsa a cada encuestado.

Por otro lado, en el cuadro 18, se observa que la mayoría (53.4%) de los emprendedores por vocación y los emprendedores por necesidad que han llevado asesoría para establecer un negocio lo han recibido por parte de la familia (40.2% de los emprendedores por necesidad frente a un 54.7% de los emprendedores por vocación), mientras que en un menor porcentaje (22.4%) la han llevado por una persona particular y un 15.1% ha recibido asesoría en un centro de estudios (16.5% por necesidad y 15% por vocación).

**Cuadro 18. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años por vocación según asesoría para poner un negocio propio, 2009 (Porcentaje)**

Asesoría	Vocación		
	Necesidad	Vocación	Total
Centro de Estudios	16,5	15,0	15,1
Familia en el país	40,2	54,7	53,4
Asociación de comerciantes	0,0	3,1	2,8
Cámara de Comercio	0,0	0,1	0,0
Entidad Financiera	0,6	3,2	3,0
ONG	0,0	0,2	0,2
Estado	0,2	1,6	1,5
Otro	1,1	1,7	1,6
Persona Particular	41,4	20,5	22,4
Total	100,0	100,0	100,0
<i>Población</i>	14.420	143.783	158.202
<i>N° de Observaciones</i>	75	750	825

Fuente: INEI, 2010  
Elaboración Propia

Entre las principales características de los emprendedores, en la distribución por sexo, la mayoría de los emprendedores son hombres (53.6%) y, en la distribución por tipo de emprendedor, la mayoría de los emprendedores por necesidad son mujeres (60.6%), mientras que la mayoría de los que emprenden por vocación son hombres (55.7%). Por otro lado, la mayor cantidad de emprendedores se ubica en el segundo

grupo de edad que va desde los 21 años hasta los 25 años. Además, la mayoría de los emprendedores cuenta con educación secundaria, es decir, un 60.4% (64.3% los emprendedores por necesidad y 59.9% los emprendedores por vocación).

Por otra parte, según el tipo de financiamiento, es notorio que los emprendedores por necesidad perciben un financiamiento familiar (69.5%), a diferencia de los emprendedores por vocación, quienes inician su empresa con ahorros propios (62.1%).

En cuanto a la remuneración mínima vital, para el 2009, ha sido de S/ 550. Se observa que, en ambos casos, la distribución de los ingresos ha sido similar; sin embargo, al realizar un promedio, se obtiene que los emprendedores por vocación perciben mayores ingresos que los emprendedores por necesidad, aunque también tienen una mayor desviación estándar en sus ingresos (ver Cuadro 19).

Estas características son respaldadas por el “*modelo del mercado laboral bajo sobrepoblación*” propuesto por Figueroa, teoría que explica que los autoempleados por vocación perciben mayores salarios que aquellos que lo hacen por necesidad, porque sus ingresos tienden a ser mayores que el salario establecido por el mercado  $W_0$  (1996: 229-230).

**Cuadro 19. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años por vocación según principales características, 2009 (porcentaje)**

Principales Características	Vocación		
	Necesidad	Vocación	Total
<b>Sexo</b>			
Mujer	60,6	44,3	46,4

Hombre	39,4	55,7	53,6
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<b>Grupos de Edad</b>			
15-20	24,8	18,5	19,3
21-25	45,4	44,8	44,9
26-29	29,8	36,7	35,8
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<b>Nivel Educativo</b>			
Sin y con Inicial	0,1	0,3	0,3
Primaria	7,3	4,8	5,1
Secundaria	64,3	59,9	60,4
Sup. No Univ.	12,2	15,6	15,2
Sup. Univ	16,0	19,5	19,1
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<b>Tipos de Financiamientos</b>			
Ahorros propios	19,8	62,1	57,9
Préstamos familiares	69,5	26,3	30,5
Préstamos bancario	3,4	7,6	7,2
Remesas del Exterior	0,2	1,4	1,3
Otro	7,1	2,7	3,2
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
<b>Rangos de Remuneración Mínima Vital</b>			
1 RMV	67,1	52,8	54,6
2 RMV	1,2	0,5	0,6
3 RMV	18,3	29,4	28,0
4 RMV	8,7	9,8	9,6
5 RMV	4,8	7,5	7,2
<i>Total</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Fuente: INEI, 2010  
 Elaboración Propia

Esta teoría, además, permite conocer que, según el autoempleo lucasiano, existen aquellos autoempleados que inician un negocio impulsados por necesidad ya sea laboral, de ingresos o por otras razones que no corresponden al emprendedor por vocación (Lucas, 1988). Estos autoempleados se caracterizan por percibir salarios mayores que el salario del sector de subsistencia  $V^*$ , pero menores que el salario establecido por el mercado  $W_0$  que es un múltiplo del salario  $V^*$  (ver Gráfico 2). En este caso, el salario  $V^*$  está representado por la remuneración mínima vital (RMV).

Otro elemento que ingresa a partir de la sustentación del modelo de Figueroa (1996) se vincula al papel de la educación, pues la demanda laboral exige mayores niveles de conocimiento y competitividad continua, aspectos que definen en mucho el emprendimiento por necesidad: es cierto que los emprendedores por necesidad presentan un mayor nivel en educación secundaria (65.2% frente a 58.5%) que los emprendedores por vocación. Sin embargo, también es cierto que los emprendedores por vocación presentan mayores niveles de educación superior (15.8% superior no universitaria y 19.9% en superior universitaria), situación que define, en gran medida, su vocación emprendedora, en vista de que, pese a tener mayores niveles de educación y posibilidades de acceder a puestos de trabajo (en el mercado laboral dependiente), ellos prefieren iniciar un emprendimiento. En contraste, los que emprenden por necesidad no cumplen con los requerimientos que la demanda establece en cuanto a conocimientos; en consecuencia, no están incluidos en el desempleo friccional (ver gráfico 2).

En el gráfico n° 20, se aprecia la distribución de salarios y se observa que los emprendedores por vocación presentan mayores niveles de ingresos y la diferencia

**Gráfico 20. Ciudades seleccionadas: emprendedores de 15 a 29 años por vocación, 2009**

Fuente: INEI, 2010  
Elaboración Propia

**Gráfico 21. Ciudades seleccionadas: emprendedores de 15 a 29 años por necesidad, 2009**

Fuente: INEI, 2010  
Elaboración Propia

entre lo que perciben los emprendedores es menos notoria que en el caso de los emprendedores por necesidad (ver gráfica 21), cuya distribución y diferencia entre lo que perciben uno y otros es mucho más patente, aspecto que refuerza la teoría planteada por Figueroa (1996).

La experiencia potencial es definida como edad, menos seis años y menos los años de estudios alcanzados por el individuo. Esta representa la experiencia que obtiene el individuo a lo largo de su vida laboral. En este caso, se observa que los que son emprendedores por necesidad tienen menor experiencia potencial que los emprendedores por vocación. En el caso de la experiencia laboral, esta se refiere a la experiencia del individuo en el centro de trabajo actual. Se observa que, en ambos grupos, por necesidad y vocación, los años de experiencia laboral son similares.

**Cuadro 20. Ciudades seleccionadas: ocupados de 15 a 29 años por vocación según principales características, 2009 (porcentaje)**

Principales Características	Vocación	
	Necesidad	Vocación
Experiencia Potencial	5,23 (4.5)	5,97 ( 4.1)
Experiencia Laboral	1,84 (2.54)	1,92 ( 2.5)
Ingreso Mensual	553,71 (918.4)	646,32 (871.2)

Nota: entre paréntesis se encuentra las desviaciones estándar  
Fuente: INEI, 2010  
Elaboración Propia

Una vez propuestas las variables empleadas, se procede con la elaboración del análisis. De esta forma, en el Cuadro N° 21, se muestra el mejor modelo explicativo y, para cada caso, la probabilidad de que las variables explican conjuntamente los

modelos significativos<sup>25</sup>, así como se rechaza la hipótesis de que las variables sean igual a cero (ver Anexo 6). En este sentido, el programa no considera a las variables que tienen multicolinealidad<sup>26</sup>; además, entre estas variables, existe una correlación menor a 0.5 (ver Anexo 7).

Para cuantificar el impacto de las variables explicativas en la dependiente, se analiza los efectos marginales, ya que la regresión del Logit Binario sólo nos muestra la relación entre estas variables.

Se han estimado dos modelos: En el primero, no se toma en consideración ni la experiencia laboral en el centro de trabajo actual ni el cuadrado de esta variable; en el segundo, sí. En ambos modelos, se observa que el impacto de asesoría tiene el signo esperado y significativo; es decir, los que reciben asesoría incrementan en 3.5% la probabilidad de ser emprendedor que los que no han recibido asesoría. Una de las variables más importantes del modelo es el financiamiento por ser significativa y tener un impacto alto en la probabilidad de ser emprendedor por vocación; es decir, si el individuo recibe algún financiamiento, esto genera una probabilidad mayor (27.9%) para ser un emprendedor por vocación que los que no han recibido algún tipo de financiamiento.

Además, si el emprendedor incrementa su nivel educativo, es decir, si se incrementa de un nivel primario a secundario, se eleva en 2.2% la probabilidad de incrementar en el emprendedor la vocación por el emprendimiento. Esto también ocurre con el sexo

---

<sup>25</sup> La probabilidad conjunta es significativa, porque  $\text{Prob}>\chi^2$  es 0.000.

<sup>26</sup> Es decir, hay una relación fuerte entre estas.

y los que provienen de Lima Metropolitana, aunque estas variables no sean significativas en el modelo.

Por otro lado, la experiencia potencial captura la información sobre la edad; es decir, un año más de experiencia o un año más de edad incrementa en 1.2% la probabilidad de ser emprendedor por vocación.

**Cuadro 21. Ciudades seleccionadas: Logit Binario y efectos marginales, 2009 (porcentaje)**

Variables	Modelo 1	
	Logit	Efectos Marginales
Asesoría	0,370** (0,156)	0,035** (0,014)
Financiamiento	1,699*** (0,230)	0,279*** (0,052)
Nivel educativo alcanzado	0,228** (0,090)	0,022** (0,009)
Sexo	0,212 (0,144)	0,021 (0,014)
Lima	0,047 (0,163)	0,004 (0,015)
Experiencia Potencial	0,127*** (0,047)	0,012*** (0,005)
Experiencia Potencial 2	-0,005 (0,003)	-0,001 (0,000)
Constante	-0,865** (0,340)	
Número de Observaciones	1.984	1.984
LR chi2	92.35 (a)	
Prob > chi2	(0,0000)	
Pseudo R2	(0,0633)	
Log likelihood	-684	
Significativo al *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1		
(a)=(7)=Grados de libertad		
(b)=(9)=Grados de libertad		

Fuente: ENJUV, 2009  
Elaboración Propia

Estos datos revelan que principalmente el acceso al financiamiento, la promoción de la educación, la experiencia potencial vinculada con la edad y el nivel de asesoría son factores que permiten con mayor probabilidad desarrollar un emprendimiento del tipo vocacional entre los jóvenes emprendedores. Es importante tomar en consideración el factor financiamiento por su significación, porque los resultados permiten conocer que, en la promoción del tipo de emprendimiento juvenil por vocación, se hace necesaria la promoción de programas de financiamiento juvenil que faciliten sus emprendimientos.

A continuación, se analizan los resultados de las herramientas de la metodología cualitativa realizada para evaluar tanto las posibilidades de prestación de los servicios del CIDE como el diseño de nuevos servicios que se acojan a la solución de las necesidades de los jóvenes emprendedores de la FGAD.

### **3.3. Las oportunidades de prestación de servicios del CIDE para los alumnos de la FGAD**

Antes de iniciar la explicación de la metodología cualitativa empleada en la investigación, es necesario tener una idea clara del papel del CIDE ubicado en este contexto. El CIDE, como fuente de desarrollo y promoción de emprendimientos, protagoniza un enlace fundamental entre el joven emprendedor universitario (de la FGAD) y su futuro proyecto de emprendimiento: se busca desarrollar al “emprendedor” para que a corto y/o mediano plazo se constituya como un “empresario” brindando la asesoría adecuada, la red de contactos, el desarrollo y la aplicación de planes de negocio, entre otros. Para lograrlo, va a tener que diseñar

programas y servicios que se acojan a las necesidades de su cliente objetivo, que en este caso son los alumnos de la FGAD.

Con esta finalidad, se aplicaron herramientas como definir el modelo de negocios del CIDE (según el enfoque de Canvas), un *focus group*, entrevistas a especialistas en emprendimiento empresarial y a alumnos emprendedores (ver anexo 3), y una encuesta significativa a los alumnos de la facultad. Luego, se utilizó esta información en la aplicación de la herramienta del QFD (Osterwaldo, 2004) y, de esta manera, se logró discriminar tanto las necesidades como las soluciones que el CIDE puede ofrecer o diseñar para hacer frente a estas necesidades. Los hallazgos encontrados se exponen a continuación.

