



EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN LA EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR

ipeba

INSTITUTO PERUANO DE EVALUACIÓN,
ACREDITACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA
CALIDAD DE LA EDUCACIÓN BÁSICA

SERIE: ESTUDIOS Y EXPERIENCIAS

***EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN LA
EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR***



INSTITUTO PERUANO DE EVALUACIÓN,
ACREDITACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA
CALIDAD DE LA EDUCACIÓN BÁSICA



INSTITUTO PERUANO DE EVALUACIÓN,
ACREDITACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA
CALIDAD DE LA EDUCACIÓN BÁSICA

Directorio

Peregrina Morgan Lora, Presidenta
Jorge Castro León
Liliana Miranda Molina
Angélica Montané Lores
Carlos Rainusso Yáñez

Coordinación Técnica

Verónica Alvarado Bonhote

Dirección de Evaluación y Acreditación

Estudio encomendado a
Fernando Villarán de la Puente

Área de Comunicaciones

Francisco Pérez García, Responsable
César Cárdenas Javier

Centro de Información y Referencia

César Arriaga Herrera, Responsable
Ana Ortega Rafael

Corrección de Estilo

José Ramírez García

Diseño de Carátula y Diagramación

Rubén Colonia Quesada.

Impresión

Gráfica Granlud Print EIRL

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-15829
ISBN N° 978-612-46406-8-1

Tiraje: 1000 ejemplares

Primera Edición

Lima, Setiembre 2013

© Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y
Certificación de la Calidad Educativa - SINEACE

**Instituto Peruano de Evaluación, Acreditación y Certificación
de la Calidad de la Educación Básica - IPEBA**

Calle Ricardo Angulo 266, San Isidro, Lima 27, Perú.

Teléfonos: / (51-1) 223-2895, Fax: (51-1) 224-7123 anexo 112

E-mail: cir@ipeba.gob.pe / www.ipeba.gob.pe

Se autoriza la reproducción total o parcial siempre y cuando se mencione la fuente.

ÍNDICE

Presentación	5
Introducción	7
Capítulo 1	
¿Por qué una educación emprendedora?	11
1.1 El Perú es un país emprendedor, pero no es suficiente	11
1.2 El emprendedorismo innovador es la fuente principal del desarrollo económico y social	19
1.3 Es uno de los cinco pilares de la educación para el siglo XXI	39
1.4 Una clase media empresarial y la estabilidad social	42
1.5 El escenario orweleano	46
Capítulo 2	
La experiencia nacional e internacional en educación emprendedora	51
2.1 Los programas de emprendedorismo en el Perú.....	51
2.2 Programas en América Latina	60
2.3 Programas de emprendedorismo en los países desarrollados.....	66
Capítulo 3	
Las competencias empresariales y emprendedoras	71
3.1 Las funciones empresariales en las MYPE peruanas	72
3.2 Las competencias empresariales en las MYPE peruanas	75
Capítulo 4	
Análisis de la Educación para el Trabajo en la EBR	81
Capítulo 5	
Lineamientos para implementar una educación emprendedora en la EBR	85
5.1 Desarrollar la autoestima (el ser) de los alumnos a partir de las actividades empresariales familiares.....	85
5.2 Ampliar las opciones laborales y económicas de los alumnos	87
5.3 Conocer y emular modelos empresariales (role models)	89
5.4 Tener experiencia previa relevante	90
5.5 Saber elaborar y utilizar los planes de negocio.....	91
5.6 Construir redes.....	91
5.7 Trabajar en equipo	92
Bibliografía y documentos consultados	94

PRESENTACIÓN

En el Perú ostentamos el título de ser uno de los países más emprendedores del mundo. Diversos rankings como el mundial de competitividad, el latinoamericano de mejor ambiente para empresarias, el índice de emprendedores de Latinoamérica, el índice mundial de actividad emprendedora temprana, entre otros, son muestra palpable de ello. No obstante, muy poco de estos resultados puede atribuirse, siquiera parcialmente, al sistema educativo.

La inclusión en el sistema curricular del emprendimiento como uno de los ocho aprendizajes fundamentales para todos los estudiantes del país, promueve la formación de ciudadanos que contribuyan al desarrollo y competitividad del país.

El IPEBA, en su misión de elaborar estándares para los diversos aprendizajes fundamentales, con la metodología de Mapas de Progreso, realizó un estudio que permitiera encontrar evidencias a nivel internacional y nacional a partir de los cuales incorporar a las escuelas, las competencias y habilidades sociales para un mundo que demanda preparación temprana y sostenida para la inserción laboral.

Es así que el IPEBA entrega el presente estudio como un aporte para la reflexión de cómo hacer que nuestros estudiantes sean capaces de emprender proyectos y metas alcanzables.

El Directorio

INTRODUCCIÓN

El informe ingresa directamente a responder la pregunta de ¿por qué es necesaria una educación emprendedora? Los argumentos son cinco. El primero parte del hecho de reconocer que el Perú es un país emprendedor, situación aceptada internacionalmente. En todo el territorio nacional se crean aproximadamente 130,000 empresas cada año, pero la mayoría de ellas son microempresas informales y de sobrevivencia que no son capaces de brindar ingresos suficientes a sus conductores ni trabajadores. El sistema educativo no dice ni hace prácticamente nada por modificar o evitar la creación de miles de empresas de baja productividad cada año, sencillamente lo ignora, contribuyendo a profundizar la situación de pobreza e informalidad.

El segundo argumento es más positivo; se sustenta que la creación de nuevas empresas, sobre todo si son innovadoras, es la fuente principal del desarrollo económico y social, en todos los países. Esta afirmación no es aceptada fácilmente por la macroeconomía convencional que sostiene que la variable explicativa del crecimiento es la inversión privada, y que basta promoverla para producir desarrollo, lo que representa una mirada sesgada y parcial. El documento levanta las ideas de Joseph Schumpeter que desde la década de los años cuarenta del siglo pasado afirma que la innovación tecnológica y el emprendedorismo son los motores del crecimiento económico. La experiencia histórica le ha dado la razón: los países más desarrollados son los más innovadores y los más emprendedores. Estas tesis han sido comprobadas recientemente por el trabajo de 11 años realizado por los profesores Daron Acemoglu del *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) y James Robinson de Harvard, plasmado en el libro "Por qué fracasan los países".

Para sustentar estos puntos de vista se incluyen los hallazgos, conclusiones y recomendaciones de política de dos investigaciones muy reveladoras y recientes que dan cuenta de que las empresas creadas por los egresados de dos universidades, el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) y *Stanford University*, generan hoy día el 14.5% del PBI de Estados Unidos. Estos resultados comprueban que una educación emprendedora e innovadora tiene un efecto directo, relevante y muy efectivo sobre el desarrollo, no solo en los países desarrollados, sino también en desarrollo.

El tercer argumento recoge las orientaciones que da la UNESCO para la educación mundial, basadas en el "Informe Delors" y sus desarrollos posteriores, al proponer que uno de los cinco pilares para lograr una educación para todos que responda a las exigencias del siglo XXI, sea el "aprender a emprender". Desde que fue formulada esta propuesta, en la década de los años noventa, no ha hecho sino crecer en aceptación y aplicación en diversos países del mundo, especialmente en los países de mayor dinamismo económico y social.

El cuarto argumento es el de la conveniencia de crear una estructura productiva y una economía basada en una amplia clase media productiva y empresarial, fomentando la expansión de pequeñas y medianas empresas (PYME), así como la creación constante de empresas por parte de la población joven. Ello no solo genera crecimiento económico sino también inclusión económica y estabilidad social, como lo comprueban países como Alemania, Japón, Taiwán, Corea e Italia. La crisis financiera mundial no ha hecho sino mostrar que las estrategias como el "chorreo económico", basadas en alentar a unas cuantas empresas "demasiado grandes para quebrar" –que concentran el ingreso en pocas manos y generan mayores tensiones sociales– han fracasado en los países que las aplicaron.

El quinto argumento es el de preparar a las futuras generaciones para enfrentar un *escenario orweleano* que se está configurando en muchos países, tanto desarrollados como en desarrollo. Este escenario consiste en la confluencia de dos fenómenos: 1) el control de los medios de comunicación por unas pocas corporaciones privadas que transmiten su ideología, visión del mundo, y una selección sesgada de la información, limitando la pluralidad y la democracia, y 2) la banalización creciente (Vargas Llosa) de la cultura y los medios, incluyendo a las redes sociales, que limitan y dificultan el pensamiento complejo y crítico. Una educación emprendedora que brinde una mayor autonomía en las opciones y decisiones de los jóvenes, y que podría acercarse a una postura más crítica y rebelde (Federico Mayor), sería no solo una necesidad para ellos, sino también para la sociedad entera.

Aún cuando el emprendedorismo no se ha constituido en el *mainstream* de las políticas públicas de desarrollo dominadas por la macroeconomía convencional, existen experiencias muy interesantes y efectivas de impulso a la creación de nuevas empresas y la educación emprendedora. Este es el caso de Finlandia, el país con la mejor educación

en el mundo, Australia, Canadá, Estados Unidos y varios países de América Latina. La experiencia internacional no muestra un modelo único o predominante sino una diversidad de enfoques y propuestas.

En el Perú también existen algunas experiencias de fomento al emprendedorismo y de una educación emprendedora, principalmente desde el sector privado. Entre ellas destacan: SYSA-Cultura emprendedora, Colectivo Integral de Desarrollo (CID), *Junior Achievement*, DiEmpresa, Somos Empresa, los colegios Fe y Alegría, el Ministerio de Educación, Centro de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo (CAPLAB) (con los gobiernos regionales del sur) y varias universidades privadas.

En el informe se recogen los resultados de un trabajo realizado por el Instituto Peruano de Acción Empresarial (IPAE) y SASE Consultores en el año 1999 en el marco del Proyecto MECEP (Mejoramiento de la Calidad de la Educación), y publicado en el 2001, sobre el tema de las competencias necesarias para crear y gestionar micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú.

A partir de una extensa encuesta nacional aplicada a empresarios y empresarias de las MYPE y a expertos en el tema, se determinaron siete competencias básicas para crear y conducir micro y pequeñas empresas, esa persona: 1) comunica en forma fluida y empática, 2) tiene iniciativa para tomar decisiones y asumir riesgos, 3) resuelve problemas y busca soluciones creativas, 4) actúa en función de valores que comprometen a su entorno, 5) obtiene y procesa información relevante, 6) organiza y controla procesos, 7) busca la generación de riqueza y la ganancia. Estas competencias se pueden enseñar, con las debidas consideraciones y dosificación, a los alumnos de primaria, secundaria, técnica y universitaria.

Del análisis de la situación actual de la Educación Básica Regular (EBR), de sus objetivos, propósitos, las características y competencias que se buscan en los egresados, y de los contenidos de la educación para el trabajo, tal como se están aplicando en la actualidad, se puede concluir que el tema del emprendedorismo está presente y permite, con cambios menores, impulsarlo con mucho mayor fuerza. Es decir, no se requieren cambios radicales o traumáticos en las políticas y programas educativos vigentes para implementar una educación emprendedora a nivel nacional.

Finalmente, se proponen lineamientos para diseñar e implementar una educación emprendedora en la Educación Básica Regular (EBR), que son los siguientes: 1) desarrollar la autoestima de los estudiantes y profesores, recogiendo y valorando sus propias experiencias empresariales y económicas que son muchas y muy extendidas, 2) presentar a los alumnos y discutir con ellos toda la gama de opciones laborales y empresariales que tienen y no solo hacerlo con las carreras de las universidades e institutos tecnológicos, 3) incentivar y sistematizar los modelos empresariales (ejemplos a seguir) entre los jóvenes, 4) crear condiciones para tener experiencias empresariales y económicas previas al emprendimiento, 5) enseñar planes de negocio apropiados a su realidad, 6) facilitar la creación de redes comerciales, productivas y estratégicas, 7) fomentar el trabajo en equipo, multidisciplinario y multicultural.

La aplicación de estas líneas de trabajo que culmine en el diseño e implementación de una educación emprendedora en la EBR, será producto de un esfuerzo sostenido de los principales actores educativos, liderados por el Ministerio de Educación.

¿POR QUÉ UNA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA?

1.1 El Perú es un país emprendedor, pero no es suficiente

Sin duda, el Perú es un país muy emprendedor. Lo que muchos sospechaban desde hace tiempo, se viene confirmando en forma reiterada en los últimos años. El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), está midiendo el desarrollo emprendedor en todo el mundo. Esta institución fue creada en el año 1999 por iniciativa del *London School of Economics* y el *Babson College* de Massachusetts con el apoyo de la Fundación Kauffman. Ese año iniciaron sus estudios sobre la actividad emprendedora abarcando a 10 países, y hoy día realizan una evaluación de 54, tanto desarrollados como en desarrollo.

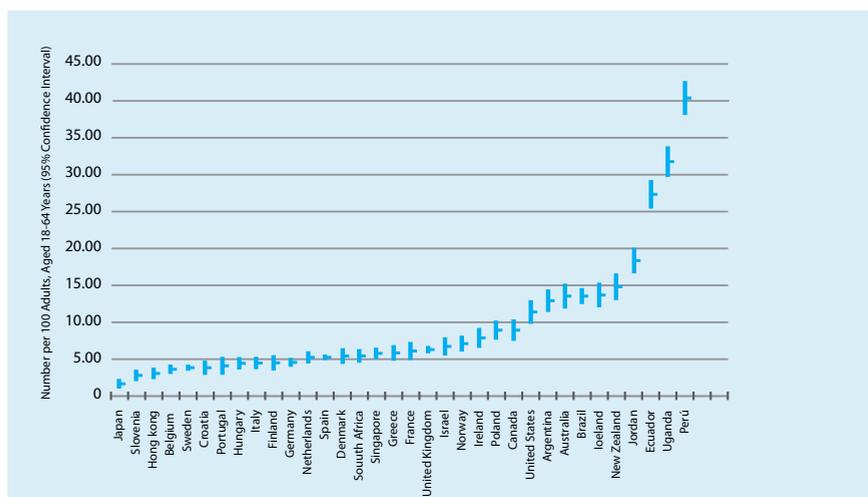
El 2004 fue el primer año en que se incorpora al Perú en el estudio sobre emprendedorismo y, de entrada, resultó como el país más emprendedor del mundo. La principal variable que usa GEM para medir la actividad emprendedora de un país es la actividad emprendedora total (TEA por sus siglas en inglés) que mide la cantidad de personas, entre 18 y 64 años de edad, que han creado una empresa en el último año o están gestionando una empresa que tiene menos de 3,5 años de antigüedad; estas dos cifras sumadas se comparan con el total de la población en edad de trabajar.

En ese año, la TEA para el Perú arrojó como resultado que el 40% de la población entre los 18 y 64 años estaba involucrada en alguna actividad emprendedora, creando empresas y/o gestionando empresas de reciente creación. El siguiente país, para ese mismo año,

fue Uganda con 32% y el tercero Ecuador con 27%. La mayoría de países analizados se ubicaba entre el 5% y el 15% en actividad emprendedora total (TEA). Es decir, la actividad emprendedora peruana era muy notoria, está muy por encima de la que existe en los otros países.

GRÁFICO N° 1

Total Entrepreneurial Activity (TEA Prevalence) 2004 by Country



Fuente: Global entrepreneurship monitor (Acs, Arenius, Hay, y Minniti, 2004, 18).

Esta constatación causó cierta sorpresa en el ambiente empresarial y académico peruano; para algunos se trataba de una magnífica noticia que no hacía sino confirmar una realidad que pocos se atrevían a aceptar abiertamente, y para otros, podría tratarse de una cierta exageración. Como era de esperarse surgieron algunas inquietudes y especulaciones en función a estos resultados, como por ejemplo: ¿cómo se explica que los países de menor desarrollo relativo (como Perú, Ecuador y Uganda) sean más emprendedores que los países más desarrollados y competitivos (como Estados Unidos, Suiza, Alemania y Finlandia)?

La entidad que realizó el estudio para el Perú (y lo sigue haciendo) fue la Universidad ESAN (Escuela de Administración de Negocios para Graduados), que siguió a la perfección la

metodología impulsada por los organizadores de GEM, y que se aplica en el resto de 53 países. Tanto ESAN como los organizadores se dieron cuenta de que no era muy válido comparar a los emprendedores de los países más desarrollados con los menos desarrollados. Por ello, se introdujo un elemento subjetivo para diferenciar a los emprendedores en el mundo: las motivaciones que tienen las personas para ingresar a la actividad empresarial. Se llegó a la conclusión de que había dos grandes grupos de emprendedores: 1) los que decidían crear una empresa por necesidad, y 2) los que lo hacían por vocación, y/o aprovechando una oportunidad del mercado. Con esto se pudo llegar a un consenso de que había dos calidades de emprendedores, que tenían no sólo motivaciones divergentes sino muchas otras diferencias que explicaban su rol en la economía.

Al cruzar las dos variables en juego: la actividad total emprendedora (TEA) con el grado de desarrollo de cada país (medido en el ingreso per cápita en dólares corrientes), se llegó a establecer una relación racional entre ambas variables. Se pudo comprobar la existencia de una curva en U, en la que se mostraba que los países con menor desarrollo relativo mostraban una alta actividad emprendedora, los países con desarrollo relativo medio, mostraban una modesta actividad emprendedora, y finalmente, los países con mayor desarrollo relativo volvían a mostrar una alta actividad emprendedora.

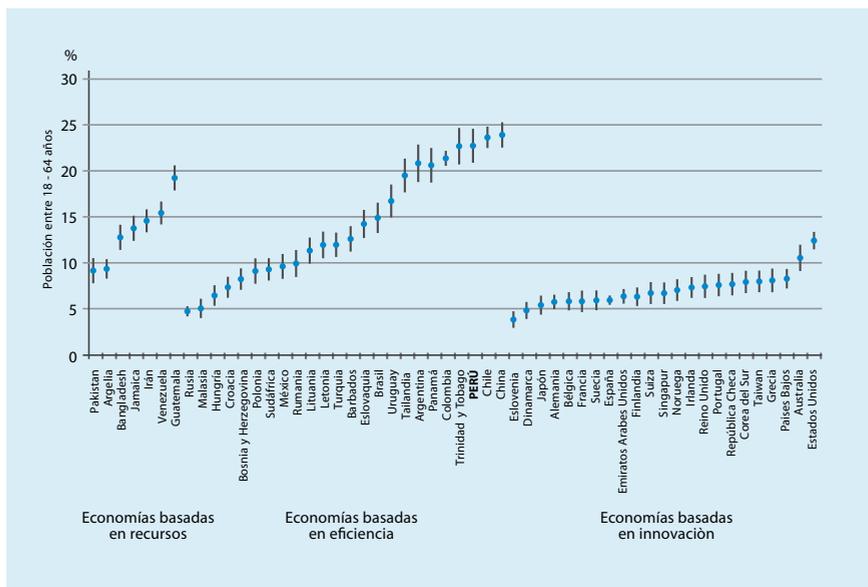
Para hacer más explícita las diferencias en las condiciones en que se desarrollan y emergen los emprendedores de los países desarrollados frente a los países en desarrollo, GEM decidió dividir a los países en tres grandes grupos: 1) los países que basan su desarrollo en sus recursos naturales, 2) los países que basan su desarrollo en una más eficiente combinación y uso de sus recursos, y 3) los países que basan su desarrollo en la innovación (que son precisamente los países más desarrollados y con mayor ingreso per cápita). Esta división de los países en tres grandes grupos es la misma que realiza el *World Economic Forum* (WEF), la entidad encargada de elaborar el Informe Anual sobre la competitividad. No es casual, entonces, que los países de este tercer grupo con la mayor actividad emprendedora, sean al mismo tiempo los que tienen mayor competitividad, como es el caso de Suiza, Singapur, Finlandia, Suecia Holanda, Alemania y Estados Unidos.

En la última medición efectuada por GEM, en el año 2011, y publicada en el 2012, el Perú sigue siendo uno de los países más emprendedores del mundo con una actividad emprendedora total (TEA) de 23%, ubicándose en el tercer lugar, luego de China y Chile que tienen una TEA de 24%, cada uno. Estos tres países pertenecen al grupo intermedio

de países, dentro del que se encuentran también Colombia, Panamá, Uruguay y Brasil, otros países de la región con alta tasa emprendedora.

GRÁFICO N° 2

Actividad emprendedora en la etapa temprana (TEA) por país, GEM 2011



Fuente: Global entrepreneurship monitor: Perú 2011 (Serida, Morales, y Nakamatsu, 2012, 40).

La comparación con los países más desarrollados ya no es tan directa como en los primeros informes y se mantienen las diferencias en la calificación de los emprendedores. Mientras que en los primeros dos grupos de países hay una cantidad muy importante de empresarios “por necesidad”, en el grupo de los países más desarrollados estos son “por vocación” y/o “por oportunidad”. En este último grupo destacan Estados Unidos, como el país más innovador, seguido de Australia, Holanda, Taiwán y Corea del Sur.

En el caso peruano, el resultado del 23% en la TEA es casi la mitad del 40% que obtuvimos en el año 2004, por lo tanto es probablemente una cifra más realista, pero al mismo tiempo se confirma que el Perú sigue siendo uno de los países más emprendedores del mundo.

Entonces, la pregunta sigue flotando en el ambiente, si somos tan emprendedores ¿por qué seguimos siendo un país relativamente pobre, con un ingreso per cápita de 5.900 dólares¹ y con todos los problemas sociales de exclusión y conflictos?

La respuesta no es muy difícil. Basta mirar qué tipo de empresas crean mayoritariamente los emprendedores y emprendedoras: microempresas de subsistencia. En efecto, la gran mayoría de empresas en el Perú son micro empresas de baja productividad y de bajos ingresos, y también son informales. El universo de estas empresas se confunde con el universo de la pobreza. Repasemos algunas cifras:

CUADRO N° 1
Perú: Principales variables, según tamaño de empresa 2006

Categoría	Número empresas	%	Empleo (PEA)	%	PIB (3) (en %)
Sector privado	3229197	100,00	10128859	70,4	83
Gran empresa	800(1)	0,02	544924	3,8	28
Mediana empresa	10918(2)	0,34	646954	4,5	18
Pequeña empresa	49728	1,54	1065057	7,4	9
Micro empresa	3167751	98,09	7871924	54,7	26
Sector público			1058202	7,4	9
Independientes			2642633	18,4	8
Trabaj. del hogar			550615	3,8	2
TOTAL	3229197	100,00	14380309	100,0	100

Fuente: Actualización de estadísticas de la MYPE (Lévano, 2007).

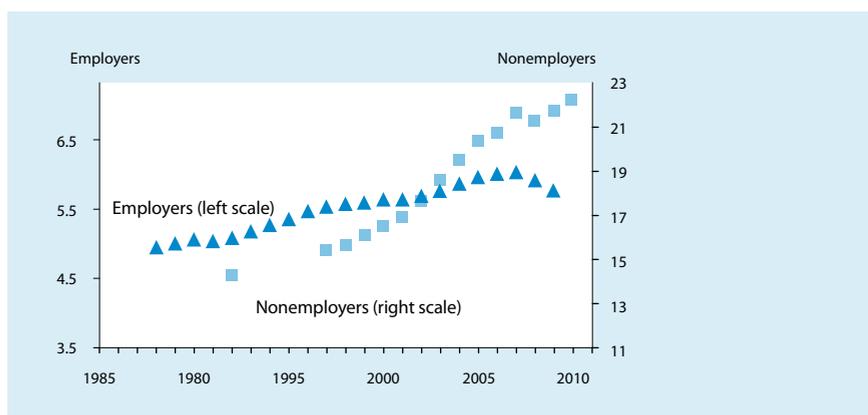
Los últimos datos que miden el número el total de empresas en el país, incluyendo a las informales, fueron elaborados en el año 2007 por encargo del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), nos muestran que existen 3'167.751 microempresas, que representan el 98,09% de todas las empresas peruanas (que tienen menos de 10 personas ocupadas). El 1,54% son pequeñas empresas (entre 11 y 50 personas ocupadas), y entre los dos estratos, denominados también MYPE (micro y pequeñas empresas), llegan al 99,63% de todas las empresas en el país, con un total de 3'217.479 empresas.

