



Global
Entrepreneurship
Monitor

PERÚ

Reporte Nacional 2025/2026



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Reporte Nacional del Perú 2025/2026

Lima, Perú — 2026

Los datos presentados en este informe forman parte del proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM), la principal iniciativa global dedicada al estudio sistemático de la actividad emprendedora. Los reportes globales, perfiles de economías participantes y demás publicaciones del consorcio se encuentran disponibles en [GEM Consortium](#). La información correspondiente a la participación del Perú puede consultarse en [Núcleo Perú](#).

La recolección, procesamiento y gestión de los datos correspondientes al Perú han sido realizados por Núcleo — Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial, en su calidad de institución representante del proyecto GEM en el país. El levantamiento de datos de la encuesta APS se llevó a cabo con el apoyo de Neurometrics. El desarrollo de este proyecto en el ciclo 2025 contó con el apoyo institucional de CENTRUM PUCP y Making Connexion. Si bien la información utilizada en la elaboración de este reporte se enmarca en la metodología y estándares del consorcio GEM, el análisis, interpretación y conclusiones aquí presentadas son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Cita sugerida:

Ibáñez, M.J., Linares, F. (2026). Global Entrepreneurship Monitor. Reporte Nacional del Perú 2025/2026. Lima: Núcleo — Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.20750443>

Autores:

Dra. María José Ibáñez
GEM National Team Leader

Dr. Freddy Linares
Neurometrics

Equipo GEM Perú:

Coordinación del proyecto:	<i>Núcleo — Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial</i>
Levantamiento de datos APS:	<i>Neurometrics</i>
Levantamiento de datos NES:	<i>Equipo Nacional GEM Perú</i>
Colaboradores:	<i>Dr. José Carlos Véliz, CENTRUM Graduate Business School, Lima, Perú</i> <i>Dr. Mario Vargas, Universidad Andina del Cusco, Cusco, Perú</i> <i>Dr. Nicolás Núñez, CENTRUM Graduate Business School, Lima, Perú</i> <i>Dr. Julián Díaz, CENTRUM Graduate Business School, Lima, Perú</i>

Fotografía de portada: Freepik

Fotografía de contraportada: Unsplash

DOI: 10.5281/zenodo.20750443



2026 Los autores; Núcleo — Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial; Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una iniciativa de la GERA, con sede en London Business School, Regent's Park, Londres NW1 4SA, Reino Unido.

Este documento se distribuye bajo una licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 Internacional. Se permite su reproducción y distribución siempre que se cite la fuente, no se utilice con fines comerciales y no se realicen obras derivadas. Para más información: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Entidades auspiciadoras



Centrum PUCP

Centrum PUCP, escuela de negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) líder en educación superior de posgrado en negocios y educación ejecutiva en América Latina. Nuestro propósito es impulsar la prosperidad inclusiva, el bienestar de las personas y la competitividad de las empresas mediante una formación de excelencia con impacto positivo en la sociedad. Con más de 26 años de trayectoria, Centrum PUCP pertenece al exclusivo 1% de escuelas de negocios del mundo con la Triple Corona internacional: AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business), AMBA (Association of MBAs) y EQUIS (EFMD Quality Improvement System), además de contar con la acreditación BGA (Business Graduates Association), que reconoce la innovación, sostenibilidad e impacto de sus programas académicos.

La escuela destaca en rankings internacionales como Financial Times, QS, Eduniversal, Positive Impact Rating y WURI, consolidando su liderazgo global. Asimismo, mantiene alianzas con más de 75 instituciones académicas internacionales y participa activamente en redes como PRME de Naciones Unidas, Global Business School Network (GBSN), UNICON y FOME Alliance. Centrum PUCP promueve una educación orientada a la innovación, sostenibilidad y liderazgo responsable, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y ofrece una educación de posgrado en dirección de empresas con una mentalidad y competencias globales e investigación que generen un impacto positivo en las personas, el planeta, las organizaciones y la prosperidad inclusiva.



Neurometrics

Neurometrics es un laboratorio especializado en el estudio del comportamiento humano que combina sensores biométricos, data y algoritmos para comprender con precisión cómo las personas perciben, deciden e interactúan con productos, servicios en entornos físicos y digitales. Con más de 20 años de experiencia, la organización ha desarrollado proyectos de consultoría para empresas líderes del mercado peruano e internacional, así como investigaciones y alianzas con instituciones académicas y del sector público. Su portafolio de clientes abarca diversos casos en sectores como retail, tecnología, banca, educación, salud, consultoría y cosmética, entre otros.



Making Connexion

Making Connexion es una agencia peruana de relaciones públicas estratégicas y comunicación digital, especializada en transformar el valor corporativo en historias relevantes que conectan con las personas, los medios y los mercados. A través de un enfoque multidisciplinario que combina relaciones públicas, periodismo, estrategia digital, creación de contenidos y tecnología, la agencia ayuda a las marcas a posicionarse como voces autorizadas en sus respectivas industrias. Con más de una década de experiencia, Making Connexion trabaja con empresas, instituciones educativas, emprendedores y organizaciones orientadas a la innovación para construir credibilidad, visibilidad y vínculos significativos mediante relaciones con medios, redes sociales, liderazgo de pensamiento y ecosistemas de comunicación digital.

La agencia se distingue por integrar la tecnología en los procesos de comunicación mediante herramientas innovadoras y estrategias basadas en datos, que optimizan la gestión de medios, la distribución de contenidos y la conexión con las audiencias. Más que generar visibilidad, Making Connexion se enfoca en crear valor público, ayudando a las organizaciones a comunicar con propósito, relevancia e impacto medible en un mundo cada vez más digital e interconectado.

Índice General

Presentación.....	5
Acerca del GEM.....	6
Resumen Ejecutivo	7
Capítulo 1. Introducción y Marco de Referencia.....	8
1.1 El retorno del Perú al proyecto GEM	8
1.2 El proceso emprendedor en el modelo GEM	8
1.3 Marco teórico y metodología.....	9
1.4 Perú en el contexto internacional: una primera mirada.....	10
1.5 Implicancias para la lectura del reporte	12
Capítulo 2. Atributos Individuales hacia el Emprendimiento.....	13
2.1 Valoración social del emprendimiento	13
2.2 Percepciones y atributos individuales.....	14
2.3 Síntesis: fortalezas y brechas del sustrato subjetivo	15
Capítulo 3. Estructura y Dinámica Empresarial	17
3.1 Composición del proceso emprendedor.....	17
3.2 Perfil sociodemográfico de las personas que emprenden	18
3.3 Motivaciones para emprender.....	19
3.4 Financiamiento de los emprendimientos en etapa inicial	21
3.5 Síntesis de la dinámica empresarial peruana.....	21
Capítulo 4. Creación de Valor, Orientación Estratégica y Sostenibilidad	22
4.1 Expectativas de crecimiento y orientación al mercado	22
4.2 Innovación y competitividad	23
4.3 Herramientas digitales e inteligencia artificial.....	23
4.4 Orientación hacia la sostenibilidad social y ambiental	25
Capítulo 5. Mujeres y Actividad Emprendedora en el Perú	27
5.1 Una paridad excepcional en perspectiva regional.....	27
5.2 Motivaciones y perfil de las mujeres emprendedoras	28
5.3 Brechas en consolidación, sector y sostenibilidad	28
5.4 Implicancias para la política de género en el ecosistema emprendedor	29
Capítulo 6. Condiciones del Ecosistema Emprendedor.....	30
6.1 Metodología de la Encuesta Nacional de Expertos.....	30
6.2 Evaluación general del ecosistema: NECI y posición comparada	31
6.3 Análisis por condición del entorno emprendedor	31
6.4 Obstáculos, apoyos y recomendaciones de los expertos	34
6.5 Síntesis: un ecosistema con bases culturales sólidas y déficits institucionales persistentes	34

Capítulo 7. Conclusiones e Implicancias de Política	35
7.1 Síntesis de hallazgos: el perfil emprendedor peruano en 2025	35
7.2 Tensiones estructurales del ecosistema peruano	35
7.3 Agenda de política: recomendaciones por dimensión.....	36
7.4 Agenda de investigación: preguntas abiertas para ediciones futuras	37
7.5 Reflexión final	37
Ficha Metodológica	39
Encuesta a la Población Adulta (APS).....	39
Encuesta Nacional de Expertos (NES)	39
Clasificación del Perú en el GEM 2025.....	39
Referencias	40
Agradecimientos.....	41

Índice de Tablas

Tabla 1. Perú y países seleccionados de América Latina, indicadores clave	11
Tabla 2. Valoración social del emprendimiento en Perú	13
Tabla 3. Atributos individuales hacia el emprendimiento en Perú	15
Tabla 4. TEA por sexo, comparativa regional	18
Tabla 5. Motivaciones de emprendedores en etapas iniciales (TEA)	20
Tabla 6. Importancia de herramientas digitales para emprendedores en etapas iniciales en Perú	23
Tabla 7. Importancia anticipada de la inteligencia artificial para emprendedores peruanos.....	24
Tabla 8. Orientación hacia la sostenibilidad de emprendedores en etapas iniciales en Perú	25
Tabla 9. Condiciones del entorno emprendedor en Perú (NES)	32

Índice de Figuras

Figura 1. El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM	9
Figura 2. Marco teórico del GEM: condiciones del ecosistema, actitudes y actividad emprendedora	10
Figura 3. Actividad emprendedora temprana (TEA) y negocios establecidos (EBO), comparativa regional	11
Figura 4. Valoración social del emprendimiento en Perú, comparativa regional	14
Figura 5. Comparativa regional de percepciones emprendedoras	16
Figura 6. Estructura del proceso emprendedor en Perú: TEA, EBO y discontinuidad	17
Figura 7. TEA por sexo, comparativa regional.....	19
Figura 8. Motivaciones de emprendedores en etapas iniciales, comparativa regional	20
Figura 9. Alcance internacional de los emprendimientos en etapas iniciales, comparativa regional	22
Figura 10. Orientación hacia la sostenibilidad de emprendedores (TEA), comparativa regional.....	25
Figura 11. Participación por sexo en el proceso emprendedor TEA y EBO, comparativa regional	27
Figura 12. Índice Nacional de Contexto Emprendedor (NECI) de Perú, comparativa internacional	30
Figura 13. Radar de condiciones del ecosistema emprendedor en Perú, comparativa regional.....	33

Presentación

La presente edición del Reporte Nacional GEM Perú marca el retorno del país al Global Entrepreneurship Monitor (GEM), una de las principales iniciativas internacionales de investigación sobre emprendimiento. Este regreso representa una oportunidad valiosa para volver a contar con evidencia sistemática, rigurosa y comparable sobre la actividad emprendedora en el país. En el Perú, donde el emprendimiento forma parte de la vida cotidiana de millones de personas, disponer de este tipo de evidencia resulta especialmente relevante.

El reporte ofrece una mirada integral al fenómeno emprendedor en el Perú. A través de la metodología GEM, examina las percepciones y actitudes de la población frente al emprendimiento, la actividad emprendedora en sus distintas etapas, el perfil de quienes emprenden y las condiciones del entorno que pueden favorecer o limitar el desarrollo de nuevas iniciativas. Con ello, se busca aportar evidencia útil para comprender mejor la dinámica emprendedora del país y contribuir al debate académico, al diseño de políticas públicas y al fortalecimiento del ecosistema emprendedor peruano.

Más allá de los indicadores, este informe parte de una convicción central: comprender el emprendimiento en el Perú exige observarlo en toda su complejidad. Emprender en el país puede ser una aspiración, una oportunidad, una necesidad o una combinación de estas dimensiones. Por ello, contar con una base empírica sólida no solo permite describir el fenómeno, sino también interpretarlo con mayor precisión y situarlo en perspectiva comparada.

Se espera que este reporte sea de utilidad para investigadores, tomadores de decisión, instituciones públicas y privadas, actores del ecosistema emprendedor y todas las personas interesadas en comprender mejor los desafíos y oportunidades del emprendimiento en el Perú.

Se reconoce y agradece a las instituciones y personas que hicieron posible esta edición, así como a quienes contribuyeron al levantamiento, análisis y validación de la información. De manera especial, se destaca el respaldo de las entidades auspiciadoras, cuyo apoyo reafirma la importancia de producir conocimiento relevante sobre emprendimiento en el país. Se espera que este informe constituya un aporte valioso para la discusión pública, la investigación y la toma de decisiones, y que contribuya al desarrollo de un ecosistema emprendedor más sólido, inclusivo y sostenible para el Perú.