### **3.3.1. El modelo de negocios del CIDE PUCP**

El modelo de negocios del CIDE PUCP fue realizado en dos etapas. En la primera, se diseñó un modelo de negocio inicial (ver Anexo 10) con la información encontrada en la página web del CIDE PUCP y una entrevista inicial con Eduardo Ísmodes, director del CIDE-PUCP. Luego, se emitió un informe de los resultados encontrados (ver Anexo 11).

La constitución del modelo de negocio que se adopta en esta investigación, se ha recreado a partir de *The Business Model Canvas* (Ostewaldo, 2004), que es una herramienta, que por su capacidad de comunicación de los principales elementos del negocio de manera ordenada, fue elegido como método para caracterizarlo (Osterwaldo, 2004).

La segunda etapa se inicia a partir de la realización y estudio de los resultados del *focus group* (explicado en páginas posteriores) y del análisis del modelo de negocios inicial. Comparando resultados de la aplicación de ambas herramientas, se definieron las deficiencias del modelo de negocios inicial, con lo cual se construyó un modelo de negocios final que involucró un análisis más profundo tanto del CIDE PUCP como de las opiniones de los alumnos de la FGAD que participaron en el *focus group*.

La construcción del modelo de negocios final se llevó a cabo en las instalaciones del CIDE PUCP el día 13 de junio de 2011 con la presencia de 6 personas: los señores Eduardo Ísmodes (director general del CIDE PUCP), Julio Vela (gerente de marketing del CIDE), dos miembros más que trabajan en el CIDE, la realizadora de la investigación y una invitada externa. Los resultados se muestran en el modelo de negocios planteado a continuación.

**Cuadro 22. Modelo de Negocios final del CIDE PUCP, 2011- 1**



### 3.3.2. Los resultados del focus group

El *focus group* se realizó con la finalidad de identificar las necesidades de los alumnos de la FGAD respecto de temas como el emprendimiento empresarial, la participación y realización de proyectos, afianzamiento de conocimientos de gestión, desarrollo de redes de apoyo tanto en su ámbito estudiantil como laboral y avances tecnológicos disponibles en el mercado.

Estas necesidades fueron identificadas de forma tal que pudieron ser propuestas en las preguntas de la encuesta aplicada a los 228 alumnos de la FGAD (ver Anexo 12) con la finalidad de verificar su relevancia y la capacidad de los servicios del CIDE para enfrentar estas necesidades.

El *focus group* se llevó a cabo el 1 de junio de 2011 en la Sala de Grados de la FGAD. Se contó con la presencia de 6 alumnos (ver Anexo 2 y 9) de la mencionada facultad del 5° y 7° ciclo. Las preguntas del *focus group* fueron divididas en dos bloques: el primero de preguntas generales y el segundo con preguntas específicas relacionadas con el CIDE y la labor que este realiza. Antes de iniciar el segundo bloque, se informó a los participantes sobre los servicios brindados por el CIDE utilizando un resumen informativo de la organización.

Luego de realizar el *focus group*, se identificaron tanto las **necesidades** (a proponer en la encuesta) como algunos elementos que contribuyeron en la corrección del modelo de negocios inicial. Luego, se llegó a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Los alumnos indicaron estar más interesados en participar en proyectos propuestos por el CIDE PUCP que en llevar cursos de emprendimiento y afianzamiento de conocimientos en gestión; por ende, es necesario que se realicen convocatorias de tal manera que ellos puedan estar al tanto de su realización.
- Los alumnos buscan estar vinculados y establecer redes de contactos ya sea con otras organizaciones, con profesionales de diferentes carreras, con personas relacionadas con temas de emprendimientos y proyectos, así como con alumnos de otras carreras de la universidad.
- Los alumnos carecen de información acerca del CIDE y señalan desconocer sus servicios pese a que los consideran muy interesantes en su futuro estudiantil y profesional. Por ende, recomiendan que el CIDE se ocupe de hacerse notar en medios que son comunes a su uso ya sea publicidad en paneles de la facultad, Facebook, Twitter o charlas en jueves culturales. Este también podría generar un vínculo con la CEGAD, tener un local más visible, una mayor coordinación en la realización con sus cursos, que sus eventos sean más promocionados en su medio, vía el correo PUCP, y considerar precios accesibles para los alumnos.
- La mayoría de los alumnos indicaron que, al terminar sus estudios, piensan trabajar en empresas, para luego de tener experiencia, poder iniciar su emprendimiento. Por otro lado, el tema del emprendimiento es un tema percibido a largo plazo.
- El CIDE, al publicitar sus servicios a los alumnos de la facultad, debe tomar en cuenta promocionar aspectos valorados por ellos, tales como la experiencia, el desenvolvimiento que se adquiere en los emprendimientos, la práctica en la realización de proyectos, la toma de decisiones, los conocimientos del entorno y la innovación que se desarrollan al momento de participar y/o acceder a los servicios del **CIDE PUCP**.

- El **CIDE PUCP** debe generar mecanismos de confidencialidad de las ideas de negocio, de tal manera que los alumnos realicen sus emprendimientos con la confianza necesaria en la organización.

### 3.3.3. Los resultados de la encuesta

La realización de la encuesta tuvo por objetivos identificar una muestra representativa de los alumnos de la FGAD que pueda validar la investigación, identificar la tendencia emprendedora de los alumnos de la FGAD, tener conocimientos sobre aspectos del perfil de los alumnos como futuros emprendedores, conocer la valoración que los alumnos dan a las necesidades propuestas para el QFD y evaluar el conocimiento que los alumnos tienen sobre el CIDE PUCP.

La encuesta fue realizada en las instalaciones (pasillos) de la FGAD los días 22 de junio y 23 de junio del 2011<sup>27</sup>. Previamente, se verificó, en los paneles de la facultad, los horarios de clase de los alumnos de los distintos ciclos para abordarlos a la salida de clases.

La cantidad total de estudiantes de la FGAD del 5° al 9° ciclo es de 602 alumnos<sup>28</sup>; de esta cantidad se estableció una muestra aleatoria estratificada por ciclo académico, a partir de lo cual se estimó con el programa STATS (Hernandez, 2010) una muestra representativa de 225 alumnos, como mínimo, para obtener un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, con la finalidad de validar la investigación. Se llegó a recabar un total de 236 encuestas de las que se establecieron como válidas solo 228.

---

<sup>27</sup> El 22 de junio desde las 8:10 a.m. hasta las 9:00 p. m. y el 23 de junio desde las 10:00 a. m. hasta las 3:00 p. m.

<sup>28</sup> Esta información fue obtenida a través de la colaboración de la Facultad de Gestión y Alta Dirección (ciclo 2011-1).

**Cuadro 23. FGAD: Muestreo de encuestas aplicadas, 2011 (personas y porcentajes)**

Ciclo	Tamaño universo	Margen de error	Nivel de porcentaje estimado	Nivel de confianza deseado	Tamaño de muestra Estimada	Tamaño de muestra real
5°	121	5%	5% - 95%	95%	46	46
6°	131	5%	5% - 95%	95%	47	47
7°	151	5%	5% - 95%	95%	49	49
8°	125	5%	5% - 95%	95%	46	49
9°	74	5%	5% - 95%	95%	37	37
<b>Total</b>	<b>602</b>	<b>5%</b>	<b>5% - 95%</b>	<b>95%</b>	<b>225</b>	<b>228</b>

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

La encuesta fue dividida en cuatro secciones: preguntas generales, etapa de ingreso a la facultad, etapa de egreso de la facultad (inserción laboral a largo plazo) y **la etapa del CIDE PUCP** (enfocada en preguntas relacionadas directamente con el CIDE).

Respecto de la distribución por edad, se observa que la prevalencia de edad de los alumnos de la FGAD está entre los 20 años (20.2%), 21 años (22.8%) y 22 años 15%; las edades significativas son de 19 a 24 años.

**Cuadro 24.FGAD: Distribución de la muestra por edad, 2011-1 (porcentajes)**

Distribución de la muestra por edad		
Edad	Cantidad	Porcentaje
18	3	1,3%
19	26	11,4%
<b>20</b>	46	20,2%
<b>21</b>	52	22,8%
<b>22</b>	34	15,0%
23	33	14,4%
24	15	6,6%
25	9	4,0%
26	5	2,2%
27	1	0,4%
28	1	0,4%
30	1	0,4%
34	2	0,9%
<b>Total</b>	<b>228</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

**Gráfico 22. FGAD: Distribución de los alumnos por edad, 2011-1 (porcentaje)**

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

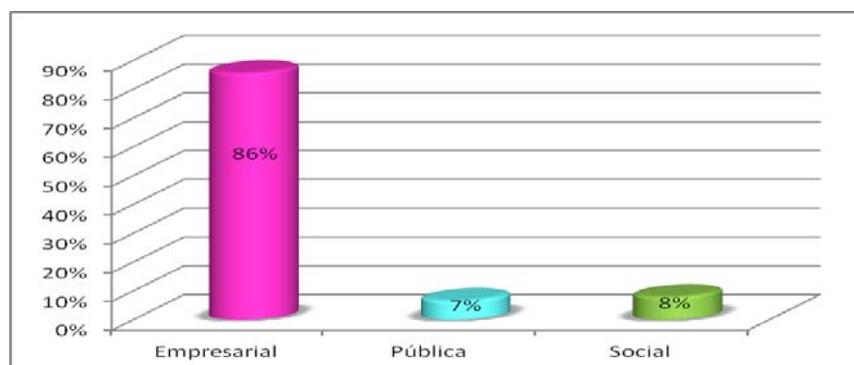
En cuanto a la distribución de los alumnos según la mención elegida, por ciclo académico, la mención con mayor cantidad de alumnos es la empresarial con un total de 86% de estudiantes; las menciones pública y social representan el 7% y 8% respectivamente.

**Cuadro 25. FGDA: Distribución de los alumnos por mención y por ciclo, 2011-1 (porcentajes)**

Ciclo académico	Mención elegida		
	Empresarial	Publica	Social
5°	38	3	5
6°	40	4	4
7°	46	2	1
8°	45	1	3
9°	27	5	5
Total	196	15	18
<b>Porcentajes</b>	<b>86%</b>	<b>7%</b>	<b>8%</b>

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

**Gráfico 23. FGAD: Distribución de la muestra por mención, 2011-1 (porcentajes)**



Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

Respecto de la distribución de los alumnos por sexo, en la facultad, prevalece la cantidad de mujeres respecto de la de hombres, y es en 14% mayor la primera respecto de la segunda.

**Gráfico 24. FGAD: Distribución de los alumnos por sexo del 5° al 9° ciclo. 2011-1 (porcentajes)**

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

### **Etapa de ingreso a la facultad**

La idea del emprendimiento empresarial cuando el alumno ingresó a la facultad es parte del tema de esta investigación. De esta manera, se preguntó a los alumnos de los distintos ciclos si ingresaron a la facultad con miras a emprender una empresa. Los resultados muestran que el 68% de alumnos sí ingresaron a la FGAD con la intención de prepararse para emprender una empresa y tener conocimientos de gestión para su manejo.

**Cuadro 26. FGAD: Distribución de alumnos que ingresaron con miras a emprender una empresa, 2011-1 (porcentajes)**

Cantidad por ciclo	SÍ	Porcentaje (Sí)	NO	Porcentaje (No)	Total
5°	37	80%	9	20%	46
6°	30	64%	17	36%	47
7°	36	73%	13	27%	49
8°	31	63%	18	37%	49
9°	21	57%	16	43%	37

Total	155	68%	73	32%	228
-------	-----	-----	----	-----	-----

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

En lo que respecta a la tendencia de la intención de emprendimiento al ingresar a la FGAD, según el ciclo, se observa una tendencia decreciente a medida que el ciclo de estudios se incrementa.

**Gráfico 25.FGAD: Tendencia de la idea del emprendimiento por ciclo, 2011-1 (porcentajes)**

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011.  
Elaboración propia.

Esta tendencia resulta mucho más interesante si se evalúa, además, la tendencia por sexo. De esta forma, se observa que el porcentaje de las mujeres (41%) que han ingresado a la facultad con miras a emprender un negocio es mayor respecto del porcentaje de los hombres (27%) que lo hicieron con la misma intención.