¹ De acuerdo al método Atlas del Banco Mundial, en dólares corrientes.

Las MYPE generan el 62,7% del empleo total, es decir, casi 9 millones de empleos. Si a este empleo le sumamos el empleo independiente que alcanza los 2,64 millones y que representa el 18,4% del empleo, tenemos que las MYPE y los independientes generan el 81,1% del empleo total. Las MYPE también contribuyen con el 35% del producto bruto interno (PBI); y si se le suma a los Independientes, sus aportes llegan al 43% del PBI.

El sector privado peruano está dominado por las micro y pequeñas empresas (MYPE). El tamaño promedio de la empresa privada peruana es de 3,1 trabajadores, tamaño bastante pequeño. Aunque esta cifra no es tan extraña ni tan pequeña si consideramos que en Estados Unidos existen 27,9 millones de empresas (incluyendo a las empresas individuales o *nonemployers* en inglés) y tiene una fuerza laboral de 155 millones de personas (datos para el año 2011), con lo que el tamaño promedio de las empresas es 5,6 trabajadores.

GRÁFICO N° 3
Number of Businesses (millions)



Fuente: U.S. Census Bureau, SUSB and Nonemployer Statistics.
 Tomado de: Estados Unidos. Small Business Administration - SBA. (2012). Frequently asked questions. Washington, september, p. 1.

En Estados Unidos, según cifras oficiales², las pequeñas empresas (*small business*³) son el 99,7% de todas las empresas en el país; una cifra bastante parecida a la peruana. La gran

2 Estados Unidos. Small Business Administration - SBA. (2012). Frequently asked questions. Washington, september. La SBA es la entidad estatal encargada de la promoción y apoyo a las pequeñas empresas en Estados Unidos.
 3 La definición de *small business* se aplica a todas las empresas que tienen menos de 500 trabajadores.

diferencia entre las pequeñas empresas norteamericanas y las peruanas es que las primeras tienen una alta productividad y por lo tanto pueden garantizar un ingreso adecuado a sus propietarios y trabajadores, asimismo la casi totalidad de ellas son formales.

CUADRO N° 2
Informalidad en la economía peruana, 2006

Categoría	Número empresas	%	Empresas formales (3)	%
Sector privado	3229197	100,00	892155	27,6
Gran empresa	800 (1)	0,02	800	100
Mediana empresa	10918 (2)	0,34	10372	95 (4)
Pequeña empresa	49728	1,54	34466	69,3
Microempresa	3167751	98,09	846517	26,7
Sector público				90 (5)
Independientes				13 (6)
Trabaj. del hogar				5 (7)
TOTAL	3229197	100	892155	

Fuente: ENAHO 2006.

Tomado de: Lévano, Cecilia. (2007). Actualización de estadísticas de la MYPE. Lima.

Mientras que las MYPE peruanas tienen baja productividad, no pueden garantizar un buen ingreso para sus propietarios y trabajadores, sus trabajadores no tienen beneficios sociales y la mayoría está en la informalidad.

En el cuadro previo se muestra que el 73% de las microempresas son informales, medidas con tres variables: no tienen registro único de contribuyente (RUC), tampoco licencia municipal y no otorgan beneficios laborales, seguro de salud ni jubilación. En el caso de las pequeñas empresas, la informalidad llega al 31%. Si juntamos a ambos estratos, en las MYPE, la informalidad es de 72%, una cifra bastante alta por donde se la mire.

Por lo tanto, lo que tenemos en el Perú es un proceso mediante el cual año a año se crean unas 130,000 nuevas empresas⁴, la gran mayoría microempresas informales y de sobrevivencia. El sistema educativo peruano en parte hace que este proceso tenga esas

4 Esta cifra se obtiene de calcular una tasa de 4% de crecimiento en la creación de nuevas empresas sobre un universo total de 3,22 millones de empresas.

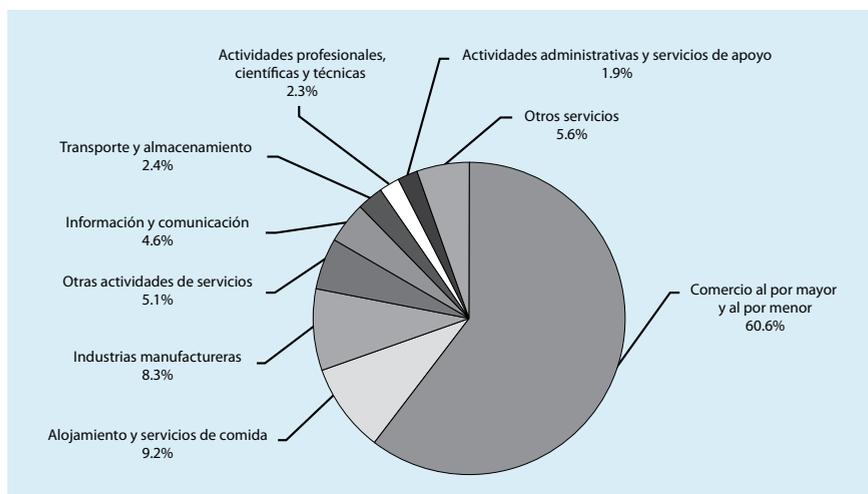
La tasa se obtuvo del documento elaborado por Dino Linares del Colectivo Integral de Desarrollo (CID): "Emprendedores y creadores de negocios en el Perú" (2005).

características en la medida que no capacita ni entrega conocimientos e información a los jóvenes para crear empresas, de manera que los jóvenes (y en menor medida adultos) se ven obligados a crear sus empresas *por necesidad*, sin los conocimientos necesarios. El sistema educativo está contribuyendo a perpetuar esta situación de alta actividad emprendedora, pero para crear empresas informales, precarias y que no resuelven los problemas para la mayoría de la población peruana.

En una de las pocas investigaciones realizadas sobre la creación de empresas por parte de los jóvenes, el Colectivo Integral de Desarrollo (CID) describe el perfil del joven empresario peruano: tiene padres o hermanos con algún negocio, inició su negocio a los 19 años, no tuvo asesoría, tampoco capacitación, no elaboró un plan de negocios, se dedica al comercio o servicios, tiene uno o dos trabajadores, tiene ventas por 440 dólares mensuales, y entre 100 y 130 dólares de ingresos netos mensuales (menos que el sueldo mínimo vital), es decir, se encuentra en la precariedad y la informalidad⁵.

GRÁFICO N° 4

Perú: Establecimientos censados, según actividad económica, 2008
(Distribución porcentual)



Fuente: INEI - IV Censo Nacional Económico 2008.

5 Linares Scarcerieau, Dino. (2005). Emprendedores y creadores de negocios en el Perú. Lima: CID; Fundación Iberoamericana.

La predominancia de las actividades de comercio y servicios, actividades en donde la informalidad y la precariedad es mucho mayor, precisamente porque no requieren mayores exigencias en cuanto al conocimiento y la tecnología para iniciar un negocio, se muestra en el siguiente gráfico del último censo económico del INEI, realizado en el 2008.

Por ello, el primer y principal argumento para implementar una educación emprendedora en el sistema educativo peruano es el de romper el círculo vicioso de creación de empresas informales y de subsistencia. En la medida que los jóvenes peruanos que egresan del sistema educativo (ya sea de primaria, secundaria, técnica o superior) sin los conocimientos apropiados para crear nuevas empresas (sobre todo pequeñas y medianas) van a seguir creando las microempresas informales. Solo proporcionándoles a los alumnos de primaria y secundaria los conocimientos y competencias necesarias para la creación de empresas modernas, eficientes y con futuro, se podrá romper este círculo vicioso.

Otra manera de verlo, más en positivo, es implementar una educación emprendedora con el objetivo de aprovechar la alta energía emprendedora de la población del Perú, reconocida internacionalmente, y juntarla con el conocimiento y la tecnología necesarios para crear PYME (y microempresas viables) que tengan una productividad alta, que sean formales y permitan sostener un ingreso adecuado para los conductores y trabajadores de las mismas.

1.2 El emprendedorismo innovador es la fuente principal del desarrollo económico y social

¿Cuáles son las fuentes del desarrollo?, ha sido una de las preguntas más frecuentes desde que los habitantes del planeta se dieron cuenta que era posible tener una vida de abundancia y satisfacciones si trabajaban y se organizaban adecuadamente. Los gobiernos heredaron esta preocupación de manera más sistemática, sobre todo los que se preocupaban por el bienestar de sus ciudadanos. Los gobiernos más democráticos (pues ciertamente estos temas no estaban en la agenda de los autoritarios ni en las civilizaciones esclavistas) tenían las intenciones de actuar sobre las variables y factores que garantizaran el bienestar en sus respectivas poblaciones.

Desde que los seres humanos habitamos la tierra, los dos factores claves para su sobrevivencia y desarrollo han sido 1) los recursos naturales y 2) el trabajo. Por ello,

primero en la fase de cazadores y recolectores, y luego con la creación de la agricultura y el surgimiento de las ciudades, nuestros antepasados vivían de los recursos que les brindaba la tierra y que ellos podían transformar con su trabajo. La predominancia del trabajo sobre los recursos naturales se hizo más evidente durante la Edad Media con la artesanía y la pequeña propiedad agrícola; también en los inicios del mercado, así como con el surgimiento de las manufacturas.

Fue la revolución industrial inglesa de fines del siglo XVIII la que introdujo un tercer factor de producción que muy pronto se convirtió en dominante: el capital (que llegó de la mano con la tecnología). Desde ese momento fueron la acumulación y los movimientos de los capitales los que orientaron el desarrollo de las sociedades, de allí el nombre de capitalismo. Pero esta predominancia duró 200 años, hasta la década de los años setenta del siglo XX.

Con la revolución de la información y las comunicaciones que tuvo como epicentro el *Silicon Valley* de California, que se produjo precisamente en esa década, el mundo entra a una nueva era, en la que el factor principal es el conocimiento. Es el nuevo recurso económico fundamental y la fuente principal de la creación de la riqueza.

Peter Drucker ha sido, quizás, el intelectual que mejor y más pronto descubrió y llamó la atención sobre este cambio desde la economía. Drucker sostiene: "El recurso económico básico ya no es el capital, ni los recursos naturales, ni el trabajo. Es, y lo seguirá siendo, el conocimiento".

Y agrega:

Las actividades creadoras de riqueza principales no van a ser la asignación del capital a usos productivos, ni el trabajo, los dos polos de la teoría económica de los siglos XIX y XX, sea esta clásica, keynesiana o neoclásica. El valor es creado ahora por la 'productividad' y la 'innovación', aplicaciones ambas del conocimiento a la producción⁶.

⁶ Drucker, Peter. (1994). Post-capitalist society. New York: Harper Business.

Manuel Castells, con una mirada más sociológica, desde el funcionamiento de las sociedades, también interpretó correctamente la trascendencia de lo que llamó *la era de la información*. Los cambios producidos por la revolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) están transformando las formas de producción y de vida de amplios sectores de la población mundial. La Internet, que surgió como una estrategia de defensa frente a un posible ataque nuclear, ha integrado a cientos de millones de personas en una red mundial en la que el conocimiento y la información circulan libre y aceleradamente.

La economía actual se basa en la producción inducida por la innovación y la competitividad orientada a la globalización, para generar riqueza y apropiársela de manera selectiva. Ambos, la innovación y la competitividad se sustentan en el manejo adecuado de la información y la aplicación del nuevo conocimiento.⁷

Más recientemente, las instituciones internacionales también ingresaron en esta discusión y expusieron sus puntos de vista sobre las fuentes del desarrollo económico y social. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), la única institución internacional que incluye a los trabajadores, empleadores y Estados, tuvo una discusión intensa sobre estos temas, llegando a la conclusión de que las “fuerzas motrices del cambio” (OIT) son las siguientes:

- a) La expansión del comercio mundial (globalización).
- b) Las inversiones privadas, especialmente las extranjeras directas (IED).
- c) Las innovaciones tecnológicas, especialmente las que se están dando en los campos de la información y las comunicaciones (TIC).
- d) La iniciativa empresarial.
- e) El desarrollo armonioso con la naturaleza.

Por su parte, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el Perú abordó este tema en el Informe sobre el Desarrollo Humano del año 2002, en el que determina, entre otras, las siguientes “fuentes del desarrollo humano” (OIT)⁸.

⁷ Castells, Manuel (1998): “La era de la información”.

⁸ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2002), “Informe sobre Desarrollo Humano – Perú 2002 – Aprovechando las potencialidades”, Lima.

- a) La creatividad, entendida como la búsqueda de nuevas posibilidades de uso de las cosas, es la invención y la innovación, es el poder de imaginar algo diferente a lo existente.
- b) La empresariedad, entendida como la capacidad para organizar, combinar factores, liderar, detectar oportunidades y administrar procesos.
- c) El agenciamiento, entendido como la habilidad para utilizar sus propias capacidades para deliberar, decidir y actuar en el ambiente que le ha tocado vivir a una persona o grupo de personas, buscando su libertad y bienestar⁹.
- d) La asociatividad, entendida como la capacidad para actuar en forma cooperativa y coordinada con otros seres humanos para resolver problemas, aprovechar oportunidades y alcanzar aspiraciones.

Hay que anotar que en los documentos citados, los dos elementos comunes son: el emprendedorismo y la innovación tecnológica.

Esta rica discusión en materia de las fuentes del desarrollo económico y social –que ciertamente es muy relevante para todos– en los últimos años, sobre todo a partir de que se ha ido expandiendo e imponiendo el pensamiento económico único y ortodoxo¹⁰, se ha venido dejando de lado, para asumir una versión simplificada, unilateral, y por lo tanto equivocada de dichas fuentes. Esta visión ortodoxa del desarrollo económico postula que los países y sus respectivos gobiernos deben abrir sus mercados y alentar a la inversión privada, sobre todo si es extranjera. Propone así, que la labor principal de los Estados sea la de promover la inversión privada en el país y en el extranjero. Por ello, se ha podido comprobar cómo, en los últimos años, esta ha sido la principal función de los sucesivos ministros de economía, primeros ministros y hasta de los presidentes: organizar *road shows* en el exterior para atraer a las inversiones privadas. Esta variable, la inversión, es considerada la clave para producir desarrollo, dejando de lado otras variables y aspectos económicos, sociales, tecnológicos e institucionales.

9 El que utiliza y promueve extensamente este concepto es Amartya Sen, premio Nobel de economía, desde el año 1993, aunque hay muchos otros que también lo han recogido como es el caso de David Crocker, de donde se ha sacado esta definición. Ver: Crocker, David A. (2008). *Ethics of global development: agency, capability and deliberative democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.

10 Este pensamiento único también es llamado neoliberalismo económico, concepto que se utiliza para describir las ideas y políticas públicas que surgieron en Estados Unidos y el Reino Unido durante los gobiernos de Ronald Reagan y Margaret Thatcher respectivamente, a principios de la década de los años ochenta, y que postulan la supremacía del mercado y de las empresas privadas sobre el Estado y la acción colectiva. Otra forma de llamar a estas mismas políticas es “el consenso de Washington”, término acuñado por John Williamson en 1990 para describir las políticas que impulsaban los organismos internacionales como el FMI, el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo que tienen su sede en Washington. Ver: Kuczynski, Pedro Pablo, John Williamson, comps. (2003). *Después del consenso de Washington: relanzando el crecimiento y las reformas en América Latina*. Lima: UPC.

Si bien esta tarea es positiva para cualquier economía, como es el caso de la peruana, es claramente limitada, simplista y parcial. A esta postura unilateral también se le ha llamado *el chorreo* (*trickle down* en su versión norteamericana), pues plantea que las facilidades que se le dan a las corporaciones y los grandes inversionistas, como la reducción de los impuestos, van a generar más empleo y finalmente van a redundar en beneficio de los más pobres. Lo que hemos visto, en los países desarrollados y en la mayoría de países del mundo, es que estas políticas han llevado a una acentuada concentración del ingreso, el desempleo y la explosión de conflictos sociales. En el Perú, esta visión de las cosas ha significado que la única variable que maneja el Estado es la inversión privada, dejando de lado a las otras que hemos presentado en las líneas anteriores.

En el tema educativo, esta postura ortodoxa ha significado también una actitud pasiva: todos los problemas se resuelven dejando en libertad a los inversionistas, que se constituyen en los actores económicos claves; los jóvenes tienen que *esperar* pacientemente que lleguen esas inversiones, deben adivinar en qué campos se van a producir y deben *confiar* en que van a obtener un trabajo dependiente en algunas de estas actividades. Es un mensaje pasivo y de mantenimiento del *statu quo* que hemos visto en los últimos años en materia de los contenidos de la educación pública.

Frente a esta mirada parcial y equivocada es urgente retomar la discusión sobre las fuentes del desarrollo; en especial retomar las ideas originarias de Joseph Schumpeter que ha sido el que primero y con mayor solvencia ha planteado que las dos fuentes del desarrollo económico y social son la innovación tecnológica y el emprendedorismo.

Para Schumpeter la innovación tecnológica es:

El impulso fundamental que encuadra y mantiene el motor capitalista en movimiento viene de los nuevos bienes de consumo, los nuevos métodos de producción o de transporte, los nuevos mercados, las nuevas formas de organización industrial que la empresa capitalista crea¹¹.

11 Schumpeter, Joseph Alois. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper, p. 83.

Esta definición y las ideas posteriores que Schumpeter desarrolla implican los siguientes aportes:

- 1) La fuente del desarrollo económico y social está en la innovación, es decir, el proceso incesante de innovaciones que se inició con la revolución industrial inglesa de fines del siglo XVIII y que no se detiene hasta el momento. La teoría económica convencional se resiste a aceptar esta idea y atribuye el dinamismo económico a otras variables como la inversión (privada o pública), al mercado, o al capital.
- 2) Las innovaciones tienen múltiples formas, no solo son de productos finales, como es el caso del avión, el automóvil o la computadora. Estas innovaciones tienen diversos tipos y se dan en todos los campos de la actividad económica y social. Específicamente señala varios de estos tipos, aunque nunca pretendió ser categórico o limitante en el número de ellos.
- 3) Las innovaciones se presentan principalmente en las empresas y se validan con el mercado. Deben, por tanto, ser reconocidas y aceptadas por el mercado, por una demanda real y efectiva. Schumpeter siempre ha tenido un enfoque de demanda. Si un nuevo bien o servicio no es aceptado por el mercado, no es una innovación, se queda en la categoría de invento. Solo cuando la innovación entra al mercado y se expande en él, es cuando produce todos los beneficios de los que habla Schumpeter; solo en ese momento se convierte en motor del desarrollo.

Como se sabe, Schumpeter nunca llegó a ser parte del *mainstream* de la economía; las teorías liberales, neoclásicas y keynesianas dominaron el campo de las políticas públicas. Las teorías y políticas keynesianas se impusieron desde la gran crisis de 1929 hasta la década de los años ochenta en que fue reemplazada por las ideas y políticas neoliberales, también conocidas como el Consenso de Washington; dejando, ambas, a un lado los aportes de Schumpeter. Sin embargo, tuvo y tiene múltiples seguidores que han desarrollado sus teorías y han realizado aportes importantes en la interpretación de los fenómenos económicos y sociales, así como en las propias políticas públicas. Son particularmente importantes los aportes de Nathan Rosemberg, Christopher Freeman, Carlota Pérez y Erik Rienert; y en América Latina, los aportes de Jorge Katz y Francisco Sagasti, entre otros.

El otro gran aporte de Schumpeter es el haberse dado cuenta de que detrás de cada innovación hay un personaje que tiene la creatividad, la determinación y la visión para llevarla adelante y meterla en el mercado. Este personaje es el emprendedor. Cada innovación está asociada a uno o más emprendedores, es decir, al personaje responsable

de la idea que luego se transforma en una innovación. En última instancia, toda innovación tiene su origen en uno o en varios cerebros.

Es difícil precisar el origen de la palabra ‘emprendedor’ (*entrepreneur*) porque es un atributo humano ancestral que no necesariamente está relacionado con el mercado o la economía. Julio César, Cristóbal Colón, Leonardo Da Vinci fueron ilustres líderes, soñadores y creadores, que calificarían sin problemas como emprendedores. Los primeros que usaron este término en el campo económico fueron Richard Cantillon (principios del siglo XVIII) y John Stuart Mill (mediados del siglo XIX), aunque el que lo elevó a su máxima notoriedad fue Joseph Schumpeter en su famoso trabajo de 1911: “La teoría del desarrollo económico”, 28 años antes de elaborar y exponer su teoría sobre la innovación. En ese trabajo pionero sostenía que eran los emprendedores los que generaban desarrollo económico al crear nuevas empresas, incrementar la producción y generar empleo. A mayor número de emprendedores mayor sería el desarrollo económico. El efecto económico de los emprendedores se debía a sus habilidades, inteligencia y capacidad de trabajo, pero principalmente a su propensión para crear, para innovar.

Zoltan Acs, uno de los intelectuales más reconocidos en el tema emprendedor, ha elaborado una definición actualizada y manejable de emprendedorismo:

La primera acepción tiene que ver con poseer y manejar un negocio, y se refiere a la dimensión ocupacional del emprendedor; en un sentido dinámico nos interesa la creación de nuevas empresas, y en un sentido estático, nos interesa el número de propietarios de negocios. En la segunda acepción el emprendedorismo tiene que ver con el comportamiento de “capturar” o “aprovechar” una oportunidad; y en este sentido no tiene que ser necesariamente propietario de un negocio¹².

Acs amplía así el concepto de emprendedores al considerar entre ellos a todos los que inician nuevos negocios, nuevas empresas. Por un lado diferencia al emprendedor de los administradores o gerentes que dirigen negocios existentes y, por otro lado, incluye

¹² Acs, Zoltan. (2006). “How is entrepreneurship good for economic growth?” *Innovations: technology governance globalization*. 1, 1, 97-107.
Traducción del autor.

al creador de empresas. Para Shumpeter, en cambio, el concepto de emprendedor está circunscrito al innovador, es decir que no todos los que inician un negocio son innovadores, de hecho estos son una minoría. La ampliación del concepto es un aporte significativo, la función de crear nuevas empresas en forma continua y permanente es una de las funciones claves en la economía y una de las fuentes principales del crecimiento.

En esa creación de nuevas empresas, Acs avanza en proponer cuatro procesos: 1) creación de nuevas empresas en forma independiente (*independent start-ups*), 2) empresas nacidas a partir de otra empresa o empresa derivada (*spin-off*), 3) adquisiciones (especialmente de pequeñas y medianas empresas) y 4) iniciativas, proyectos e inversiones (*ventures*) corporativas. De lejos, de todos estos procesos, la creación de nuevas empresas independientes (*independent start-ups*) es la forma más importante de emprendedorismo. Da la casualidad, también, de que es la forma más fácil de medir este fenómeno con el número de empresas creadas por año en alguna ciudad, región o país.

La Fundación Kauffman es una de las principales instituciones que promueve el emprendedorismo en varios países del mundo; ha confeccionado una relación de autores que han aportado a la consolidación del concepto y también en la explicación de sus efectos en la economía¹³. En realidad se trata de una historia del concepto emprendedor muy interesante. Para esta fundación las fuentes (y también el enriquecimiento) del emprendedorismo vienen de los siguientes autores: 1) Joseph Schumpeter con su teoría de las causas del desarrollo económico, 2) Frank Knight con la inclusión del riesgo y la incertidumbre en el quehacer emprendedor, 3) Friedrich Von Hayek con el uso del conocimiento en la economía y en la sociedad, 4) Israel Kirzner con la vinculación entre competencia y emprendedorismo, 5) Peter Drucker quien levanta el vínculo entre la innovación y el emprendedorismo, y 6) William Baumol que pone de relieve la relación del libre mercado y la competencia con el emprendedorismo.