María José Ibáñez
National Team Leader, Perú

Acerca del GEM

El emprendimiento constituye un componente esencial del bienestar y la prosperidad de las sociedades. Además de impulsar el crecimiento económico, favorece la innovación, el aprovechamiento de nuevas oportunidades, el aumento de la productividad y la creación de empleo. Su relevancia, sin embargo, trasciende el plano estrictamente económico: también desempeña un papel importante en la respuesta a desafíos contemporáneos, como la transición hacia modelos de desarrollo más sostenibles y la adaptación frente a crisis económicas y sociales. En este contexto, la promoción del emprendimiento ocupa un lugar central en la agenda de gobiernos, instituciones académicas, organismos internacionales y actores del ecosistema emprendedor. Para orientar estas decisiones, resulta fundamental contar con información sólida, comparable y confiable que permita comprender cómo surge, evoluciona y se consolida la actividad emprendedora en distintos contextos.

Desde hace más de dos décadas, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) contribuye a este propósito. Se trata de un consorcio internacional de investigación que reúne a equipos nacionales, principalmente asociados a instituciones académicas, dedicados a estudiar el emprendimiento y las condiciones que influyen en su desarrollo. Su principal característica es que constituye la única fuente global de investigación que recoge información sobre emprendimiento directamente de la población adulta y de las propias personas emprendedoras. Esta aproximación permite observar el fenómeno desde una perspectiva amplia, que incluye tanto las percepciones y actitudes de la población como la actividad emprendedora en sus distintas etapas y las condiciones del entorno que influyen en su desarrollo.

La trayectoria de GEM es amplia y reconocida a nivel internacional. Desde su creación en 1999 como una iniciativa conjunta entre Babson College y London Business School, el consorcio se ha consolidado como una de las principales fuentes de información comparada sobre emprendimiento en el mundo. Además del GEM Global Report, publicado anualmente, la iniciativa produce reportes nacionales y estudios temáticos que contribuyen al debate académico, institucional y de política pública en numerosos países. En términos acumulados, GEM reúne más de dos décadas de información, ha incorporado la participación de más de cien economías en todos los continentes y ha articulado el trabajo colaborativo de cientos de especialistas e instituciones académicas. Gracias a la continuidad de su trabajo, la amplitud de su cobertura y la solidez de su metodología, constituye el estudio continuo más amplio del mundo sobre la dinámica del emprendimiento.

En el caso peruano, esta trayectoria adquiere una relevancia particular. La edición GEM Perú 2025/2026 marca el retorno del país al proyecto luego de varios años de ausencia: la participación peruana se interrumpió en 2018 y el último reporte nacional correspondió al período 2018–2019. En ese sentido, el presente informe no solo ofrece una radiografía actualizada del emprendimiento y del ecosistema emprendedor en el Perú, sino que también restablece una línea de evidencia comparable de gran valor para la investigación, la formulación de políticas públicas y el diseño de estrategias orientadas al fortalecimiento del emprendimiento en el país.

Resumen Ejecutivo

La edición GEM Perú 2025/2026 marca el retorno del país al proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) luego de varios años de ausencia. La participación peruana se interrumpió en 2018, siendo el último reporte nacional el correspondiente al período 2018–2019. Este informe restablece una línea de evidencia comparable y actualiza el diagnóstico sobre la dinámica emprendedora del país a partir de dos fuentes complementarias: la Encuesta a la Población Adulta (APS), que recoge percepciones y actividad emprendedora, y la Encuesta Nacional de Expertos (NES), que evalúa las condiciones del ecosistema.

Los resultados muestran que el Perú mantiene una relación socialmente favorable con el emprendimiento. El 84.2% de la población adulta percibe oportunidades para emprender, el 78.2% considera que cuenta con las capacidades necesarias y el 81% conoce a alguien que ha iniciado un negocio recientemente. Estos niveles sitúan al país entre las economías con mayor percepción de oportunidades y autoconfianza emprendedora a nivel global.

Sin embargo, esta fortaleza subjetiva no se traduce plenamente en resultados empresariales. La Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) alcanza el 12.8% de la población adulta, mientras que los negocios establecidos (EBO) representan el 5.3%. Esta brecha evidencia limitaciones en la consolidación de las iniciativas. A pesar de ello, destaca la paridad de género en el emprendimiento temprano (13.3% mujeres y 12.4% hombres), un rasgo distintivo en el contexto regional.

El perfil motivacional revela la coexistencia de emprendimiento por oportunidad y por necesidad: el 85.9% busca generar altos ingresos, mientras que el 71.6% señala la escasez de empleo como motivación. Asimismo, el 63.4% declara una orientación hacia el impacto social. No obstante, la internacionalización es limitada: solo el 12.7% de los emprendimientos reporta clientes fuera del país, lo que refleja una fuerte orientación hacia el mercado interno.

Desde la perspectiva del entorno, el ecosistema emprendedor presenta debilidades estructurales. El Índice Nacional de Contexto Emprendedor (NECI) alcanza un valor de 3.9, ubicando al Perú en el puesto 46 de 53 economías a nivel global. Solo tres de las trece condiciones evaluadas superan el umbral de suficiencia: la infraestructura física (5.2), las normas sociales y culturales (5.1) y la educación emprendedora post-escolar (5.0). En contraste, destacan como principales limitaciones las políticas públicas de apoyo (2.6), la transferencia de investigación y desarrollo (3.0) y la educación emprendedora en etapas escolares (3.2).

En conjunto, los resultados evidencian una tensión estructural que caracteriza al emprendimiento en el Perú: una cultura favorable y una alta disposición a emprender coexisten con un entorno institucional que limita la consolidación, el crecimiento y la sostenibilidad de las iniciativas. Esta brecha entre cultura y soporte sistémico explica la persistencia del emprendimiento como fenómeno extendido, pero también sus dificultades para transformarse en trayectorias empresariales de mayor escala e impacto.

El retorno del Perú al GEM permite recuperar una herramienta estratégica de análisis y reabrir una agenda basada en evidencia para orientar la política pública, la investigación y el fortalecimiento del ecosistema emprendedor nacional.

Capítulo 1. Introducción y Marco de Referencia

1.1 El retorno del Perú al proyecto GEM

La edición GEM Perú 2025/2026 tiene un significado que va más allá de la actualización de indicadores. Su principal valor radica en el retorno del país al proyecto Global Entrepreneurship Monitor, luego de varios años de ausencia, lo que permite retomar una línea de observación nacional que se había interrumpido en 2018. En este sentido, el presente reporte no solo ofrece una radiografía actual del emprendimiento en el Perú, sino que también restablece una base de evidencia comparable para analizar su evolución en el tiempo.

Este retorno adquiere especial relevancia considerando el lugar que ocupa el emprendimiento en la estructura económica y social del país. En el Perú, emprender no es un fenómeno marginal ni restringido a un segmento específico de la población; por el contrario, constituye una práctica ampliamente extendida, presente en distintos estratos sociales, territorios y trayectorias laborales. Sin embargo, esta amplia presencia no implica uniformidad. El emprendimiento peruano reúne iniciativas de naturaleza diversa, con motivaciones heterogéneas y con distintos niveles de sostenibilidad, formalización, capacidad de crecimiento e inserción en mercados más complejos.

En este contexto, la reincorporación del Perú al GEM adquiere una relevancia estratégica. La fortaleza del proyecto radica en su capacidad para analizar el emprendimiento desde una perspectiva integral, no solo como la creación de nuevos negocios, sino también como un fenómeno vinculado a percepciones, capacidades, decisiones individuales y condiciones estructurales del entorno. El retorno al GEM 2025 permite así reactivar una agenda de análisis basada en evidencia, en un momento en que el país enfrenta desafíos persistentes en materia de productividad, informalidad, sostenibilidad empresarial y fortalecimiento institucional.

El valor de esta edición es doble. Por un lado, ofrece una fotografía actualizada del emprendimiento en el país. Por otro, inaugura una nueva etapa de seguimiento que, de sostenerse en el tiempo, permitirá construir una serie nacional más robusta y comparable. En un entorno donde el emprendimiento ocupa un lugar destacado en el discurso público, recuperar mediciones sistemáticas constituye una condición necesaria para avanzar desde percepciones generales hacia diagnósticos más precisos.

1.2 El proceso emprendedor en el modelo GEM

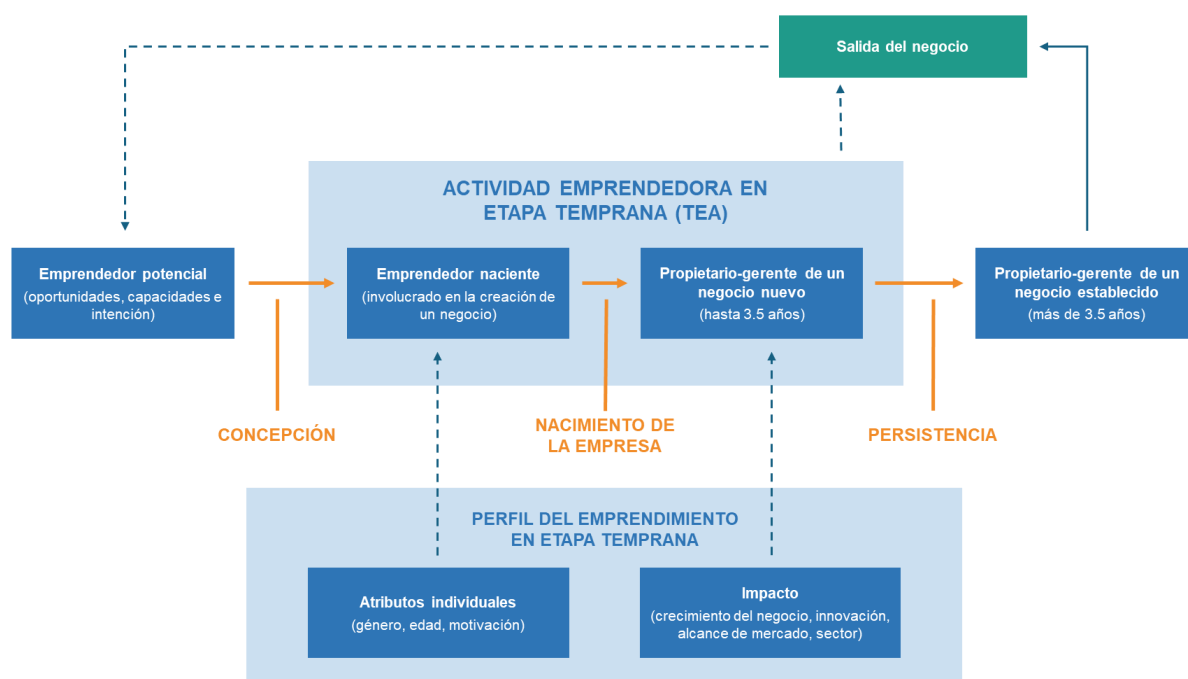
Uno de los principales aportes del Global Entrepreneurship Monitor es su enfoque del emprendimiento como un proceso y no como un evento aislado. Esta perspectiva permite analizar el fenómeno emprendedor a lo largo de distintas etapas, desde la disposición a emprender hasta la consolidación de un negocio o su eventual salida. En consecuencia, GEM no se limita a observar cuántas personas tienen un negocio, sino que distingue con precisión en qué momento del proceso emprendedor se encuentran.

El proceso se inicia con las actitudes y percepciones de la población frente al emprendimiento. En esta fase, se analiza si las personas perciben oportunidades para emprender, si consideran que cuentan con las capacidades necesarias para hacerlo, si el miedo al fracaso actúa como una barrera y si el emprendimiento es socialmente valorado. Estas percepciones configuran el contexto en el que se forma la decisión de emprender. A continuación, se identifica la intención emprendedora, que corresponde a

las personas que esperan iniciar un negocio en el futuro cercano. Aunque esta etapa no implica aún una iniciativa en marcha, refleja una disposición concreta hacia la acción.

La siguiente fase corresponde a los emprendedores nacientes, es decir, personas que han iniciado acciones orientadas a crear un negocio, pero cuya iniciativa aún no ha generado pagos a sus propietarios por más de tres meses. Posteriormente se ubican los nuevos empresarios, cuyas iniciativas ya han comenzado a operar y han generado pagos durante un período superior a tres meses pero inferior a 42 meses. La suma de ambos grupos constituye la Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA), uno de los principales indicadores del GEM. Este indicador refleja la proporción de la población adulta involucrada en la creación o gestión de negocios en fase temprana y es ampliamente utilizado para comparar el dinamismo emprendedor entre países.

Figura 1. El proceso emprendedor según el marco conceptual del GEM



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 Global Report: From Uncertainty To Opportunity.