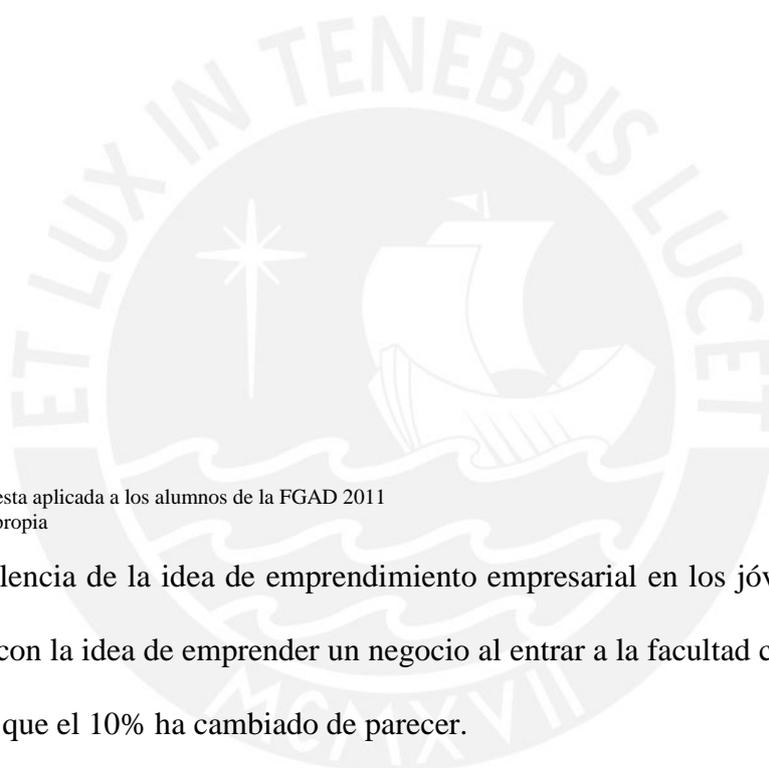
Al comparar la tendencia, el resultado muestra que, en ambos casos, según se incrementa el ciclo de estudios, la tendencia es negativa. Sin embargo, existe una marcada diferencia entre la preferencia de la idea de emprendimiento de los hombres respecto de las mujeres, pues es mayor en estas últimas.

**Cuadro 27. FGAD: Distribución de alumnos que ingresaron con miras de emprender una empresa por sexo y por ciclo, 2011-1 (porcentajes)**

Ciclo	Hombres		Mujeres	
	Sí	No	Sí	No
5º	64%	36%	88%	13%
6º	62%	38%	65%	35%
7º	71%	29%	76%	24%
8º	62%	38%	64%	36%
9º	48%	52%	71%	29%
<b>Total</b>	<b>27%</b>	<b>17%</b>	<b>41%</b>	<b>15%</b>

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011.  
Elaboración propia

**Gráfico 26. FGAD: Tendencia de la idea de emprendimiento por sexo y por ciclo, 2011-1 (porcentaje)**



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

La prevalencia de la idea de emprendimiento empresarial en los jóvenes que indicaron ingresar con la idea de emprender un negocio al entrar a la facultad continúa en un 90%, mientras que el 10% ha cambiado de parecer.

**Cuadro 28. FGAD, prevalencia de la idea de emprendimiento, por ciclo, 2011-1 (porcentaje)**

Ciclo	Sí	No	Total
5º	88%	13%	100%
6º	86%	14%	100%
7º	100%	0%	100%
8º	91%	9%	100%
9º	80%	20%	100%
<b>Total</b>	<b>90%</b>	<b>10%</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

**Gráfico 27. FGAD: Prevalencia de la idea de emprendimiento, por ciclo, 2011-1 (porcentaje)**

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

Al evaluar la tendencia por ciclo y por sexo, se observa un comportamiento similar tanto de los hombres como de las mujeres. En general, se presenta una diferencia, entre el total de mujeres y hombres, de 2 puntos porcentuales acerca del abandono de la idea de emprendimiento, hecho que indicaría que existe una tendencia mayor en los hombres de la facultad de mantener su idea emprendedora en comparación con las mujeres. Aun cuando en el noveno ciclo la tendencia se presenta distinta, son los hombres los que en 29% están dispuestos a dejar de emprender frente a las mujeres que son el 9%.

**Cuadro 29. FGAD: Prevalencia de la idea del emprendimiento por ciclo y por sexo, 2011-1 (porcentajes)**

Ciclo	Hombre		Mujer	
	Sí	No	Sí	No
5º	90%	10%	87%	13%
6º	93%	7%	80%	20%
7º	100%	0%	100%	0%
8º	100%	0%	89%	11%
9º	71%	29%	91%	9%
<b>Total</b>	<b>91%</b>	<b>9%</b>	<b>89%</b>	<b>11%</b>
	100%		100%	
Opción	Hombre	Mujer	Total	
Sí	91%	89%	90%	
No	9%	11%	10%	

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

**Etapa de egreso: Inserción laboral a largo plazo**

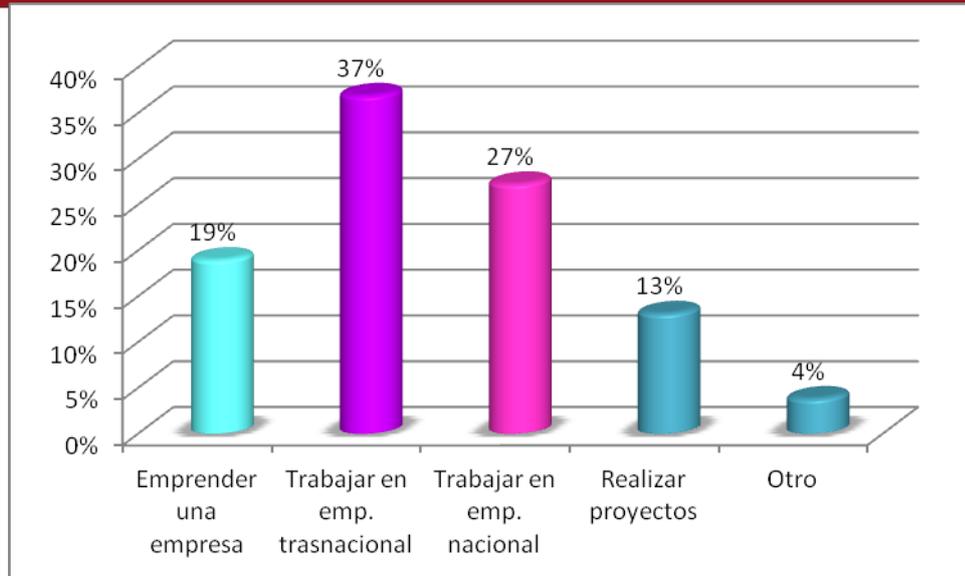
Al terminar la universidad, los alumnos de la facultad muestran, en primer lugar, preferencia (37%) por trabajar en una empresa transnacional. El segundo lugar de preferencia es para las empresas nacionales como centro laboral con 27% y, en tercer lugar está el emprendimiento empresarial con un 19% de preferencia al momento de egresar de la universidad. En cuanto a la distribución por sexo, las preferencias resultan similares motivo por el que no se profundiza en este aspecto.

**Cuadro 30. FGAD: Preferencias laborales de los alumnos al egresar de la facultad (porcentajes)**

Labor	Hombres	Mujeres	Total
<b>Emprender una empresa</b>	19%	19%	<b>19%</b>
Trabajar en emp. Trasnacional	38%	36%	37%
Trabajar en emp. Nacional	27%	27%	27%
Realizar proyectos	10%	16%	13%
Otro	6%	2%	4%
<b>Total</b>	100%	100%	100%

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

**Gráfico 28. FGAD: Preferencias laborales de los alumnos al egresar de la facultad. 2011 (porcentaje)**



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

En este contexto, es significativo evaluar las preferencias de los alumnos por ciclo académico. El nivel de emprendimiento empresarial más alto corresponde a los alumnos del 5° ciclo (28%); a medida que se incrementa el ciclo, este nivel disminuye.

**Cuadro 31. FGAD: Preferencias laborales al egresar de la facultad, 2011-1 (porcentajes)**

Ciclo	Emprender una empresa	Trabajar en emp. trasnacional	Trabajar en emp. Nacional	Realizar proyectos	Otros	Total
5°	28%	34%	20%	13%	5%	100%
6°	19%	35%	24%	15%	7%	100%
7°	20%	44%	27%	8%	0	100%
8°	12%	36%	36%	14%	3%	100%
9°	14%	35%	33%	16%	2%	100%
<b>Total</b>	<b>19%</b>	<b>37%</b>	<b>27%</b>	<b>13%</b>	<b>4%</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

Por otro lado, la preferencia por trabajar en empresas nacionales se incrementa a medida que lo hace el ciclo, sobre todo el 8° y 9° ciclo, porque, en los ciclos anteriores, prevalece la preferencia por trabajar en empresas trasnacionales.

**Gráfico 29. FGAD: Preferencias laborales al egresar de la facultad, 2011-1 (porcentajes)**

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

La intención de emprendimiento futuro es una idea que prevalece en la mayoría de estudiantes de la facultad, porque un 90% de los estudiantes tienen como meta a futuro el emprendimiento y solo un 10% no considera el emprendimiento como un objetivo por realizar ya sea a corto o largo plazo.

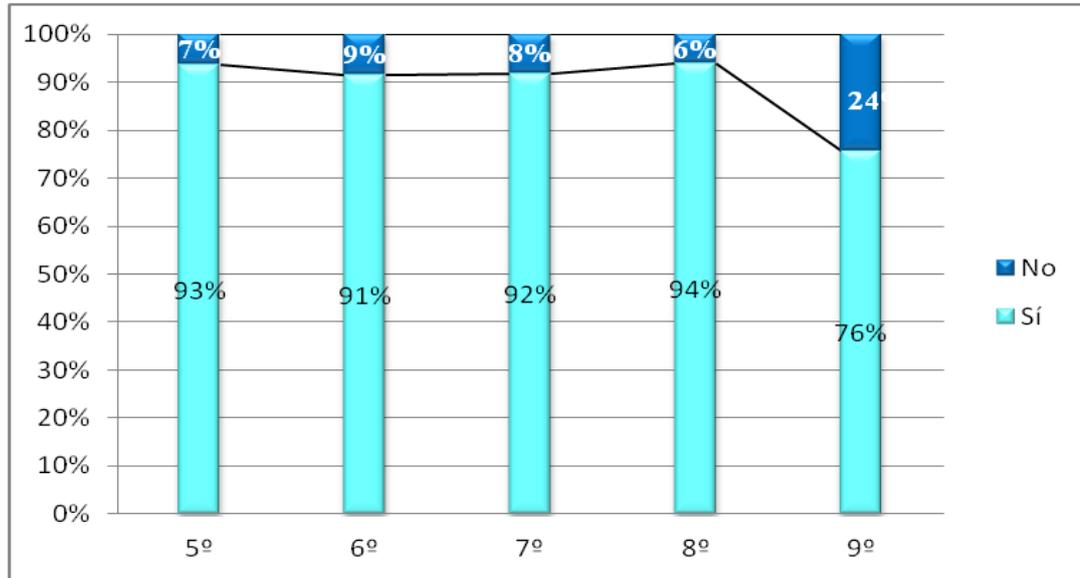
**Cuadro 32. FGDA: Intención de emprendimiento futuro, por sexo y por ciclo, 2011-1 (porcentajes)**

Ciclo	Hombres		Mujeres		Total	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No
5°	100%	0	91%	9%	93%	7%
6°	90%	10%	92%	8%	91%	9%
7°	89%	11%	95%	5%	92%	8%
8°	92%	8%	94%	6%	94%	6%
9°	74%	26%	79%	21%	76%	24%
Total	38%	5%	52%	5%	<b>90%</b>	<b>10%</b>

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

La tendencia de la intención de emprendimiento futuro disminuye (24%) principalmente en el último ciclo de estudios, en mayor medida en los hombres (26%) que en las mujeres (21%).

**Gráfico 30. FGAD: Tendencia de intención de emprendimiento futuro por ciclo, 2011(porcentajes)**



Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

Del total de alumnos que planea emprender una empresa (que son el 90% de los alumnos, explicado en el ítem anterior), el 39% indica que realizará su emprendimiento en un periodo de 5 años, el 5% señala ya haber iniciado su emprendimiento, mientras que el 25 % lo planea iniciar en 2 años.

**Cuadro 33. FGAD: Tiempo planeado para realizar un emprendimiento, 2011(porcentajes)**

Ciclo	Ya lo he emprendido	En 1 año	En 2 años	En 5 años	En 10 años	Otro	Cantidad	Porcentajes
5º	9%	12%	28%	37%	12%	2%	43	100%
6º	0%	9%	19%	44%	19%	9%	43	100%
7º	7%	11%	23%	43%	11%	5%	44	100%
8º	2%	11%	28%	36%	17%	6%	47	100%
9º	7%	14%	32%	29%	11%	7%	28	100%
Total	10	23	52	79	29	12	205	100%
Porcentaje	5%	11%	25%	39%	14%	6%		
Hombres	6%	12%	26%	36%	17%	3%	100%	
Mujeres	4%	11%	25%	40%	12%	8%	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

Gráfico 31. FGAD: Tiempo planeado para realizar un emprendimiento, 2011-1 (porcentajes)

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

Respecto de las motivaciones que impulsarían a los alumnos a emprender un negocio, se ha definido, en esta investigación, dos tipos de emprendedores, tratados en la metodología cuantitativa<sup>29</sup>: el emprendedor por oportunidad o vocación, y el emprendedor por necesidad.