Un estudio que demandó 11 años de investigación, realizado en muchos países de diversos grado de desarrollo, conducido por Daron Acemoglu, profesor del MIT y James Robinson, profesor de Harvard, llegó a la conclusión de que los países exitosos que logran vencer a la pobreza son los que pueden desencadenar procesos de innovación y "destrucción creadora"; son los que han logrado construir instituciones (que ellos llaman inclusivas)

13 Ewing Marion Kauffman Foundation. (2005). Understanding entrepreneurship: a research and policy report 2005. Kansas.

como es el caso de los mercados competitivos, el imperio de la ley para todos y la igualdad de oportunidades; son los que dan incentivos a los agentes económicos emprendedores e innovadores. Por el contrario, los países que no logran construir instituciones inclusivas, en los que el poder se concentra en una pequeña élite gobernante y que no producen emprendimiento e innovación se quedan en el subdesarrollo y la pobreza. Esta investigación ha sido publicada en el año 2012 en forma de libro con el nombre de: "Por qué fracasan los países"; y cuenta con el aval de seis premios Nobel de economía.

A pesar de la consistencia y la proliferación de estos aportes teóricos, así como de las evidencias empíricas que mostraban el estrecho vínculo causal entre la innovación y el emprendedorismo con el crecimiento económico y el desarrollo social, la ortodoxia económica y política jamás aceptaron estas ideas. Si bien la ciencia y la tecnología recibieron atención por parte de los gobiernos, sobre todo en los países desarrollados, reflejada en las fuertes inversiones en investigación y desarrollo (I+D), la innovación y emprendedorismo nunca entraron en el "mainstream" de las políticas públicas. No llegaron a ser las prioridades nacionales, como sí lo siguen siendo la inversión, las finanzas y las variables macroeconómicas. Este abandono y resistencia a aceptar estas nuevas ideas es todavía más notorio en países en vías de desarrollo como es el caso del Perú.

Sin embargo, la crisis mundial actual, que tuvo su origen en el mundo financiero de Wall Street y en las ideas equivocadas de la ortodoxia económica que dominaron las políticas públicas en los últimos veinte años, está contribuyendo a cambiar esta situación¹⁴. Asimismo, y complementario con el argumento anterior, hay dos investigaciones recientes que pueden cambiar radicalmente esta manera de pensar. Se trata de la medición del impacto de las actividades de emprendimiento e innovación de las dos universidades líderes mundiales en estos dos campos: el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) y *Stanford University* de California.

Para la primera de las universidades, el MIT. En el año 2009 se publicaron los resultados de una encuesta aplicada a todos los egresados de esa casa de estudios. Esta encuesta y su posterior análisis descubrieron que los egresados del MIT habían creado 25.800 empresas que actualmente están operativas, generando 3,3 millones de empleos y ventas por un total de 1,9 millones de millones (trillones de acuerdo a la denominación en Estados Unidos) de dólares. Considerando que estas empresas producen un valor agregado de 50% (razonable

14 Ver Villarán, Fernando. (2012). La picadura del escorpión: ¿nos hemos librado de la crisis económica mundial? Lima: Planeta.

si tenemos en cuenta que muchas son de servicios), tenemos que las empresas del MIT generan el 5,5% del PBI norteamericano. Otra forma de medirlo es que estas empresas producen cada año, cinco veces el PBI peruano¹⁵.

El 97.9% de estas empresas son consideradas pequeñas (menos del 1.000 trabajadores), aunque el grueso del empleo y el valor agregado viene de las empresas grandes y medianas.

CUADRO N° 3

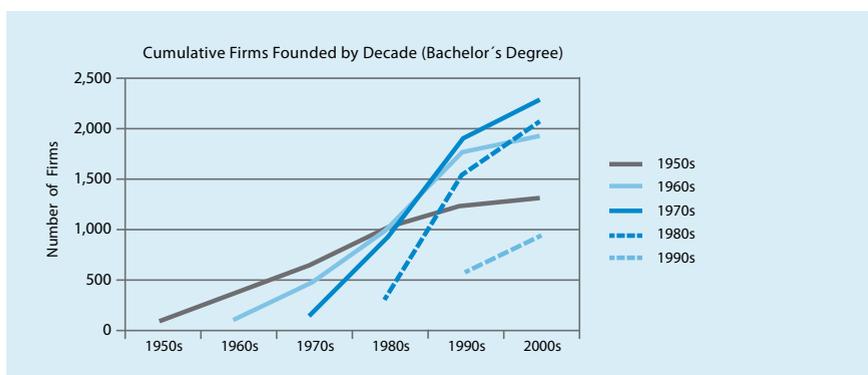
Estimated Employment and Sales Data for All Active MIT Alumni Companies

Jobs	Percent of Companies	Median Employees	Median Sales (Millions)	Estimated Total Employees	Estimated Total Sales (Millions)
More than 10,000	0.3%	15,000	1,523	1,339,361	1,389,075
1,000 - 10,000	1.8%	1,927	308	1,043,932	235,532
Less than 1,000	97.9%	39	<1	900,001	226,671
TOTAL	100.0%	155	<1	3,283,294	1,851,278

Tomado de: Roberts, Edward B., y Charles Eesley. (2009).
 Entrepreneurial impact: the role of MIT. Kansas: Ewing Marion Kauffman Foundation, p. 9.

GRÁFICO N° 5

Cumulative Number of First Firms Founded by Each Decade's Cohort of Alumni (from limited sample only)



Tomado de: Roberts, Edward B., y Charles Eesley. (2009).
 Entrepreneurial impact: the role of MIT. Kansas: Ewing Marion Kauffman Foundation, p. 10.

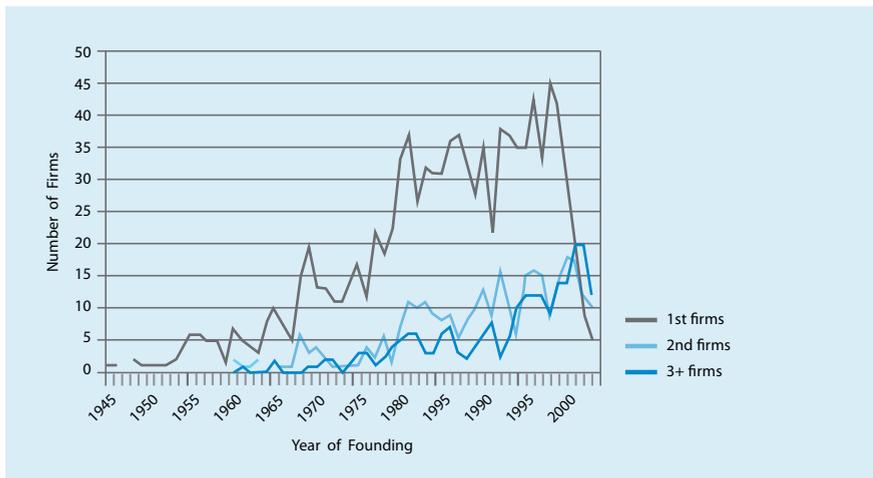
15 Para estos efectos estamos considerando que el PBI peruano alcanza los 180.000 millones de dólares corrientes (o 180 billones de dólares, en la denominación norteamericana).

Los egresados del MIT van creando empresas mucho tiempo después de que han salido de la universidad.

Muchos de los egresados del MIT han creado más de una empresa como se puede ver en el cuadro que sigue, demostrando que en el MIT, y en general en Estados Unidos, no tienen un juicio tan negativo hacia los que fracasan en sus primeros intentos, como si tenemos en el Perú y en otros países de América Latina. En Estados Unidos y muchos países desarrollados los sucesivos intentos, e incluso los fracasos empresariales, no son considerados negativos, sino son vistos como experiencia acumulada y son valorados.

GRÁFICO N° 6

**Histogram of Repeat Founders Among MIT Alumni Entrepreneurs
(Entrepreneurs (from limited sample only))**



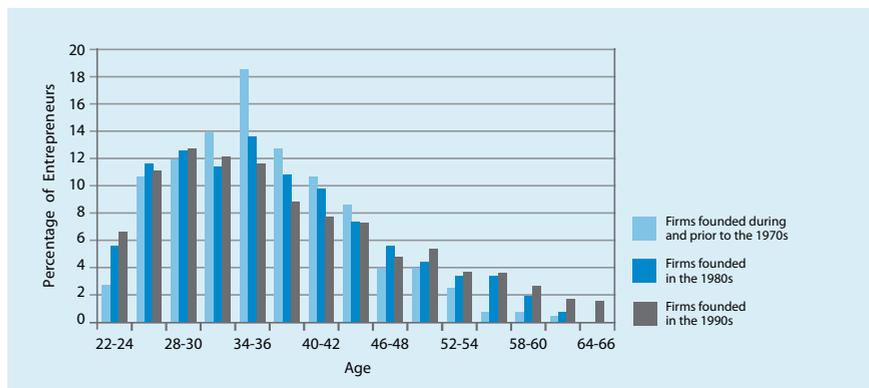
Tomado de: Roberts, Edward B., y Charles Eesley. (2009).

Entrepreneurial impact: the role of MIT. Kansas: Ewing Marion Kauffman Foundation, p. 15.

Los emprendedores egresados del MIT son de todas las edades, con una concentración bastante notoria entre los 25 y 40 años. Lo interesante es que, como se puede ver en el gráfico que sigue, las edades en que los egresados crean sus empresas aumentan conforme avanza el tiempo, echando por tierra la idea preconcebida de que solo los jóvenes crean nuevas empresas.

GRÁFICO N° 7

Age Distribution of Entrepreneurs at Time of First Firm Founding



Tomado de: Roberts, Edward B., y Charles Eesley. (2009).
 Entrepreneurial impact: the role of MIT. Kansas: Ewing Marion Kauffman Foundation, p. 13.

Las actividades a las que se dedican estas empresas son muy variadas, destacando en número de empresas, las siguientes: software, electrónica, servicios, productos de consumo, arquitectura y finanzas. En términos de empleo y ventas, destacan: maquinaria, actividades biomédicas, químicas y materiales, así como también software, electrónica, y productos de consumo.

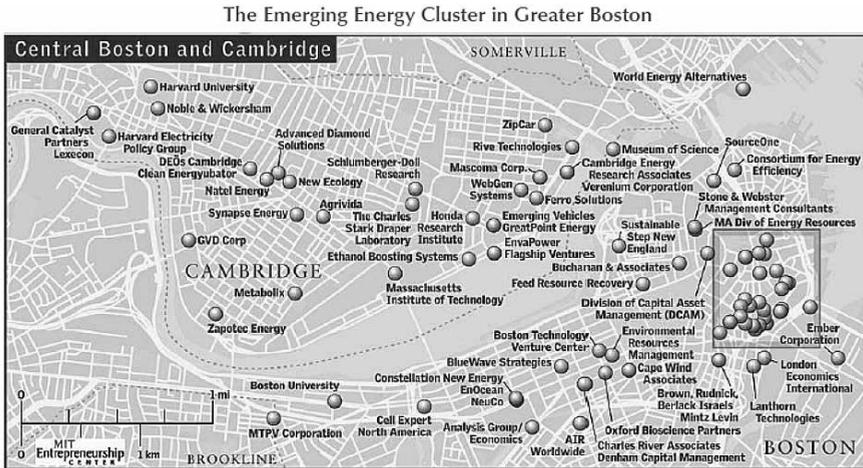
CUADRO N° 4

MIT Alumni Companies by Industry

Industry	# of Firm	Employment (Median)	Revenue (Median-in \$000s)
Aerospace	467	15	1,200
Architecture	1,209	5	265
Biomedical	500	27	2,000
Chemicals and Materials	742	25	1,275
Consumer Products	1,417	23	1,500
Management Consulting	2,239	2	200
Electronic	3,285	25	2,000
Energy and Utilities	789	8	507
Finance	1,111	7	1,800
Law and Accounting	1,046	8	450
Machinery	322	25	2,600
Publishing and Schools	564	12	1,200
Software	5,009	22	1,500
Telecommunications	902	5	143
Other Manufacturing	773	20	1,600
Other Services	5,395	30	1,750

Tomado de: Roberts, Edward B., y Charles Eesley. (2009).
 Entrepreneurial impact: the role of MIT. Kansas: Ewing Marion Kauffman Foundation, p. 18.

Las empresas se agrupan en aglomeraciones geográficas, también llamadas *clusters*, en las cercanías de la universidad. El gráfico que sigue muestra el *cluster* de empresas de energía que se agrupan en las cercanías del MIT; las ventajas de la cercanía geográfica y la aglomeración, comprobadas en múltiples estudios son más que evidentes.



Tomado de: Roberts, Edward B., y Charles Eesley. (2009).
 Entrepreneurial impact: the role of MIT. Kansas: Ewing Marion Kauffman Foundation, p. 38.

Las principales empresas que han sido creadas por los egresados de MIT son: Industrias Koch (dedicadas a textiles, papel, petroquímica y energía); INTEL, el gigante del hardware; Hewlett Packard (HP) Texas Instruments (TI), Digital Equipment Corporation (DEC), tres gigantes de las electrónica y la computación; McDonnell Douglas, la segunda empresa de aviación y aeroespacial del país; Raytheon, empresa de armamento de alta tecnología como los misiles Tomahawk y radares; Genentech, la empresa líder en biotecnología en el mundo; America On Line (AOL), principal servidor de internet en Estados Unidos; y Gillete, por nombrar solo las más conocidas.

Han creado lo que ellos llaman un “ecosistema favorable al emprendedorismo” que contiene tres elementos que se complementan y articulan de manera intensa:

1. Educación (transmisión del conocimiento) en todas las formas y niveles.
2. Investigación (generación de nuevo conocimiento) en todas sus formas y niveles (básica, aplicada, alta, media y sencilla).
3. Instituciones y personas que trabajan en red que al mismo tiempo, forman y promueven redes.

La filosofía de los fundadores y gestores del MIT ha sido y sigue siendo la siguiente:

1. Combinar la teoría con la práctica.
2. Lograr estrechos vínculos con las empresas existentes en el país, sobre todo en la región y la localidad.
3. Empresarios egresados de esta y de otras universidades son incentivados para enseñar/vincularse con la universidad.
4. Promover la cooperación y trabajo conjunto entre investigadores y emprendedores, entre los científicos y los ingenieros.
5. Promover la constitución de equipos multidisciplinarios de acuerdo a las características de cada proyecto e iniciativa.

El prestigio adquirido por el MIT en el mundo de los negocios les permite a los egresados conseguir 1) clientes, 2) proveedores y 3) crédito.

Los instrumentos con los que se transmite conocimiento, experiencias, impulsa y promueve el emprendedorismo en el MIT son los siguientes:

1. Cursos de emprendedorismo en todas las carreras y facultades, especialmente en las ingenierías y en administración. Han creado más de 30 cursos diferentes para cada necesidad (incluyendo cursos de planes de negocios).
2. El Forum Internacional de la Empresa (MIT Enterprise Forum) que desde 1970 discute temas y relaciona personas e instituciones. Tiene afiliados en todo Estados Unidos y el mundo.
3. El Centro de Emprendedorismo (Entrepreneurship Center) que coordina los cursos y las iniciativas.
4. Clubes de estudiantes emprendedores.
5. Redes (*networking*) de estudiantes con empresarios en actividad y capitalistas de riesgo (formales e informales).
6. Clases dictadas por académicos teóricos y empresarios en actividad (juntos).
7. Competencia por el mejor plan de negocios, con premios hasta de 100,000 dólares.
8. Oficina de Transferencia de Tecnologías del MIT (*Technology Licensing Office*).
9. Servicio de mentoría (tutoría) para nuevos emprendimientos (*ventures*) formado por profesores, empleados y ex alumnos.
10. Centro Desphande para la Innovación Tecnológica, que provee fondos no reembolsables para proyectos e ideas con posibilidades comerciales.

El caso de la Universidad de Stanford es más relevante. En una amplia encuesta realizada en el año 2011 cuyos resultados fueron publicados en octubre de 2012, se comprobó que los egresados de Stanford habían creado 39.900 empresas –aún activas en estos momentos– que han generado 5,4 millones de puestos de trabajo y un total de 2,7 millones de millones (trillones) de dólares en ventas. Asumiendo un valor agregado de 50% sobre el valor de las ventas, esta cifra significa que las empresas de los egresados de Stanford aportan el 9% del PBI norteamericano. También quiere decir que esas empresas producen cada año 7,5 veces el PBI peruano.

La suma de la producción anual de las empresas de los egresados de Stanford con los del MIT, genera el 14,5% del PBI norteamericano, y alcanzan a 12,5 veces el PBI peruano anual.

Las empresas más importantes creadas por los egresados de Stanford han sido: Google, Nike, Cisco, Hewlett Packard, Charles Schwab, Yahoo, GAP, VMWare, IDEO, Netflix, Tesla (auto eléctrico). Adicionalmente a ellas, los egresados de Stanford han creado 30.000 organizaciones sin fines de lucro (ONG), entre las que se incluyen *The Special Olympics*, *Kiva* (institución de microfinanzas), *Acumen Fund*, *MentorNet*, entre otras.

Por cierto, no todos los emprendimientos de los egresados de Stanford son de alta tecnología. Solo el 25% de las empresas son consideradas de alta tecnología con un alto grado de innovación tecnológica, mientras que el 50% presenta escasa innovación. Mientras que las primeras son las responsables de las mayores ventas, estas últimas son responsables del mayor empleo.

CUADRO N° 5

Empresas según su nivel de innovación

	Heavy Innov	Moderate Innov	Little Innov	Total
Percent of firms	25%	25%	50%	100%
Revenue (in millions of \$)	\$1,270,000	\$531,000	\$864,000	\$2,667,000
% of total revenues by all Stanford firms	48%	20%	32%	100%
Employees	1,141,000	2,003,000	2,242,000	5,387,000
% of total employment by all Stanford firms	21%	37%	42%	100%

Tomado de: Eesley, Charles E., y William Miller. (2012). Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship. California: Stanford University, p. 21.

Con respecto al tamaño, el 97% de las empresas creadas por los egresados de Stanford tienen menos de 1,000 trabajadores, con un promedio de diez trabajadores por empresa y generan el 64% de las ventas totales. Es decir, la presencia de pequeñas empresas en *Silicon Valley* sigue siendo tan significativa como en la década de los años setenta, en que se inició la revolución de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC).

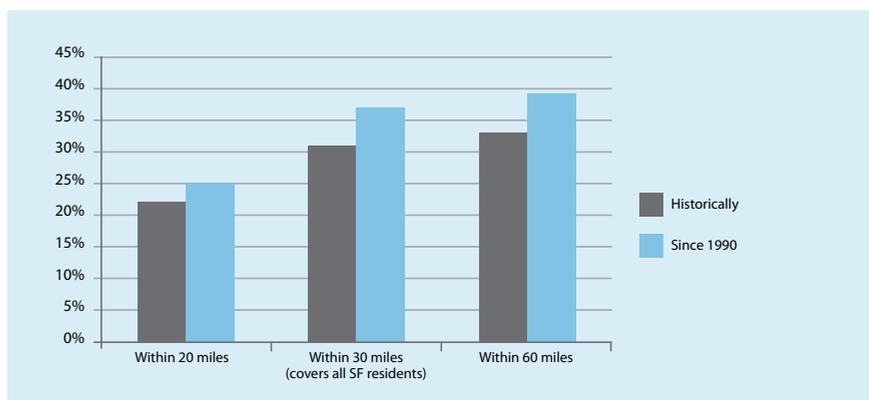
CUADRO N° 6
Empresas según su tamaño

	Percent of firms	median emp#	median rev (\$mil)	Est. aggregate total emp#	Est. aggregate total sales (\$mil)
Less than 1000	97%	10	\$1	1,762,000	\$1,711,000
1,000 – 10,000	2.6%	1,947	\$250	2,248,000	\$704,000
More than 10,000	0.3%	16,000	\$1,950	1,377,000	\$251,452
TOTAL	100%	11	\$1.2	5,387,000	\$2,667,000

Tomado de: Eesley, Charles E., y William Miller. (2012). Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship. California: Stanford University.

Como en el caso del MIT, muchas de estas empresas se localizan cerca de la universidad. El 25% de todas las empresas creadas a partir de 1990 están a menos de 32 kilómetros del centro de estudios, y cerca del 40% a menos de 96 kilómetros.

GRÁFICO N° 8
Where Companies are Located

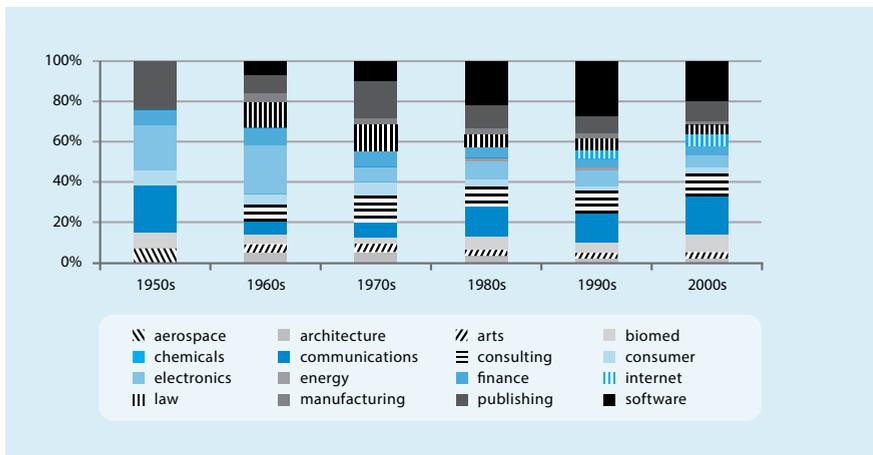


Tomado de: Eesley, Charles E., y William Miller. (2012). Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship. California: Stanford University, p. 23.

Si bien se puede comprobar que los egresados de Stanford crean sus empresas prácticamente en todas las actividades y sectores, se ha dado una cierta especialización que va variando a lo largo de los años. En la década de los años cincuenta predominaron las publicaciones y la electrónica, en los años sesenta se mantuvo el dinamismo de la electrónica, en los años setenta se reparten de manera más uniforme las actividades y sectores, en los años ochenta comienzan a destacar las empresas de *software* junto con las de comunicaciones, predominancia que se mantiene durante los años noventa y durante el actual siglo, coincidiendo con su hábitat natural en el *Silicon Valley*.

GRÁFICO N° 9

Changes in Industries Over Time

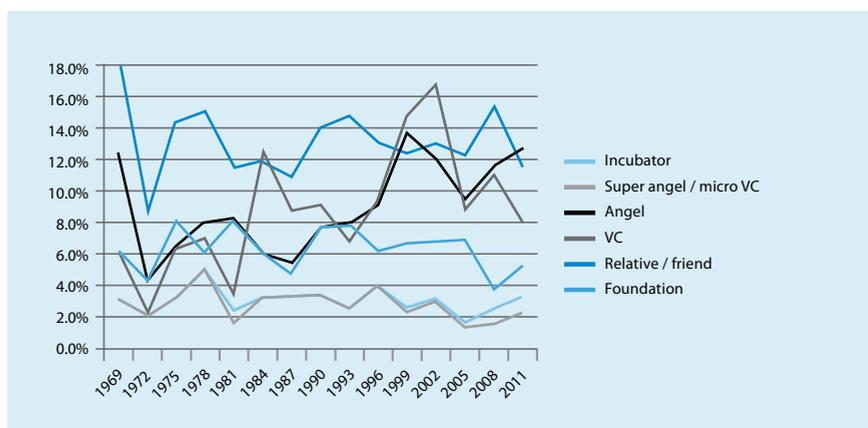


Tomado de: Eesley, Charles E., y William Miller. (2012). Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship. California: Stanford University, p. 24.