Más adelante en el proceso se encuentran los negocios establecidos, correspondientes a iniciativas que han superado los 42 meses de funcionamiento (3.5 años). Esta categoría representa una etapa de mayor consolidación y permite observar en qué medida la actividad emprendedora logra sostenerse en el tiempo. Finalmente, el modelo también considera la salida del negocio, reconociendo que el cierre o abandono de iniciativas forma parte de la dinámica normal del proceso emprendedor.

Este enfoque procesual permite interpretar el emprendimiento con mayor profundidad. Un país puede mostrar una alta participación en etapas iniciales y, al mismo tiempo, una menor presencia de negocios establecidos, lo que sugiere dificultades de sostenibilidad o consolidación.

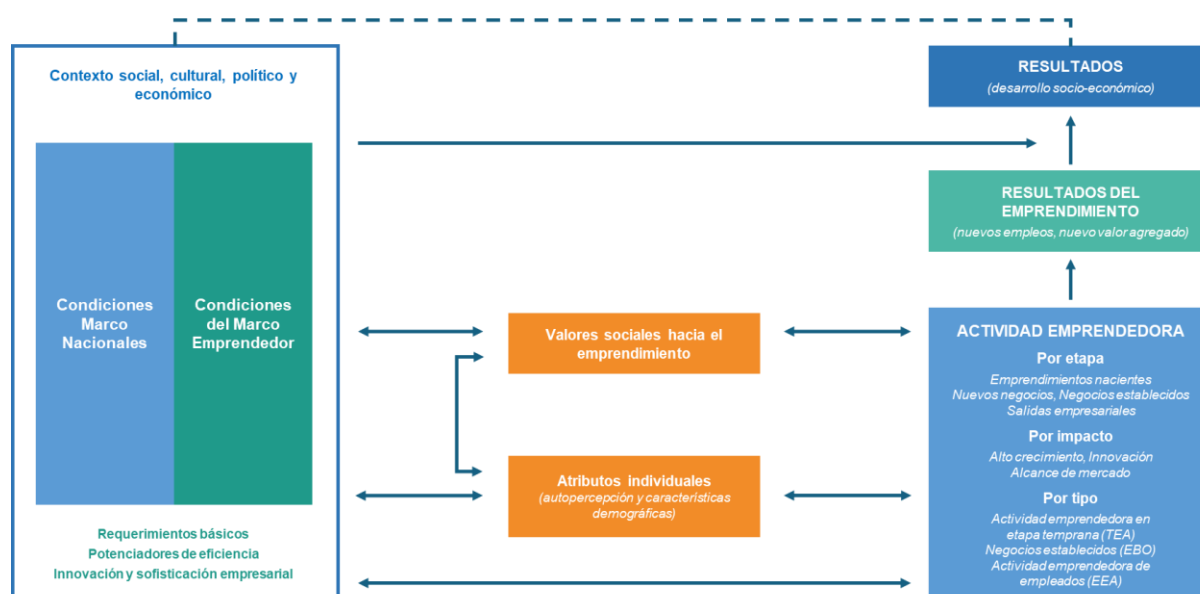
1.3 Marco teórico y metodología

El marco conceptual del GEM postula que las condiciones sociales, culturales e institucionales de un país, denominadas Condiciones del Marco Emprendedor (EFCs, por sus siglas en inglés), influyen directamente sobre las actitudes, percepciones y la actividad emprendedora de su población. A su vez, esta actividad incide en el crecimiento económico, la innovación y el bienestar social. Esta relación

bidireccional entre el ecosistema y la actividad emprendedora constituye la base analítica del enfoque GEM y permite situar los hallazgos nacionales en un marco interpretativo coherente y comparable.

El GEM Perú 2025/2026 se sustenta en dos fuentes de información primaria. La primera es la Encuesta a la Población Adulta (APS), aplicada a una muestra representativa de la población entre 18 y 64 años, que recoge información sobre percepciones, actitudes, intenciones y actividad emprendedora a nivel individual. La segunda es la Encuesta Nacional de Expertos (NES), que evalúa las condiciones del marco emprendedor a partir de la opinión de informantes calificados con conocimiento del ecosistema, entre ellos académicos, empresarios, funcionarios públicos y especialistas en áreas vinculadas al emprendimiento. Ambas fuentes siguen protocolos estandarizados que garantizan la comparabilidad internacional de los datos.

Figura 2. Marco teórico del GEM: condiciones del ecosistema, actitudes y actividad emprendedora



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 Global Report: From Uncertainty To Opportunity.

En términos de clasificación internacional, el Perú participa en el GEM 2025 como una economía de ingreso medio-bajo, con un PIB per cápita en paridad de poder adquisitivo de aproximadamente 18 000 dólares internacionales (Banco Mundial, 2024) y una población de 34.2 millones de habitantes. Esta categorización es relevante porque el GEM utiliza los grupos de ingreso como referencia comparativa para contextualizar el desempeño de cada economía y evitar comparaciones directas entre países con niveles de desarrollo muy dispares.

1.4 Perú en el contexto internacional: una primera mirada

Otro de los principales aportes del GEM es su capacidad para situar la experiencia nacional dentro de un contexto comparado. Esta posibilidad resulta particularmente valiosa para el caso peruano, ya que evita interpretar los resultados de manera aislada y permite responder una pregunta fundamental: ¿cómo se posiciona el Perú frente a otras economías participantes del proyecto?

La comparación internacional sugiere que el Perú presenta un perfil emprendedor singular. Por una parte, muestra señales claras de una cultura social favorable al emprendimiento: la población adulta exhibe niveles muy altos de percepción de oportunidades y una elevada facilidad percibida para iniciar negocios. Por otra parte, al observar los indicadores de actividad emprendedora y de consolidación

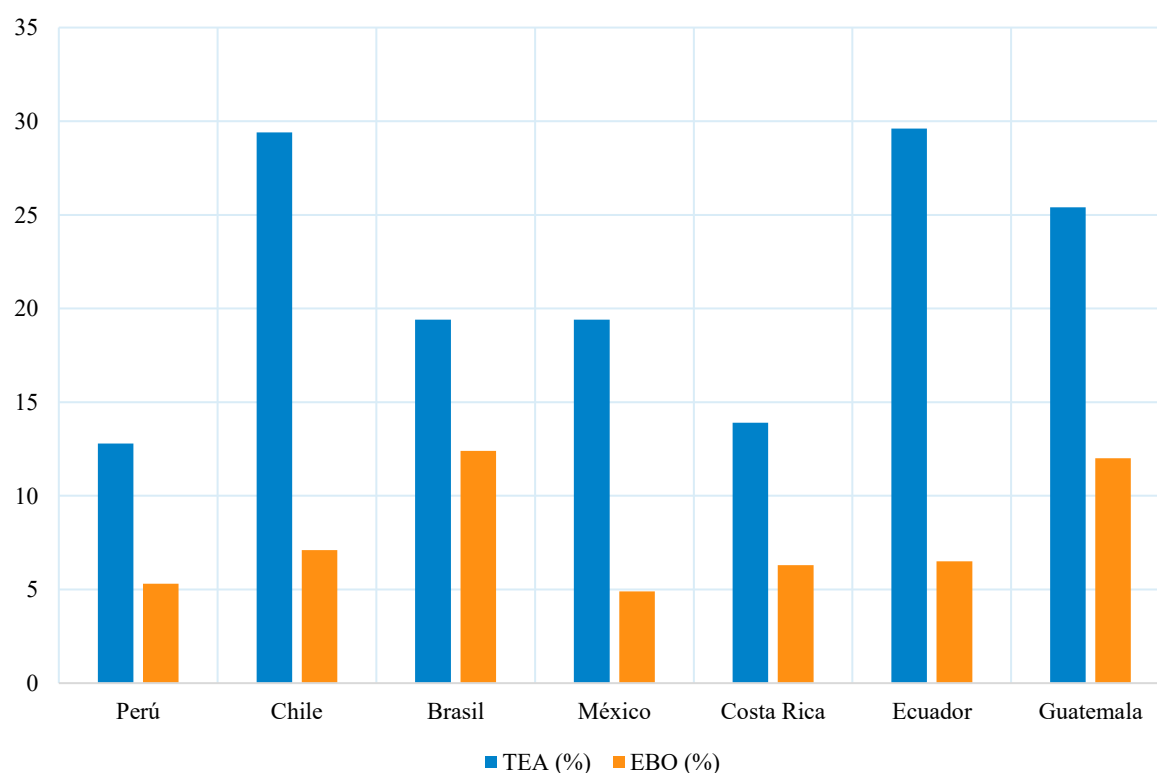
empresarial, la posición del país resulta más moderada que la de varias economías comparables de la región. La TEA peruana de 12.8% contrasta con valores cercanos o superiores al 25% en Chile, Ecuador y Guatemala, y también se ubica por debajo de Brasil y México, ambos con 19.4%. Esta combinación de alta valoración subjetiva y una actividad temprana moderada constituye uno de los hallazgos más relevantes del reporte y una clave interpretativa central para los capítulos que siguen.

Tabla 1. Perú y países seleccionados de América Latina, indicadores clave

País	TEA (%)	EBO (%)	Facilidad (%)	Intención (%)	Oportunidades (%)	Miedo (%)
Perú	12.8	5.3	58.8	19.9	84.2	44.9
Chile	29.4	7.1	52.6	42.5	61.2	47.7
Brasil	19.4	12.4	45.3	45.0	64.7	48.2
México	19.4	4.9	48.7	18.4	61.5	40.4
Costa Rica	13.9	6.3	38.3	22.6	55.2	44.1
Ecuador	29.6	6.5	56.4	35.2	74.9	57.3
Guatemala	25.4	12.0	39.4	42.8	71.5	38.8

Nota: TEA=actividad emprendedora en etapas iniciales; EBO=negocios establecidos; Facilidad=facilidad percibida para iniciar un negocio; Intención=intención de emprender en los próximos tres años; Oportunidades=percepción de oportunidades para emprender; Miedo=proporción que declara que el miedo al fracaso podría impedir emprender. Los valores corresponden a porcentajes de la población adulta (18–64 años). El indicador de miedo al fracaso se calcula entre quienes perciben oportunidades para emprender. El indicador de intención emprendedora se calcula entre quienes no están actualmente involucrados en actividad emprendedora.

Figura 3. Actividad emprendedora temprana (TEA) y negocios establecidos (EBO), comparativa regional



Donde el Perú muestra una posición particularmente fuerte es en el plano de las percepciones. El país registra el nivel más alto de oportunidades percibidas para emprender dentro del grupo de comparación (84.2%), muy por encima de Chile (61.2%), Brasil (64.7%) y Guatemala (71.5%). Asimismo, presenta una facilidad percibida para iniciar un negocio (58.8%) superior a la de Brasil, México, Costa Rica y Guatemala. Esta combinación es significativa, ya que indica que la población no percibe el emprendimiento como una actividad lejana o excepcional, sino como una posibilidad concreta y relativamente accesible. Desde el punto de vista cultural, ello constituye una fortaleza importante del ecosistema peruano.

Sin embargo, la comparación sugiere que esta fortaleza no se traduce proporcionalmente en resultados equivalentes en materia de actividad y consolidación. En consecuencia, el principal reto del ecosistema peruano no radica únicamente en estimular el interés por emprender, sino en construir condiciones que permitan que ese interés se traduzca en iniciativas más estables, sostenibles y de mayor impacto económico.

1.5 Implicancias para la lectura del reporte

La evidencia presentada en este capítulo permite establecer el marco interpretativo del informe. El Perú retorna al GEM como un país donde el emprendimiento mantiene una fuerte legitimidad social, pero donde esa legitimidad coexiste con restricciones estructurales relevantes. Este punto de partida resulta fundamental para comprender adecuadamente los resultados que se desarrollan en los capítulos siguientes.

En primer lugar, obliga a interpretar los indicadores de percepción y actividad emprendedora con cautela. Altos niveles de oportunidades percibidas o de valoración social del emprendimiento no implican, por sí mismos, la existencia de un ecosistema empresarial sólido. En segundo lugar, refuerza la importancia de analizar la actividad emprendedora no solo en términos de cantidad, sino también en función de su sostenibilidad y capacidad de consolidación. Finalmente, subraya que una agenda de fortalecimiento del emprendimiento en el Perú no puede limitarse a incentivar la creación de nuevos negocios, sino que debe considerar las condiciones institucionales que hacen posible su permanencia y crecimiento.