En la facultad, se observa que la mayor parte de los alumnos está impulsada a emprender un negocio en búsqueda de independencia laboral (35%); el 25%, por vocación emprendedora; el 15%, por antecedentes familiares (familia de emprendedores); y el 11%, por la motivación por las oportunidades de mercado. En contraste, solo el 7% emprendería un negocio por falta de oportunidades laborales o por mejoras salariales. En consecuencia, en la facultad, prevalece el tipo de emprendedor

---

<sup>29</sup> En esta investigación, se ha definido como los emprendedores por necesidad: falta de oportunidades laborales y por mejoras salariales; en tanto, los emprendedores por vocación son aquellos impulsados a emprender por búsqueda de independencia, vocación de emprendimiento, oportunidades de mercado y antecedentes familiares.

por vocación (o por oportunidad como lo nombra el GEM). La tendencia entre hombres y mujeres es similar respecto de esta clasificación.

**Cuadro 34. FGAD: Razones que motivarían a los alumnos a emprender un negocio por ciclo y sexo, 2011 (porcentajes)**

Ciclo	Antecedente familiar	Vocación	Independencia	Falta de oportunidad laboral	Mejoras salariales	Oportunidades de mercado	Otro	Total
5°	16%	33%	28%	0%	6%	4%	12%	100%
6°	11%	21%	33%	3%	8%	20%	5%	100%
7°	17%	19%	41%	3%	5%	11%	3%	100%
8°	15%	29%	37%	0%	2%	11%	6%	100%
9°	14%	24%	35%	8%	4%	8%	8%	100%
Total	15%	25%	35%	2%	5%	11%	7%	100%
Sexo								
Hombres	10%	24%	38%	4%	6%	11%	6%	
Mujeres	18%	26%	32%	2%	4%	11%	8%	

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

**Gráfico 32. FGAD: Motivaciones que impulsarían a los alumnos a emprender un negocio, 2011- 1 (porcentajes)**

Fuente: encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD 2011  
Elaboración propia

**El CIDE PUCP**

En cuanto al estudio del CIDE PUCP, los resultados indican que el 59% de los alumnos de la FGAD no tienen conocimiento alguno sobre el CIDE PUCP, mientras que un 41% afirma conocer qué es el CIDE-PUCP y cuál es su labor.

**Cuadro 35. FGAD: Conocimiento del CIDE PUCP de los alumnos, por ciclos, 2011 (porcentajes)**

Ciclo	Sí	No	Total
5°	33%	67%	100%
6°	28%	72%	100%
7°	31%	69%	100%
8°	55%	45%	100%
9°	62%	38%	100%
<b>Total</b>	<b>41%</b>	<b>59%</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

La tendencia del conocimiento sobre el CIDE-PUCP, según el ciclo de estudios, es una curva creciente que se incrementa a medida que transcurren los estudios del alumno en la universidad.

**Gráfico 33. FGAD: Conocimiento sobre el CIDE PUCP, 2011 (porcentajes)**

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

Del total de alumnos que respondieron que sí tienen conocimiento de la labor del CIDE -PUCP (41% de los alumnos), el 24% se enteró a través de la publicidad del CIDE (pancartas, banderolas, volantes, etc.); el 23%, a través del Correo PUCP (mensajes, anuncios, etc.); el 21%, a través del marketing boca a boca (amigos); el 16%, por la página web del CIDE; el 8%, por las redes sociales; y solo el 4 %, por los artículos periodísticos. En consecuencia, los medios de comunicación más efectivos para llegar al conocimiento de los alumnos acerca de la labor del CIDE-PUCP son la publicidad y el Correo PUCP.

**Cuadro 36. FGAD: Medios por los cuales los alumnos conocieron sobre al CIDE PUCP, 2011 (porcentajes)**

Ciclo	Publicidad	Página web	Amigos	Correo PUCP	Redes sociales	Artículos periodísticos	Otro	Total
5°	33%	28%	11%	11%	11%	0%	6%	100%
6°	18%	18%	15%	26%	18%	6%	0%	100%
7°	25%	18%	14%	32%	4%	4%	4%	100%
8°	31%	11%	22%	25%	0%	3%	8%	100%
9°	19%	11%	35%	16%	8%	5%	5%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>24%</b>	<b>16%</b>	<b>21%</b>	<b>23%</b>	<b>8%</b>	<b>4%</b>	<b>5%</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

**Gráfico 34. FGAD: Medios por los cuales los alumnos conocieron sobre el CIDE PUCP, 2011 (porcentajes)**

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

### Interés de los alumnos de la FGAD por recibir asesoramiento con el CIDE PUCP

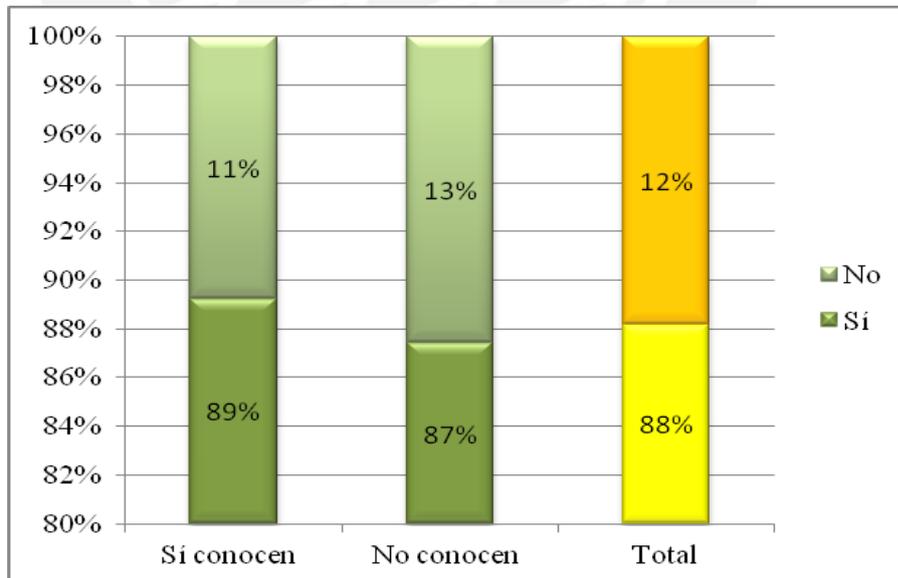
Se considera relevante tomar en consideración la decisión de aquellos alumnos que conocen la labor del CIDE-PUCP frente a los que no la conocen. El 89% de aquellos que sí la conocen indican estar interesados en ser asesorados por el CIDE, mientras que el 87% de los que no la conocen, luego de leer el resumen de presentación del CIDE ubicado en la encuesta (ver Anexo 12), indica que sí está interesado en ser asesorado por el CIDE y el 13% afirma no estar interesado.

**Cuadro 37. FGAD: Interés de los alumnos por la asesoría con el CIDE-PUCP, 2011**  
(porcentaje)

Conoce el CIDE-PUCP	Interesado en recibir asesoría					Total
	Sí	No	Cantidad	Sí	No	
Sí conocen	83	10	93	89%	11%	100%
No conocen	118	17	135	87%	13%	100%
<b>Total</b>	<b>201</b>	<b>27</b>	<b>228</b>	<b>88%</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

**Gráfico 35. FGAD: Interés de los alumnos por asesorarse con el CIDE PUCP, 2011**  
(porcentaje)



Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

En tanto, la distribución del interés de los alumnos por recibir asesorías del CIDE para iniciar sus emprendimientos es similar al resultado general y es, un tanto menor el interés por recibir asesoría en los resultados del 5°, 8° y 9° ciclo.

**Cuadro 38. FGAD. Interés de los alumnos de la facultad por asesorarse con el CIDE PUCP por ciclo 2011 (porcentajes)**

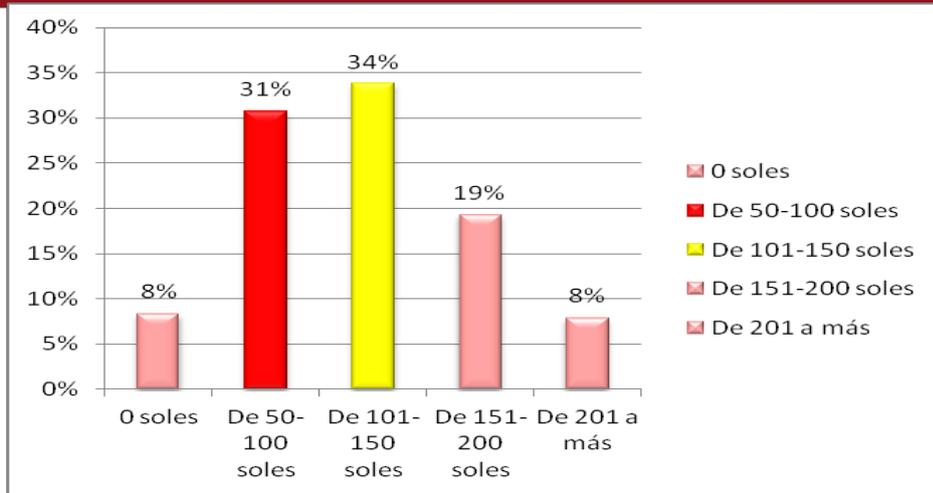
Ciclo	SI	NO	Total
5°	85%	15%	100%
6°	91%	9%	100%
7°	94%	6%	100%
8°	86%	14%	100%
9°	84%	16%	100%
<b>Total</b>	<b>88%</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011

Elaboración propia

Sobre la disposición de pago que los alumnos, estarían dispuestos a asumir por los servicios de incubación ofrecidos por el CIDE los precios que oscilan entre los S/.101 y S/.150 principalmente (34%). El 31% está dispuesto a pagar de S/.50 a S/.100; el 19%, de S/.151 a S/.200; un 8%, de S/.201 a más soles y; finalmente, el 8% no pagaría precio alguno.

**Gráfico 36. FGAD: Disposición de pago de los alumnos por los servicios de incubación de empresas del CIDE PUCP, 2011 (porcentajes)**



Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

Al evaluar por género, la mayoría de las mujeres (40%) está dispuesta a pagar más por los servicios de incubación del CIDE, entre S/. 101 y S/. 150, que la mayoría de los hombres (26%), quienes están dispuestos a pagar de S/.50 a S/.100.

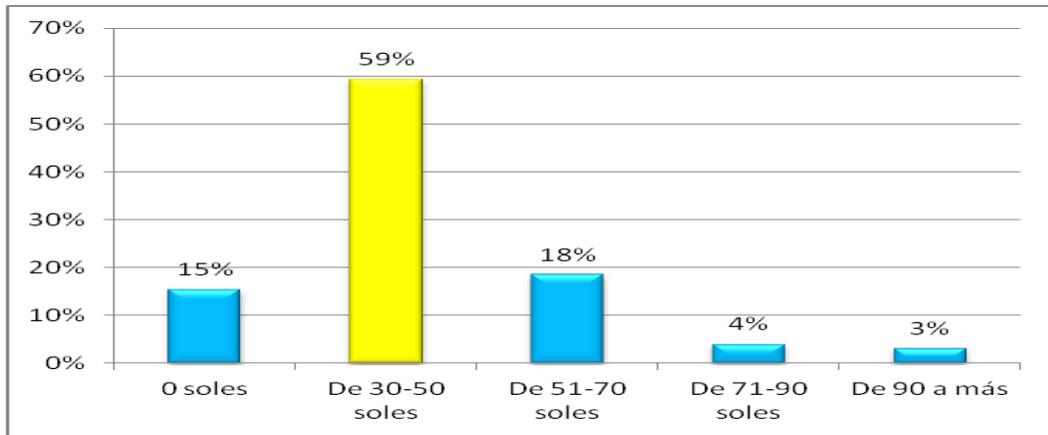
**Cuadro 39. FGAD: Disposición de pago por los servicios de incubación de empresas del CIDE PUCP, 2011-1 (porcentaje)**

Ciclo	0 soles	De 50-100 soles	De 101-150 soles	De 151-200 soles	De 201 a más	Total
5°	13%	33%	41%	11%	2%	100%
6°	9%	36%	28%	15%	13%	100%
7°	2%	33%	31%	22%	12%	100%
8°	10%	24%	41%	22%	2%	100%
9°	8%	27%	27%	27%	11%	100%
<b>Total</b>	<b>8%</b>	<b>31%</b>	<b>34%</b>	<b>19%</b>	<b>8%</b>	<b>100%</b>
Sexo						
Hombre	12%	26%	25%	23%	13%	100%
Mujer	5%	34%	40%	16%	4%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a los alumnos de la FGAD 2011

Sobre la disposición de pago de los alumnos por conferencias brindadas por el CIDE PUCP, el 59% de los alumnos está dispuesto a pagar de S/.30 a S/. 50. La misma preferencia en cuanto al precio se observa en los distintos ciclos de la facultad.

**Gráfico 37. FGAD: Disposición de pago de los alumnos de la FGAD por conferencias realizadas por el CIDE PUCP, 2011 (porcentajes)**



Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

Respecto del sexo, la disposición de pago es similar: tanto en hombres (60%) como en mujeres (59%) el monto es entre S/. 30 y S/.50 de pago por conferencia.