Con respecto al financiamiento, 11.565 empresas creadas a partir de 1990 por los egresados de Stanford recibieron un total de 88.000 millones de dólares.

GRÁFICO N° 10

Sources of Capital Over Time



Tomado de: Eesley, Charles E., y William Miller. (2012). Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship. California: Stanford University, p. 32.

En las últimas dos décadas, los emprendimientos de los egresados de Stanford han recibido en promedio 3,5 millones de dólares de fondos externos bajo diversas modalidades, como capital de riesgo (*venture capital*), inversionistas ángeles (una modalidad de mayor acompañamiento que la anterior), aportes de fundaciones privadas y de incubadoras de empresas, aunque todavía el financiamiento que proviene de familiares y amigos sigue siendo el más importante, como sucede en las microempresas peruanas.

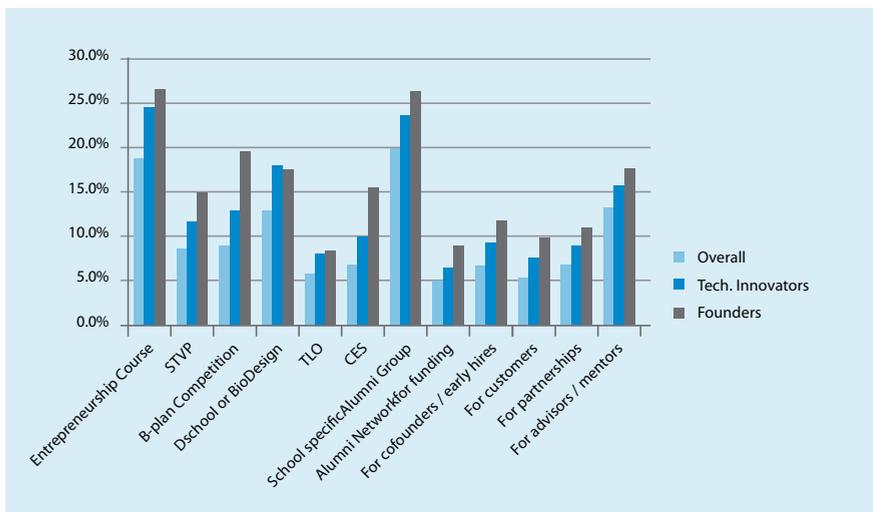
Los instrumentos que utiliza la Universidad de Stanford para promover, consolidar e inculcar el emprendedorismo en sus alumnos y crear un entorno favorable para la creación de empresas son similares a los del MIT. Entre ellos destacan:

1. Cursos de emprendedorismo en todas las facultades y carreras.
2. Programa de iniciativas tecnológicas de Stanford (*Stanford Technology Venture Program* - STVP)
3. Centro de Estudios sobre emprendedorismo (GSB)
4. Investigaciones en todas las facultades y carreras, sobre todo las científicas y las ingenierías.

5. Competencias de Planes de Negocios.
6. Oficina de Licencias de Tecnología (TLO por sus siglas en inglés).
7. Viajes de estudio al exterior para conocer experiencias empresariales.
8. Formación de grupos de estudiantes multidisciplinarios.
9. Establecimiento de Redes de diverso tipo (proveedores, socios, inversionistas, entre otras).

GRÁFICO N° 11

Stanford Programs and Resources Used by Innovators and Entrepreneurs



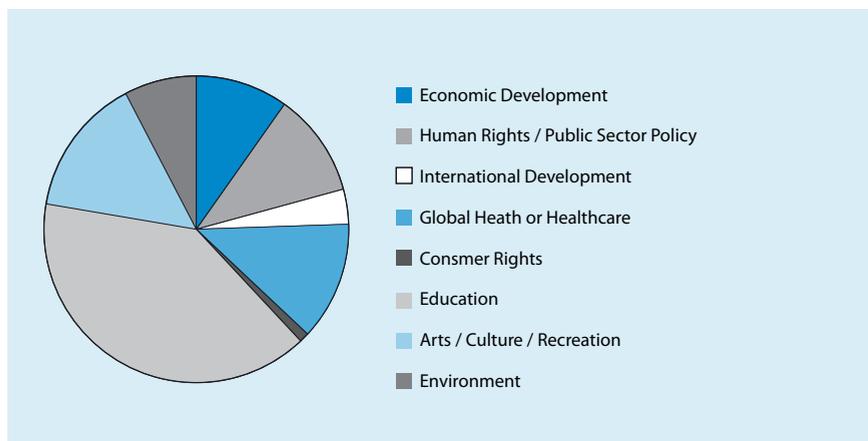
Tomado de: Eesley, Charles E., y William Miller. (2012).

Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship. California: Stanford University, p. 40.

Con respecto de las instituciones sin fines de lucro, creadas por los egresados de Stanford, estas se concentran en el campo de la educación, la salud, así como en las artes, la cultura y la recreación. También destacan en el ámbito de los derechos humanos y el ambiente.

GRÁFICO N° 12

Non-Profits Founded by Field (total=1144)



Tomado de: Eesley, Charles E., y William Miller. (2012). Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship. California: Stanford University, p. 50.

¿Por qué son tan relevantes estas dos investigaciones recientes? ¿Qué es lo que prueban? más allá de toda duda, prueban lo siguiente:

1. La educación es el principal vehículo para introducir, inculcar, desarrollar el emprendedorismo (así como la creatividad e innovación), en todas sus dimensiones, incluyendo los conocimientos, valores, actitudes y habilidades.
2. El emprendedorismo y la innovación son las variables más importantes en el impulso del desarrollo económico y social de un país, región y localidad; son el verdadero motor del crecimiento económico, comprobando la corrección de las tesis de Joseph Schumpeter.
3. Que la Innovación y el Emprendedorismo van juntas, son dos variables que están muy mezcladas, es muy difícil separarlas. Si bien teóricamente se les puede dar un tratamiento diferenciado, en muy difícil hacerlo en la práctica. Esto tiene amplias y profundas implicancias para el diseño de políticas públicas.
4. El emprendedorismo es un fenómeno que se puede fomentar, y, eventualmente, reproducir, casi en cualquier lugar y momento, siempre que haya claridad de objetivos, los medios, las personas y los recursos necesarios. Es decir, desde la educación se pueden impulsar estos fenómenos transformadores en la sociedad. Si bien los casos

mostrados son de la educación superior, estos procesos también pueden impulsarse desde la educación básica, como lo prueba el caso de Finlandia. Si dos universidades, con claridad de propósitos y los recursos necesarios, han logrado estos resultados, se podría esperar mucho más si toda la educación de un país se orienta en esta dirección, empezando por el fomento al emprendedorismo desde su educación básica.

5. En el caso del Perú, con problemas tan graves en la educación superior, tanto en las universidades públicas como en las privadas (en ambos casos con algunas honrosas excepciones), que además tiene un régimen legal de autonomía extrema, que hace muy difícil la aplicación de políticas públicas, a lo que hay que sumar la práctica ausencia de una educación técnica, es bastante razonable empezar a impulsar el emprendedorismo desde la educación básica, como propone este documento.

1.3 Es uno de los cinco pilares de la educación para el siglo XXI

En el año 1993, el entonces Director General de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), Federico Mayor, organizó una comisión de alto nivel mundial, conformada por 14 eminentes personalidades mundiales, presidida por Jacques Delors, ex ministro de economía de Francia y ex presidente de la Comisión Europea (órgano ejecutivo de la Unión Europea), para reflexionar sobre la educación y aprendizaje en el siglo XXI. Luego de varios años de trabajo esta comisión de alto nivel elaboró un informe llamado “La educación encierra un tesoro”, también conocido como *Informe Delors*, que se publicó en el año 1996.

Una de las propuestas principales de dicho Informe fue la de basar la Educación en cuatro pilares:

1. **Aprender a Conocer:** que presente a los educandos lo más relevante del conocimiento teórico mundial, que combine una cultura general suficientemente amplia con la posibilidad de profundizar los conocimientos en un pequeño número de materias. Esto es, se trata de lograr una base de conocimientos amplia y universal, es decir, extensiva, al mismo tiempo que hace a las personas capaces de profundizar y especializarse en una o pocas áreas del conocimiento. Este pilar supone también la capacidad de “*aprender a aprender*” en forma continua y permanente, para poder hacer frente al incesante flujo de conocimiento e información que el mundo moderno ofrece, así como también para aprovechar las posibilidades de la educación a la largo de toda una vida.

2. **Aprender a Hacer:** que permite volcar a la práctica los conocimientos adquiridos, así como poder manejar las tecnologías que se multiplican y expanden a velocidades cada vez mayores. Significa también adquirir las competencias que capaciten a las personas para hacer frente a un gran número de situaciones y a trabajar en equipo. Significa también, aprender a hacer dentro del marco de las distintas experiencias sociales que se ofrecen a jóvenes y adolescentes, en forma espontánea, a causa de los contextos sociales y nacionales, o a causa de la enseñanza por alternancia.
3. **Aprender a Vivir Juntos:** que logra desarrollar el conocimiento y la comprensión del otro, de los otros, así como la percepción de las diversas formas de interdependencia. Permite realizar proyectos comunes, al mismo tiempo que prepara para encarar y resolver los conflictos, respetando los valores, el pluralismo, la comprensión mutua y la paz.
4. **Aprender a Ser:** que permita el florecimiento de la propia personalidad, para actuar en condiciones de creciente capacidad de autonomía, de juicio y de responsabilidad personal. Incluye el cultivo de todas las posibilidades de cada individuo: memoria, razonamiento, sentido estético, capacidades físicas, aptitud para comunicar.

Fue el propio Federico Mayor quien propuso, al poco tiempo de publicado el “Informe Delors”, la inclusión de un quinto pilar: **Aprender a Emprender**, que añade al conocimiento y al dominio de las tecnologías, la capacidad de atreverse, de asumir riesgos, de dar respuestas creativas a las desafíos y problemas que la sociedad actual nos presenta, ya sea como individuos o grupos humanos.

“A los cometidos que plantea el Informe Delors me gustaría añadir otra exigencia que considero cada vez más relevante en el futuro inmediato: aprender a emprender. Una exigencia que viene a complementar con un imperativo solidario el imperativo de autenticidad implícito en las otras cuatro tareas. Tenemos que forjar generaciones de jóvenes emprendedores, capaces de aplicar los conocimientos adquiridos, capaces de tener iniciativas propias; ciudadanos autónomos que no esperen que siempre alguien les tienda la mano y les indique a dónde dirigirse. Albert Einstein solía repetir que ‘en momentos de crisis, sólo la imaginación es más importante que el conocimiento’. Sólo la imaginación y la audacia permitirán a la humanidad superar la crisis ética que atraviesa en estos años”¹⁶.

16 Mayor, Federico. (1998). La educación a las puertas del tercer milenio: [discurso con motivo del Congreso Intercontinental de Educación]. París, p. 6.

Este quinto pilar (aprender a emprender) está íntimamente vinculado el cuarto (aprender a ser), pues una persona sin autoestima, sin personalidad, sin seguridad en sí mismo, en sus ideas e iniciativas, no va a poder emprender nada. Es decir, la independencia y fortaleza del se, son condiciones necesarias para el emprender.

Un joven puede haber adquirido todo el conocimiento necesario, dominar todas las tecnologías relevantes, incluso, juntarse con otras personas, y limitarse a obedecer órdenes y directivas de otros, requisitos del paradigma de los trabajadores dependientes en la revolución industrial inglesa, y si bien puede conseguir un trabajo, seguramente no será muy satisfactorio y pasará por el mundo sin dejar su huella.

En el mundo económico y empresarial de hoy, incluso en los empleos dependientes, las empresas están buscando iniciativa, capacidad de aportar ideas, descubrir y aprovechar oportunidades, ser más competitivo, capacidad de solucionar problemas, de liderar grupos de trabajo, actividades todas vinculadas al emprendimiento.

Pero ni siquiera ésta va a ser la realidad de los jóvenes, pues una mayoría de ellos no va a encontrar trabajo dependiente, que se está haciendo cada vez más escaso en todos los países del mundo, desarrollados o en desarrollo. La crisis financiera mundial, actualmente en pleno desarrollo, ha elevado el desempleo en Europa a más del 10% (España y Grecia tienen una tasa de 25%), pero lo más grave es la situación de los jóvenes, para quienes se ha elevado a 22% (en España y Grecia ha superado el 50%), cifras no vistas desde la crisis de 1929. Aunque esta tendencia a disminuir el empleo dependiente en las grandes empresas viene desde la década de los años noventa.

Por ello, si el sistema educativo se limitase a dar conocimientos, manejo de tecnologías, vida comunitaria, e incluso autoestima, estaría incumpliendo su compromiso con los jóvenes. Ellos no estarían preparados para enfrentar los retos del mercado laboral del siglo XXI. La mayoría de ellos no va encontrar trabajo dependiente y va a tener que incursionar por su propia cuenta y riesgo en el mercado laboral y en el mundo económico; si no están preparados para ello, van a crear actividades de sobrevivencia, no van a tener ingresos suficientes, van a engrosar las filas del subempleo y la pobreza, y, lo que es peor, van a tener una vida sin satisfacción, un futuro oscuro lleno de incertidumbre.

Hay que ponerlo de la manera más clara posible: no enseñar a emprender sería un acto de irresponsabilidad por parte del sistema educativo, de las escuelas, de los institutos y de las universidades, pues estarían condenando a sus egresados a enfrentar una realidad laboral para la que no los están preparando. No les estarían dando a los jóvenes lo que exige el mercado laboral del siglo XXI. En el caso peruano sólo el 20% de la Población Económicamente Activa (PEA) trabaja en las empresas formales y en el Estado, es decir, los que tendrían empleos dependientes más o menos dignos, el 80% restante es independiente, tiene una pequeña propiedad agrícola, conduce una microempresa, o trabaja en alguna de estas realidades empresariales, en forma mayoritariamente precaria e informal. En el otro extremo está Estados Unidos donde el 50% de la PEA trabaja en empresas grandes y un 14% en la administración pública; de todas formas hay un porcentaje importante de personas que trabaja en forma independiente y en actividades de pequeña escala. En el medio, hay muchos países desarrollados o emergentes que brindan una educación emprendedora, como es el caso de Finlandia, Canadá, Taiwán (China), Escocia, Corea, Brasil, Chile, entre otros. El Perú no se puede dar el lujo de quedarse atrás.

1.4 Una clase media empresarial y la estabilidad social

Albert Berryl profesor de la Universidad de Toronto, uno de los mayores expertos mundiales en desarrollo industrial, sostiene que los países que tienen una alta presencia de pequeñas empresas modernas en su estructura productiva, no sólo logran un alto grado de desarrollo económico, sino que también logran una mejor distribución del ingreso. Es decir, estos países combinan los objetivos económicos con los sociales. Ejemplos de estos países son Taiwán), Alemania, Japón, Italia, Corea, Finlandia, entre otros. Estos países no solo han logrado un alto grado de desarrollo económico, científico y tecnológico, sino también una alta estabilidad social, gracias a una extendida y muy productiva clase media empresarial.

Los fundamentos que explican este éxito económico y social de los países mencionados se encuentran en el trabajo de los profesores del MIT (*Massachusetts Institute of Technology*, Michael Piore y Charles Sabel. Para fundamentar sus puntos de vista, ellos desarrollaron el concepto de la Especialización Flexible¹⁷, que es el que mejor capta los

17 El trabajo de Michael Piore y Charles Sabel en su libro "The Second Industrial Divide", es hoy día un clásico de la literatura económica, fue publicado por Basic Books, en New York, en el año 1984. Sus ideas y propuestas fueron seguidas por un conjunto de autores que investigaron las diversas formas de organización industrial y la participación de las pequeñas empresas en ellas, describen nuevas evidencias y proponen políticas públicas para aprovecharlas mejor. En este campo los autores que destacan son: Werner Sengenberger, Hubert Schmitz, Giacomo Becattini, Brigitte Spaeth, F. Pyke, Harald Fuhr, John Humphrey, Marco Dini, entre muchos otros.

significativos cambios en las formas de organización empresarial e inter empresarial en las últimas décadas. Estos dos investigadores tuvieron la inteligencia y perspicacia de percibir un cambio cualitativo y radical en la estructura industrial mundial, así como en la forma de producción y de organización en las empresas. Detectaron y documentaron, la transformación de una tendencia que venía imparable desde la primera revolución industrial (fines del siglo XVIII); en otras palabras, pudieron descubrir el inicio del fin de un ciclo de organización industrial que duró más de 200 años.

Las tendencias a la centralización y concentración de capitales (muy bien estudiadas desde la economía clásica, en las que predomina la competencia liquidadora, donde las grandes empresas crecían a costa de las pequeñas, así como de la exacerbación de la vocación de dominio monopolista de los mercados, llegó a su máxima expresión con el modelo (o paradigma) fordista-taylorista de producción (que por cierto se aplicó a plenitud no sólo en los países capitalistas sino también en la Unión Soviética y en la Alemania nazi). Este modelo, también llamado de producción en masa, se caracterizó por la gran escala de producción, la estandarización de los productos, una estructura organizativa vertical en las empresas con sistemas jerarquizados de muchos niveles, la predominancia de trabajadores poco calificados, así como por el uso masivo de maquinaria rígida y de un solo propósito.

Este modelo de producción tuvo muchos logros y permitió que muchos países y regiones se desarrollen significativamente desde principios del siglo XX, sin embargo, desde las décadas de los años setenta y ochenta del siglo pasado, comenzó a mostrar sus limitaciones. Piore y Sabel constataron que las empresas, regiones o países que persistían en estas viejas formas de organización se iban quedando atrás, iban siendo rebasados por las empresas, regiones y países que asumían el nuevo modelo de organización industrial que ellos denominaron la especialización flexible.

Este modelo se caracteriza por la innovación y dinamismo tecnológico, la reducción de las escalas de producción (de allí su parentesco con las pequeñas empresas y el emprendedorismo), la organización horizontal en el interior de las empresas, el rol activo que adquirirían los recursos humanos (todos los trabajadores y no sólo los ejecutivos como en el modelo vertical anterior) con creciente calificación, el uso de maquinaria multipropósito (como las máquinas herramientas de control numérico), la diversificación y personalización de los productos finales y, finalmente, la ampliación de la cooperación entre empresas, las universidades y las instituciones de promoción (estatales o privadas).

Esta última característica es crucial pues supera la idea de que las otras empresas son enemigas y que había que destruirlas, que tanto predominó en el medio privado hasta los dos tercios del siglo pasado. Ciertamente tiene un parentesco con esa otra idea, llamada neoliberal, en la que el mercado salvaje debe predominar, que el Estado es nocivo y que se le debe eliminar del ámbito económico (incluyendo su rol de regulación).

En este nuevo paradigma, el de la especialización flexible, las medianas, las pequeñas y aún las micro empresas juegan un rol importante en la economía, no solo como generadoras de empleo -que siempre ha sido su principal característica- sino también como factores de dinamismo, eficiencia y productividad. Estas empresas forman parte de articulaciones y redes empresariales que potencian a todos sus miembros y generan riqueza para las regiones y países donde se asientan. Se destierra así la idea, que desgraciadamente todavía prevalece en algunos ambientes empresariales y gubernamentales de América Latina, de que las pequeñas empresas son signos de atraso, estancamiento, obsolescencia e informalidad.

La especialización flexible es también un paradigma muy cercano y propicio para los nuevos emprendimientos, pues supone un ambiente de innovación permanente en las relaciones de producción, en las relaciones entre las empresas brindando permanentemente oportunidades para nuevas empresas en las estructuras productivas. Los jóvenes tienen así abiertas las puertas para sus ideas e iniciativas, cosa que no ocurría en el paradigma fordista-taylorista dominado por grandes corporaciones.

Si quedaran dudas sobre estas teorías y su relevancia para el desarrollo económico y la competitividad de las empresas, basta ver la más importante investigación realizada sobre la industria automotriz mundial¹⁸ ejecutada por el *International Motor Vehicle Program* (IMVP) del MIT; sus resultados fueron publicados en 1990¹⁹. Este estudio, que demandó cinco años de trabajo por todo el mundo, reveló que las empresas norteamericanas se estaban quedando totalmente rezagadas con respecto a sus pares japonesas, y aún europeas o coreanas. Las empresas norteamericanas lograron alcanzar en el año 1955 una participación del 74% ee la producción mundial de vehículos (autos, autobuses y

18 La industria de las industrias como la calificó Peter Drucker en uno de los primeros libros: *Concept of the corporation*, de 1946; concepto que se mantiene pues sigue siendo la principal industria mundial con una producción de más de 50 millones de vehículos al año.

19 El libro que presentó los resultados de esta investigación se llamó: *The machine that changed the world*. Son sus autores James Womack, Daniel Jones, Daniel Ross y Donna Sammons, fue publicado por Macmillan Publishing Company en 1990, en Estados Unidos.

camiones), y para el año 1990 habían reducido esta participación al 26. En este mismo período, la participación de las empresas japonesas pasó del 1% al 30% de la producción mundial de vehículos.

La razón central para explicar este resultado es que las empresas norteamericanas seguían utilizando los viejos sistemas y métodos de la producción en masa, mientras que las empresas japonesas lideraban la transformación hacia un nuevo sistema, que los autores llamaron: "producción ajustada" o producción flexible. Este consiste básicamente en que la compañía se concentra en lo que ellos consideran sus actividades centrales (*core business*): diseño, ensamblaje, acabados finales, ventas; todo el resto de actividades y etapas de la producción, se la encargan a otras empresas con las que establezca relaciones de confianza e intenso intercambio de información y tecnología.

Mientras que las empresas norteamericanas fabricaban ellas mismas entre el 75% y 80% del valor del vehículo, las empresas japonesas fabricaban directamente solo el 25 a 30%. También influyeron en este proceso notables innovaciones como el just in time-JIT (kanban en japonés), el kaizen (pequeñas mejoras continuas), los círculos de calidad y la capacitación permanente de los trabajadores, sin distinción de rango o actividad.

La mejor empresa del mundo en ese momento, según esta investigación, era la Toyota y uno de sus secretos es precisamente la inmensa red de proveedores y subcontratistas que posee, que a principios de los años ochenta alcanzó la cantidad de 47.308 empresas²⁰, la mayoría pequeñas y medianas, y aún microempresas. 168 de estas empresas eran de primer nivel, relacionadas directamente con la Toyota; 5.437 de segundo nivel, relacionadas con las del primer nivel, y 41.703 de tercer nivel; es decir, una verdadera pirámide o, más propiamente, un sistema productivo liderado por la empresa madre, la Toyota.

Todo esto, por supuesto, es de gran relevancia para el futuro de las pequeñas empresas, pues nos indica cuáles son las tendencias mundiales en materia de relaciones entre grandes y pequeñas empresas. Pero también nos indica que esta forma de organización industrial da cabida a las nuevas empresas, a los nuevos emprendimientos, sobre todo de los jóvenes. Así, un paradigma que albergue a las pequeñas y medianas empresas y a nuevos emprendimiento, podrá crear una poderosa clase media empresarial, que le va

20 "Survey: the Japanese economy". (1993). The economist, 326, 12-15, march 6.

a dar mayor competitividad a todo el país, y, al mismo tiempo, mayor estabilidad social. Hecho que ciertamente el Perú no tiene en estos momentos.

1.5 El escenario orweleano

En la década de los años ochenta se impone en el ámbito mundial una política económica que se iría transformando en una ideología, que produce el repliegue del Estado en sus funciones de regulación y liderazgo y, luego de una fiebre de fusiones y adquisiciones (mergers and acquisitions), produce también el crecimiento inusual de unas cuantas corporaciones privadas que se convierten en los mayores protagonistas de la economía y la sociedad. Como se sabe, estas políticas empezaron en los Estados Unidos durante el gobierno de Ronald Reagan y en el Reino Unido, con el de Margareth Thatcher; y desde allí se extendieron por todo el mundo. Los dos campos en los que se dio la mayor concentración de poder económico fueron la construcción y las finanzas, precisamente los dos sectores en los que estallaron sendas burbujas especulativas entre los años 2006 y 2008, precipitando al mundo a una crisis de la que no sale todavía.