Desde esta perspectiva, el resto del reporte se organiza en torno a tres preguntas centrales: cómo se configura la relación de la población peruana con el emprendimiento en términos de oportunidades, capacidades y actitudes; qué forma adopta la actividad emprendedora en el país y qué perfiles presenta; y en qué medida el entorno institucional acompaña ese dinamismo. En conjunto, estas preguntas permiten construir una visión más completa del fenómeno emprendedor peruano y de los desafíos estructurales que enfrenta en la etapa actual.

Capítulo 2. Atributos Individuales hacia el Emprendimiento

2.1 Valoración social del emprendimiento

El análisis del emprendimiento en el Perú no puede limitarse a la medición de quienes efectivamente crean o gestionan negocios. Para comprender plenamente la dinámica emprendedora de un país, es necesario examinar también el sustrato cultural y subjetivo sobre el que se construye la decisión de emprender: las percepciones que la sociedad tiene del fenómeno, el prestigio que le atribuye, su visibilidad pública y el grado en que los individuos se identifican con esa trayectoria. El GEM recoge esta dimensión a través de tres indicadores de valoración social: la percepción del emprendimiento como una opción de carrera deseable, el estatus y reconocimiento atribuidos a quienes emprenden con éxito, y la atención mediática que recibe el fenómeno emprendedor.

Los resultados para el Perú en 2025 muestran una valoración social ampliamente favorable. El 65.2% de la población adulta considera que emprender es una buena opción de carrera, el 76.7% señala que quienes emprenden con éxito gozan de estatus y prestigio, y el 71.9% percibe que los medios de comunicación muestran con frecuencia historias sobre emprendimiento. En conjunto, estos resultados indican que la actividad emprendedora ocupa un lugar visible y socialmente legitimado en el imaginario colectivo peruano.

Tabla 2. Valoración social del emprendimiento en Perú

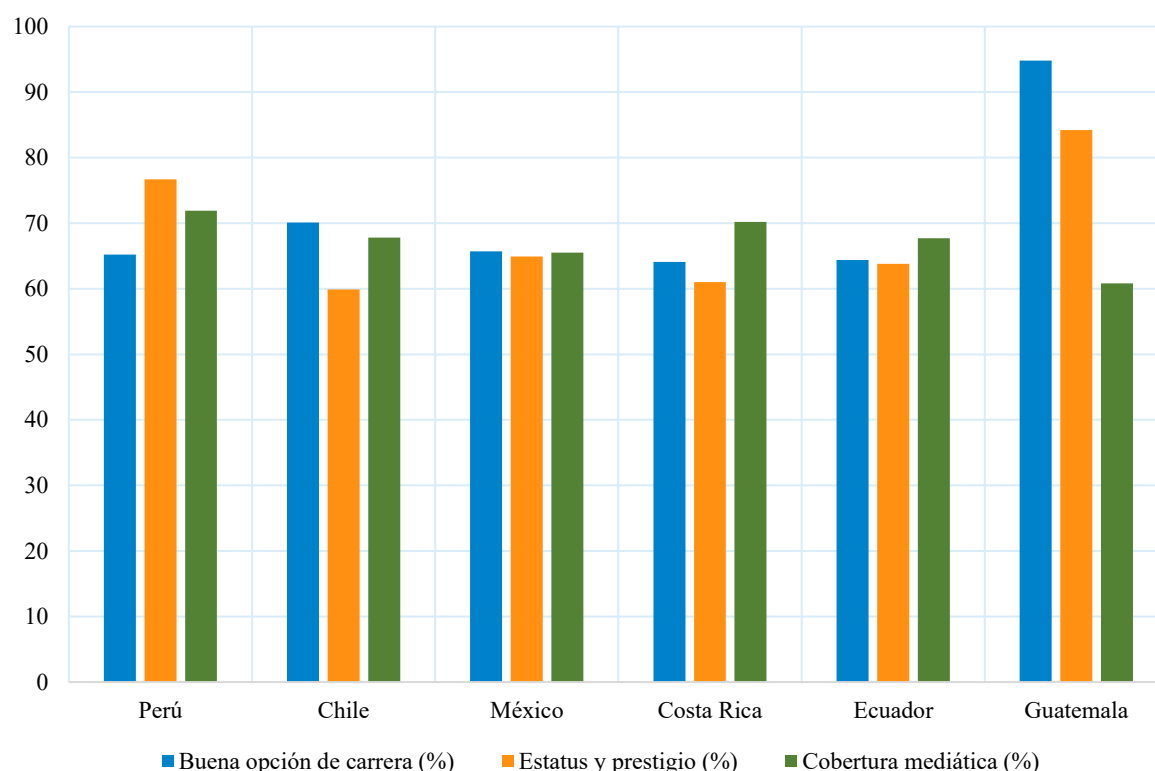
Indicador	Porcentaje (%)
Emprender es una buena opción de carrera	65.2
Los emprendedores exitosos gozan de estatus y prestigio	76.7
Los medios muestran con frecuencia historias sobre emprendimiento	71.9

Nota: Porcentaje de la población adulta (18–64 años) que está de acuerdo con cada afirmación.

El indicador más alto corresponde al reconocimiento social de los emprendedores exitosos. Este resultado es relevante porque muestra que el emprendimiento no solo es aceptado, sino también asociado a reconocimiento y prestigio. Cuando quienes emprenden son valorados socialmente, se fortalece la legitimidad del emprendimiento como una trayectoria posible y deseable, lo que puede influir en la disposición de otras personas a iniciar negocios. Del mismo modo, la alta presencia mediática de historias de emprendimiento contribuye a instalar referentes, narrativas de éxito y modelos aspiracionales que refuerzan esa legitimidad cultural.

No obstante, el hecho de que el porcentaje de quienes consideran el emprendimiento como una buena opción de carrera sea menor que los indicadores de prestigio y presencia mediática sugiere una diferencia importante entre admirar al emprendedor y elegir personalmente esa trayectoria. La sociedad peruana valora positivamente el emprendimiento, pero esa valoración no se traduce automáticamente en una decisión individual de emprender. Esta distinción resulta clave para interpretar adecuadamente los niveles de intención emprendedora que se analizan en la siguiente sección.

Figura 4. Valoración social del emprendimiento en Perú, comparativa regional



2.2 Percepciones y atributos individuales

Junto con la valoración social, el GEM analiza un conjunto de percepciones individuales que permiten aproximarse a la relación concreta de las personas con la posibilidad de emprender. Entre ellas destacan la cercanía con otros emprendedores, la percepción de oportunidades en el entorno, la autopercepción de capacidades, la facilidad atribuida al proceso de iniciar un negocio, el miedo al fracaso y la intención emprendedora. Estos indicadores ayudan a entender no solo si el emprendimiento es valorado, sino también si las personas creen que pueden y quieren llevarlo a cabo.

Los resultados para el Perú muestran un perfil subjetivo ampliamente favorable. El 81.0% de la población adulta conoce a alguien que inició un negocio recientemente, el 84.2% percibe buenas oportunidades para emprender en su entorno y el 78.2% considera que posee las capacidades y conocimientos necesarios para hacerlo. Estos resultados son especialmente significativos, ya que indican que el emprendimiento es una realidad cercana, visible y percibida como alcanzable por una proporción importante de la población. En perspectiva internacional, el nivel de percepción de oportunidades en el Perú (84.2%) se ubica entre los más altos de las economías participantes del GEM 2025, por encima del promedio de los países de ingreso medio-bajo.

La percepción de oportunidades es el indicador más elevado del conjunto, lo que confirma que en el Perú existe una fuerte disposición subjetiva a identificar espacios para emprender. Asimismo, el alto porcentaje de personas que afirma contar con capacidades para iniciar un negocio sugiere un contexto en el que la posibilidad de emprender no es vista como una actividad restringida a pocos. No obstante, los resultados también muestran matices relevantes. La proporción de personas que considera que iniciar un negocio es fácil (58.8%) es considerablemente menor que la de quienes perciben oportunidades (84.2%) o se sienten capaces (78.2%). Esto indica que, aun cuando existe confianza en

las propias habilidades y una amplia identificación de oportunidades, el proceso concreto de emprender continúa siendo percibido como complejo o exigente por una parte significativa de la población.

Tabla 3. Atributos individuales hacia el emprendimiento en Perú

Indicador	Porcentaje (%)
Conoce a alguien que inició un negocio recientemente	81.0
Percibe buenas oportunidades para emprender en su área	84.2
Se considera con capacidades y conocimientos suficientes	78.2
Percibe que es fácil iniciar un negocio	58.8
Miedo al fracaso podría impedirle emprender	44.9
Intención de emprender en los próximos 3 años	19.9

Nota: Porcentaje de la población adulta (18–64 años). El indicador de miedo al fracaso se calcula entre quienes perciben oportunidades para emprender. El indicador de intención emprendedora se calcula entre quienes no están actualmente involucrados en actividad emprendedora.

A ello se suma que el 44.9% de la población declara que el miedo al fracaso podría impedirle emprender. Este resultado es relevante porque evidencia que el riesgo percibido sigue teniendo un peso importante en la decisión emprendedora, incluso en un contexto de alta percepción de oportunidades y autoconfianza. En otras palabras, el entorno subjetivo peruano combina optimismo y autoconfianza con una presencia significativa de temor frente a las consecuencias de fallar. Esta combinación contribuye a explicar por qué la intención de emprender en los próximos tres años, aunque relevante, se sitúa en un nivel considerablemente menor que el de los demás atributos (19.9%). Dicho de otro modo, muchas personas en el Perú perciben oportunidades, se sienten capaces y están expuestas cotidianamente al fenómeno emprendedor, pero una proporción menor proyecta iniciar efectivamente un negocio en el corto plazo.

Desde una perspectiva comparada, el Perú presenta uno de los niveles más altos de percepción de oportunidades y un nivel relativamente elevado de facilidad percibida, pero su intención emprendedora (19.9%) es menor que la observada en varios países de América Latina, como Chile (42.5%), Guatemala (42.8%) o Brasil (45.0%), aunque se mantiene en niveles similares a los de México (18.4%) y superiores a los de Costa Rica. Al mismo tiempo, el miedo al fracaso en el Perú (44.9%) se ubica en un nivel intermedio dentro del grupo de comparación. En conjunto, estos resultados sugieren que el principal rasgo distintivo del Perú no radica en la intención inmediata de emprender, sino en la fortaleza de sus percepciones sobre oportunidades y capacidades. Se trata de una base cultural sólida que no siempre se traduce con la misma intensidad en decisiones concretas de entrada al proceso emprendedor.

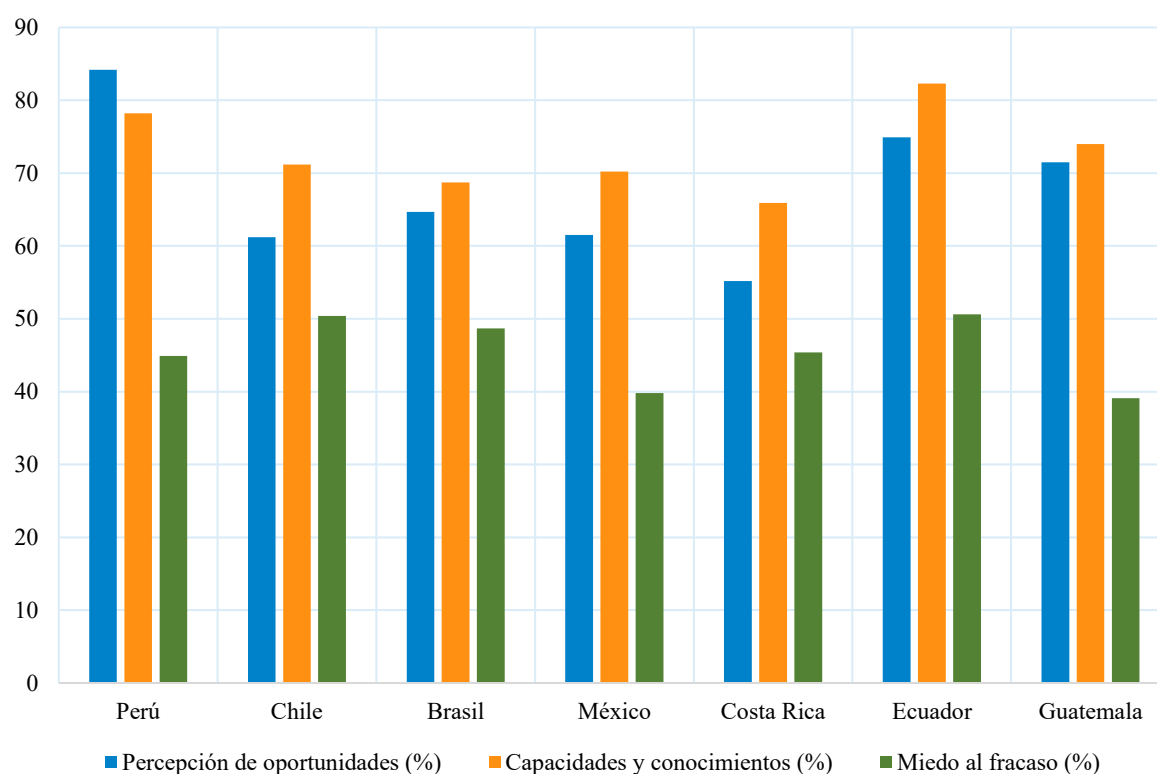
2.3 Síntesis: fortalezas y brechas del sustrato subjetivo

En conjunto, los resultados de este capítulo muestran que el Perú dispone de una base cultural y subjetiva ampliamente favorable al emprendimiento. Existe reconocimiento social, visibilidad pública, cercanía con otros emprendedores, una alta percepción de oportunidades y una fuerte confianza en las propias capacidades. Estas condiciones constituyen un activo relevante del ecosistema peruano: cuando la población percibe el emprendimiento como una opción legítima, cercana y alcanzable, se generan las condiciones psicológicas y culturales que pueden favorecer la decisión de emprender.