**Cuadro 40. FGAD: Disposición de pago de los alumnos por conferencias ofrecidas por el CIDE PUCP, 2011 (porcentajes)**

Ciclo	0 soles	De 30-50 soles	De 51-70 soles	De 71-90 soles	De 90 a más	Total
5°	20%	57%	20%	2%	2%	100%
6°	13%	64%	17%	2%	4%	100%
7°	16%	61%	16%	4%	2%	100%
8°	14%	57%	20%	8%	0%	100%
9°	14%	57%	19%	3%	8%	100%
Total	15%	59%	18%	4%	3%	100%
Sexo						
Hombres	17%	60%	14%	3%	6%	100%
Mujeres	14%	59%	22%	5%	1%	100%

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

En cuanto a la comunicación que el CIDE puede lograr con los alumnos de la FGAD, estos (26%) recomiendan utilizar principalmente los e-mails vía campus virtual. El otro

grupo más representativo (26%) recomienda utilizar las redes sociales como medio de difusión para poder comunicarse con ellos.

**Gráfico 38. FGAD: Recomendaciones al CIDE PUCP para una comunicación mayor con los alumnos.**

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

Una característica importante entre una preferencia y otra ocurre al evaluar los sexos de los participantes: las mujeres (27%) recomiendan preferentemente utilizar los e-mails vía campus virtual, mientras que los hombres (28%) recomiendan utilizar las redes sociales.

**Cuadro 41. FGAD: Recomendaciones al CIDE PUCP para una mejor comunicación con los alumnos, 2011 (porcentajes)**

Ciclo	Afiches	E-mails vía campus virtual	Banderolas	Volantes	Mayor aparición en redes sociales	Charlas sobre la labor del CIDE	Otros	Total
5°	19%	26%	9%	12%	23%	10%	1%	100%
6°	15%	29%	6%	7%	24%	17%	3%	100%
7°	16%	28%	6%	7%	25%	16%	2%	100%
8°	8%	27%	7%	7%	30%	20%	1%	100%
9°	13%	18%	8%	9%	29%	20%	2%	100%

Total	14%	26%	7%	9%	26%	16%	2%	100%
Hombres	14%	24%	7%	8%	28%	17%	2%	100%
Mujeres	15%	27%	7%	9%	25%	15%	2%	100%

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011  
Elaboración propia

Como se mencionó anteriormente, a partir de los resultados del *focus group* y de entrevistas realizadas, se empezaron a definir las necesidades de los alumnos de la FGAD en temas de emprendimiento.

Estas necesidades fueron plasmadas en la mencionada encuesta y, a partir del promedio ponderado, se estableció una valoración de las mismas y estos fueron los resultados finales:

**Cuadro 42. FGAD: Valoración de las necesidades de los alumnos, 2011-1**

Necesidades de los alumnos	1	2	3	4	5	Total	Promedio Ponderado	Valoración Final
Apoyo en la formación legal de mi empresa	13	26	55	61	73	228	3,680	-
Mayores redes de contacto	8	12	38	70	100	228	4,061	4
Afianzar mis conocimientos en gestión	10	17	54	74	73	228	3,803	3
Acompañamiento de mi emprendimiento	8	24	81	65	50	228	3,548	-
Mayor información acerca de la labor del CIDE	34	69	73	35	17	228	2,702	-
Asesoramiento con gente de experiencia en emprendimiento	5	11	44	76	92	228	4,048	4
Protección y confidencialidad de mis ideas de negocio	4	14	52	53	105	228	4,057	4
Necesidad de cursos que promuevan el emprendimiento en mi facultad	8	13	42	87	78	228	3,939	3
Un CIDE diferenciable	22	36	77	68	25	228	3,167	-
Otro (opcional)	0					0	0	-

Fuente: encuesta aplicada en la FGAD 2011

Elaboración propia

En conclusión, a partir del *focus group* se identificaron las siguientes necesidades:

- 1) apoyo en la formación legal del emprendimiento,
- 2) mayores redes de contacto,
- 3) afianzamiento de conocimientos en gestión,
- 4) acompañamiento del emprendimiento,
- 5) mayor información sobre el CIDE,
- 6) asesoramiento con gente de experiencia,
- 7) protección y confidencialidad de ideas de negocio,
- 8) necesidad de cursos que promuevan el emprendimiento en la facultad,
- 9) un CIDE diferenciable de las demás incubadoras.

Después se plantearon estas necesidades en la encuesta y se evaluó la importancia que cada una de ellas tiene para los alumnos encuestados. Luego de obtener los resultados de la encuesta, se procedió a aplicar el promedio ponderado a los resultados obtenidos en cada una de las necesidades propuestas; se obtuvieron los siguientes resultados:

- 1) mayores redes de contacto,
- 2) protección y confidencialidad de las ideas de negocio,
- 3) asesoramiento con gente de experiencia en emprendimiento,
- 4) necesidad de cursos que promuevan el emprendimiento en la facultad,
- 5) afianzamiento de sus conocimientos en gestión.

#### **3.3.4. Los resultados del QFD**

Luego de la aplicación de todas las herramientas antes mencionadas (modelo de negocios, *focus group* y encuesta), se procedió a realizar el QFD.

A partir de la determinación de las necesidades, se realizó una reunión con miembros del CIDE para establecer las técnicas de solución para atender a estas cinco necesidades. La encuesta, también, permitió determinar el grado de importancia. Para determinar el grado de satisfacción de los alumnos estudiados, según la necesidad propuesta por ellos, se convocó a un grupo de 6 alumnos que debatieron sobre los resultados respecto de la satisfacción actual que perciben sobre estas necesidades planteadas. Esta convocatoria se llevó a cabo en las instalaciones del Comedor Central el día 29 de setiembre del presente año a las 2:00 p. m.

Por otro lado, la calidad planeada en los servicios a ofrecer fue definida por el CIDE PUCP y la medición final fue parte del trabajo de gabinete, acciones a partir de las cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

### Cuadro 43. FGAD: Resultados del QFD

Fuente: encuesta a los alumnos de la FGAD 2011

Elaboración propia en base al modelo simplificado propuesto por Tostes, 2011



De esta manera, se determina que los valores de importancia de las tecnologías (o servicios) a ofrecer por el CIDE PUCP son los siguientes: 142.5 de importancia atribuida al programa emprendedor, un valor de 112.5 otorgado a la incubación de empresas y un 97.5 de valor a la amplia difusión de las redes de contacto con las que cuenta el CIDE en la Web, en las redes sociales y en la publicidad ofrecida en volantes trípticos, entre otros. En consecuencia, se deben orientar los esfuerzos por promover el programa emprendedor, la incubación de empresas y la difusión de redes de contacto como servicios ofrecidos según las necesidades de los alumnos de la FGAD.

Del capítulo se concluye que, a partir de los resultados de la metodología cuantitativa, se demuestra la existencia de factores que promueven la probabilidad de ocurrencia del tipo de emprendedor por vocación frente al emprendedor por necesidad. En consecuencia, existen condiciones que promueven el emprendimiento por vocación; estas condiciones pueden ser su nivel educativo, su edad, su nivel de financiamiento y el nivel de asesoría que percibe. En este contexto, el nivel de financiamiento es el que resulta más significativo (27.9%) al momento el emprendimiento por vocación. Además, los emprendedores por vocación perciben mayores niveles de ingresos, (S/. 646) frente a los emprendedores por necesidad que perciben en promedio (S/. 554).

Por otro lado, los alumnos de la FGAD se constituyen como clientes potenciales para el CIDE PUCP, no solo por la cantidad de alumnos interesados en emprender un negocio (90% a corto y mediano plazo), sino también por cumplir con las características del perfil actual de los emprendedores peruanos (según datos de la GEM y de la investigación cuantitativa): ser jóvenes emprendedores con niveles adquisitivos medio a alto, con un nivel de educación superior, con tolerancia al riesgo

según su edad y tener oportunidad de acceso a asesoría con especialistas en emprendimiento.

A modo de conclusión general de la tesis, en el Perú existe un fuerte potencial en actividades de promoción del emprendimiento; tal es el caso de PERUINCUBA. Sin embargo, el nivel de emprendimiento juvenil aún es escaso (22.4% según la ENAHO 2008 y 19.6% según la ENJUV 2009) y la llegada de estos centros de promoción del emprendimiento aún es limitada, sobre todo en el caso de los jóvenes, quienes, según los resultados de la metodología cuantitativa, reciben asesorías principalmente de sus familias (53.4%) y su financiamiento es con recursos propios (57.9%). Por otro lado, la metodología cuantitativa dio a conocer que las incubadoras como el CIDE PUCP aún están en un proceso de diseño de servicios que se ajuste a las necesidades específicas de los jóvenes emprendedores, en vista de que los jóvenes emprendedores se perfilan como un público objetivo atractivo, porque presentan mayores niveles de emprendimiento en etapas iniciales 49% (GEM 2009).

## Conclusiones

En el Perú, existen programas que promueven el emprendimiento, por ejemplo, PERUINCUBA; sin embargo, el nivel de jóvenes emprendedores aún es bajo (22.4% según la ENAHO 2008 y 19.6% según la ENJUV 2009). Además, los resultados de la aplicación de la metodología cuantitativa muestran que los jóvenes emprendedores reciben principalmente las asesorías de sus familias (53.4%) y el financiamiento se realiza con recursos propios (57.9%), aspecto que mostraría el limitado alcance que aún tienen estos programas respecto de la población joven del país. Por su parte, el análisis cualitativo dio a conocer que las incubadoras como el CIDE PUCP aún están en un proceso de diseño de servicios que se ajuste a las necesidades específicas de los jóvenes emprendedores.

Este hecho, al parecer, se debe a la prevalencia de los emprendedores que está entre las edades de 35 a 44 años (23%) y de 45 a 54 años (23,5%), según el GEM 2009, aspecto que determinaría un diseño en los servicios de las incubadoras orientado a satisfacer las necesidades de un público “adulto”. Sin embargo, los jóvenes emprendedores se perfilan como un público objetivo atractivo por presentar mayores niveles de emprendimiento en etapas iniciales 49% (GEM 2009), mucho más si se

considera a jóvenes como los de la FGAD, que presentan altos niveles de intención de emprendimiento (un 90% indica emprenderá, al egresar de la facultad, a corto y mediano plazo).

La promoción del trabajo decente presenta lineamientos de acción en la búsqueda de soluciones ante el problema de la falta de inserción laboral juvenil. Así el PREJAL plantea una trayectoria que permita el alcance de un trabajo decente; en este contexto, el emprendimiento surge como una herramienta de inserción laboral para el trabajo decente, mucho más si este emprendimiento es del tipo “vocacional”, porque este tipo de emprendimiento hace más probable su sostenibilidad tanto por sus motivaciones (GEM, 2009) como por el nivel de ingresos alcanzado (Figuerola, 1996), a comparación del emprendimiento por “necesidad” que se presenta como un emprendimiento de subsistencia, aspecto que afecta su sostenibilidad (Chacaltana, 2006).

Las condiciones de inserción laboral del mercado peruano aún son precarias. Los datos de la ENAHO 2008 indican que de cada 5 jóvenes que trabajan, 4 lo hacen en condiciones informales. Así, la tasa de desempleo juvenil tiende a ser 4 veces mayor que la del desempleo adulto. Por otro lado, la situación del autoempleo (emprendimiento por necesidad o vocación) en el país, según los datos de la GEM 2010, muestra que el nivel de TEA en el Perú es elevado (34.4%), motivo por el que se constituye como un país de emprendedores. Son los jóvenes los que presentan un nivel de emprendimiento en etapa inicial mayor que el de los adultos, evidencia de una mayor tolerancia al riesgo al momento de iniciar un negocio. Además, el nivel socioeconómico y el nivel educacional de los emprendedores se ha incrementado

(GEM 2009), aspecto que difiere con el antiguo perfil del emprendedor peruano (GEM, 2007).

A partir de los resultados de la metodología cuantitativa, se demuestra que existen factores que promueven la probabilidad de ocurrencia del tipo de emprendedor por vocación frente al emprendedor por necesidad. De esta manera, el emprendimiento por vocación será más factible en condiciones de acceso al financiamiento por tener un mayor nivel educativo, por tener menor edad y por recibir asesorías, y es el financiamiento (27.9%) el factor fundamental en la promoción del emprendimiento por vocación y el que demuestra que los emprendedores por vocación perciben mejores remuneraciones (S/. 646 en promedio y un 30% percibe sueldos de hasta 3 RMV) frente a los emprendedores por necesidad (que en promedio perciben S/. 554 y un 18% percibe hasta 3RMV).

Por otro lado, los alumnos de la FGAD se constituyen como clientes potenciales para el CIDE PUCP, no solo por la cantidad de alumnos interesados en emprender un negocio tanto al ingresar a la facultad (68%) como al egresar de la facultad (90% a corto y mediano plazo), sino también por cumplir con las características del perfil actual de los emprendedores peruanos (según datos de la GEM y de la investigación cuantitativa): ser jóvenes emprendedores con niveles adquisitivos medio a alto, con un nivel de educación superior, con tolerancia al riesgo según su edad y tener oportunidad de acceso a asesoría con especialistas en emprendimiento.