La concentración del poder en manos de unas pocas corporaciones en estos y otros sectores de la economía (en prácticamente todos los países del mundo), estuvo acompañada al mismo tiempo por otro fenómeno nuevo en la economía, la política y la cultura mundiales: el ingreso de las corporaciones a los medios de comunicación. Estos grandes centros de poder económico fueron adquiriendo, sin pausa, los más importantes medios (escritos, radiales y televisivos) de manos independientes, y los pusieron al servicio de sus intereses y su visión del mundo. De una pluralidad de medios en las décadas de los años cincuenta y setenta, en los que se podía leer, escuchar y mirar todas las posiciones políticas, sociales y culturales existentes en la sociedad, produciendo una oferta verdaderamente plural, hemos pasado en muy poco tiempo, al dominio de unos pocos medios (fusiones bajo un solo propietario y una sola línea política e ideológica) que concentran el poder e imponen a las sociedades sus puntos de vista, gustos y maneras de pensar.

Uno de los intelectuales que ha percibido en forma temprana este fenómeno, y lo ha criticado con solvencia y sin piedad es Noam Chomsky, profesor de lingüística en el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT). A continuación presentamos algunas de sus posiciones, ampliamente difundidas en los medios sociales. No pocas veces, los mismos medios masivos que él critica, también le han dado tribuna.

“Los medios de masas intentan básicamente distraer a la gente. Que hagan cualquier otra cosa, pero que no “nos” molesten (“a nosotros” – la gente que manda). Que se interesen por los deportes profesionales, por ejemplo. ¡Dejemos que se vuelvan locos con ellos! O con escándalos sexuales. O con los famosos y sus problemas o algo así. Cualquier cosa, siempre que no sea seria. Por supuesto, lo ‘serio’ es para los peces gordos. “Nosotros” nos ocupamos de eso”²¹.

“La mayoría de los individuos tendrían que sentarse frente al televisor y masticar religiosamente el mensaje, que no es otro que el que dice que lo único que tiene valor en la vida es poder consumir cada vez más y mejor, y vivir igual que esta familia de clase media que aparece en la pantalla y exhibir valores como la armonía y el orgullo americano. La vida consiste en esto. Puede que usted piense que ha de haber algo más, pero en el momento en que se da cuenta que está solo, viendo la televisión, da por sentado que esto es todo lo que existe ahí afuera, y que es una locura pensar en que haya otra cosa. Y desde el momento en que está prohibido organizarse, lo que es totalmente decisivo, nunca se está en condiciones de averiguar si realmente está uno loco o simplemente se da todo por bueno, que es lo más lógico que se puede hacer”²².

“Para hacer que se acepte una medida inaceptable, basta aplicarla gradualmente, a cuentagotas, por años consecutivos. Es de esa manera que condiciones socioeconómicas radicalmente nuevas (neoliberalismo) fueron impuestas durante las décadas de 1980 y 1990: Estado mínimo, privatizaciones, precariedad, flexibilidad, desempleo en masa, salarios que ya no aseguran ingresos decentes, tantos cambios que hubieran provocado una revolución si hubiesen sido aplicadas de una sola vez”²³.

Estas citas de Chomsky, que se suman a las de cientos de intelectuales que desde el mundo de la cultura han estado denunciando este tema, no hacen sino confirmar la pérdida del

21 Chomsky, Noam. (1997). “¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales? [entrevista en el Z Media Institute]”. *Qbitácora. Noam Chomsky - Medios de comunicación convencionales*.

22 Chomsky, Noam. (1992). “El control de los medios de comunicación”. Wintonick, Peter, y Marck Achbar. *Manufacturing consent: Noam Chomsky and the media* [documental]. Canadá: National Film Board of Canada.

23 Timsit, Sylvain. (2002). “Stratégies de manipulation”. *Syti.net: le blog*. Texto basado en la obra de Noam Chomsky, *Armas silenciosas para guerras tranquilas*.

equilibrio entre el Estado, el Mercado y los Medios, una de las características constitutivas de las democracias modernas. Al juntarse dos de los tres polos, –el mercado y los medios–, la democracia y la sociedad se debilitan.

Es cierto que una de las innovaciones más importantes de los últimos tiempos, que es parte central y constitutiva de la era de la información, la internet, puede hacer frente a esta monopolización de los medios en manos corporativas y de hecho ha estado funcionando como un contrapeso, alentando la comunicación global entre millones de personas en el mundo. Sin embargo, lo que fue el reino de la libertad y la gratuidad, desde que apareció, en los últimos años, y a raíz del desarrollo de las “redes sociales”, está sufriendo un proceso que Mario Vargas Llosa ha llamado de banalización. En efecto, no sólo los medios masivos de comunicación degradan la cultura, también lo están haciendo crecientemente las redes sociales, como Facebook y Twitter.

“La cultura, en el sentido que tradicionalmente se ha dado a este vocablo, está en nuestros días a punto de desaparecer. Y acaso no haya desaparecido ya, discretamente vaciada de su contenido y éste reemplazado por otro, que desnaturaliza el que tuvo”²⁴.

“La tesis centro de Debord es que la sociedad industrial moderna, donde ha triunfado el capitalismo y la clase obrera ha sido derrotada, la alienación –la ilusión de la mentira convertida en verdad– ha copado la vida social, convirtiéndola en una representación en la que todo lo espontáneo, auténtico y genuino –la verdad de los humanos– ha sido sustituido por lo artificial y lo falso. En este mundo, las cosas –las mercancías– han pasado a ser los verdaderos dueños de la vida, los amos a los que los seres humanos sirven. El espectáculo es la dictadura efectiva de la ilusión en la sociedad moderna”²⁵.

24 Vargas Llosa, Mario. (2012). *La civilización del espectáculo*. Lima: Santillana.

25 *Idem*, p. 24.

“Porque otra característica de la civilización del espectáculo es el empobrecimiento de las ideas como fuerza motora de la vida cultural. Hoy vivimos la primacía de las imágenes sobre las ideas. Por eso los medios audiovisuales, el cine, la televisión y ahora la Internet, han ido dejando rezagados a los libros, los que, si las predicciones de George Steiner se confirman, pasarán dentro de no mucho tiempo, a las catacumbas”²⁶.

“No es extraño que algunos fanáticos de la Web, como el profesor Joe O’Shea, filósofo de la Universidad de Florida, afirmen: ‘Sentarse a leer un libro de cabo a rabo no tiene sentido. No es un buen uso de mi tiempo, ya que puedo tener toda la información que quiero con mayor rapidez a través de la Web. Cuando uno se vuelve un cazador experimentado en la Internet, los libros son superfluos’. Lo atroz de esta frase no es la afirmación final, sino que el filósofo de marras crea que uno lee libros sólo para ‘informarse’. Es uno de los estragos que puede causar la adicción frenética a la pantallita. De ahí, la patética confesión de la doctora Katherine Hayles, profesora de literatura de la Universidad de Duke: ‘Ya no puedo conseguir que mis alumnos lean libros enteros’”²⁷.

Frente a esta situación, es más necesario que nunca alertar a los jóvenes y niños, de los peligros que encierra la civilización actual: la manipulación de los medios masivos y la banalización de las redes sociales. Una educación que inculque la sumisión y la docilidad ciertamente estaría condenando a los jóvenes a la alienación y el embrutecimiento. Por ello, esta es una de las razones adicionales para impulsar una educación emprendedora, que tiene como eje la autoestima, la afirmación personal y el pensamiento creativo e independiente. Una educación de esta naturaleza podría preparar a los jóvenes para enfrentar los retos del siglo XXI.

En realidad, el aspecto que se quiere relevar es el de una “sana rebeldía” frente al *statu quo*, en el sentido de la afirmación de Federico Mayor, ex director general de la UNESCO:

26 Vargas Llosa, Mario. (2012). *La civilización del espectáculo*. Lima: Santillana, p. 46-47.

27 Vargas Llosa, Mario. (2012). *La civilización del espectáculo*. Lima: Santillana, p. 211.

Albert Camus, en el “Hombre rebelde”, llega a la conclusión de que ‘la historia de nuestra época nos obliga a afirmar que la rebeldía es una de las dimensiones esenciales del ser humano. Es una evidencia fundamental, que arranca al hombre de su soledad’. La rebeldía no violenta, la indocilidad creativa, la insumisión de quienes no se resignan a lo intolerable, es la mayor garantía de que la humanidad sabrá realizar con éxito la transición de la razón de la fuerza –que aún hoy prevalece- a la fuerza de la razón”²⁸.

Es con una educación emprendedora y rebelde, que las nuevas generaciones podrán escapar, y, eventualmente, descartar, el escenario orweleano que es hoy un riesgo muy real y presente.

28 Mayor, Federico. (1998). *Op. cit.*

LA EXPERIENCIA NACIONAL E INTERNACIONAL EN EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

2.1 Los programas de emprendedorismo en el Perú

Como ya se ha mencionado, en los últimos años, el Perú está en los primeros lugares en la actividad emprendedora mundial, registrada por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Si bien esta comparación con los países más desarrollados (en donde las empresas nuevas son más productivas y competitivas, mientras que en los países en desarrollo hay un mayor número de nuevas empresas de subsistencia) y el propio puesto que ocupa pueden ser cuestionados, no hay ninguna duda de que el Perú tiene una energía empresarial popular muy importante.

Esta ha sido una de las características centrales que se han destacado en diversas investigaciones realizadas desde los años ochenta en el país. La investigación comparativa sobre empresarialidad, entre América Latina y Asia²⁹, liderada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), llega a una constatación similar; aunque no ocupa los primeros lugares, el Perú muestra una actividad emprendedora significativa. Una investigación específica sobre este fenómeno realizada por Dino Linares³⁰, también nos muestra esta misma realidad; según estimaciones de este autor, en el país se crean anualmente 100,000

29 Kantis, Hugo, Masahiko Ishida, y Masahiko Komori. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia*. Washington: BID.

30 Colectivo Integral de Desarrollo - CID. (2001). *Jóvenes empresarios y creación de empresas en el Perú*. Lima.

nuevos negocios³¹, lo que representa un crecimiento de 4% anual (respecto al total de empresas existentes), mayor al crecimiento poblacional y más cercano al comportamiento del PBI en años recientes. La importancia relativa del sector de micro y pequeña empresa, las nuevas empresas creadas cada año (y también su desaparición), los nuevos empresarios y empresarias que incursionan en los negocios, sobre todo los que tienen raíces andinas, hacen que nuestro país destaque en relación a otros países de América Latina y el Caribe.

Sin embargo, la realidad de los programas de promoción del emprendedorismo es diferente. Es decir, el fenómeno empresarial, el emprendedorismo que existe en el Perú es muy dinámico, pero no pasa lo mismo con los programas y las instituciones que lo promueven. En un estudio reciente impulsado por el BID en toda América Latina y el Caribe³² se llega a la conclusión de que el Perú está relativamente más atrasado que otros países de la región en lo que se refiere, a las instituciones y programas que promueven el emprendedorismo.

En el país hay varias instituciones que vienen impulsando este tema, principalmente desde el sector privado. Entre los principales programas se encuentran los siguientes:

SYSA Desarrollo Emprendedor

Es una institución, creada por Guido Sánchez Yabar hace 20 años, que se dedica a i) la formación y entrenamiento de emprendedores en los colegios públicos y privados, ii) a la consultoría y asesoría de empresas e instituciones que trabajan con las Micro y Pequeñas Empresas (MYPs) en el Perú y otros países de América Latina, iii) apoyan la profesionalización de las pequeñas empresas existentes, iv) preparan docentes y ejecutivos que fomentan la creación de empresas, v) desarrollan la cultura emprendedora en los medios de comunicación.

En el aspecto educativo tiene una colección de libros que enseñan a crear y administrar pequeñas empresas a los estudiantes de primaria, secundaria y de nivel superior. En el campo de los contenidos generan competencias emprendedoras, mejoran la administración y dirección de empresas, y forman profesionales para dar soporte al sector empresarial emergente. Han impartido sus cursos en 87 colegios nacionales y 30 colegios privados, tienen más de 300 docentes capacitados, y casi 100,000 jóvenes beneficiados.

31 Esta cifra es la del año 2001, actualmente el número de empresas creadas en el Perú debe estar más cerca de los 130,000 anuales, la mayoría de ellas microempresas informales y de subsistencia.

32 Kantís, Hugo, ed. (2004). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Washington: BID; FUNDES.

Colectivo Integral de Desarrollo - CID

El CID fue creado en 1990, por su promotor Dino Linares. Esta institución ha sido pionera en el trabajo con emprendedores, sobre todo con los jóvenes y los sectores de menores ingresos. Su misión es mejorar tanto las competencias empresariales de los emprendedores y creadores de negocios como el entorno en el cual estos llevan a cabo sus iniciativas. De este modo, crean negocios más sostenibles en el tiempo y con mayor capacidad de generar empleo, lo cual contribuye a fortalecer el tejido empresarial local y regional. Asimismo promueve la formación de una sólida cultura emprendedora, elemento fundamental para la creación de riqueza y empleo.

Su estrategia de intervención se basa en dos niveles claramente definidos:

1. Desarrollo de competencias empresariales de emprendedores y creadores de negocios trabajando directamente y en estrecho contacto con ellos.
2. Desarrollo de un entorno favorable para la creación y sostenibilidad de los nuevos negocios.

Los principales programas que ha implementado a lo largo de estos 15 años han sido los siguientes: i) Programa de apoyo y acompañamiento a creadores de negocios, ii) Concurso "Haz realidad tu negocio", iii) Programas de reconversión laboral con énfasis en autoempleo y creación de negocios, iv) Eventos de difusión de cultura emprendedora, v) Formación de formadores, vi) Investigaciones y publicaciones, y vii) Realización de Cursos y talleres.

Junior Achievement

Junior Achievement Worldwide es una organización Internacional que actualmente interviene en más de 100 países. Su misión principal es la de generar en los niños y en los jóvenes el espíritu emprendedor que les permita insertarse en el mercado laboral y, en general, mejorar su calidad de vida. Lo novedoso de la propuesta que plantean es que inicien la formación empresarial en los jóvenes desde los primeros niveles de educación. Además pretenden contribuir a que la fuerza laboral futura perciba al sector empresarial y sus actividades como un elemento fundamental para el logro de sus metas personales y su desarrollo.

En el Perú, *Junior Achievement* inició sus operaciones en 1996 y desarrollan diversos programas educativos que están dirigidos a alumnos que tengan entre 5 y 21 años. Estos Programas son implementados a través de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), y en algunos casos son impartidos por estudiantes universitarios y profesionales

voluntarios. Uno de sus Programas es el de Formación de Jóvenes Emprendedores³³, cuyo objetivo es proporcionar a jóvenes de escasos recursos que asisten a la educación secundaria, competencias y habilidades que les permitan insertarse en el mundo laboral, favoreciendo con ello la igualdad de oportunidades. En nuestro país este Programa se ha aplicado en varios departamentos del país, destacando Cajamarca, Loreto, Ayacucho y Lima. Es patrocinado por instituciones como USIL y el BID.

Estos tres son programas enfocados en la población joven que cursa la Educación Básica Regular (EBR) y tienen mucha interacción tanto con instituciones educativas privadas como públicas. Las instituciones que siguen actúan más en el ámbito de la educación superior, aunque su influencia también alcanza a los estudiantes de la EBR.

Somos Empresa

Es una empresa de comunicaciones con más de 20 años de experiencia en esta campo; forman parte del Grupo ACP, una corporación que tiene más de 42 años, presencia en diez países de América Latina. Se dedican a la divulgación masiva de conocimiento y motivación de la cultura emprendedora a empresarios de las micro y pequeñas empresas y al público en general. Diseñan, asesoran y ejecutan proyectos y programas de comunicación utilizando las herramientas y los medios específicos para cada proyecto comunicacional. Proporcionan a los emprendedores de las micro y pequeñas empresas instrumentos que les permiten crecer en forma duradera y sostenible, a través de grandes encuentros y la divulgación de contenidos útiles, sencillos y entretenidos en medios audiovisuales e impresos.

Diempresa

Escuela de Desarrollo de la Inteligencia Empresarial formada por Juan Infante, reconocido líder empresarial y social. Su modalidad educativa es la asesoría empresarial, que tiene como objetivo la solución de las dificultades y dudas que tienen los empresarios con respecto a su actividad empresarial. Es un espacio en el que se discuten problemas concretos y se definen alternativas de solución. El servicio de asesoría empresarial reduce el margen de error en las decisiones y acelera la maduración de los proyectos. Tiene un equipo de profesionales multidisciplinario que actúa en los campos de la administración de negocios, el emprendimiento de iniciativas privadas y sociales, las comunicaciones corporativa, y la formación de liderazgo empresarial.

33 Este programa se desarrolla en Chile, Ecuador, Paraguay y Perú

Asociación Pro Bienestar y Desarrollo (PROBIDE)

PROBIDE es una entidad no gubernamental cuyas acciones están orientadas a promover el desarrollo intelectual, emocional y espiritual de los jóvenes, a través de la cultura de valores empresariales. De esta manera se aporta a la erradicación del desempleo y subempleo existente en el estrato juvenil. Uno de los temas en los que PROBIDE pone mayor énfasis es en fomentar la creatividad de los jóvenes, brindándoles las herramientas necesarias para que apliquen y complementen el conocimiento que hayan podido adquirir en universidades y/o institutos.

En este contexto, PROBIDE llevó a cabo el Programa “Creer para Crear”, dirigido principalmente a jóvenes que tengan iniciativas empresariales pero que encuentran dificultades para implementarlas (debido básicamente a la falta de financiamiento y de asesoría técnica). De esta manera, el Programa alienta la creatividad de los jóvenes para la generación de sus propias micro o pequeñas empresas.

Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor de la Universidad Católica, CIDE-PUC

Esta institución fue creada por el Consejo Universitario de la Pontificia Universidad Católica del Perú en julio de 1995, con la intención de contar con un centro dedicado a fortalecer los vínculos entre la formación, la innovación y el emprendimiento. Su misión es promover y generar innovaciones y empresas desde la universidad, dedicándose a fomentar la cultura emprendedora dentro y fuera de la comunidad universitaria. El CIDE promueve la creación y el desarrollo de empresas que aprovechen la formación y conocimientos desarrollados en la PUCP, para la creación de empresas que generan bienes y servicios con valor agregado, y además apoya la introducción de éstas en los mercados nacional e internacional.

El sesgo que tiene el CIDE es el de promover la generación de empresas de base tecnológica, tanto para la producción de bienes como de servicios. La experiencia mundial muestra que existe un porcentaje alto de estudiantes con espíritu emprendedor, con capacidad de generar sus propias fuentes de trabajo: jóvenes con buenas ideas, pero que debido a problemas de planeamiento o estructuración organizacional, dejan de desarrollar sus proyectos empresariales.

Para lograr su misión se apoyan en dos grandes pilares:

1. Promoción y fomento del Emprendedorismo (*entrepreneurship*).
2. Promoción y fomento a la innovación.

Su filosofía es considerar que de la conjunción de los emprendimientos e innovaciones se obtienen empresas de alto potencial de crecimiento, que serían las empresas con mayor potencial de éxito.

Los instrumentos que emplean son:

1. Incubadora de empresas.
2. Asesoría y seguimiento de planes de negocio.
3. Acompañamiento de la empresa incubada.

Universidad del Pacífico

La Universidad del Pacífico (UP) es una institución privada y plenamente autónoma, sin fines de lucro, especializada en la formación académica en economía y gestión institucional y empresarial. Aspira a contribuir al desarrollo económico y el bienestar social del Perú en el contexto de un mundo crecientemente interconectado, globalizado y competitivo.

La Universidad tiene un Programa para empresarios que ha sido especialmente diseñado para todas aquellas personas que buscan ampliar o actualizar sus conocimientos en la gestión empresarial, para lograr el crecimiento de su empresa. Es objetivo de este programa brindar una perspectiva integral de la problemática empresarial, así como de la visión y concreción de oportunidades de negocio. Se exige a los alumnos de administración que creen una empresa desde cero, y la gestionen durante unos meses como condición para otorgarles su título profesional.

Universidad-ESAN (Escuela de Administración de Negocios para Graduados)

La Universidad ESAN cuenta con un Centro de Desarrollo Emprendedor, que brinda formación integral en emprendedorismo, ayuda en la creación de nuevas empresas, a las que brinda soporte en sus primeras etapas. ESAN también es el socio peruano de GEM: *Global Entrepreneurship Monitor*, una iniciativa mundial de apoyo al emprendedorismo, liderada por la *London School of Economics*, del Reino Unido, y por *Babson College de Massachusetts*, Estados Unidos. Esta iniciativa mide el desarrollo emprendedor en muchos países del mundo, tanto desarrollados como en desarrollo, y publica un informe anual con sus hallazgos.

Incubadora de Empresas de base tecnológica de INICTEL

La incubadora de empresas creada por el Instituto Nacional de Investigación y Capacitación en Telecomunicaciones (INICTEL), asimilada a la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI), es concebida como un ambiente propicio para incentivar el emprendimiento, creación y desarrollo de ideas de negocio con potencial de convertirse en empresas innovadoras y competitivas, que hagan uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicación TIC), en mercados tecnológicos. De esta forma busca promover la I+D en el Perú, con empresas que se dediquen a la producción y exportación de productos tecnológicos y sobre todo conocimiento.

La estrategia de incubación empleada es del uso de sitios web, sistemas de información y administración, que le permiten la identificación, creación y desarrollo de empresas innovadoras y potencialmente competitivas en el mercado, con estrategias gerenciales que se fundamentan en el uso intensivo de TIC como diferenciador, apoyados por el desarrollo de un eficaz plan de negocios.

La combinación de incubación virtual con la incubación intramuros en un ambiente físico, para los casos de asesorías, talleres y charlas con ponentes de prestigio, le permiten una interacción eficaz entre empresas incubadas y la incubadora.

Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)

La USIL es una de las universidades de reciente creación (1995) de las que existen en Lima. Se caracteriza por ofrecer una formación profesional con una orientación claramente empresarial. Ofrece diversas carreras (como administración de turismo, administración hotelera, arquitectura, arte y diseño gráfico, ciencias de la comunicación, derecho, economía y educación) en las cuales se busca formar profesionales con capacidad para gestionar empresas.

Si bien ahora muchas universidades participan activamente en la promoción del emprendimiento juvenil (a través de incubadoras de negocios principalmente), en el caso de la USIL este componente está presente desde sus inicios. Así, la oferta que esta universidad quiere transmitir a los alumnos se basa en la promesa de una formación de primer nivel, carreras orientadas hacia los negocios y el empleo de modernidad y tecnología de avanzada para la enseñanza.

Red de Colegios Fe y Alegría

Esta red inició sus actividades en el año 1966, hoy cuenta con 161 planteles en barrios urbanos marginales y zonas rurales, para los niveles de inicial, primaria y secundaria; incluye también Centros de Educación Ocupacional (CETPRO) e Institutos de Educación Superior Tecnológica (IST), en actividades y áreas de mayor demanda en el sector productivo local.

Desde la primaria se pone en contacto a los niños con la tecnología y se fomenta su creatividad y curiosidad para la investigación, a través de los programas Tarpuy y Lego. En secundaria se les capacita, en forma dual (teórica y práctica) en las actividades productivas más importantes, como es el caso de confecciones de prendas de vestir, ebanistería, carpintería metálica, ofimática, electricidad y electrónica, industrias alimentarias, joyería, mecánica, agropecuaria, artesanía, entre otras.