Sin embargo, también se observan señales de cautela que merecen atención. La facilidad percibida para emprender no es generalizada, el miedo al fracaso sigue presente en una proporción significativa de la

población y la intención emprendedora es considerablemente menor que el resto de los indicadores. Esta brecha entre la percepción de oportunidades (84.2%) y la intención de emprender (19.9%), cercana a 65 puntos porcentuales, constituye uno de los hallazgos más relevantes del análisis y sugiere la existencia de barreras, tanto objetivas como subjetivas, que limitan la conversión de la disposición cultural en acción emprendedora. Comprender estas barreras, en particular aquellas vinculadas al entorno institucional, al acceso a financiamiento y al riesgo percibido, es uno de los objetivos centrales de los capítulos siguientes.

Figura 5. Comparativa regional de percepciones emprendedoras



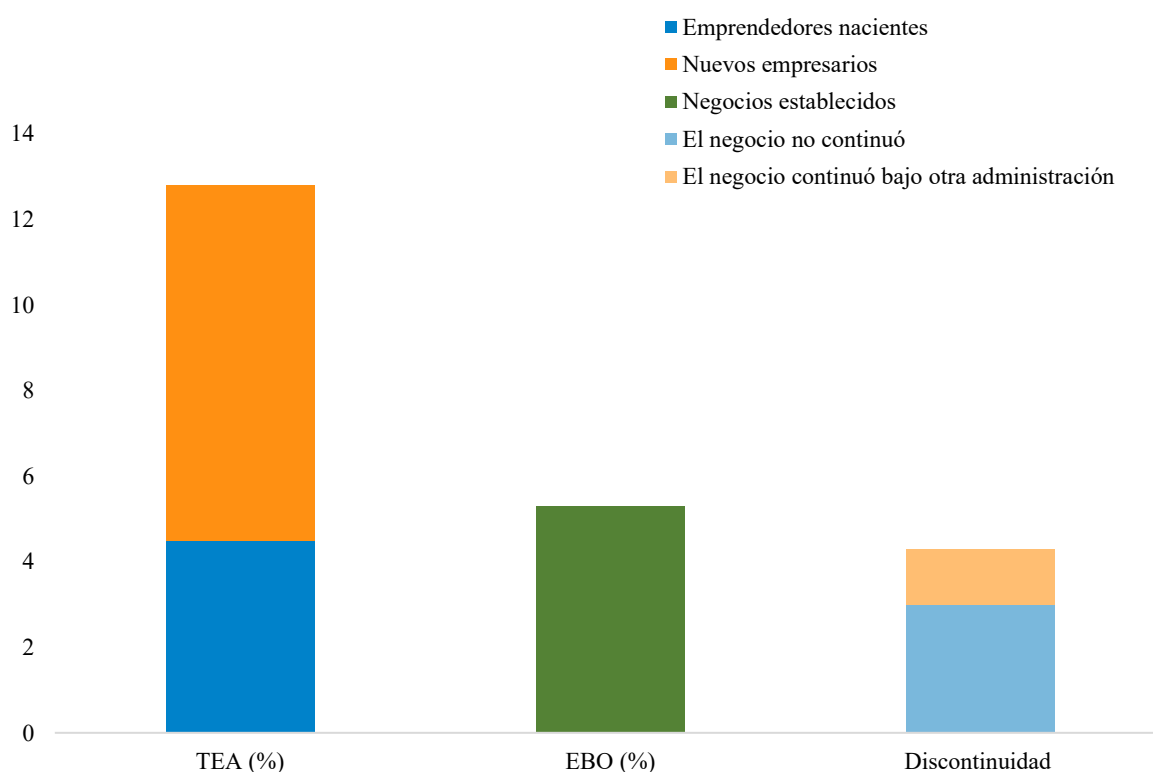
Capítulo 3. Estructura y Dinámica Empresarial

3.1 Composición del proceso emprendedor

La Actividad Emprendedora en Etapas Iniciales (TEA) en el Perú alcanza el 12.8% en 2025, lo que equivale aproximadamente a uno de cada ocho adultos entre 18 y 64 años involucrado en la creación o gestión de un negocio en fase temprana. Este indicador se descompone en dos categorías que reflejan momentos distintos del proceso emprendedor: los emprendedores nacientes, que han iniciado acciones orientadas a crear un negocio pero cuya actividad aún no ha generado pagos a sus propietarios por más de tres meses, y los nuevos empresarios, cuyas iniciativas ya operan y han generado pagos durante un período comprendido entre tres y 42 meses.

La proporción de negocios establecidos (EBO), es decir, iniciativas con más de 42 meses de funcionamiento, alcanza el 5.3% de la población adulta, lo que representa menos de la mitad de la tasa TEA. Esta relación entre actividad temprana y consolidación constituye uno de los indicadores más relevantes del ecosistema emprendedor peruano. En términos comparativos, economías como Brasil (EBO: 12.4%), Guatemala (12.0%) y la República de Corea (16.2%) presentan relaciones TEA/EBO más equilibradas, lo que sugiere una mayor capacidad de sostenibilidad empresarial a largo plazo (GEM Global Report 2025/2026). En el Perú, por cada negocio establecido existen aproximadamente 2.4 negocios en etapa temprana, lo que indica la presencia de dificultades estructurales para que las iniciativas superen las fases más vulnerables del proceso emprendedor.

Figura 6. Estructura del proceso emprendedor en Perú: TEA, EBO y discontinuidad



La discontinuidad empresarial, entendida como el cierre o abandono de negocios en los últimos doce meses, alcanza el 5.6% de la población adulta. De este total, el 4.3% corresponde a negocios que no continuaron bajo ninguna modalidad, mientras que el 1.3% corresponde a iniciativas que continuaron bajo una nueva administración o propiedad. Entre quienes salieron de un negocio, el 59.8% declara intención de iniciar otra actividad emprendedora en los próximos tres años, lo que sugiere la existencia de cierto grado de resiliencia emprendedora. En este contexto, la discontinuidad no parece traducirse necesariamente en una salida definitiva del proceso emprendedor.

3.2 Perfil sociodemográfico de las personas que emprenden

Una de las contribuciones más importantes del GEM es que permite caracterizar quiénes emprenden, más allá de cuántos lo hacen. Esta información resulta clave para diseñar políticas de apoyo que sean pertinentes y efectivas. En el caso peruano, el perfil sociodemográfico de los emprendedores en etapas iniciales presenta rasgos que merecen atención específica.

La distribución por sexo en la TEA muestra un equilibrio notable: el 13.3% de las mujeres adultas y el 12.4% de los hombres adultos se encuentran involucrados en actividades emprendedoras tempranas. Esta paridad constituye uno de los rasgos más distintivos del emprendimiento peruano en perspectiva comparada. En la mayoría de las economías de la región, la brecha de género en el emprendimiento temprano es significativamente mayor. Por ejemplo, en Brasil, la TEA masculina (24.1%) supera ampliamente a la femenina (15.0%), mientras que en Guatemala también se observa una diferencia importante (27.9% en hombres frente a 22.9% en mujeres). El Perú se diferencia de estas economías al presentar una participación femenina en el emprendimiento temprano prácticamente equivalente a la masculina, e incluso ligeramente superior.

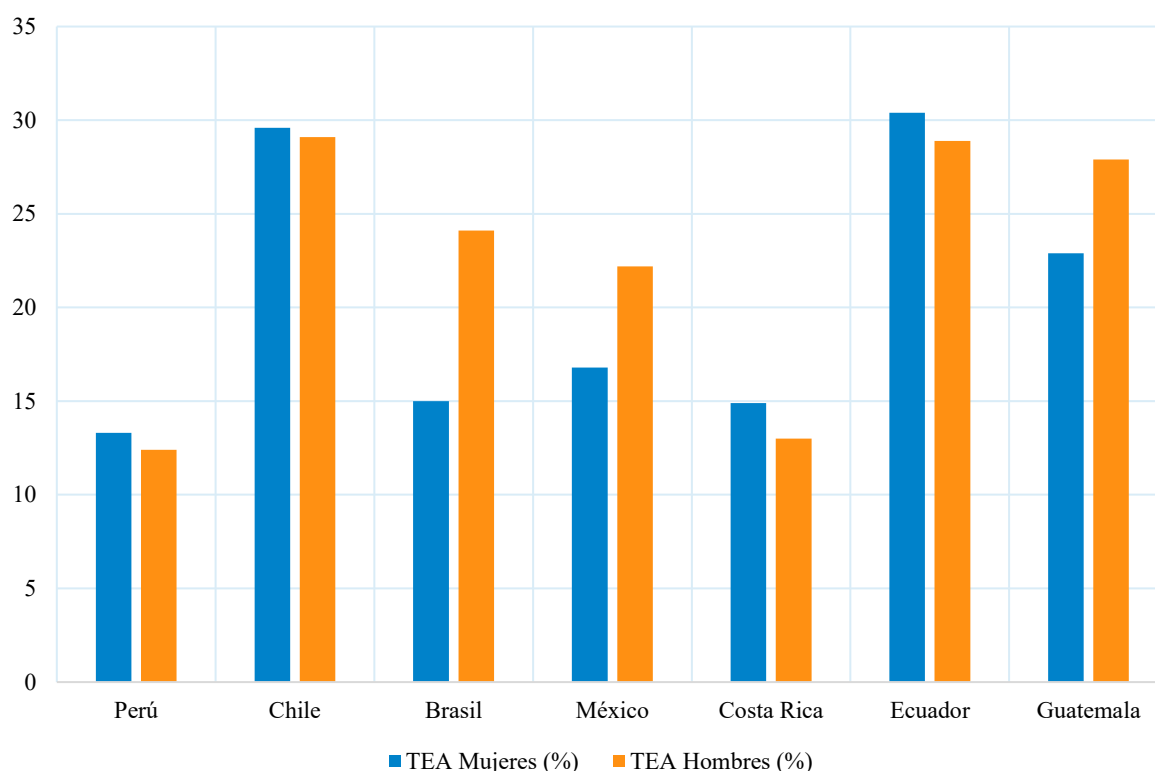
Tabla 4. TEA por sexo, comparativa regional

País	TEA Mujeres (%)	TEA Hombres (%)
Perú	13.3	12.4
Chile	29.6	29.1
Brasil	15.0	24.1
Costa Rica	14.9	13.0
Ecuador	30.4	28.9
Guatemala	22.9	27.9
México	16.8	22.2

Nota: Porcentaje de la población adulta (18–64 años) en cada grupo.

La distribución por edad también ofrece elementos relevantes de análisis. En el Perú, la TEA entre adultos de 18 a 34 años alcanza el 12.0%, mientras que en el grupo de 35 a 64 años llega al 13.5%. Esta diferencia moderada indica que el emprendimiento temprano no se concentra exclusivamente en la población joven, sino que involucra también a personas en etapas más avanzadas de su trayectoria laboral. El grupo de 18 a 34 años representa el 39.2% del total de emprendedores en etapa inicial, lo que sugiere una participación importante de adultos mayores de 35 años dentro del universo emprendedor. En conjunto, estos resultados indican que el emprendimiento en el Perú no responde únicamente a una lógica de exploración o innovación juvenil, sino también a estrategias de inserción económica, diversificación de ingresos o adaptación laboral.