### Recomendaciones

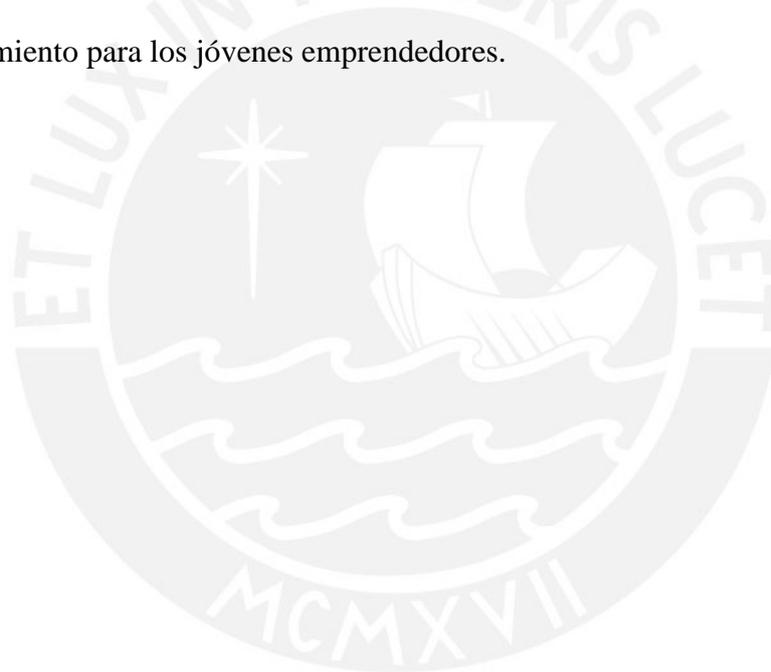
Se recomienda diseñar servicios que se ajusten a las necesidades del público objetivo de los jóvenes emprendedores, mucho más tomando en consideración a jóvenes emprendedores como los alumnos de la FGAD, que planean emprender a corto y mediano plazo y que están en la búsqueda de una buena oportunidad para iniciar su negocio, la cual puede ser ofrecida por los servicios del CIDE PUCP.

Se requiere tomar en consideración al emprendimiento juvenil como una opción mucho más efectiva al momento de hacer frente a la falta de inserción laboral, según lo establece la teoría del autoempleo lucasiano. Se debe promover e impulsar el emprendimiento de los jóvenes por vocación para generar mayores posibilidades de éxito en el mercado laboral, no solo como solución para el autoempleado sino como fuente de creación de empleo para otros empleados.

También, es preciso evaluar cuáles son las razones de la elevada tasa de desempleo juvenil, no solo a nivel del perfil de los jóvenes, sino también al nivel de las exigencias de los empleadores en el mercado laboral. Además, se debe buscar

promover el emprendimiento en la población juvenil, no como una segunda opción en el sector de subsistencia ante la falta de oportunidades laborales, sino como una clara orientación luego de concluidos los estudios superiores: el emprendimiento ya no como un medio sino como un fin.

A partir de este estudio, se ha definido el financiamiento como factor fundamental para impulsar el emprendimiento por vocación. Este elemento resulta un valioso aporte en favor del emprendimiento y, en consecuencia, los programas que impulsan el emprendimiento juvenil deben priorizar en temas de facilitación de acceso al financiamiento para los jóvenes emprendedores.



## Bibliografía

### Asociación Latinoamericana de QFD

s/a Consulta: 4 de julio de 2011  
<<http://www.qfdlat.com/index.html>>

### BCRP

s/a Consulta: 30 de setiembre de 2011-09-30  
<<http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-anuales-historicos.html>>

### Benavidez Velasco, Carlos

1998 Tecnología Innovación y Empresa. Madrid. 1ª Edición.  
Ediciones: Pirámide.

### Bravo, S.

2004 *Perspectivas de un desarrollo económico local basado en un sistema de incubadora de empresas y redes sociales en Santiago de Cali, Valle del Cauca.* Proyecto de tesis doctoral no publicado, Dpto. de Administración de Empresas y Marketing. Edición: Universidad de Sevilla-España

### Caja Paita

2009 Boletín- clave económica nº1- 2009. Área de Planeamiento y Desarrollo. Paita. Editorial: Caja Paita. Consulta: 30 de Julio 2010  
<¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.>

### Centro de Desarrollo Emprendedor

2006 *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2004-2005.* Universidad ESAM. Edición: primera. Lima. Editorial: ESAM Ediciones. Consulta: 25 de Mayo de 2011  
<<http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=455>>

2007 *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2006.* Universidad ESAN. Edición: primera. Lima. Editorial: ESAN Ediciones. Consulta: 25 de Mayo de 2011

- <<http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=455>>
- 2009 *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2007*. Universidad ESAN. Edición: primera. Lima. Editorial: ESAN Ediciones. Consulta: 25 de Junio de 2011  
<<http://www.gemconsortium.org/document.aspx?id=455>>
- 2010 *Universidad ESAN: Perú 2008*. 100 ejemplares. Edición: primera. Lima. Editorial: ESAN Ediciones. Consulta: 23 de abril de 2011  
<<http://translate.google.com.pe/translate?hl=es&sl=en&tl=es&u=http%3A%2F%2Fwww.gemconsortium.org%2F>>
- 2010 *Global Entrepreneurship Global Entrepreneurship Monitor Perú 2009*. Universidad ESAN. Edición: primera. Lima. Editorial: ESAN Ediciones. Consulta: 25 de junio de 2011  
<<http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/12/13/libros/GE M2009.pdf>>
- Colectivo Integral de Desarrollo**  
s/a Consulta: 22 de abril de 2011  
<<http://www.cid.org.pe/HomePage/quienes.htm>>
- Comisión Interministerial de Empleo**  
2010 Políticas Nacionales de empleo 2010-2015. Lima. Julio 2010
- Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor**  
s/a Consulta: 22 de abril de 2011  
<<http://cide.pucp.edu.pe/index.php?pg=inicio>>
- CONAM. CAF. CEF**  
2005 Proyecto Facilitación de Financiamiento para Negocios Basados en la Biodiversidad y Apoyo a las actividades de desarrollo de Mercado en la región Andina. Lima. Edición
- Congreso de la República del Perú**  
1993 Constitución Política del Perú. 29 de diciembre
- 2003 Ley N° 28015. *Ley de Promoción y formalización de la Micro y Pequeña empresa*. 3 de julio
- Emporio Comercial de Gamarra**  
s/a Consulta: 4 de julio de 2011  
<<http://www.gamarra.com.pe/>>
- Figueroa, Adolfo**

1996 Las instituciones laborales frente a los cambios en América Latina. Ginebra. Instituto Internacional de estudios laborales.

**Fondo para el Logro de los Objetivos del Milenio**

2010 “*Foro: Juventud, Empleo y Migración Internacional*”. Programa Conjunto Juventud Empleo y Migración. Lima. Editorial: Organización de las Naciones Unidas

**Global Entrepreneurship Monitor**

2011 *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Executive Report*. Ginebra. Editorial: Global Entrepreneurship Research Association Consulta: 25 de Junio de 2011  
<<http://www.gemconsortium.org/article.aspx?id=165>>

**Gonzales Alvares, Miguel**

2005 Panorama de Incubadoras de Empresas en el Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Centro de Innovación y Desarrollo.

**Hernandez Sampieri, Roberto**

2010 Metodología de la Investigación. México. Editora: Grupo Infagón. 5ª edición.

**Hargadon, Andrew**

2010 El Valle de la Muerte. Edición: Centro UC Davis para el Emprendimiento. Consulta: 17 de julio 2011  
<[http://andrewhargadon.typepad.com/my\\_weblog/2010/04/into-the-valley-of-death.html](http://andrewhargadon.typepad.com/my_weblog/2010/04/into-the-valley-of-death.html)>

**Instituto Nacional de Estadística e Informática**

2010 *Condiciones de Vida en el Perú: Enero, Febrero, Marzo de 2010*. Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG). Informe Técnico N°2 Junio 2010. Lima. 15 de mayo 2010.  
<<http://www.inei.gob.pe/web/Biblioinei/BoletinFlotante.asp?file=10825.pdf>>

2011 Encuesta Nacional de Hogares. Condiciones de vida en el Perú Trimestre: Enero, Febrero y Marzo del 2011. Informe técnico n°2 junio de 2011. Editorial: INEI

2010 *Encuesta Juventud, Empleo y Migración Internacional 2009*. 500 ejemplares. Edición: 1ª edición. Lima. Consulta: 31 de marzo 2011

**Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo**

2008 *Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo 2008*. Consulta: 22 de abril de 2011  
<<http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=19&tip=548>>

2009 Plan Sectorial de acción para la promoción del empleo juvenil 2009-II al 2012-I.Lima.Editorial: Ministerio de Trabajo y promoción del Empleo

s/a Consulta: 20 de julio de 2011  
<<http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=548&tip=548>>

#### **Nodrizza Incubation Partner (Nodrizza)**

2005 *Guía de buenas prácticas para las incubadoras de empresas*, Recuperado el 20 de diciembre de 2010. Consulta: 4 de agosto de 2011

<<http://www.negociosyemprendimiento.org/2011/01/buenas-practicas-incubadoras-empresas.html>>

#### **Lewis, Arthur**

1954. “Economic Development whit unlimited supplies of labor”, Manchester papers, Vol.22, mayo, págs.329-402.

#### **Light, Jhon**

2004 ¿Qué es una incubadora y cuál es su dinámica? Lima. Edición : CENTRUM (Boletín electrónico). Consulta: 3de agosto 2011  
<[http://www.centrum.pucp.edu.pe/centrumaldia/Ediciones\\_Anteriores/oct2004\\_a2.htm](http://www.centrum.pucp.edu.pe/centrumaldia/Ediciones_Anteriores/oct2004_a2.htm)>

#### **Linares Scarcerieau, Dino**

2010 El emprendimiento juvenil: actualidad, tendencia y políticas de desarrollo. Lima: CID.

#### **Lucas, Roberto**

1988 Modelos de ciclos económicos. Madrid, Alianza Editorial.

#### **Osterwaldo Alexander**

2004 La Ontología del modelo de negocios- una proposición en un enfoque científico de diseño. Doctoral de la Universidad de Lausana. 20 de abril 2011.

<[http://www.hec.unil.ch/aosterwa/PhD/Osterwalder\\_PhD\\_BM\\_Ontology.pdf](http://www.hec.unil.ch/aosterwa/PhD/Osterwalder_PhD_BM_Ontology.pdf)>

#### **Peña Vinces, Jesus**

2010 Análisis de las características de las incubadoras en Colombia: un estudio de caso. Consulta: 4 de agosto de 2010

<[http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/05/24/art2\\_pena\\_vinces\\_jefas30.pdf](http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/05/24/art2_pena_vinces_jefas30.pdf)>

#### **PERUINCUBA**

s/a Consulta: 31 de Julio 2011

<[http://www.peruincuba.net/portal/index.php?option=com\\_content&view=section&layout=blog&id=1&Itemid=2](http://www.peruincuba.net/portal/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=1&Itemid=2)>

**Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo**

s/a Objetivos de Desarrollo del Milenio – ODM  
<<http://www.undp.org/spanish/mdg/basics.shtml>>

**Proinversión**

s/a Agencia de promoción de la inversión privada- Perú. Análisis 10 casos MYPES. Consulta: 4 de julio de 2011  
<[http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/CASOSDEESTUDIO/10\\_Casos\\_de\\_Exito.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/JER/CASOSDEESTUDIO/10_Casos_de_Exito.pdf)>

**Proyecto PREJAL**

2008 “Emprendimiento Juvenil en las políticas de Gobierno en el Perú”. Boletín PREJAL. Lima. 2008. N°4. Consulta: 30 de marzo de 2011  
<<http://prejal.oit.org.pe/prejal/docs/bols/boletin-prejal-per4.pdf>>

**QFD Online**

s/a Consulta: 4 de Julio de 2011  
<<http://www.qfdonline.com/>>

**Real Academia de la Lengua Española**

2010 *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. 23ª Edición. Madrid. Consulta: 22 de abril de 2011*  
<[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=Emprendimiento](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=Emprendimiento)>

**Reyes, Pedro**

s/a Blog de Pedro. Consulta: 22 de abril de 2011  
<<http://blog.pucp.edu.pe/member/70/blogid/80>>

**Superintendencia Nacional de Administración Tributaria**

s/a Ley Mypes. Normas Legales. Consulta: 15 de julio de 2011.  
<[http://mype.sunat.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=6&Itemid=27](http://mype.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=6&Itemid=27)>

**Tostes, Marta**

2011 Curso de Economía Laboral [diapositivas] en la Maestría de RRL. Lima: PUCP.

2011 Modelo QFD simplificado [diapositivas] cuadro GTI de la FGAD de la PUCP. Lima: PUCP

**Universia**

2007 Conferencia Latinoamericana de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas. Lima. Consulta: 3 de agosto 2011  
<<http://noticias.universia.edu.pe/vida-universitaria/noticia/2007/11/14/739861/conferencia->

latinoamericana-parques-tecnologicos-e-incubadoras-empresas.pdf>

**Vereda, Francisco**

2010 *La población Joven ¿qué edad abarca?* Oficina de OIT para países andinos. Lima. Editorial: OIT.