Al mismo tiempo se les promueve el espíritu empresarial, creando una cultura empresarial, que junto con los conocimientos y las prácticas de manejo de tecnologías, permitirán una mejor inserción en los mercados laborales locales. En el nivel de la educación superior la red de colegios de Fe y Alegría cuenta con cuatro IST en operación, en cuatro departamentos del país; tiene en trámite, dos en Lima y uno en Ayacucho.

Perú Incuba

En febrero del 2006, ante la proliferación de proyectos y programas que impulsaban la creación de empresas, nace la Asociación Peruana de Incubadoras de Empresas Perú Incuba, que es una Asociación Civil sin fines de lucro, constituida por 11 instituciones, universidades e institutos superiores del ámbito nacional, ubicadas en Arequipa, Cuzco, Huancayo, Lima, Piura y Trujillo.

La misión de esta organización es 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.

Centro de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo - CAPLAB

Ejecuta proyectos financiados por FONDOEMPLEO para la capacitación de jóvenes en competencias emprendedoras, con el objetivo de poner en marcha pequeños negocios

que signifiquen reales oportunidades para los jóvenes de 18 a 29 años de edad. Estos proyectos se están realizando en los departamentos de Tacna, Moquegua, Cajamarca, La Libertad y Ancash. La capacitación incluye el desarrollo de las ideas de negocio, la evaluación de planes de negocio, capital semilla, asistencia técnica y acompañamiento en las fases iniciales de la empresa.

Centros Rurales de Formación en Alternancia - (CRF)

Es una modalidad educativa impulsada por el Ministerio de Educación (MINEDU) desde el año 2003, en las zonas más pobres y apartadas del país, en las regiones amazónicas y alto andinas, donde no hay instituciones educativas de nivel secundario. En ellos se brinda una formación armónica e integral a los jóvenes rurales en el campo técnico, empresarial y humana. Busca el desarrollo sostenido y el bienestar integral de la comunidad.

Esta modalidad consiste en la organización de la formación en espacios y tiempos diferenciados, alternando períodos en el centro y períodos en el medio socio-profesional y familiar, varía su duración de acuerdo a las peculiaridades de cada región, siendo la más generalizada la de dos semanas por dos semanas (fórmula 15/15). Los estudiantes procedentes de diferentes lugares conviven en el centro bajo la orientación de los docentes especialmente seleccionados y capacitados, realizan trabajos de estudios en equipo, en todas las áreas del currículo nacional, proyectos técnico productivos y visitas guiadas a empresas.

Esto permite que los alumnos al regresar a su comunidad con un plan de investigación, participen en sus faenas de campo, el hogar y su comunidad, impulsando mejoras para alcanzar mejores resultados. Así, los CRFA contribuyen con un mejor nivel de formación personal en zonas rurales, apoyados por los padres de familia, los Gobiernos Regionales, Direcciones Regionales de Educación, Unidades de Gestión Educativa Local y organismos de la sociedad civil. En la actualidad llegan aproximadamente a 60 los CRFA distribuidas en diferentes departamentos, a 300 docentes y a 3000 estudiantes.

Si bien es cierto que hay otras instituciones dedicadas a fomentar el emprendedorismo en el Perú, sobre todo en los departamentos del interior del país, estas son las que tienen una mayor experiencia y trayectoria.

2.2 Programas en América Latina

Como hemos visto, las relaciones entre emprendedorismo, innovación y pequeña empresa con el desarrollo económico y social son demasiado fuertes como para que algún país del mundo las pase por alto. Existe un consenso universal de que el emprendedorismo está entre las principales causas del crecimiento económico, la creación de riqueza y bienestar de la población. Por lo tanto, no puede extrañar a nadie que todos los países, prácticamente sin excepción, tienen programas de apoyo y fomento de la empresariedad, especialmente los países más desarrollados y los países más exitosos.

En América Latina también existen múltiples experiencias de promoción y desarrollo del emprendedorismo. Si bien esta región ha empezado un poco más tarde que los países desarrollados en este campo, muestra una gama bastante variada de experiencias que indican la voluntad, tanto del sector público como del privado, de avanzar con decisión y efectividad. A continuación presentamos una selección de los principales programas de apoyo al emprendedorismo en los países más significativos de la región.

Argentina

Proyecto de jóvenes emprendedores rurales

Proyecto implementado por la Secretaría de agricultura, ganadería, pesca y alimentos. tiene por objetivo organizar y capacitar a los jóvenes del sector rural para el autoempleo asociativo en los sectores agroalimentarios, agroindustriales, turísticos y de servicios a la producción. Funciona a través de la Red de Centros de Desarrollo Emprendedor en 14 estados de Argentina, donde un encargado asiste a los jóvenes emprendedores, con capacitaciones y asesorías. Al interior de las redes se incluye fuentes de crédito al que los jóvenes de 18 a 35 años pueden acceder.

Programa "Primer paso"³⁴

El gobierno de Córdoba, Argentina, impulsó este programa en el que se realizaron más de 70 cursos de capacitación en cuatro años, a jóvenes entre 18 a 25 años, con cursos como gestión, metodologías y de especialización técnica. Ha realizado acuerdos con las siguientes entidades: Universidad Blas Pascal, Consejo del Menor, ONGs vinculadas a la

³⁴ Información del CINTERFOR, Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional, de la OIT.

discapacidad, Centros de Desarrollo Regional de la Provincia de Córdoba, Administración Federal de Ingresos Públicos, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación, Municipalidad de Córdoba, Agencia de Desarrollo Económico de Córdoba, Fundación de Empresas, BID/FOMIN, Aseguradora de Riesgos del Trabajo. Se favoreció la coordinación con aproximadamente 6,000 MYPS. El programa permitió la capacitación de jóvenes a las MYPS proporcionando una fuerza de trabajo subsidiada.

Programa Pioneros

El programa busca que jóvenes de 16 a 19 años logren desarrollar capacidades emprendedoras mediante capacidades creativas, liderazgo, comunicación, fomentando la creación de sus propios negocios

Brasil

Programa *Empendorismo do Jovem Rural*

El Centro de desenvolvimento do Jovem Rural (CEDEJOR) trabajo desde el año 2000 en la formación de competencias humanas, técnicas y gerenciales, iniciando a los jóvenes en una actitud emprendedora y procurando que sus negocios rurales sean fuentes sustentables de generación de ingresos mejorando su calidad de vida. Para ello dan capacitaciones de carácter técnico-gerencial focalizadas en la mejora de las “prácticas habituales agrícola y no agrícola” así como el fomento de redes de autoayuda e integración a los mercados regionales.

Programa de Incubadora de empresas SEBRAE

El Servicio Brasileño apoyo a los micro y pequeñas empresas (SEBRAE), fundado en 1972, desarrolló programas de apoyo en todo Brasil a tres sectores de micro y pequeñas empresas; tanto para las que recién empiezan, los que tienen una antigüedad menor de dos años y las que tienen una antigüedad mayor a dos años, en las diferentes actividades productivas y servicios. Como logros se muestra que las empresas que son apoyadas tienen una tasa de mortalidad promedio de 20%, dependiendo del sector, mientras que las que no son apoyadas es de 80%. También brinda información sobre mercados, acceso a créditos, y formación de redes.

Chile

Desafío Joven

El programa apoyado por *Shell SAC*, busca fomentar en los jóvenes el espíritu emprendedor, enseñándoles a crear un plan de negocios, y permite que los “mentors” guíen a los jóvenes de 18 a 28 años. En la convocatoria de 2008 se presentaron 265 postulantes, de los cuales fueron aceptados 113 con un promedio de edad entre 25 a 26 años. Estos jóvenes recibieron asesorías de 150 profesionales. Al final del programa fueron seleccionados cuatro ganadores. El programa en Latinoamérica sólo se replica en Argentina y Brasil.

Programa Emprendedor

La Universidad de Antofagasta y la Fundación Juventud Emprendedora en su programa piloto de 2008 capacitaron a 54 jóvenes de edad escolar, entre 16 y 19 años, mediante conferencias, charlas y seminarios impartidos por los estudiantes de la universidad a sectores de bajos recursos de Antofagasta. Luego esta experiencia fue replicada en escuelas de Antofagasta.

Colombia

ANDI del futuro - Jóvenes emprendiendo por Colombia

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, a través del proyecto, busca desarrollar capacidades en los jóvenes de Bogotá, Medellín, Bucaramanga y ciudades del eje cafetero. Realizan concursos y premiaciones anuales. Para participar es necesario ser miembro de la Asociación. Trabajan en cuatro comités: de comunicaciones, de prácticas, de información y empresarial. El objetivo es descentralizar la actividad emprendedora.

Fundación Jóvenes Empresarios JEMCOL

El programa se ha iniciado en 2003 y es acreditado por *Youth Business International*, la Fundación Mario Santo Domingo y la Fundación Impulsar. Busca dar consejería y asesoría, así como facilitar el acceso al financiamiento a jóvenes emprendedores, así, se tiene como resultado que en el año 2007 fueron apoyados 73 jóvenes, con una tasa de supervivencia de sus negocios de 80%. En el año 2009 capacitaron a 300 jóvenes.

Programa Fondo de Desarrollo Emprendedor

El Fondo de Desarrollo Emprendedor se orienta a emprendedores mayores de 18 años

que al momento de la inscripción estén graduándose de una universidad o un instituto técnico o tecnológico acreditado por el Ministerio de Educación; emprendedores que al momento de la inscripción estén cursando como mínimo los últimos años de universidad o último año en un instituto técnico o tecnológico; emprendedores que tengan una empresa en funcionamiento con un máximo de 18 meses.

México

Conocer PYME

El gobierno de México brinda información para las pequeñas y medianas empresas de los sectores como industria, servicios, y comercio, brindando capacitación, transferencia y asesoría de tecnología, asistencia en la gestión.

Joven Emprendedor Rural

La Secretaría de la Reforma agraria busca capacitar a jóvenes en temas de gestión y fortalecimiento de redes y en la adquisición de nuevas tecnologías; funciona en el ámbito nacional para jóvenes entre 18 a 39 años. El proyecto iniciado en el 2005 se diseñó hasta 2010. En el 2006 fueron 4.567 beneficiarios, en 2005 fueron 1.213 y en 2004 fueron 800. Se busca que los jóvenes del ámbito rural puedan adquirir o rentar tierra pública y recibir asistencia técnica y capacitación en generación de negocios agrícolas.

México Emprendedor

Civilización emprendedora, institución que ejecuta el programa, es una asociación civil, que creó un portal en la Web para facilitar información relacionada con los programas y líneas de apoyo; menciona como uno de sus logros la creación de una empresa en cinco minutos. Uno de los puntos esenciales es el de acceder a las redes de negocios y capacitaciones a nivel nacional.

A continuación se presenta un cuadro con estos y otros programas de apoyo y fomento del emprendedorismo en América Latina, incluyendo algunos países de desarrollo económico menor, como es el caso de Ecuador, Bolivia, Uruguay y Panamá.

CUADRO N° 7

Proyectos de fomento de la empresarialidad en Latinoamérica³⁵

País	Nombre del proyecto	Agencia ejecutora	Acciones
Argentina	Jóvenes Emprendedores	Asociación Damas Salesianas Argentinas	Fomento de idea de jóvenes en edad escolar para generación de emprendimientos transformando su vida y la de sus congéneres
	Nuevas empresas de jóvenes orientadas al crecimiento en el Gran Buenos Aires	Fundación General Pacheco	Formación de emprendedores Redes y servicios de apoyo
	Promoción de microemprendimientos juveniles	Fundación Impulsar	Integración de los jóvenes al sector productivo. Jóvenes de 18 a 30 años Apoya con créditos
	Emprendiendo con los jóvenes	Ministerio de Desarrollo Social en asociación con: Asociación Granja Siquem Asociación Emprender Mendoza Asociación Mujeres Clorindenses Centro Ecuménico Poriajhú Fundación Crear desde la Educación Popular Fundación Crear Vale la Pena (CVLP) Fundación de Organización Comunitaria FOC Fundación Otras Voces Fundación Sustentabilidad Educación Solidaridad (SES)	Desarrollar las capacidades emprendedoras de jóvenes en las localidades participantes
Bolivia	Desarrollo local y la formación microempresas rurales proveedoras de servicios	<i>Food For The Hungry International</i>	Establecimiento de una cadena de negocios rurales
Brasil	Proyecto de Apoyo al Desarrollo de Microcrédito Productivo para Jóvenes Emprendedores	Agencia Nacional de Desarrollo Microempresarial	Financiamiento productivo del primer emprendimiento de jóvenes
	Proyecto INNOVA	Financiadora de Estudios y Proyectos Financiadora de Estudios y Proyectos (FINEP)	Busca desarrollar emprendimientos de base tecnológica a través de instrumentos para su financiamiento con acciones como capital de riesgo.
Colombia	Promoción de la empresarialidad entre jóvenes colombianos	Fundación Corona	Educación y formación de emprendedores Concursos de planes de negocios Oportunidades de negocios Redes y servicios de apoyo Difusión Evaluación

35 Algunos datos fueron tomados de CINTEFOR-OIT, PREJAL y Angelelli, Pablo J., y Julia Prats. (2005). *Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y el Caribe: sugerencias para la formulación de proyectos*. Washington: BID.

País	Nombre del proyecto	Agencia ejecutora	Acciones
Chile	Fortalecimiento Fondo Esperanza	Fundación Hogar de Cristo	Mejoras a través de capacitación a las instituciones de microcrédito
	Enlace Agrícola	Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) Chile	Fomento de empresas agrícolas a jóvenes entre 18 a 30 años en producción, transformación y servicios conexos.
	Apoyo a la microempresa juvenil	Movimiento Laico para América Latina	Apoyo a jóvenes de Santiago y alrededores, brinda acceso a nuevas fuentes de financiamiento, asesorías e información y facilitación de acceso a redes de negocios a los jóvenes.
	Promoción del voluntariado para promover las microempresas	Acción emprendedora	Crear y expandir competitividad y oportunidades para microempresarios rurales indígenas
Ecuador	Apoyo a la Corporación indígena del Ecuador	Corporación Empresarial Indígena	Reducir los índices de violencia familiar fortaleciendo las capacidades locales
México	Red de microempresarios indígenas a través de turismo rural	Red de Turismo de México	Apoyo a emprendimientos en turismo vivencial y rural
Panamá	Desarrollo capacidad empresarial para nuevos emprendedores	Empretec Panamá	Educación y formación de emprendedores
Perú	Promoción de nuevas empresas juveniles en Perú	Fundación Probienestar y Desarrollo - PROBIDE	Educación y formación de emprendedores mediante concursos en la creación de planes de negocios y acceso redes y servicios
	Formación de jóvenes emprendedores	Junior Achievement Perú	Educación y formación Diseminación programa <i>Junior Achievement</i>
Uruguay	<i>Start up</i> de empresas de tecnologías de la información	Laboratorio Tecnológico del Uruguay	Generación de planes de negocios y acceso a redes y servicios de apoyo
	Desarrollo de la capacidad empresarial	Endeavor	Educación y formación de emprendedores

Como se puede observar, se trata de una gama muy amplia de programas, proyectos e iniciativas de apoyo y fomento al emprendedorismo; demuestra que no hay una fórmula definida ni uniforme en los países de la región.

2.3 Programas de emprendedorismo en los países desarrollados

Estados Unidos de Norteamérica

La primera potencia económica y militar del mundo tiene muchos programas e instituciones de apoyo al emprendedorismo (*entrepreneurship*); algunos de los principales se presentan a continuación:

A. En el Gobierno:

- a) **Business.gov:** Este programa está dirigido por la Administración de la Pequeña Empresa, en inglés: *U.S. Small Business Administration (SBA)*, en asociación con otras 21 agencias federales. Esta asociación, conocida también como *Business Gateway*, es parte de la Iniciativa Presidencial para el E-government (o gobierno electrónico) y brinda información a todos los negocios pequeños en Estados Unidos
- b) **SCORE: Counselors to America's Small Businesses:** Es un programa dedicado a brindar educación, capacitación y asesoría, a los emprendedores y dueños de pequeños negocios en Estados Unidos.
- c) **Small Business Administration (SBA):** es la principal agencia norteamericana dedicada a la promoción, apoyo y defensa de las pequeñas empresas en Estados Unidos. Su misión incluye defender la libre competencia en el mercado, facilitar el clima apropiado para la pequeña empresa y asegurar que se mantenga como el motor del crecimiento económico del país; y al mismo tiempo ser una fuente de oportunidad de progreso para todos los norteamericanos.

B: En el sector privado:

- a) **Centro Internacional de la Empresa Privada** (*Center for International Private Enterprise - CIPE*): es una institución afiliada a la Cámara de Comercio de Estados Unidos; trabaja en 1,000 ciudades del país y en 100 países del exterior apoyando a emprendedores.
- b) **Consejo de la Competitividad** (*Council on Competitiveness*): es una institución en la que participan líderes de las grandes empresas, presidentes de universidades y dirigentes laborales. Tiene por objetivo impulsar la competitividad del país con especial énfasis en la promoción de nuevas empresas dinámicas.

- c) **Endeavor**: esta entidad se concentra en apoyar a empresas emergentes con alto contenido de innovación tecnológica; es decir, el segmento que tiene el mayor impacto en la generación de empleo y desarrollo local. Opera no sólo en Estados Unidos sino también en diversos países del mundo.
- d) **Organización de Emprendedores** (*Entrepreneurs Organization - EO*): fundada hace 20 años por emprendedores jóvenes, hoy día es una organización con más de 6.000 miembros y opera en 38 países impulsando el emprendedorismo.
- e) *Innovate America*: es la iniciativa del Concejo de la Competitividad orientada específicamente a la innovación y a los jóvenes emprendedores.
- f) La Fundación Nacional para la enseñanza del emprendedorismo (*The National Foundation for Teaching Entrepreneurship - NFTE*): se especializa en apoyar a jóvenes de menores ingresos en crear y mejorar sus pequeños negocios. Tiene nueve oficinas en todo Estados Unidos.
- g) **Asociación de Emprendedores Urbanos** (*Urban Entrepreneur Partnership*): incentiva y apoya a emprendedores de las minorías sociales y étnicas en Estados Unidos.

Finlandia

Es el país que durante los últimos años ha mostrado la mejor educación en el mundo al haber ganado en forma reiterada las pruebas PISA, por lo tanto hay que mirarlo con atención. Los principios guía para establecer la política educativa en Finlandia son: calidad, eficiencia, equidad e internacionalización. El Ministerio de Educación es la autoridad más alta en materia educativa. Supervisa la educación primaria, secundaria general, la formación profesional brindada por los politécnicos y la universidad, así como la educación de adultos. El régimen educativo finlandés se compone de nueve años de educación básica (enseñanza general), incluyendo un año no obligatorio de pre-primaria; la enseñanza secundaria superior, que comprende la educación general y vocacional; y la educación superior, ofrecida por las universidades y las escuelas politécnicas. Después de la escuela secundaria superior, los estudiantes continúan sus estudios en las universidades, escuelas politécnicas o instituciones profesionales.

El emprendedorismo ha sido un objetivo para el Ministerio de Educación de Finlandia. En 1994 estableció una educación que hace hincapié en actitudes positivas, conocimiento básico y habilidades empresariales, así como en el desarrollo de capacidades para aplicar modos operacionales emprendedores.

La aplicación de la política educativa a favor del emprendedorismo se puede percibir en los siguientes ejemplos:

Empresas simuladas: Son usadas en educación secundaria en todo el país. Se simulan empresas reales que permiten a los estudiantes adquirir competencias empresariales. Un dato interesante es que la currícula del curso es reemplazada por un plan de negocios. Es en la elaboración de este plan que los estudiantes tienen como socio para su elaboración a empresas reales –del sector en el que sus ideas pretenden desarrollarse–, donde ellos adquieren competencias prácticas.

Entrenamiento de profesores. Establece la necesidad de un pre entrenamiento obligatorio de los profesores, para poder adquirir competencias emprendedoras que puedan ser transmitidas a los estudiantes.

Las competencias adquiridas por los estudiantes producto de los programas de emprendedorismo dentro del currículo educacional finlandesa incluye:

- Actuar con un espíritu emprendedor y de iniciativa.
- Actuar de manera innovadora y con perseverancia en el logro de una meta.
- Evaluar sus propias acciones y su impacto.
- Conocer la vida laboral y la actividad empresarial.
- Ser proactivos, estar familiarizado con las diferentes formas y oportunidades de emprendimiento.

Para el 2015, el Ministerio de Educación finlandés tiene previsto que la educación emprendedora se haya afianzado como una parte sólida y un componente más fuerte del currículo educacional; para entonces espera la integración entre la educación, estrategias comerciales y los planes de desarrollo locales. Para cumplir este objetivo se presta apoyo financiero a las escuelas con la finalidad de que dicho ministerio cumpla con las metas establecidas.

Australia

El Consejo ministerial de Educación, Empleo y Entrenamiento de Australia considera que la educación actual debe estar acorde con los cambios suscitados a nivel mundial, tales como:

- La integración global y la creciente movilidad estudiantil.
- El auge económico de nuevas potencias económicas como la India y China.
- La globalización y el cambio tecnológico.
- Medio ambiente complejo por presiones sociales y económicas.
- Rápido crecimiento de las tecnologías de la información.

Para ello propone que la forma de proveer una alta calidad de vida a sus ciudadanos, es mediante una educación que brinde habilidades y conocimientos para competir en una economía global mediante la innovación.

En el siglo XXI la capacidad de Australia para proveer una alta calidad de vida dependerá de su habilidad para competir en la economía global basada en conocimiento e innovación. La educación equipa a los jóvenes con el conocimiento, la comprensión, las habilidades y los valores para aprovechar con ventaja la oportunidad y encarar los desafíos de esta era con confianza. (Declaración de Melbourne sobre Metas educativas para los jóvenes australianos 2008) En la Declaración de Melbourne (2008), documento que guía los objetivos de educación de Australia, se señalan los objetivos educacionales para desarrollar una educación emprendedora. Estos objetivos incluyen:

- Creatividad, autoconfianza, capacidad para responder a los cambios y habilidad para generar, reconocer y aprovechar oportunidades.
- Preparación de los estudiantes para tomar responsabilidad sobre su propio aprendizaje, sobre su educación post secundaria y sus oportunidades laborales.
- Desarrollo personal que posibilite a los estudiantes adaptarse y tomar ventajas de las circunstancias de cambio en los negocios, empleo y comunidad.

Estos objetivos indican la importancia que el Estado australiano le otorga a temas como la innovación y el emprendedorismo. El currículo educacional de Australia contiene el curso de Economía y negocios, que se enseña en los 12 años que dura la vida escolar.

LAS COMPETENCIAS EMPRESARIALES Y EMPRENDEDORAS

Considerando que el Ministerio de Educación del Perú (MINEDU) ya ha trabajado este tema con anterioridad y por lo tanto tiene un contacto y apreciación sobre el mismo, nos parece pertinente presentar los resultados del trabajo realizado por SASE Consultores e IPAE (Instituto Peruano de Acción Empresarial) para este ministerio en el marco del Programa de Mejoramiento de la Calidad de la Educación (MECEP) con financiamiento del Banco Mundial (BM) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Los objetivos de esta investigación fueron determinar las competencias necesarias para crear y gestionar micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú, así como proponer medidas para que el MINEDU pueda implementar los inicios de una educación emprendedora en la educación secundaria. Para lograr estos objetivos se hizo una encuesta en el ámbito nacional a más de 1.000 MYPE, se entrevistó a 87 empresarios y empresarias en actividad y se realizaron nueve grupos focales (*focus groups*) con diversos grupos de empresarios. Este trabajo se realizó durante 1999, año en el que también se discutieron los resultados con el MINEDU y los funcionarios del MECEP; finalmente en el año 2001 se publicó en forma oficial el documento³⁶.