Figura 7. TEA por sexo, comparativa regional



En este contexto, resulta relevante considerar la evolución reciente de los ingresos de los hogares. El 26.3% de la población adulta reportó que el ingreso de su hogar disminuyó durante 2025, un 5.7% de manera significativa y un 20.6% de manera moderada, mientras que el 33.7% reportó algún grado de aumento. Este entorno de presión sobre los ingresos puede estar influyendo en el perfil motivacional de los emprendedores peruanos, un aspecto que se desarrolla con mayor detalle en la sección siguiente.

3.3 Motivaciones para emprender

El análisis de las motivaciones de los emprendedores en etapas iniciales es fundamental para comprender el carácter de la actividad emprendedora en un país, en particular si predomina el emprendimiento impulsado por la identificación de oportunidades de mercado o aquel asociado a la ausencia de alternativas laborales adecuadas. El GEM 2025 recoge cuatro motivaciones centrales que permiten una lectura más matizada de este fenómeno.

En el caso peruano, la motivación más frecuente entre los emprendedores en etapas iniciales es la aspiración económica. El 85.9% declara estar de acuerdo, parcial o totalmente, con que su propósito es construir gran riqueza o alcanzar ingresos elevados. Esta es la proporción más alta entre las motivaciones consideradas y refleja una fuerte orientación hacia la mejora económica como motor del emprendimiento. Al mismo tiempo, el 71.6% señala que emprende debido a la escasez de empleo, lo que indica que una parte importante de la actividad emprendedora responde también a condiciones del mercado laboral. La coexistencia de ambas motivaciones sugiere que el emprendimiento en el Perú no puede clasificarse de manera estricta como impulsado por oportunidad o por necesidad, sino que ambas lógicas operan simultáneamente, e incluso pueden coexistir en una misma persona.

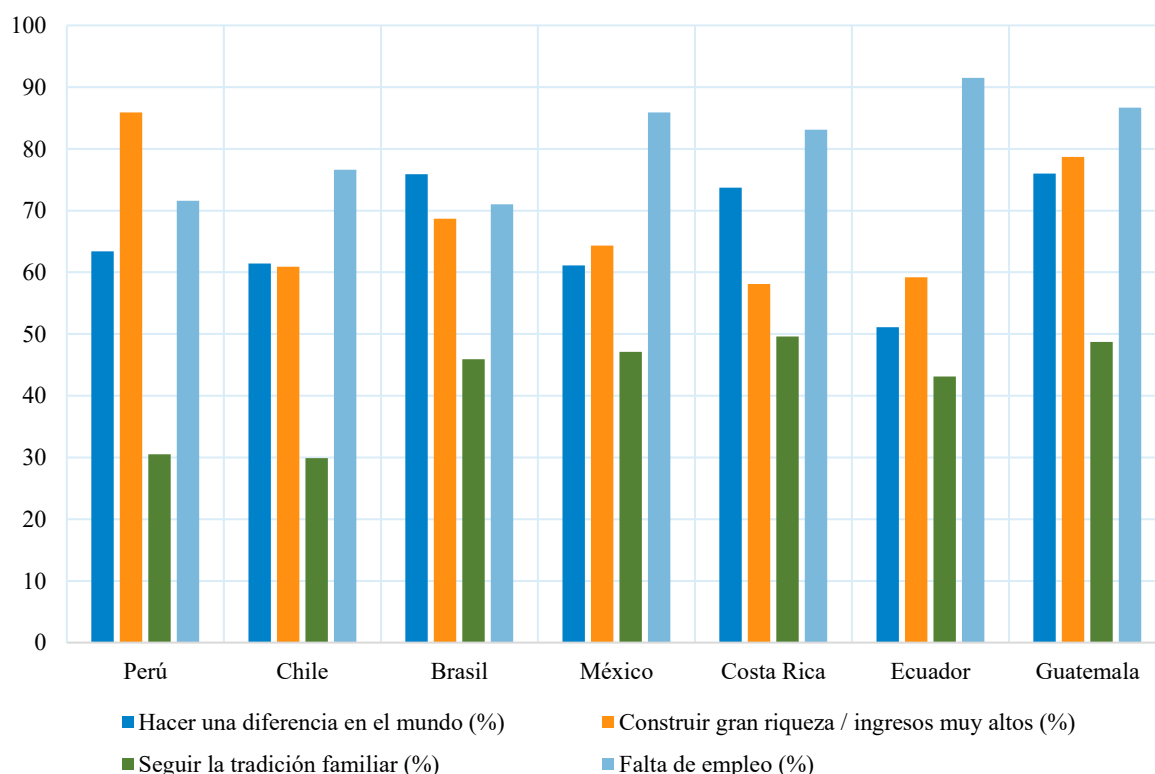
Tabla 5. Motivaciones de emprendedores en etapas iniciales (TEA)

País	Hacer diferencia (%)	Tradición familiar (%)	Construir riqueza (%)	Escasez de empleo (%)
Perú	63.4	30.5	85.9	71.6
Chile	61.4	29.9	60.9	76.6
Brasil	75.9	45.9	68.7	71.0
México	61.1	47.1	64.3	85.9
Costa Rica	73.7	49.6	58.1	83.1
Ecuador	51.1	43.1	59.2	91.5
Guatemala	76.0	48.7	78.7	86.7

Nota: Porcentaje del TEA que está de acuerdo (parcial o totalmente) con cada motivación.

La motivación de generar un impacto o hacer una diferencia también es relevante en el contexto peruano. El 63.4% de los emprendedores en etapas iniciales la menciona, lo que indica que una proporción significativa del emprendimiento incorpora dimensiones de propósito que van más allá del beneficio económico individual. Esta orientación es coherente con otros resultados del reporte relacionados con sostenibilidad social y ambiental, que se desarrollan en el Capítulo 4.

Figura 8. Motivaciones de emprendedores en etapas iniciales, comparativa regional



Por su parte, la continuidad de la tradición familiar es mencionada por el 30.5% de los emprendedores, lo que refleja la importancia del emprendimiento como práctica transmitida entre generaciones, particularmente en contextos con alta presencia de empresas familiares y negocios informales.

En perspectiva comparada, el Perú destaca por presentar la mayor proporción de emprendedores motivados por la aspiración de construir riqueza (85.9%), muy por encima de economías como Venezuela (41.2%) o Puerto Rico (54.6%) (GEM Global Report 2025/2026). Este resultado refleja una fuerte orientación hacia la mejora económica, aunque también puede expresar la búsqueda de mecanismos de generación de ingresos en un contexto de presión sobre los hogares: la aspiración de riqueza y las motivaciones asociadas a la necesidad no son mutuamente excluyentes en el caso peruano.

3.4 Financiamiento de los emprendimientos en etapa inicial

El acceso al capital constituye una de las condiciones más críticas para la viabilidad y el crecimiento de cualquier iniciativa emprendedora. En el Perú, esta dimensión presenta limitaciones relevantes tanto desde la perspectiva de la oferta institucional, evaluada a través de la NES y analizada en el Capítulo 6, como desde la perspectiva de la demanda y el comportamiento de los propios emprendedores. Si bien el GEM no recoge información detallada sobre los montos de inversión inicial, algunos indicadores indirectos permiten aproximarse a la escala y ambición de los emprendimientos en el país.

En este contexto, solo el 9.9% de los emprendedores en etapas iniciales espera emplear a seis o más personas en los próximos cinco años. Este resultado sugiere que la mayoría de los emprendimientos peruanos opera con expectativas de crecimiento limitadas, lo que es consistente con un perfil predominantemente microempresarial o de autoempleo. La escala reducida de estas iniciativas puede estar asociada tanto a restricciones de acceso a financiamiento como a las características del mercado interno y a la orientación mayoritariamente local de la actividad emprendedora. Asimismo, el 51.8% de los emprendedores en etapas iniciales considera que iniciar un negocio es más difícil hoy que hace un año. Este resultado refleja un deterioro en la percepción de las condiciones del entorno emprendedor por parte de quienes ya participan activamente en el proceso. Se trata de una señal relevante, en la medida en que proviene de individuos con experiencia directa en la creación de negocios, y no únicamente de percepciones generales de la población.

3.5 Síntesis de la dinámica empresarial peruana

El conjunto de resultados de este capítulo permite trazar un retrato claro de la dinámica empresarial del Perú en 2025. El país presenta una actividad emprendedora temprana de magnitud moderada (TEA: 12.8%), con una participación por sexo prácticamente equilibrada y una distribución etaria que involucra tanto a jóvenes como a adultos. Las motivaciones son diversas, aunque con un claro énfasis en la mejora económica y en la respuesta a la escasez de empleo, lo que sugiere que el emprendimiento peruano combina simultáneamente lógicas de oportunidad y de necesidad.

La brecha entre la TEA (12.8%) y los negocios establecidos (EBO: 5.3%) revela, sin embargo, que el principal cuello de botella del ecosistema no se encuentra en la generación de nuevas iniciativas, sino en su consolidación. Este resultado es coherente con el diagnóstico del entorno institucional: las condiciones que favorecen el inicio de un negocio, como la percepción de oportunidades, la autoconfianza y la visibilidad social del emprendimiento, parecen ser más sólidas en el Perú que aquellas que permiten sostenerlo y hacerlo crecer. Esta brecha constituye la principal tensión estructural identificada en el reporte y será abordada en mayor profundidad en los capítulos siguientes.

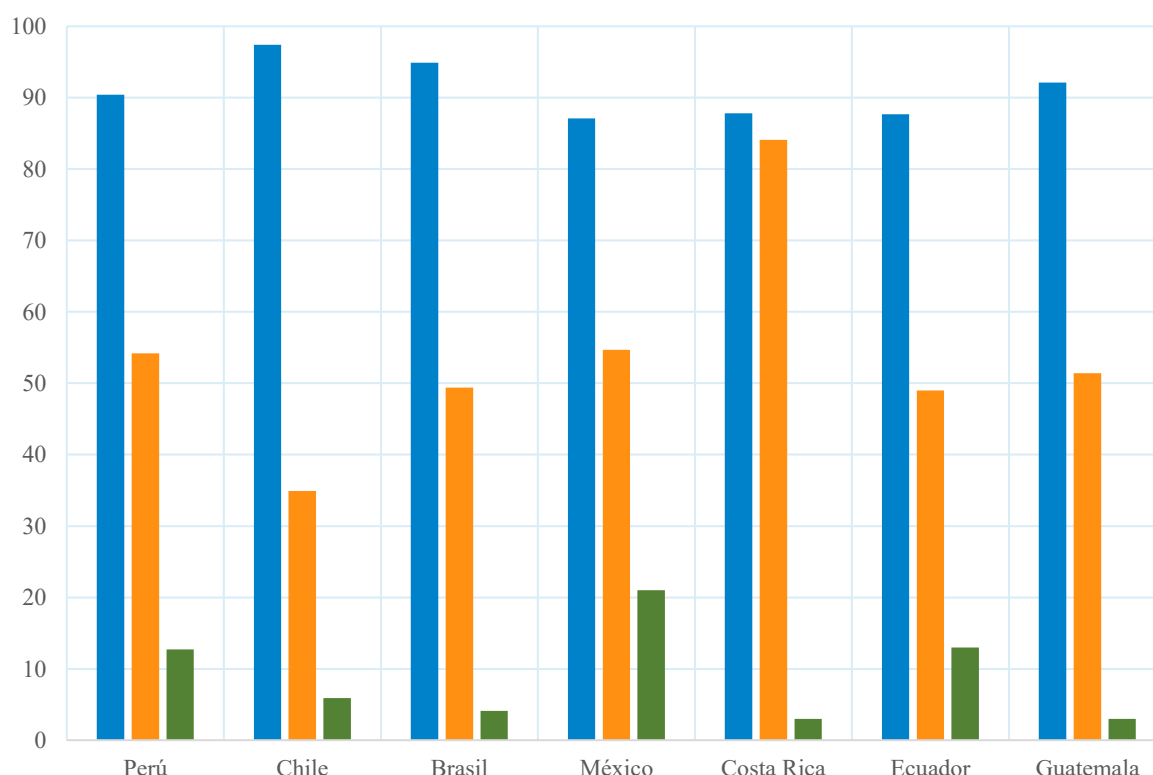
Capítulo 4. Creación de Valor, Orientación Estratégica y Sostenibilidad

4.1 Expectativas de crecimiento y orientación al mercado

La capacidad de las iniciativas emprendedoras para generar valor más allá de la subsistencia de sus fundadores es un indicador central de la calidad del emprendimiento en un país. El GEM aproxima esta dimensión mediante tres ejes: las expectativas de generación de empleo, la orientación hacia mercados externos y, en sentido amplio, la orientación estratégica de los negocios. En el caso peruano, estos indicadores describen un perfil predominantemente local y de escala reducida, aunque con algunos elementos que anticipan potencial de mejora.