**Villanueva, Patrick**

2010 “Perú dejó de ser el país más emprendedor del mundo”  
Generación.com. Lima. Consulta: 27 de abril de 2011  
<<http://www.generacion.com/usuarios/10877/peru-dejo-ser-pais-mas-emprendedor-mundo>>

**World Economic Forum**

2008 The Global Competitiveness Report 2008-2009. Geneva.  
Editorial: World Economic Forum.  
<<https://members.weforum.org/pdf/GCR08/GCR08.pdf>>



## Anexos

## Anexo 1: Matriz de consistencia de la investigación

Preguntas de Investigación	Objetivo General	Hipótesis General	Metodología	Conclusión	Recomendación
¿Cuál es la situación de las actividades promotoras del emprendimiento entre los jóvenes en el Perú?	Evaluar el desarrollo de mecanismos de promoción del emprendimiento juvenil en Lima Metropolitana en el periodo 2008 - 2010, tomando como caso particular de estudio a la incubadora CIDE PUCP.	A pesar de que existe un elevado interés de los jóvenes peruanos respecto al emprendimiento, estos carecen de programas que estimulen la vocación emprendedora de los jóvenes en el país; en la medida que se tiene un compromiso limitado para lograr que los jóvenes emprendedores puedan acceder a los servicios brindados por organizaciones como el CIDE-PUCP.	Se utilizan dos métodos de investigación: el cuantitativo a partir del análisis de la encuesta ENJUV 2009 tomando como modelo teórico " <i>la teoría del modelo de mercado Laboral bajo sobrepoblación</i> " propuesta por Figueroa (1996) ; y el cualitativo a partir del análisis de los resultados de la aplicación de la herramienta del Despliegue de la Función de Calidad (QFD) en el CIDE PUCP, con la finalidad de corroborar la hipótesis general. También se realizaron entrevistas a especialistas vinculados a temas de gestión, economía y emprendimiento. Además se realizó un Focus Group, talleres para la definición del Modelo de Negocios del CIDE y una encuesta a alumnos de la FGAD del 5° al 9° ciclo.	En el Perú existen programas que promueven el emprendimiento, como por ejemplo PERUINCUBA; sin embargo, el nivel de jóvenes emprendedores aún es bajo (22.4% según la ENAHO 2008 y 19.6% según la ENJUV 2009) Además los resultados de la aplicación de la metodología cuantitativa muestran que los jóvenes emprendedores reciben principalmente las asesorías de sus familias (53.4%) y su financiamiento es con recursos propios (57.9%) aspecto que mostraría el limitado alcance que aún tienen estos programas respecto a la población joven del país. El análisis cualitativo dio a conocer que las incubadoras como el CIDE PUCP aún están en un proceso de diseño de servicios que se ajuste a las necesidades específicas de los jóvenes emprendedores, hecho que al parecer se debe a la prevalencia de los emprendedores que está entre las edades de 35 a 44 años (23%) y de 45 a 54 años (23,5%), según el GEM 2009, aspecto que determinaría un diseño en los servicios de las incubadoras orientado a satisfacer las necesidades de un público "adulto". Sin embargo, los jóvenes emprendedores se perfilan como un público objetivo atractivo porque presentan mayores niveles de emprendimiento en etapas iniciales 49% (GEM 2009) mucho más si se considera a jóvenes como los de la FGAD que presentan altos niveles de intención de emprendimiento (un 90% indica emprenderá, al egresar de la facultad, a corto y mediano plazo).	Se recomienda diseñar servicios que se ajusten a las necesidades del público objetivo de los jóvenes emprendedores, mucho más tomando en consideración a jóvenes emprendedores como los alumnos de la FGAD que planean emprender a corto y mediano plazo y que están en la búsqueda de una buena oportunidad para iniciar su negocio y esa oportunidad puede ser ofrecida por los servicios del CIDE PUCP.

Pregunta 1	Objetivo 1	Hipótesis 1	Metodología 1	Conclusión 1	Recomendación 1
¿Qué características deben cumplir las condiciones laborales para ser consideradas decentes y en este contexto qué importancia tiene el emprendimiento juvenil, y a partir de estos criterios cuántos tipos de emprendedores existen?	Estudiar las definiciones a emplear a lo largo de la investigación, entre ellas la relevancia internacional del tema del emprendimiento en el fomento del empleo decente juvenil y la propuesta del emprendimiento juvenil como una herramienta que puede promover el trabajo decente, así como el planteamiento de una teoría económica que brinde sustento a la tipología del emprendimiento.	Las características del trabajo decente permiten definir condiciones laborales adecuadas a las que deben acceder la población joven, y entre las propuestas sobre su caracterización manifiesta se encuentra el emprendimiento como herramienta de facilitación del trabajo decente, aunque es preciso definir el tipo de emprendedor que se pretende promover para que el emprendimiento no sea solo una opción residual, sino una fuente real de inserción laboral juvenil.	Análisis del Proyecto Promoción del Empleo Juvenil en América Latina (PREJAL), que propone como tema central la promoción del Trabajo Decente entre los jóvenes. También el estudio y definición de términos como “Población Joven”, “la inserción laboral juvenil”, “el autoempleo y el emprendimiento juvenil” a partir de definiciones propuestas por Linares, Verdera, Chacaltana, entre otros. Además se tomarán en consideración los postulados teóricos de Figueroa: "El modelo de mercado laboral bajo sobrepoblación". En general, se recopila la data que brinde el acercamiento a los términos y definiciones a tomar en consideración a lo largo de la investigación.	La promoción del trabajo decente presenta lineamientos de acción en la búsqueda de soluciones ante el problema de la falta de inserción laboral juvenil. Es así que el PREJAL plantea una trayectoria que permita el alcance de un trabajo decente; en este contexto, el emprendimiento surge como una herramienta de inserción laboral para el trabajo decente, mucho más si este emprendimiento es del tipo “vocacional” porque este tipo de emprendimiento hace más probable su sostenibilidad tanto por sus motivaciones (GEM, 2009), como por el nivel de ingresos alcanzado (Figueroa, 1996). A comparación del emprendimiento por “necesidad” que se presenta como un emprendimiento de subsistencia, aspecto que afecta su sostenibilidad (Chacaltana, 2006).	Se requiere tomar en consideración al emprendimiento juvenil como una opción mucho más efectiva al momento de hacer frente a la falta de inserción laboral, según lo establece la teoría del autoempleo Lucasiano. Se debe promover e impulsar el emprendimiento de los jóvenes por vocación para generar mayores posibilidades de éxito en el mercado laboral. No solo como solución para el auto-empleado sino como fuente de creación de empleo para otros empleados.

Pregunta 2	Objetivo 2	Hipótesis 2	Metodología 2	Conclusión 2	Recomendación 2
¿Qué condiciones de inserción laboral ofrece el mercado peruano a los jóvenes y en qué circunstancias surge el autoempleo (o emprendimiento) en el Perú ya sea por necesidad o por vocación?	Analizar la estructura del mercado peruano, ubicado en el contexto de América Latina, para entender las condiciones de inserción laboral a las que se enfrentan los jóvenes. Y así iniciar un estudio del emprendimiento en el Perú para determinar la tendencia y características de los emprendedores peruanos y ubicar la posición de los jóvenes emprendedores dentro de este contexto, además de tomar en consideración actividades promotoras del emprendimiento como las incubadoras de empresas que promueven el autoempleo entre los jóvenes.	Las escasas condiciones de inserción laboral en el Perú, han ocasionado que gran parte de la población busque auto-emplearse por necesidad, más aún considerando la inexperiencia y escasa educación en las que se encuentran los jóvenes peruanos. Para hacer frente a este problema han surgido incubadoras de empresas que promueven el emprendimiento juvenil apoyando sus proyectos empresariales.	En este capítulo se desarrolla un análisis de la situación de la inserción laboral juvenil en América Latina, en conjunto, y en el Perú, en particular, que contextualiza a la investigación. Luego se analiza la estructura del mercado laboral peruano y el autoempleo (y/o emprendimiento) a partir del análisis de los resultados de la GEM (2004-2010) con la intención de esclarecer las bases previas para la realización de las metodologías a aplicar en el capítulo siguiente.	Las condiciones de inserción laboral del mercado peruano aún son precarias: Los datos de la ENAHO 2008 indican que de cada 5 jóvenes que trabajan, 4 lo hacen en condiciones informales. Así la tasa de desempleo juvenil tiene a ser 4 veces mayor que la del desempleo adulto. Por otro lado, la situación del autoempleo (emprendimiento por necesidad o vocación) en el país, según los datos de la GEM 2010, muestran que el nivel de TEA en el Perú es elevado (34.4%), motivo por el que se constituye como un país de emprendedores. Son los jóvenes los que presentan un nivel de emprendimiento en etapa inicial mayor que el de los adultos evidencia de una mayor tolerancia al riesgo al momento de iniciar un negocio. Además, el nivel socioeconómico y el nivel educacional de los emprendedores se ha incrementado (GEM 2009), aspecto que difiere con el antiguo perfil del emprendedor peruano (GEM, 2007).	Es preciso evaluar cuáles son las razones de la elevada tasa de desempleo juvenil, no solo a nivel del perfil de los jóvenes, sino también al nivel de las exigencias de los empleadores en el mercado laboral. Además, se debe buscar promover el emprendimiento en la población juvenil, no como una segunda opción en el sector de subsistencia ante la falta de oportunidades laborales, sino como una clara orientación luego de concluidos los estudios superiores: el emprendimiento ya no como un medio sino como un fin.

Pregunta 3	Objetivo 3	Hipótesis 3	Metodología 3	Conclusión 3	Recomendación 3
<p>¿Qué factores hacen más probable la ocurrencia del emprendimiento por necesidad frente al emprendimiento por vocación según los resultados de la ENJUV (2009)?</p> <p>¿En caso de que emprendedores, como los alumnos de la FGAD, desearan emprender una empresa, organizaciones como la Incubadora de empresas CIDE PUCP, estarían preparadas para ofrecer servicios que se ajusten a sus necesidades?</p>	<p>Evaluar cuáles son los factores que hacen más probable la ocurrencia de la promoción de la vocación emprendedora en los jóvenes; y definir si los servicios de una organización como el CIDE PUCP se ajustan a las necesidades de jóvenes emprendedores, como los alumnos de la FGAD.</p>	<p>Existen factores (variables independientes) tales como sexo, experiencia potencial, financiamiento, nivel educativo, lugar de residencia y asesoría que hacen más probable la ocurrencia de un determinado tipo de joven emprendedor ya sea por necesidad o por vocación (variables dependientes), tipología que es fundamental en el estudio del emprendimiento juvenil. En este contexto, surgen organizaciones como el CIDE PUCP que buscan adecuar sus servicios de incubación de empresas a las necesidades de clientes como los alumnos de la FGAD que cumplen con el perfil del joven emprendedor peruano por vocación.</p>	<p>En este capítulo se emplea la metodología cuantitativa a partir del análisis de los resultados de la encuesta ENJUV, 2009. Se demuestra el sustento teórico de la teoría del "modelo de mercado laboral bajo sobrepoblación" propuesto por Figueroa (1996) a partir del desarrollo de un modelo econométrico Logit Binario para identificar la relación entre las variables concluyendo con un análisis de regresión final. En este análisis se plantean tanto variables independientes como variables dependientes, las variables independientes son aquellas cuyos cambios generan variaciones en las otras variables llamadas dependientes. Luego se aplica la metodología cualitativa utilizando herramientas tales como Focus Group, encuesta, entrevistas, entre otros, a partir de los que se espera obtener el reconocimiento de las necesidades en temas de emprendimiento de los alumnos de la FGAD del 5° al 9° ciclo para luego diseñar, a partir del QFD, servicios que puedan ser provistos por el CIDE PUCP.</p>	<p>A partir de los resultados de la metodología cuantitativa, se demuestra que existen factores que promueven la probabilidad de ocurrencia del tipo de emprendedor por vocación frente al emprendedor por necesidad. De esta manera, el emprendimiento por vocación será más factible en condiciones de acceso al financiamiento, por tener un mayor nivel educativo, por tener menor edad y por recibir asesorías, siendo el financiamiento (27.9%) el factor fundamental en la promoción del emprendimiento por vocación, y demostrándose que los emprendedores por vocación perciben mejores remuneraciones (646 soles en promedio y un 30% percibe sueldos de hasta 3 RMV) frente a los emprendedores por necesidad ( que en promedio perciben 554 soles y un 18% percibe hasta 3RMV). Por otro lado, los alumnos de la FGAD se constituyen como clientes potenciales para el CIDE PUCP, no solo por la cantidad de alumnos interesados en emprender un negocio tanto al ingresar a la facultad (68%) como al egresar de la facultad (90% a corto y mediano plazo), sino también por cumplir con las características del perfil actual de los emprendedores peruanos (según datos de la GEM y de la investigación cuantitativa): Son jóvenes emprendedores con niveles adquisitivos medio a alto, con un nivel de educación superior, con tolerancia al riesgo según su edad y tienen oportunidad de acceso a asesoría con especialistas en emprendimiento.</p>	<p>A partir de este estudio se ha definido al financiamiento como factor fundamental para impulsar el emprendimiento por vocación. Este elemento resulta un valioso aporte en favor del emprendimiento y en consecuencia los programas que impulsan el emprendimiento juvenil deben priorizar en temas de facilitación de acceso al financiamiento para los jóvenes emprendedores.</p>