36 Villarán, Fernando, coord. (2001). *Competencias necesarias para la creación y gestión exitosa de pequeñas y microempresas en el Perú*. Lima: MED. MECEP. Este documento es la síntesis de un trabajo completo desarrollado por el autor.

La primera parte del trabajo consistió en determinar las funciones que deben realizar los empresarios y empresarias de las MYPE peruanas en la conducción exitosa de su empresa. Las encuestas, las entrevistas y los grupos focales dieron cuenta de estas funciones, valoradas por los propios gestores y propietarios de las empresas.

La segunda parte del trabajo consistió en determinar las competencias, entendidas como: “la capacidad de la persona para construir y utilizar conocimiento, resolver problemas, tomar iniciativas y desempeñarse con eficacia, eficiencia y satisfacción frente a cualquier aspecto de su realidad. Incluyen tres dimensiones: el saber, el saber hacer y el ser” (tal aparece en el documento mencionado), que los empresarios y empresarias de las MYPE requirieron, tanto para crear sus propias empresas como para gestionarlas exitosamente.

3.1 Las funciones empresariales en las MYPE peruanas

El cuadro que sigue presenta las funciones empresariales con los aprendizajes manifestados por los empresarios y empresarias (segunda columna), los mismos que aparecen en el orden en que fueron priorizados por los encuestados. En la tercera columna aparece el nivel de la competencia que articula el aprendizaje, que como hemos visto puede ser de tipo conceptual (saber), procedimental (saber hacer) o actitudinal (ser).

CUADRO N° 8
Funciones empresariales y sus aprendizajes

No.	FUNCIÓN EMPRESARIAL	APRENDIZAJES (Capacidades, habilidades, actitudes requeridas en la actividad empresarial)	Nivel que articula el Aprendiz.
1	Vender	<ul style="list-style-type: none"> • Buena atención al cliente • Ofrecer buenos precios y promociones • Creatividad en las ventas y la publicidad • Ofrecer productos o servicios de calidad • Conocer el mercado • Capacidad de convencer y comunicarse • Responsabilidad y cumplimiento • Voluntad de mejorar e invertir (en infraestructura y publicidad) • Formar un buen equipo de ventas • Ofrecer variedad y novedades • Reactivación de la economía (estar al tanto) 	<p>Saber</p> <p>Saber</p> <p>Ser</p> <p>Saber</p> <p>Saber</p> <p>Ser</p> <p>Ser</p> <p>Ser</p> <p>Ser</p> <p>Saber hacer</p> <p>Ser</p> <p>Saber</p> <p>-</p>

No.	FUNCIÓN EMPRESARIAL	APRENDIZAJES (Capacidades, habilidades, actitudes requeridas en la actividad empresarial)	Nivel que articula el Aprendiz.
2	Liderar (en la empresa y la comunidad)	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable / cumplido • Arriesgado / emprendedor • Perseverante / afán de superación • Creativo / innovador • Dirigir grupos humanos / liderar • Comunicativo / negociador • Tener conocimiento / información • Crear identificación con la empresa • Generar ética colectiva / valores • Tomar decisiones oportunas y acertadas • Motivar al personal • Tener respeto por los trabajadores • Inspirar confianza y cumplir su palabra • Seleccionar personal competente • Saber transmitir ideas y propuestas • Tomar decisiones acertadas • Capacitar permanentemente al personal • Ser abierto y proclive a la participación • Capacidad para negociar con trabajadores • Delegar responsabilidades 	<ul style="list-style-type: none"> Ser Ser Ser Ser Ser Ser Saber Ser Ser Ser Ser Ser Ser Saber hacer Ser Ser Saber Ser Ser Saber
3	Organizar	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones con proveedores • Aprovechar al máximo los recursos disponibles • Registrar precios, costos y ganancias • Dominar los aspectos contables • Realizar gestiones y trámites • Experimentar nuevos modelos de organización • Elaborar documentos e informes • Conocer y aplicar leyes (impuestos) • Tener orden y presentación • Ser responsable / puntual 	<ul style="list-style-type: none"> Ser Saber hacer Saber hacer Saber hacer Saber hacer Saber Saber Saber hacer Ser Ser
4	Producir	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar tecnología apropiada • Producir productos y servicios de calidad • Crear nuevos productos y servicios • Contar con personal calificado y motivado • Uso adecuado de maquinaria y equipos • Estimular la calidad en los procesos productivos • Tomar decisiones oportunas para obtener.. • Organizar métodos y sistemas eficientes • Pensar en el cliente • Mayor inversión de capital 	<ul style="list-style-type: none"> Saber Saber Saber Saber hacer Saber Ser Ser Saber Ser
5	Planificar y evaluar	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer y evaluar a la competencia • Aplicar creatividad en planes y estrategias • Realizar seguimiento del rendimiento • Buscar y evaluar nuevos mercados • Sensible a las nuevas tendencias • Generar y controlar procesos • Buscar y evaluar nuevas tecnologías • Buscar y decidir alianzas convenientes 	<ul style="list-style-type: none"> Saber Ser Saber hacer Saber Ser Saber Saber Saber
6	Innovar	<ul style="list-style-type: none"> • Generar novedades • Actualizarse constantemente • Promover la creatividad • Conocer información sobre avances tecnológicos • Abierto a lo nuevo • Disposición para invertir en equipos e instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Ser Saber Ser Saber Ser Ser
7	Manejar Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con obligaciones • Tener capacidad de negociar y renegociar • Ser creativo en la administración de recursos • Tener credibilidad / proyectar seguridad • Seleccionar fuentes de crédito • Elaborar e interpretar estados financieros 	<ul style="list-style-type: none"> Ser Ser Ser Ser Saber Saber

Fuente: Villarán, Fernando, coord. (2001). *Op. cit.*, p. 34-35.

Cada una de estas funciones empresariales es relevante para el desempeño exitoso de los empresarios y empresarias, sin embargo el grado de conciencia y dominio que ellos tienen sobre las mismas varía. Algunos empresarios son fuertes en ventas y otros lo son en producción, dependiendo también de la actividad a la que se dedican. De todas formas, se requiere un dominio mínimo de las siete funciones para poder asegurar el máximo de posibilidades de éxito.

En esta parte del trabajo realizamos el ejercicio de identificar cuál de las tres dimensiones (saber, saber hacer o ser) era la que articulaba el aprendizaje en cada caso. Este ejercicio no fue fácil y está sujeto a cierto nivel de controversia, pero lo consideramos útil para identificar la naturaleza del aprendizaje y para orientar el esfuerzo de transformarlas en contenidos educativos.

A lo largo de este trabajo pudimos observar una presencia muy importante de aprendizajes de tipo actitudinal, es decir, que corresponden al nivel del ser. Esta constatación es congruente con nuestras hipótesis de trabajo, pues las características principales de empresarios y empresarias tienen mucho más que ver con este tipo de cualidades personales que con conocimientos puros o teóricos. No existe empresario sin el deseo y la voluntad de llevar algo adelante, de vencer las dificultades, de perseverar a pesar de los problemas y fracasos, de convencer a sus socios y clientes, de comprometer a su personal, de proyectar una imagen de confianza y seguridad a financistas y proveedores, de derrochar y promover la creatividad; todas ellas, cualidades y actitudes absolutamente personales.

Luego están los aprendizajes con predominio de la dimensión cognoscitiva (saber). Mantienen una importancia que nadie duda dentro de la actividad empresarial. Es probable que la actual oferta educativa, principalmente la que se da a nivel técnico y universitario, permita pensar que estos aprendizajes estén parcialmente cubiertos. De todas formas, es dudoso que el solo dominio de los temas y contenidos teóricos sobre la actividad empresarial convierta a los poseedores de este conocimiento en empresarios.

Los aprendizajes con predominio de la dimensión procedimental o de manejo de tecnologías (saber hacer), que por supuesto son importantes y que se encuentran en cada uno de ellos, están en tercer lugar. Estos resultados corresponden con las hipótesis que estábamos manejando, puesto que el tipo de requerimientos para el buen comportamiento

empresarial son más de carácter general, aplicable a todas las actividades económicas y ramas productivas, y no de carácter específico para cada actividad económica específica.

3.2 Las competencias empresariales en las MYPE peruanas

A las competencias generales empresariales se ha llegado por dos caminos paralelos. Por un lado, se ha utilizado las funciones empresariales, a través de las cuales hemos desagregado con los empresarios y empresarias los aprendizajes (conocimientos, capacidades y actitudes) necesarios para cada una de ellas. En este conjunto de aprendizajes descubrimos patrones comunes (todas las funciones necesitan buena comunicación, por ejemplo) que nos llevaron a una primera aproximación de las competencias. Por otro lado, preguntamos de manera directa a los empresarios y empresarias, tanto en las entrevistas como en los grupos focales y la encuesta, qué pensaban de un conjunto de competencias que les presentamos como hipótesis de trabajo. En este caso, ellos confirmaron algunas, mejoraron otras y plantearon también algunas nuevas.

El resultado de este proceso de aproximaciones sucesivas son las competencias generales necesarias para crear y gestionar exitosamente pequeñas y micro empresas que presentamos a continuación.

1. **Tiene capacidad de comunicación fluida y empática, lo que optimiza el servicio al cliente, la satisfacción del personal y las buenas relaciones con los proveedores.**

La primera imagen de un empresario con buen dominio en la comunicación se asocia con la función de las ventas. Sin embargo, esta competencia tiene una complejidad mayor, ya que permite el establecimiento de relaciones de confianza con los clientes, los proveedores y el personal. El mercado se basa en relaciones de intercambio de productos y servicios tangibles, lo que requiere de la buena predisposición de quienes lo realizan y eso se funda en la creación de un escenario de confianza basado en códigos de conducta comunes que se crean y potencian a través de la empatía lograda entre personas e instituciones.

2. **Posee iniciativa y capacidad para tomar decisiones en situaciones normales o de riesgo, asumiendo permanentemente nuevos desafíos empresariales.**

Uno de los rasgos con el que más gustan identificarse los empresarios, que los distingue de quienes optan por participar en el mercado laboral como empleados,

es la iniciativa para asumir retos, resolver problemas y tomar decisiones. El empresario comanda un equipo que le asigna la función de líder, guía y conductor. Para ello, el empresario competente tiene que desarrollar la capacidad de precisar tendencias, priorizar información, demostrando dominio –y vocación– por tener conocimientos actualizados que le permitan tomar decisiones para el desarrollo de su empresa.

El empresario tiene la responsabilidad de trazar la ruta por la que transitará su empresa. De su visión y su capacidad para asumir y manejar situaciones de riesgo depende su sustento económico, el de sus trabajadores y la viabilidad de su negocio.

3. Resuelve problemas, busca permanentemente soluciones creativas, tiene una vocación por la innovación, el cambio y a la mejora continua en todos los ámbitos de su empresa.

El empresario competente siempre se enfrenta a una multiplicidad de problemas que debe resolver en su organización, los que debe resolver de manera eficaz y eficiente. Como manera de adelantarse a estos problemas, se orienta a la mejora continua en todos los ámbitos de su negocio generando dentro de su equipo un ambiente creativo que permita el permanente cuestionamiento sobre la manera de desarrollar los procesos productivos, métodos de trabajo, la presentación de los productos (incluyendo los servicios que brinda la empresa), etc. El empresario competente es sobre todo una persona que lidera un equipo que genera preguntas, problematiza lo que hace y encuentra las soluciones apropiadas.

La creatividad con la que enfrenta los problemas parte de su búsqueda constante de información y de su capacidad para discriminarla y procesarla, del análisis de su competencia y de la preocupación constante por lo que ocurre en los negocios afines de los países más desarrollados. Todo ello lo complementa con el desarrollo de una sensibilidad para captar las necesidades de sus clientes y para generar alianzas con sus proveedores de insumos, tecnología, financiamiento, conocimiento.

El empresario competente también sabe imitar al líder en su rubro y contagiar a su equipo esa sensación de insatisfacción permanente que no conduce a la frustración, sino a la búsqueda de la creatividad. Esta creatividad, esta generación de respuestas novedosas, tiene que ver con virtudes de asociación de conceptos y de información en función de las tendencias del futuro, así como con la claridad de visión que tiene acerca de lo que desea para de su empresa.

4. **Actúa en función de valores, comprometiendo las voluntades de colaboradores, clientes y proveedores, y generando una cultura empresarial propia.**

A decir de la mayoría de empresarios, la competencia que marca la distinción entre quién es empresario y quién no, es ante todo su capacidad de liderar a un equipo de personas asociada a la generación de riqueza y la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Ese liderazgo puede tener peculiaridades según el momento histórico, el modelo económico, la edad del empresario, el género, su formación y experiencia vital. Lo que es inalterable es que genera, en torno a él y a la misión que ha generado para su empresa, lealtades y un compromiso que moviliza las voluntades de los integrantes de su equipo que van más allá de la retribución económica con la que premia su esfuerzo. Para iniciar un reto empresarial, el emprendedor tiene que construir una visión que, en primer lugar, le genere un compromiso consigo mismo y lo estimule a desarrollar la fuerza interior que le permita trazar la estrategia de desarrollo de un negocio, aplicarla y comprometer a su equipo en su consecución. Es a partir de ahí que aparecen las necesidades de planificar, organizar el trabajo, innovar, producir, vender, financiar, procesar información, tomar decisiones, comunicar y dirigir un equipo.

5. **Obtiene, interpreta y prioriza información, demostrando dominio y actualización de conocimientos y destrezas necesarios para el desarrollo de la empresa incluyendo la tecnología.**

Los empresarios y empresarias se mueven en un mundo con muchas situaciones y variables, cada una de las cuales no solo está en constante cambio, sino que también pueden afectarlos de diversa manera. Por ello deben estar informados de lo que está ocurriendo a su alrededor, en el interior de la empresa, en su entorno más inmediato, en su zona o región de operación, en su país, en el continente y en el mundo.

Con la economía cada vez más globalizada, con el avance de las comunicaciones que acortan las distancias, además de estar informados tienen que discriminar la información y los acontecimientos que pueden afectar su negocio. Muchos autores hablan de que estamos en la era de la información, y ella está cada vez más disponible a través de múltiples medios; sin embargo, estamos llegando al punto de que existe demasiada información y que es imposible asimilarla toda. Por ello, para el empresario no solo se trata de ubicar las fuentes de información sino, sobre todo, tener la capacidad para priorizarla y discriminarla.

El dominio sobre las tecnologías que utiliza la empresa es una de las competencias más importantes en la medida en que son ellas las que le dan la productividad, que le permite a su vez ingresos más altos para él y sus colaboradores, así como las ventajas necesarias para mantenerse y avanzar en los mercados donde actúa.

6. **Desarrolla métodos de trabajo sistemáticos, organiza las funciones y áreas de su empresa, y controla todos los procesos dentro de su actividad empresarial.**

Esta competencia tiene que ver con aprendizajes específicos, técnicos y formales de administración, producción, finanzas, marketing, generalmente ajenos a los empresarios empíricos (sobre todo en los mayores de 40 años) pero cada vez más comunes entre los emprendedores jóvenes con mayor nivel de educación formal. Sin embargo, los empresarios competentes, tengan o no conocimientos formales en administración, logran desarrollar empresas organizadas con áreas definidas y métodos de trabajo sistemáticos, así como también metodologías de evaluación que les permiten reorientar los esfuerzos de su organización. Para ello desarrollan habilidades de contratación de personal al cual le dan la confianza y responsabilidad para que actúe en aquellas áreas que no dominan, sometiéndose muchas veces a sus criterios.

El empresario competente debe dominar a cabalidad las tareas que su empresa realiza para brindar un producto al cliente; diseñar una organización de acuerdo a sus fines; contratar personal adecuado asignándole responsabilidades y brindándole confianza y autoridad; generar y utilizar sistemáticamente métodos de control de los procesos productivos y del desempeño de las áreas; supervisar, capacitar y alentar al personal en el desarrollo de las tareas delegadas.

7. **Orienta sus esfuerzos hacia la generación de riqueza y la obtención de una ganancia, tiene una vocación por el ahorro y la inversión, y actúa guiado por una racionalidad económica, planteándose constantemente metas de crecimiento.**

El fin de una empresa es la generación de riqueza; y la consigna principal de un empresario es que al final de cada balance los ingresos sean mayores que los egresos y que estos se encuentren disponibles o pueda identificarlos claramente en las inversiones realizadas. Para ello, el empresario debe manejar las cuentas de su negocio de manera sistemática y ordenada, afinando los procesos de su empresa para generar sus productos al menor costo posible sin desmedro de la calidad. Asimismo, debe planificar sus inversiones adecuadamente, analizando con rigurosidad todos los

factores que puedan confluír o entorpecer su recuperación. Sus decisiones se deben basar en criterios de racionalidad económica sin excluir la ética, las normas y la ley.

El manejo financiero requiere de conocimientos específicos concretos, que tienen mucho que ver con aprendizajes obtenidos en la educación formal y, que en todo caso, se suplen con una adecuada contratación de personal y diálogo con las instituciones financieras y empresariales de mayor experiencia. Muchos empresarios tienen cierta aversión a la rigurosidad que exige esta competencia y manifiestan que es su talón de Aquiles. El criterio financiero muchas veces reprime el ímpetu, la iniciativa y la creatividad empresarial forzándolos a actuar con criterios realistas.

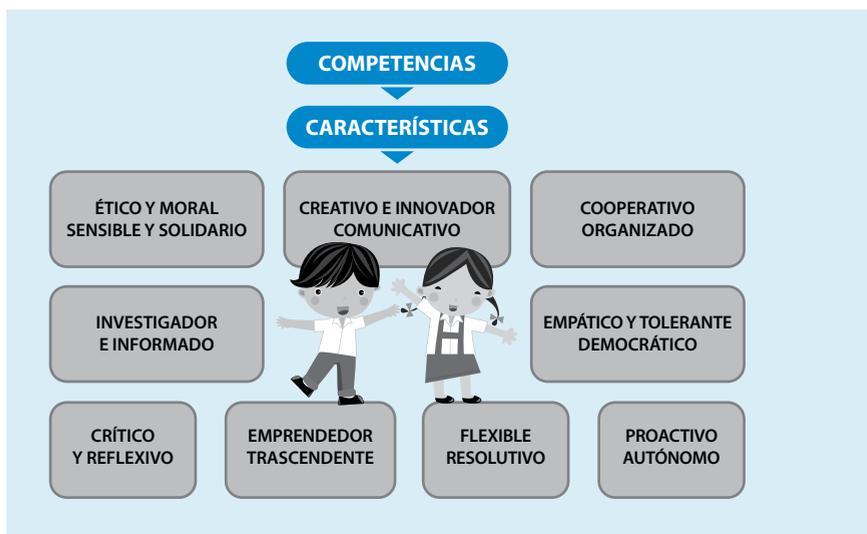
ANÁLISIS DE LA EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO EN LA EBR

Los objetivos vigentes de la Educación Básica Regular (EBR) incluyen diversos aspectos de la vida económica en la que viven los alumnos y que van a tener que enfrentar cuando salgan de las escuelas. Según el Diseño Curricular Nacional de Educación Básica Regular, Ministerio de Educación, Lima, diciembre 2008, se trata de “desarrollar actividades laborales y económicas que le permitan organizar su proyecto de vida y contribuir al desarrollo del país”, también menciona “desarrollar aprendizajes en las ciencias, humanidades, la técnica, así como aquellos que permitan al educando un buen uso y usufructo de las nuevas tecnologías”. Es decir, aun en los objetivos más generales de la EBR, ya se encuentran elementos importantes de una educación emprendedora.

En cuanto a los propósitos de la EBR, también encontramos orientaciones claras que la sustentan, como es el caso del N° 8: desarrollo de la capacidad productiva, innovadora y emprendedora como parte de la construcción del proyecto de vida de todo ciudadano. Precisa que las instituciones educativas, en el marco de una cultura productiva, innovadora y emprendedora, deben ofrecer las oportunidades y condiciones para que el estudiante aprenda a decidir y asumir retos. Posibilitándole también la capacidad para escoger entre las opciones laborales existentes. Estas capacidades productivas y actitudes emprendedoras contribuirán a responder a los retos del desarrollo local, regional y nacional en el contexto de la globalización.

Así como el propósito N° 10: desarrollo de la creatividad, innovación, apreciación y expresión a través de las artes, las humanidades y las ciencias; permitiendo a los estudiantes tomar conciencia sobre su identidad, la libertad, los afectos y el sentido de trascendencia, debiendo desarrollar capacidades para que les permita expresarse en contextos tan diversos como el peruano.

GRÁFICO N° 13³⁷



Tomado de: Perú. Ministerio de Educación del Perú - MED. (2009). *Diseño curricular nacional de la Educación Básica Regular*. Lima, p. 32.

En cuanto a las características y competencias que los estudiantes tienen que haber adquirido a lo largo de su educación básica regular, se proponen varias que se asocian estrechamente a las actividades emprendedoras como la creatividad e innovación, ser flexible, resolutivo, proactivo, autónomo, comunicativo, emprendedor y trascendente.

Una de las principales áreas de la educación secundaria, es la Educación para el Trabajo. Ella se desarrolla a lo largo de toda la educación secundaria, es decir, empezando desde el primero hasta el quinto y último año de secundaria.

37 Gráfico y datos tomados del documento: *Diseño Curricular de la Educación Básica Regular*, Ministerio de Educación, Lima, 2008.

La finalidad del área de Educación para el Trabajo (EPT) es desarrollar competencias laborales, capacidades y actitudes emprendedoras que permitan a los estudiantes insertarse en el mercado laboral como trabajador dependiente o generar su propio puesto de trabajo creando su microempresa, en marco de una cultura exportadora y emprendedora.

En cada uno de los cinco años de secundaria la educación para el trabajo se organiza alrededor de tres ejes: 1) gestión de procesos, 2) ejecución de procesos, y 3) comprensión y aplicación de tecnologías. Esta última es la parte menos clara de toda el área de la Educación para el Trabajo, puede prestarse a confusiones por parte de los profesores y los propios alumnos.

En cada uno de los cinco años de secundaria, junto con las capacidades que vienen de los tres ejes mencionados se trabajan las siguientes actitudes:

ACTITUDES

- Muestra disposición emprendedora.
- Tiene disposición y confianza en sí mismo.
- Tiene voluntad y automotivación para el logro de sus metas.
- Muestra autonomía para tomar decisiones y actuar.
- Tiene disposición para trabajar cooperativamente y disposición para liderar.
- Cumple con las normas de seguridad.
- Valora la biodiversidad del país y se identifica con el desarrollo sostenible.

Tomado de: Perú. Ministerio de Educación del Perú - MED. (2009). *Diseño curricular nacional de la Educación Básica Regular*. Lima, p. 473.

Ellas son parte del núcleo central de la educación emprendedora. Esto significa que la educación para el trabajo ha evolucionado de una visión tradicional de la formación laboral para el trabajo dependiente a una visión más moderna y emprendedora.

Es decir, es posible diseñar e implementar una educación emprendedora durante la Educación Básica Regular (EBR) con las actuales normas y políticas del Ministerio de Educación en Educación Básica Regular y específicamente de Educación para el Trabajo. Habría que introducir cambios menores en el área de Educación para el Trabajo; y seguramente también, cambiarle de nombre.

LINEAMIENTOS PARA IMPLEMENTAR UNA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN LA EBR

La implementación de una educación emprendedora en la Educación Básica Regular peruana es una tarea muy grande y va a demandar el concurso de muchas personas e instituciones. En las líneas que siguen solo pretendemos lanzar algunas ideas para iniciar una discusión más amplia y sostenida.

5.1 Desarrollar la autoestima (el ser) de los alumnos a partir de las actividades empresariales familiares

La característica actitudinal más importante de los emprendedores es la autoestima, sin ella es imposible plantearse y asumir objetivos y retos que hacen crecer y liberan. Si uno no se siente capaz de formular objetivos y metas nunca los va a realizar. Esta característica se ubica en el cuarto pilar del “Informe Delors” (desarrollado en el capítulo 1): el ser. El ser está antes del saber y antes del actuar. Si uno no se siente *alguien*, si uno no tiene o adquiere una identidad, es muy difícil dar algún paso con independencia y autonomía. Los que se sienten poca cosa son los perfectos empleados dependientes que solo obedecen ordenes.