En cuanto a la generación de empleo, el 9.9% de los emprendedores en etapas iniciales espera emplear a seis o más personas en los próximos cinco años. Este indicador aproxima la ambición de crecimiento de las iniciativas y permite distinguir entre emprendimientos de subsistencia, que no anticipan expandirse más allá del autoempleo, y emprendimientos con mayor potencial de escala. Que solo una cuarta parte de los emprendedores peruanos en etapa temprana proyecte alcanzar ese umbral sugiere que la mayoría opera con horizontes de crecimiento limitados, en línea con un ecosistema donde predominan microempresas y negocios familiares.

Figura 9. Alcance internacional de los emprendimientos en etapas iniciales, comparativa regional



La orientación hacia mercados internacionales es aún más acotada. Solo el 12.7% de los emprendedores en etapas iniciales reporta tener clientes fuera del Perú y, dentro de ese grupo, únicamente el 6.1% obtiene al menos el 25% de sus ingresos del exterior. Estos valores son bajos incluso en comparación

con economías de la región. Por ejemplo, en Chile el 5.9% del TEA presenta orientación internacional, mientras que en economías como Croacia (44.1%) o Chipre (30.3%) esta proporción es considerablemente mayor (GEM Global Report 2025/2026). La orientación predominantemente doméstica del emprendimiento peruano limita su potencial de escala y reduce la exposición a mercados más competitivos, que suelen actuar como mecanismos de aprendizaje, mejora de la calidad e impulso a la innovación.

4.2 Innovación y competitividad

La orientación innovadora de los emprendimientos constituye un indicador clave de su capacidad para generar valor y diferenciarse en el mercado. El GEM distingue entre iniciativas que ofrecen productos o servicios que son nuevos para todos los consumidores, nuevos para algunos o no nuevos. En el caso peruano, la evidencia disponible para 2025 sugiere que una proporción importante de los emprendimientos se concentra en sectores tradicionales, aunque se observan señales de diversificación hacia actividades de mayor valor agregado.

En este contexto, el 19.0% del TEA peruano se ubica en el sector de servicios empresariales, lo que indica la presencia de iniciativas que van más allá del comercio minorista y que podrían estar asociadas a servicios especializados. Si bien este resultado no constituye por sí mismo una medida directa de innovación, sí sugiere una estructura productiva algo más diversificada en comparación con economías donde predomina ampliamente el comercio.

La adopción de tecnologías digitales ofrece una dimensión complementaria para evaluar la competitividad de los emprendimientos. El 72.0% de los emprendedores en etapas iniciales anticipa utilizar más tecnología digital para vender sus productos o servicios en los próximos seis meses. Esta proporción, relativamente alta en perspectiva comparada, refleja una disposición significativa hacia la digitalización como estrategia de crecimiento. No obstante, la medida en que esta intención se traduzca en prácticas efectivas dependerá de las capacidades digitales disponibles y del acceso a plataformas, infraestructura y herramientas tecnológicas.

4.3 Herramientas digitales e inteligencia artificial

La adopción de herramientas digitales en los emprendimientos en etapa inicial muestra patrones que permiten caracterizar su nivel de desarrollo tecnológico. Las redes sociales son consideradas muy importantes por el 86.4% de los emprendedores, constituyéndose en la herramienta digital más relevante y una de las más utilizadas en el conjunto de economías participantes del GEM 2025. El sitio web ocupa el segundo lugar en importancia (70.2%), seguido por el email marketing (39.0%) y la comunicación por correo electrónico (17.2%).

Tabla 6. Importancia de herramientas digitales para emprendedores en etapas iniciales en Perú

Herramienta digital	Muy importante (% TEA)
Comercio web (e-commerce)	68.5
Herramientas de análisis de datos	56.2
Computación en la nube (cloud)	57.1
Inteligencia artificial generativa (uso actual)	49.2

Nota: Porcentaje del TEA que considera cada herramienta digital como muy importante para sus operaciones comerciales.

Esta distribución sugiere un proceso de digitalización principalmente orientado a la visibilidad y la comunicación comercial, más que a la incorporación de herramientas de gestión, análisis de datos o automatización. Las redes sociales, debido a su bajo costo y alta accesibilidad, constituyen el principal punto de entrada al entorno digital para emprendedores con recursos limitados. No obstante, esta concentración también puede reflejar una brecha en capacidades digitales más avanzadas, lo que podría limitar la productividad y la escalabilidad de los negocios.

En relación con la inteligencia artificial (IA), los resultados muestran una percepción mayoritariamente positiva sobre su potencial. Una alta proporción de emprendedores considera que la IA puede mejorar la productividad (82.9%), facilitar el acceso a nuevos clientes o mercados (77.2%) y reducir costos operativos (73.8%). Al mismo tiempo, se identifican preocupaciones relevantes asociadas a su uso, como el posible desplazamiento de empleos (72.1%) y los riesgos en materia de privacidad y seguridad de los datos (61.7%).

Tabla 7. Importancia anticipada de la inteligencia artificial para emprendedores peruanos

Percepción / Aspecto evaluado	TEA (%)	EBO (%)
1. PERCEPCIONES POSITIVAS		
La IA mejorará la productividad y eficiencia de mi negocio	82.9	83
La IA me ayudará a llegar a más clientes / mercados	77.2	90.1
La IA generará nuevas oportunidades de negocio	67.3	71.8
La IA facilitará la toma de decisiones estratégicas	70.5	77.3
La IA reducirá los costos operativos	73.8	78.7
2. PERCEPCIONES NEGATIVAS / RIESGOS		
La IA puede desplazar empleos	72.1	73.0
La IA crea riesgos de privacidad y seguridad de datos	61.7	62.4
La IA puede generar información falsa	45.2	47.7
La IA puede aumentar la desigualdad entre empresas	47.4	38.8
La IA representa una amenaza para mi tipo de negocio	53.6	68.6
3. USO ACTUAL Y EXPECTATIVAS		
Usa actualmente IA generativa en su negocio	49.2	48.9
Espera que IA tenga impacto significativo en 3 años	44.2	36.3

Nota: Porcentaje de emprendedores TEA que declaró acuerdo alto con la afirmación.

En términos de expectativas, el 44.2% de los emprendedores en etapas iniciales anticipa que la IA tendrá un impacto significativo en su negocio en los próximos tres años, mientras que entre los empresarios establecidos esta proporción alcanza el 36.3%. Esta diferencia sugiere una mayor apertura hacia la adopción de nuevas tecnologías entre los emprendimientos más recientes, posiblemente asociada a una mayor flexibilidad organizacional y a menores costos de adaptación.

Asimismo, el 49.2% de los emprendedores en etapas iniciales declara utilizar actualmente herramientas de IA generativa en su negocio, lo que indica que, más allá de las expectativas, existe ya un nivel relevante de adopción. En conjunto, estos resultados sugieren que la inteligencia artificial comienza a posicionarse como un componente emergente en la estrategia competitiva de los emprendimientos peruanos, aunque su impacto efectivo dependerá de las capacidades digitales y del entorno institucional que acompañe su desarrollo.

4.4 Orientación hacia la sostenibilidad social y ambiental

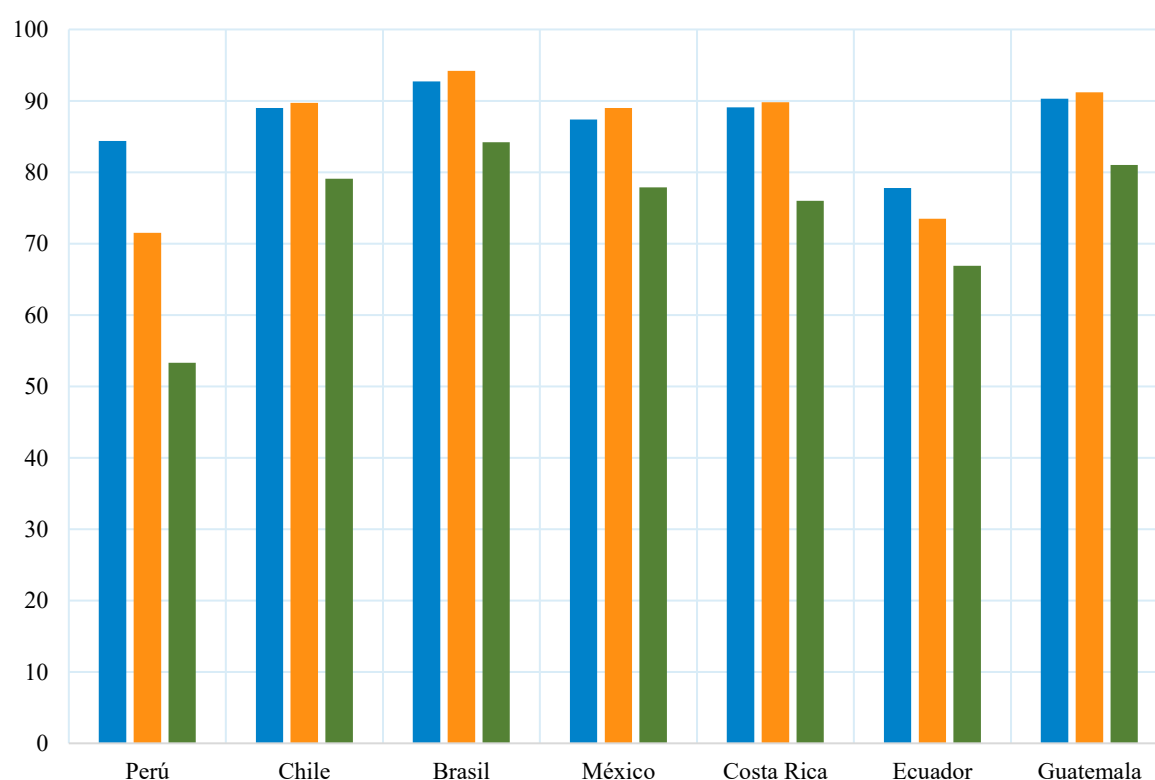
El GEM 2025 incorpora de manera explícita la dimensión de sostenibilidad del emprendimiento, tanto en su componente social como ambiental. Esta dimensión resulta relevante no solo por su valor intrínseco, sino también porque los emprendimientos con orientación sostenible tienden a generar impactos positivos en sus comunidades y a responder a una demanda creciente de mercados e inversionistas por prácticas responsables.

Tabla 8. Orientación hacia la sostenibilidad de emprendedores en etapas iniciales en Perú

Indicador	Porcentaje (% TEA)
Siempre consideran impacto social en sus decisiones	84.4
Siempre consideran impacto ambiental en sus decisiones	71.5
Tomaron acciones para minimizar impacto ambiental/maximizar social (último año)	32.5
Priorizan impacto social/ambiental sobre rentabilidad o crecimiento	53.3
Consideran siempre impacto social (jóvenes 18–34)	86.5
Consideran siempre impacto social (adultos 35–64)	69.3

Nota: Porcentaje de emprendedores TEA que declaró orientación alta en cada dimensión.

Figura 10. Orientación hacia la sostenibilidad de emprendedores (TEA), comparativa regional



En el caso peruano, los resultados muestran una brecha entre percepciones y prácticas. Por un lado, el 84.4% de los emprendedores en etapas iniciales declara considerar siempre el impacto social de sus decisiones empresariales, y el 71.5% señala lo mismo respecto al impacto ambiental. Estos valores son elevados y, al analizarse por grupos de edad, se observa que entre los emprendedores de 18 a 34 años

el 86.5% declara considerar siempre el impacto social, mientras que en el grupo de 35 a 64 años esta proporción alcanza el 69.3%.

Sin embargo, solo el 32.5% de los emprendedores en etapas iniciales reporta haber tomado acciones concretas para minimizar impactos ambientales o maximizar impactos sociales en el último año, y el 53.3% señala priorizar el impacto social o ambiental por encima de la rentabilidad o el crecimiento. Esta diferencia entre las intenciones declaradas y las prácticas efectivas sugiere que la sostenibilidad, en el contexto peruano, se expresa con mayor fuerza a nivel declarativo que operativo.

En perspectiva comparada, los niveles de consideración de impacto social y ambiental declarados por los emprendedores peruanos son relativamente altos. Sin embargo, la proporción que reporta acciones concretas es menor que la observada en varias economías de la región. Este patrón es consistente con el diagnóstico general del ecosistema emprendedor en el Perú: las disposiciones y percepciones suelen ser más favorables que las condiciones que permiten su materialización en prácticas sostenibles.