Fuente: elaboración propia

## **Anexo 2. Lista de especialistas y colaboradores en la aplicación de herramientas en la tesis**

Colaboradores en brindar entrevistas, asesorías, consultas y participantes en los Focus Group

### **Especialistas en economía:**

- Dra. Marta Tostes Vieira
- Carolina García

### **Especialistas en emprendimiento:**

- Eduardo Ísmodes
- Julio Vela

### **Alumnos colaboradores en focus group 1:**

- Pedro Gallardo
- Katherin Valencia
- Melisa Becerra
- Esteban Cruz
- Iván Chung
- Miguel Paño

### **Alumnos colaboradores en la determinación de grado de satisfacción en las necesidades**

#### **(QFD)**

- Sandra Laura Prado
- Luci Malaber
- Jaime Solís
- Cristín Castellanos
- Valeria Felandro
- Cristofer Urtado

## Anexo 3: Clasificación de los parques tecnológicos

Clasificación de los parques Tecnológicos	Definición
Centros de Innovación	Edificio o grupo de ellos situados en las cercanías de una institución académica o de investigación donde el elemento fundamental es la oferta de servicios e instalaciones comunes que permitan lograr la creación de pequeñas empresas por parte de individuos emprendedores.
Parques científicos y de investigación	Prevalcen las tareas de investigación ligadas a la universidad quedando excluidas las actividades de producción.
Parques tecnológicos	Constituyen una gran área estratégicamente localizada y desarrollada para ofrecer un entorno de prestigio, cuyo objetivo básico es la atracción e instalación de empresas de alta tecnología.
Tecnópolis	Una iniciativa del gobierno japonés que agrupa tres componentes: Infraestructura social (desarrollo urbano), instalaciones de I+D e instalaciones de producción.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la conferencia " Incubadora de Empresas y Desarrollo Empresarial: Una propuesta para el Estado Barinas (2002)

Anexo 4: Los siete pilares de análisis de las incubadoras de empresas



Fuente: Análisis de las características de las incubadoras de empresas en Colombia: un Estudio de Caso (2010)

**Anexo 5: Prevalencia de actividad emprendedora y de dueños de negocios por país según fase de desarrollo económico, 2010 (porcentajes)**



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report

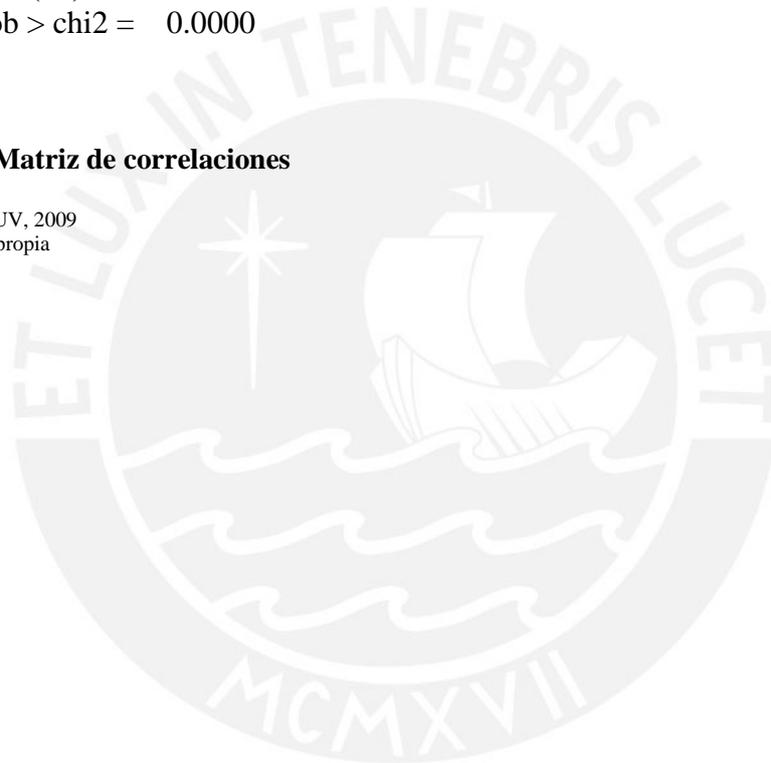
### Anexo 6. Test de wald

- ( 1) [vocacion]asesoria2 = 0
- ( 2) [vocacion]financiamiento2 = 0
- ( 3) [vocacion]educ = 0
- ( 4) [vocacion]sexo = 0
- ( 5) [vocacion]lima = 0
- ( 6) [vocacion]exppote = 0
- ( 7) [vocacion]exppot2 = 0

$$\text{chi2}( 7) = 97.13$$
$$\text{Prob} > \text{chi2} = 0.0000$$

### Anexo 7. Matriz de correlaciones

Fuente: ENJUV, 2009  
Elaboración propia



### Anexo 8. CIDE PUCP: fotos de reunión para elaboración de modelo de negocio de, 2011-1

**Anexo 9. Fotos focus group**





**Anexo 10. Modelo de Negocios inicial del CIDE PUCP (2011-1)**



Modelo de Negocio	Actual	Resultado del Análisis parcial
<p>Cliente</p>	<p>Internos: Comunidad de la PUCP</p> <p>Externos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emprendedores que requieran de asistencia profesional para iniciar su negocio.</li> <li>-Empresarios que requieran conocimientos de Gestión para consolidar sus empresas en el mercado.</li> <li>- Empresas, en general, que requieran capacitaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Inadecuada identificación de los clientes internos: ¿Quiénes constituyen el Target Objetivo del CIDE? Por ende, no se ha podido diseñar servicios que cubren sus necesidades.</li> <li>- No se aprovecha la cercanía de estos clientes (internos)</li> <li>- Adecuada Identificación de clientes externos, lo que ha permitido diseñar los servicios ofrecidos por el CIDE según las necesidades de estos clientes</li> </ul>
<p>Vínculo con los clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intranet</li> <li>- Página web</li> <li>- Facebook y twytter</li> <li>- Revista “El Emprendedor”</li> <li>- Prensa Escrita</li> <li>- Publicidad (afiches en buses y vitrinas de la PUCP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No existe vínculo activo con facultades, que puedan promocionar sus servicios.</li> <li>- Se podría llegar a acuerdos con estas facultades : desarrollar cursos de emprendimiento, desarrollo de emprendimientos, tomando estos esfuerzos como parte de su estrategia de marketing y ventas</li> </ul>
<p>Canales de Distribución</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redes Sociales</li> <li>- Medios de comunicación</li> <li>- Oficina de Atención</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Podría utilizar las oficinas de atención de facultades que tengan a aquel Target objetivo que está buscando en la comunidad PUCP</li> </ul>
<p>Propuesta de Valor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Redes de Contacto.</li> <li>- Ayuda al crecimiento y consolidación en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vincula, a los clientes, con otras organizaciones que han sido un emprendimiento; además, se vinculan también con otro tipo de organizaciones: permitiendo acceso a la correcta realización de trámites y medios laborales.</li> <li>- Se encarga de realizar un seguimiento continuo del funcionamiento del negocio, de cómo se va ajustando</li> </ul>

		al plan y en qué momento es necesario el corregirlo.
Actividades Clave	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Asesoramiento profesional al emprendedor.</li> <li>-Capacitaciones.</li> <li>- Elaboración de planes de negocios.</li> <li>- Acompañamiento del emprendimiento.</li> <li>- Realización de eventos.</li> </ul>	-Podría incluirse como otra actividad clave la continua creación de redes de contacto con socios estratégicos tales como algunas facultades de la universidad para promover la propuesta de valor ofrecida.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionales calificados en temas de I+D+T, Gestión de Empresas.</li> <li>- Local</li> </ul>	-Son los profesionales capacitados en temas de Investigación, Desarrollo y Tecnología así como en Gestión de Empresas; y los demás profesionales de apoyo (secretaria, recepcionista, etc), el local con el que cuenta el CIDE (luz, agua, teléfono, internet, etc).
Alianzas Estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)</li> <li>- Empresas emprendidas en el CIDE PUCP.</li> <li>- Perú Incuba</li> <li>- FINCYT</li> <li>- Innovate Perú</li> </ul>	<p>-No existe una clara visión sobre quiénes son sus socios estratégicos, esto es un riesgo ante los clientes tanto internos como externos.</p> <p>-Se deja de aprovechar un medio que funcionaría claramente como parte del marketing del CIDE PUCP</p>

Fuente: página web del CIDE  
Elaboración propia

**Anexo 12. Modelo de encuesta aplicada a los alumnos de la FGAD**

Encuesta realizada con fines únicamente académicos, será empleada para la recolección de información y muestreo de los alumnos de la Facultad de Gestión y Alta Dirección respecto a temas de emprendimiento.

<b>Edad:</b>	
--------------	--

<b>Sexo:</b>	M	F
--------------	---	---

<b>Ciclo de estudios</b>	
--------------------------	--

<b>Mención elegida</b>	Empresarial	Pública	Social
------------------------	-------------	---------	--------

<b>1. Cuándo ingresaste a la FGAD lo hiciste con miras a emprender una empresa?</b>	
<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

<b>2. ¿Qué otras expectativas tenías al ingresar a la facultad?</b>	
Poder trabajar en una empresa transnacional	
Poder trabajar en una empresa nacional	
Realizar proyectos	
Otros	

<b>3. ¿Sigues con la idea de emprender una empresa?</b>	
<b>Sí</b>	
<b>No</b>	
Por qué	

<b>4. ¿Qué tiene proyectado hacer Inmediatamente después de egresar de la facultad?</b>	
Emprender una empresa	
Trabajar en una empresa trasnacional	
Trabajar en una empresa nacional	
Realizar proyectos	
Otros	

<b>6. ¿En cuánto tiempo ha planeado emprender su negocio?</b>	
Ya lo he emprendido	
En 1 año	
En 2 años	
En 5 años	
En 10 años	
Otro	

<b>5. ¿Tienes planeado emprender una empresa en el futuro?</b>	
<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

<b>7. ¿Qué razones te motivarían a emprender un negocio?</b>	
Antecedente: la empresa familiar	
Siempre quise emprender mi negocio	
Independencia laboral	
Falta de oportunidades laborales	
Mejoras salariales	
Aprovechar oportunidades de mercado	
Otro	

**EI CIDE PUCP**

<b>8. ¿Conoce el CIDE PUCP?</b>	
SÍ	
NO	

<b>9. A través de qué medios se enteró de su labor?</b>	
Publicidad	
Página web	
Amigos	
Correo PUCP	
Redes sociales	
Artículos periodísticos	
Otro	

<b>10. ¿Estaría interesado en asesorar su emprendimiento con el CIDE PUCP?</b>	
Sí	
No	
<b>Por qué</b>	

11. ¿Del <b>1(MÍNIMO)</b> al <b>5 (MÁXIMO)</b> que valor daría <b>a cada una</b> de las necesidades propuestas a continuación?	
1)Apoyo en la formación legal de mi empresa	
2)Mayores redes de contacto	
3)Afianzar mis conocimientos en gestión	
4)Acompañamiento de mi emprendimiento	
5)Mayor información acerca de la labor del CIDE	
6) Asesoramiento con gente de experiencia en emprendimiento	
7) Protección y confidencialidad de mis ideas de negocio	
8)Necesidad de <b>cursos que promuevan el emprendimiento</b> en mi facultad	
9) Un CIDE diferenciable: ¿Por qué tengo que escoger al CIDE y no a otra incubadora?	
10) Otro (opcional)	

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios de incubación de empresas del CIDE?	
0 soles	
De 50-100 soles	
De 101-150 soles	
De 151-200 soles	
De 201 a más	

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por conferencias brindadas por el CIDE?	
0 soles	
De 30-50 soles	
De 51-70 soles	
De 71-90 soles	
De 90 a más	

14. ¿Qué aconsejaría al CIDE, para que tenga una mejor forma de comunicarse con usted?	
Afiches	
E-mails vía campus virtual	
Banderolas (colgadas en paredes y árboles)	
Volantes	
Mayor aparición en redes sociales	
Realización de charlas sobre la labor del CIDE	
Otros	

<b>Nombre Completo</b>	
------------------------	--