El mejor punto de partida para fortalecer la autoestima es conocer, investigar y valorar lo ya están haciendo los alumnos en sus casas, en sus parcelas, en sus talleres. Según las cifras presentadas anteriormente, existen 3,2 millones de micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú, 1,6 en el campo (pequeños propietarios agrícolas) y 1.6 en las ciudades,

microempresas urbanas. A ellos hay que sumar 2,6 millones de personas que trabajan en forma independiente en diversos oficios y actividades. Todas ellas son personas que trabajan en forma independiente, representan el 40% de la población económicamente activa (PEA). Es decir, aproximadamente el 40% de las familias en el Perú realizan actividades empresariales, la mayoría en forma precaria e informal. Estos porcentajes son mucho mayores en las regiones menos desarrolladas del país. El Perú oficial no toma estas actividades en serio, tampoco las escuelas. No son tema de atención y menos de estudio.

Desde el punto de vista de la construcción de una autoestima fuerte, no es una buena idea empezar negando o ignorando lo que uno hace o lo que hace la familia de uno.

Eso sin que hasta aquí se haya hablado de los niños que trabajan. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), son 3 millones en el Perú y esto debe ser erradicado. No es la mejor idea para fortalecer la autoestima de los niños y jóvenes trabajadores decirles que lo que están haciendo está mal y que deben dejar de hacerlo. Salvo los casos de explotación del trabajo infantil como es el caso de la minería informal del oro, muchos de trabajos son razonables, como el pastoreo o la ayuda a los padres en sus talleres-casa al regreso del colegio. Felizmente Alejandro Cussianovich, educador y experto peruano, está ayudando desde hace muchos años a los niños y adolescentes trabajadores, con una mirada más amplia sobre este tema. Los ayuda a organizarse y mejorar sus condiciones de vida, en instituciones como el Movimiento de adolescentes y niños trabajadores hijos de obreros cristianos (MANTHOC) y otras.

La misma lógica se puede tener con los maestros y maestras del Perú; ellos ya están realizando una gran variedad de actividades económicas y empresariales para complementar sus reducidos ingresos. Por ejemplo, es sabido que miles de maestros han creado cabinas de Internet, brindando un servicio de gran utilidad para sus comunidades y mejorando sus ingresos. En este negocio, ellos no solo brindan un servicio, sino que aprenden muchas de las competencias empresariales que bien podrían compartir en el aula. Incluir su experiencia como material educativo dentro de los cursos regulares sería un acto de reconocimiento merecido, que daría muy buenos resultados en el campo de la educación emprendedora.

En resumen, el punto de partida de una educación emprendedora sería conocer y reconocer las actividades empresariales y productivas que ya están haciendo los alumnos

y sus maestros, de manera que los primeros conceptos, las primeras teorías impartidas en las aulas deberían ser para mejorar las actividades que ya están realizando, lo cual redundaría directamente en beneficios para ellos y sus familias.

5.2 Ampliar las opciones laborales y económicas de los alumnos

Que se sepa, no hay un mapa claro de las opciones laborales para los alumnos de secundaria en el Perú, salvo que se quiera identificar este mapa con las opciones de estudio que presentan las universidades y los institutos tecnológicos; las mismas que se brindan en las charlas y cursos de orientación vocacional. Por lo general, estos contenidos están muy marcados por el empleo dependiente y las oportunidades de trabajo remunerado que ya ofrece el mercado laboral: 'Estudio ingeniería industrial porque ya existe una oferta educativa sólida y tengo más posibilidades de obtener un empleo en una empresa grande y formal'. 'Estudio economía porque tengo más posibilidades de obtener un trabajo en el Banco Central de Reserva', o 'Estudio filosofía porque voy a poder entrar a enseñar en la PUCP'.

Los dos grandes campos que tiene que enfrentar el alumno es: a) ser dependiente o b) ser independiente. Esta opción está presente en todas las actividades y profesiones: 'Puedo ser un médico del seguro social o puedo crear una clínica veterinaria en mi pueblo'. 'Puedo ser un investigador de una gran corporación o voy a crear mi empresa de alta tecnología con apoyo del gobierno o del sector privado.

Las tres grandes opciones de los alumnos son: sector privado, sector público o sector social. Es decir: 'Voy a trabajar para en el sector privado enfrentando el mercado, voy a trabajar en el aparato estatal o voy a trabajar en el sector social'.³⁸ En el Perú, en el sector público labora el 8% de la PEA, aunque en los países desarrollados puede llegar a representar el 20%. En caso de las ONG, no hay estadísticas para el Perú; quizás podrían llegar a ser el 2% o 3% de la PEA, aunque también pueden llegar a ser el 10%, como en los países desarrollados.

Otra mirada para esta segunda clasificación puede ser la de ubicar a los actores económicos en sus respectivos roles frente a la creación de la riqueza y el valor, punto de vista que asume el libro "La picadura del escorpión" en su capítulo cuarto. Allí se proponen

38 Se entiende por este último a las Organizaciones No Gubernamentales (ONG)

tres grandes categorías: 1) creadores de riqueza y valor (donde se ubican los actores económicos: emprendedores, innovadores, investigadores y científicos, emprendedores sociales), 2) los que trasladan la riqueza y añaden valor (donde se ubican los hombres de negocio, ejecutivos y administradores, las corporaciones, el Estado, las cooperativas, las ONG), y 3) los que destruyen valor (donde se ubican los monopolios, los especuladores, las empresas mercantilistas y la corrupción)³⁹.

En realidad los dilemas que tienen los estudiantes y los jóvenes no son definitivos, pueden optar por ser empleados dependientes para adquirir experiencia y luego crear una empresa propia y pasar a la vida independiente; o al revés, empezar con un negocio propio pero darse cuenta que valoran más la estabilidad del empleo en una gran corporación o en la acción social y se pueden pasar al Estado o a una ONG.

En la tercera clasificación estarían las profesiones y las actividades económicas, que son las que generalmente se tienen en cuenta desde hace algún tiempo: 'Voy a trabajar en la agricultura, en la industria, en la educación, en las fuerzas armadas, en la administración de justicia o ser jugador de fútbol'. Para muchos niños y jóvenes aquí empiezan las opciones cuando en realidad es solo el tercer paso; hay que ser conscientes que se deben dar los otros dos en primer lugar. Aquí las opciones son miles, basta ver la lista de profesiones y carreras que ofrecen las universidades e institutos; también ver la lista de actividades económicas que existe en la realidad, organizadas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) –disponible en la Internet– en la que se encuentran miles de actividades, desde fabricar barcos hasta dar créditos, pasando por vender casas y reparar televisores.

Aquí también se puede cambiar de profesión, especialidad y afición. Se puede empezar amando el mar y estudiar oceanografía, pero luego descubrir que se marea y/o se aburre, y pasa a ser gerente de una empresa de marketing por Internet. Estos cambios ocurren cada vez con mayor frecuencia en el siglo XXI, probando que muchas veces el conocimiento especializado se adquiere en el propio trabajo, que las empresas, las instituciones y el sector público están buscando personas con competencias generales: capacidad para el trabajo duro, responsabilidad, liderar, ser creativo, resolver problemas, ubicar oportunidades, saber aprovecharlas, trabajar en equipo, entre otras.

39 Villarán, Fernando. (2012). *Op. cit.*

Pero el asunto es todavía más relativo; hay países que les gusta el empleo dependiente, como en el caso de Japón, y les va muy bien. A otros les gusta el campo y las actividades agrícolas, es el caso de Francia; a otros les gusta investigar, Rusia por ejemplo, en donde hay muchos investigadores en las universidades, las empresas y centros de investigación; a otros les gusta las armas y hay mucha gente fabricándolas y usándolas como en Estados Unidos. Esto es todavía más extremo en el ámbito local y regional; por ejemplo, en Maranello, una pequeña ciudad de Italia (de 16,000 habitantes), prácticamente todos trabajan en la empresa Ferrari porque allí está su planta principal; o el trabajo en la industria del salmón, que predomina en varias ciudades del sur de Chile.

Por todas estas consideraciones, quizás lo más conveniente y pedagógico sea armar el mapa de opciones laborales y económicas con los propios alumnos en clase. Darles algunos materiales de lectura como: 1) las carreras que ofrecen las universidades e institutos, 2) el CIU, 3) la relación de las actividades predominantes en su pueblo o en la región (que puede ser parte de un ejercicio anterior), 4) la lista de ejemplos de trabajos y actividades, o quizás 5) una lista con los sueños, construyendo el mundo del futuro a su voluntad; y a partir de allí construir los mapas de opciones en forma colectiva.

5.3 Conocer y emular modelos empresariales (*role models*)

Casi todas las investigaciones realizadas sobre emprendedorismo, en todos los países del mundo, señalan que una de las causas principales por las que los jóvenes (y no tan jóvenes) ingresan a la actividad empresarial es porque siguen el ejemplo de un empresario o empresaria que ellos admiran. Esto es particularmente cierto en estudiantes de menores edades que están buscando figuras externas para seguirlos e imitarlos. Los empresarios pueden ejercer una influencia en la vida de las personas mucho mayor a la de los padres y al ofrecimiento de todas las carreras que hacen los centros de estudios.

‘¿Quién quiero ser en el futuro? ¿Bill Gates, el más millonario, Albert Einstein, el más inteligente, o Julia Roberts, la más admirada?’ Los medios de comunicación juegan un papel muy importante en esto, aunque ahora compiten con las redes sociales y la Internet. Hace algunos años no se veían los rostros de los empresarios y empresarias de Gamarra en los periódicos, solo se veían los rostros de los grandes empresarios limeños; ahora aparecen todos los días junto con Gastón Acurio y sus colegas de la Asociación Peruana de Gastronomía (APEGA). La influencia de Acurio es impresionante; falta estudiar cuántos

se han metido a estudiar para *chef* siguiendo exclusivamente su ejemplo. Explicitar los modelos de todos los alumnos de un salón puede ser una ejercicio muy aleccionador, estimulante y útil para ellos; también para el profesor. La lista debe variar radicalmente de salón en salón, de colegio en colegio.

En la práctica significa que las escuelas inviten a empresarios y empresarias, exitosos o no (se aprende más de los errores) a dar charlas y conversar con los alumnos, ver videos de conferencias nacionales e internacionales, discutir sus contenidos en clase. Así se va ampliando el universo de modelos a seguir y ejemplos a imitar, aumentando también las opciones.

5.4 Tener experiencia previa relevante

Una investigación realizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco de Tokio explorando las raíces del emprendedorismo en Asia y América Latina⁴⁰, halló que la principal explicación para el éxito en las nuevas empresas generadas era una adecuada experiencia previa –generalmente en un empleo dependiente– en alguna actividad relacionada o similar a la que finalmente se emprendió. Esta experiencia previa es fundamental para adquirir el conocimiento y la práctica del funcionamiento de una empresa, de las funciones principales, las ventas, las relaciones con los clientes, con los proveedores, el manejo del personal, el mantenimiento de la maquinaria, entre muchos otros aspectos del negocio. No hay nada como un buen baño de realidad, del mercado, de los aspectos centrales de la actividad y el negocio. En el otro extremo, son pocos los casos de jóvenes emprendedores que salen de las escuelas, institutos o universidades y crean sus empresas sin pasar por una experiencia previa, o en todo caso, los que lo hacen tienen más probabilidades de fracasar.

Una de las pistas de esta experiencia previa es que sea en un lugar y en un nivel que permita tener una visión completa, o por lo menos amplia del negocio, como por ejemplo una gerencia, una jefatura, un cargo de cierta responsabilidad, o de asistente de un cargo de responsabilidad. No se aprende mucho desde un rincón aislado de la empresa.

Esto significa que las escuelas intensifican las relaciones con las empresas de la localidad y región para que haya visitas a sus instalaciones, prácticas pre profesionales, prácticas

40 Kantis, Hugo, Masahiko Ishida, y Masahiko Komori. (2002). *Op. cit.*

vacacionales, ayudar a conseguir trabajo a sus alumnos, mediante bolsas de trabajo, servicios de información, utilizando los servicios de este tipo que ya existen como los del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y otros privados. Para esto es muy importante mantener el contacto con los egresados, con la escuela y entre ellos mismos.

5.5 Saber elaborar y utilizar los planes de negocio

Está probado que el instrumento más poderoso para crear una empresa es la teoría y la práctica de elaborar un plan de negocio (*business plan*), contribuyendo de paso a generar un mayor espíritu empresarial. Hay miles de modelos de planes de negocio, muchos de ellos en Internet, aunque los elementos centrales no varían: 1) definir el bien o servicio a producir u ofrecer, 2) estudiar el mercado, los clientes potenciales, la competencia, el marketing, 3) la localización del negocio, 4) el personal necesario, incluyendo a la gerencia, 5) la tecnología, la maquinaria y/o equipos, 6) la organización de la empresa, 7) el flujo de caja, ingresos y egresos, gastos fijos y variables, la utilidad, 8) las inversiones necesarias, las fuentes de capital, los socios, los préstamos, 9) los estados financieros proyectados.

Las versiones de planes de negocio pueden ir desde las más simples hasta las más complejas, se pueden ir dosificando a lo largo de los cinco años de secundaria, teniendo en cuenta que todos los egresados de secundaria deben salir dominando la elaboración de un plan de negocios. Debe ser como saber montar bicicleta o manejar auto, algo que todo el mundo debe conocer y aplicar.

La filosofía básica del plan de negocio, y no por sencilla menos potente, es que una persona que quiere poner una empresa, tiene que tener la capacidad de crearla primero en el papel; si no es capaz de crearla en el papel, seguramente no le va a ir muy bien en la práctica. Experimentar diversas alternativas de negocios, antes de invertir un centavo en ellas, es siempre una muy buena idea. Seguramente la gran mayoría de los conductores de las microempresas de sobrevivencia que se crean año a año en el Perú, no han hecho un plan de negocios, no saben qué es eso.

5.6 Construir redes socioeconómicas

Otra de las claves del éxito en la creación de nuevas empresas son las relaciones que el futuro empresario va construyendo. Este argumento refuerza el tema de la experiencia

previa de empleo pues ese es el momento donde se pueden ir construyendo estas relaciones. También se pueden construir en las instituciones educativas, ya sea de nivel básico o superior. Si alguien no tiene relaciones, ni conocidos, ni contactos, ¿cómo va a conseguir clientes, colaboradores, socios, proveedores, prestamistas? Todos estos personajes claves para la marcha de un negocio no surgen de la nada, no aparecen de un día para otro frente al emprendedor; este debe ir construyendo en forma metódica y paciente estas relaciones, sobre todo si proviene de un entorno económico de bajos ingresos.

Por ello una de las competencias básicas del futuro emprendedor, como aparece en el capítulo 3, es la de saber comunicarse, saber relacionarse con gente de lo más diversa, de diferentes posiciones, ubicaciones e incluso de diversas formas de pensar.

Desde las escuelas debe promoverse las relaciones de los estudiantes con otros actores de la economía y el mercado. Conocer a los miembros de las cámaras de comercio, de las asociaciones de micro y pequeñas empresas, de gremios empresariales especializados como los de metal mecánica y otros. También las relaciones con los colegios profesionales de la localidad, sobre todo de ingenieros, investigadores y científicos; relaciones con los centros de investigación, tanto económicos, sociales como científicos y tecnológicos.

5.7 Trabajar en equipo

Bill Gates trabajó con Paul Allen para crear *Microsoft*, Robert Noyce trabajó con Gordon Moore para crear INTEL, Steve Jobs trabajó con Steven Wozniack para crear *Apple*, Larry Page trabajó con Sergey Brin para crear *Google*, y así sucesivamente. Dos cerebros piensan mejor que uno, y tres mejor que dos; diez pueden ser una multitud, pero hay una cifra mágica que dispara la creatividad y la interacción entre las neuronas, logra sinergias y produce innovaciones, muchas veces radicales. Es cierto que muchas de estas parejas luego se separaron, pero una vez que el éxito de la empresa ya estaba asegurado.

Sin duda, los emprendimientos exitosos requieren de la interacción de varias personas en diversos roles, con diversos conocimientos y especialidades; la combinación es fundamental, es una de las claves del éxito. Muy pocos la logran, La experiencia nos enseña que trabajar en forma aislada y solitaria no es la mejor opción.

El individualismo, que emergió con fuerza en los años ochenta en Estados Unidos y se esparció por el mundo, ayuda poco en este imperativo emprendedor. Considerar a los otros como competidores, rivales o enemigos quizás puede ser bueno para los tiburones de los bancos de inversión, pero para crear empresas innovadoras que crean riqueza y agregan valor a sus clientes no sirve.

En las escuelas hay que promover el trabajo en equipo, entre personas diferentes, de género diferente, de edades diferentes, de salones y de años diferentes, incluso de escuelas diferentes; eventualmente hasta podrían ser de localidades diferentes (que puede ser facilitado por la Internet). La interdisciplinariedad y la interculturalidad son fuentes de creatividad e innovación.

Las siete líneas de acción propuestas están muy lejos de reducirse a la creación de un curso de emprendedorismo, pues pensamos que el cambio hacia una educación emprendedora no se va a realizar con una acción aislada, sino que se trata de siete pistas que se pueden traducir en múltiples actividades, en los diversos niveles e iniciativas ya presentes en la Educación Básica Regular.

Los siguientes pasos se ubicarían principalmente en los terrenos del Ministerio de Educación y de los centros educativos públicos y privados respondiendo al documento y sus propuestas. La estrategia y acciones concretas que conduzcan hacia una educación emprendedora en la Educación Básica Regular pueden ser variadas, y va a depender de la concertación entre múltiples actores para determinar la forma final que tomen.

BIBLIOGRAFÍA

- Acemoglu, Daron, y James A. Robinson. (2012). *Por qué fracasan los países*. Bogotá: Deusto.
- Acs, Zoltan. (2006). "How is entrepreneurship good for economic growth?" *Innovations: technology governance globalization*. 1, 1, 97-107.
- Acs, Zoltan J., Pia Arenius, Michael Hay, y Maria Minniti. (2004). *Global entrepreneurship monitor: 2004 executive report*. Massachusetts: Babson College; London: London Business School.
- Angelelli, Pablo J., y Julia Prats. (2005). *Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y el Caribe: sugerencias para la formulación de proyectos*. Washington: BID.
- Australia. Northern Territory. Department of Education and Training. [2009]. *Enterprise education*. Darwin (Australia).
- Castells Oliván, Manuel. (1998). *La era de la información*. Madrid: Alianza.
- Chomsky, Noam. (1997). "¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales? [entrevista en el Z Media Institute]". *Qbitácora. Noam Chomsky - Medios de comunicación convencionales*. <<http://qbitacora.wordpress.com/2008/09/13/noam-chomsky-medios-de-comunicacion-convencionales/>>
- Chomsky, Noam. (1992). "El control de los medios de comunicación". Wintonick, Peter, y Marck Achbar. *Manufacturing consent: Noam Chomsky and the media* [documental]. Canadá: National Film Board of Canada.
- Colectivo Integral de Desarrollo - CID. (2001). *Jóvenes empresarios y creación de empresas en el Perú*. Lima.
- Consortium for Entrepreneurship Education. (2004). *The national content standards for entrepreneurship education*. Columbus (United States).
- Crocker, David A. (2008). *Ethics of global development: agency, capability and deliberative democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Delors, Jacques. (1996). *La educación encierra un tesoro: informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Madrid: UNESCO; Santillana.
- Drucker, Peter Ferdinand. (1994). *Post-capitalist society*. New York: Harper Business.
- Drucker, Peter Ferdinand. (1946). *Concept of the corporation*. New York: John Day Company.

- Eesley, Charles E., y William Miller. (2012). *Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship*. California: Stanford University.
- Estados Unidos. Small Business Administration -SBA. (2012). *Frequently asked questions*. Washington, september. Fuente: U.S. Census Bureau, SUSB and Nonemployer Statistics.
- Ewing Marion Kauffman Foundation. (2005). *Understanding entrepreneurship: a research and policy report 2005*. Kansas.
- Finland. Ministry of Education. (2009). *Guidelines for entrepreneurship education*. Helsinki: Helsinki University.
- Kantis, Hugo, ed. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Washington: BID; FUNDES.
- Kantis, Hugo, Masahiko Ishida, y Masahiko Komori. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia*. Washington: BID.
- Kelley, Donna J., Slavica Singer, y Mike Herrington. (2012). *Global entrepreneurship monitor: 2011 global report*. Massachusetts: Babson College; Santiago: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur (Malaysia): Universiti Tun Abdul Razak; London: London Business School.
- Kuczynski, Pedro Pablo, John Williamson, comps. (2003). *Después del consenso de Washington: relanzando el crecimiento y las reformas en América Latina*. Lima: UPC.
- Lévano, Cecilia. (2007). *Actualización de estadísticas de la MYPE*. Lima.
- Linares Scarcerieau, Dino. (2005). *Emprendedores y creadores de negocios en el Perú*. Lima: CID; Fundación Iberoamericana.
- Macedo, Beatriz. (2005). *Educación para todos, educación ambiental y educación para el desarrollo sostenible: debatiendo las vertientes de la década de la educación para el desarrollo sostenible*. Santiago: UNESCO.OREALC.
- Mayor, Federico. (1998). *La educación a las puertas del tercer milenio: [discurso con motivo del Congreso Intercontinental de Educación]*. Paris.
- Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2009). Perú: *Cuarto censo nacional económico 2008: principales resultados*. Lima.
- Perú. Instituto Peruano de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad de la Educación Básica - IPEBA. (2011). *Dos décadas de formación profesional y certificación de competencias: Perú 1990-2010*. Lima.

- Perú. Ministerio de Educación del Perú - MED. (2009). *Diseño curricular nacional de la Educación Básica Regular*. Lima.
- Piore, Michael J., y Charles F. Sabel. (1984). *The second industrial divide*. New York: Basic Books.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD. (2002). *Informe sobre desarrollo humano: Perú 2002: aprovechando las potencialidades*. Lima: PNUD.
- Roberts, Edward B., y Charles Eesley. (2009). *Entrepreneurial impact: the role of MIT*. Kansas: Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Sánchez Yábar, Guido. (2011). *Educación emprendedora: manual de capacitación del docente*. Lima: SYSA.
- Schumpeter, Joseph Alois. [1944]. *Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. México: FCE.
- Schumpeter, Joseph Alois. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper.
- Serida, Jaime, Oswaldo Morales, y Keiko Nakamatsu. (2012). *Global entrepreneurship monitor: Perú 2011*. Lima: Universidad ESAN.
- "Survey: the Japanese economy". (1993). *The economist*, 326, 12-15, march 6.
- Timsit, Sylvain. (2002). "Stratégies de manipulation". *Syti.net: le blog*. <<http://www.syti.net/Manipulations.html>>
- Vargas Llosa, Mario. (2013). "Apogeo y decadencia de occidente". *La república. Piedra de toque*. Lima, 13 de enero.
- Vargas Llosa, Mario. (2012). *La civilización del espectáculo*. Lima: Santillana.
- Villarán, Fernando. (2012). *La picadura del escorpión: ¿nos hemos librado de la crisis económica mundial?* Lima: Planeta.
- Villarán, Fernando, coord. (2001). *Competencias necesarias para la creación y gestión exitosa de pequeñas y microempresas en el Perú*. Lima: MED. MECEP.
- Villarán, Fernando, e Iván Mifflin. (2009). *Creando riqueza desde abajo*. Lima: Congreso de la República.
- Womack, James, Daniel Jones, Daniel Roos, y Donna Sammons. (1990). *The machine that changed the world*. New York: Macmillan.