Desde la perspectiva de política pública, esta brecha también representa una oportunidad. Existe una disposición relevante hacia la sostenibilidad entre los emprendedores peruanos; no obstante, su implementación efectiva depende de la disponibilidad de instrumentos, incentivos y capacidades que faciliten su incorporación en la gestión empresarial. Reducir esta brecha podría contribuir tanto a mejorar la calidad del emprendimiento como a fortalecer su aporte al desarrollo sostenible del país.

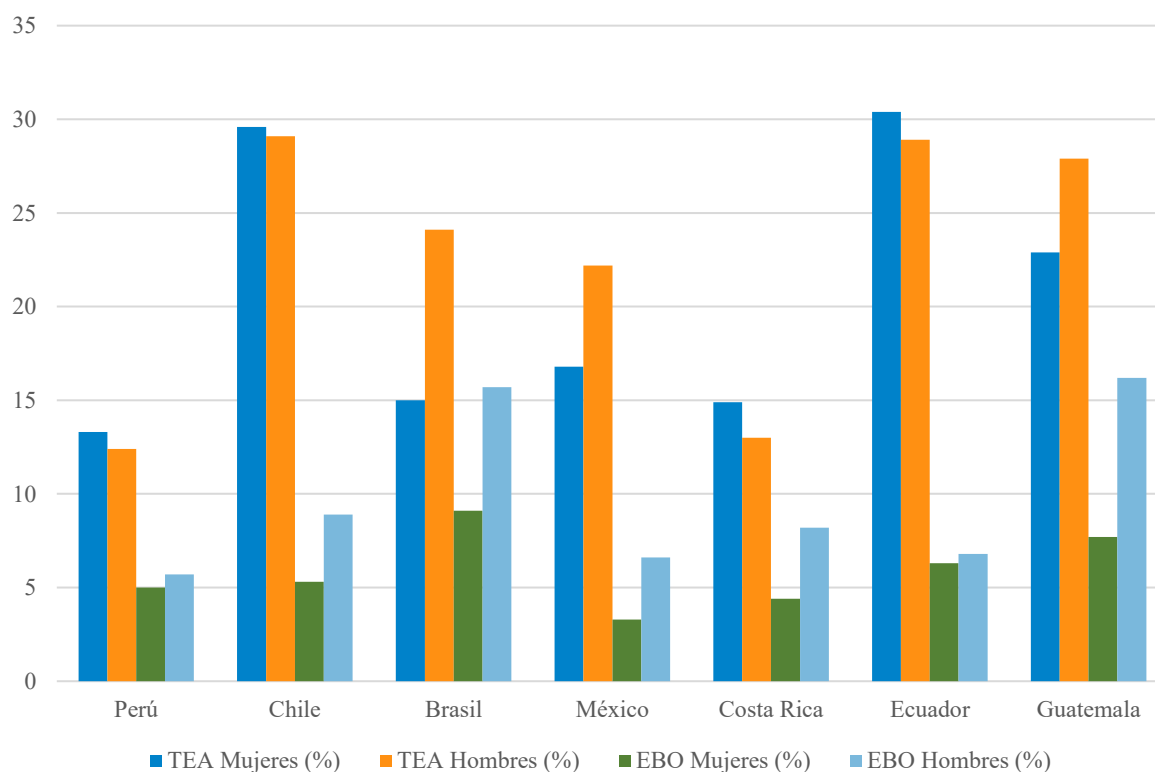
Capítulo 5. Mujeres y Actividad Emprendedora en el Perú

5.1 Una paridad excepcional en perspectiva regional

El análisis de la participación femenina en la actividad emprendedora constituye una dimensión central del GEM, tanto por su relevancia para comprender la estructura del emprendimiento como por sus implicancias en términos de equidad, inclusión económica y aprovechamiento del talento disponible en la sociedad. En el caso peruano, los resultados de 2025 evidencian un rasgo distintivo en el contexto regional que amerita un análisis específico.

Como se señaló en el Capítulo 3, la TEA femenina en el Perú alcanza el 13.3%, ligeramente por encima de la masculina (12.4%). Esta paridad, e incluso leve superioridad femenina en la actividad emprendedora temprana, es poco común en América Latina. En economías como Brasil, México y Guatemala, la participación masculina supera de manera significativa a la femenina. El Perú, junto con Ecuador y Costa Rica, forma parte de un grupo reducido de países donde la brecha de género en el emprendimiento inicial es muy estrecha o prácticamente inexistente.

Figura 11. Participación por sexo en el proceso emprendedor TEA y EBO, comparativa regional



Esta paridad en la etapa temprana no se replica en la fase de consolidación. La proporción de negocios establecidos liderados por mujeres (EBO: 5.0%) es inferior a la observada en hombres (5.7%), lo que indica que, aunque las mujeres ingresan al proceso emprendedor en proporciones similares a los hombres, enfrentan mayores dificultades para sostener y consolidar sus iniciativas en el tiempo. Esta divergencia entre TEA y EBO por sexo sugiere que las principales barreras al emprendimiento femenino

no se ubican en el acceso inicial, sino en las condiciones que permiten la consolidación y el crecimiento de los negocios.

5.2 Motivaciones y perfil de las mujeres emprendedoras

El GEM permite aproximarse a las motivaciones que impulsan a las mujeres a emprender; sin embargo, el reporte global 2025 no presenta una desagregación completa de estos indicadores por sexo para el caso peruano. En este contexto, los resultados disponibles deben interpretarse con cautela. La coexistencia de motivaciones económicas, como la aspiración de mejora de ingresos y la escasez de empleo, junto con motivaciones vinculadas al impacto social, sugiere que las mujeres emprendedoras peruanas operan en un entorno donde se combinan factores de oportunidad y de necesidad.

En cuanto al perfil sociodemográfico, la evidencia disponible indica que el emprendimiento femenino en el Perú no se concentra exclusivamente en los segmentos más jóvenes. La participación de mujeres adultas en distintas etapas de su trayectoria laboral y personal constituye un rasgo relevante del contexto peruano. Este patrón tiene implicancias importantes para el diseño de políticas públicas, en la medida en que los programas orientados únicamente a emprendedoras jóvenes o en etapas iniciales de formación podrían no alcanzar a una proporción significativa de las mujeres que efectivamente participan en la actividad emprendedora.

5.3 Brechas en consolidación, sector y sostenibilidad

Aunque la paridad en la TEA constituye una fortaleza del ecosistema peruano, la brecha en la EBO (5.0% en mujeres frente a 5.7% en hombres) plantea interrogantes relevantes sobre los factores que limitan la consolidación del emprendimiento femenino. En la evidencia internacional, esta brecha tiende a ampliarse a medida que los negocios avanzan en el proceso emprendedor, un patrón que el Perú también parece reflejar. Las causas son múltiples y han sido ampliamente documentadas en la literatura, entre ellas el acceso más restringido a financiamiento formal, la mayor carga de responsabilidades domésticas y de cuidado, la concentración en sectores de menor valor agregado y redes de contacto menos extensas (GEM, 2023; GEM, 2025).

En cuanto a la orientación sectorial, la evidencia disponible sugiere que las mujeres emprendedoras en el Perú tienden a concentrarse en actividades de comercio minorista, servicios de consumo y sectores vinculados al cuidado. Estas actividades suelen presentar menores barreras de entrada, pero también menores márgenes, menor potencial de crecimiento y mayor vulnerabilidad frente a shocks económicos. Esta especialización sectorial, en combinación con restricciones de acceso a capital, puede contribuir a explicar las dificultades para superar los umbrales de consolidación que marcan la transición hacia negocios establecidos.

En materia de sostenibilidad, el alto nivel de consideración del impacto social observado entre los emprendedores peruanos en general (84.4%) es consistente con la evidencia internacional que sugiere una mayor propensión de las mujeres a incorporar criterios de responsabilidad social y ambiental en sus decisiones empresariales. No obstante, la brecha entre intención y práctica efectiva identificada en el Capítulo 4 también resulta pertinente para el caso del emprendimiento femenino, lo que indica que las limitaciones del entorno afectan de manera transversal a distintos grupos de emprendedores.

5.4 Implicancias para la política de género en el ecosistema emprendedor

Los hallazgos de este capítulo permiten identificar implicancias relevantes para el diseño de políticas de apoyo al emprendimiento femenino en el Perú. La paridad observada en el acceso inicial al proceso emprendedor indica que la principal limitación no radica en la disposición a emprender: las mujeres peruanas muestran una participación en la actividad emprendedora temprana comparable, e incluso ligeramente superior, a la de los hombres. El desafío se ubica, más bien, en las condiciones que permiten sostener y expandir esas iniciativas en el tiempo.

En este contexto, una agenda de política orientada al emprendimiento femenino requiere priorizar los factores asociados a la consolidación. Entre ellos destacan el acceso a financiamiento formal, el fortalecimiento de capacidades de gestión, la diversificación hacia sectores de mayor valor agregado, la articulación con redes de mentoría y apoyo, y la reducción de barreras estructurales que limitan la dedicación sostenida al negocio. Más que incentivar el inicio de nuevas iniciativas, el énfasis parece estar en mejorar las condiciones que permitan que los emprendimientos liderados por mujeres crezcan, se consoliden y generen mayor valor económico y social.

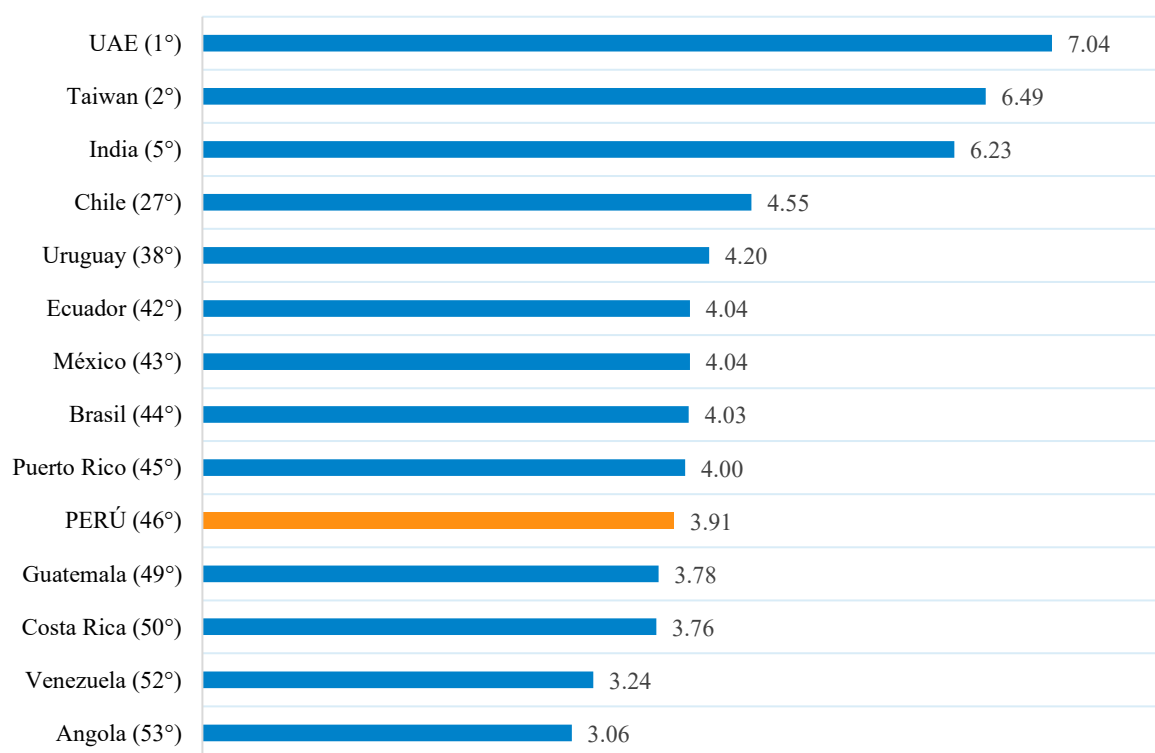
Capítulo 6. Condiciones del Ecosistema Emprendedor

6.1 Metodología de la Encuesta Nacional de Expertos

El análisis del ecosistema emprendedor peruano se sustenta en los resultados de la NES, instrumento central de la metodología GEM para evaluar las condiciones estructurales que configuran el entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora. La NES recoge la opinión de informantes calificados, entre ellos empresarios, académicos, funcionarios públicos, inversionistas y representantes de la sociedad civil, sobre trece condiciones del marco emprendedor, conocidas como Condiciones del Marco Emprendedor (EFCs).

Cada una de estas condiciones es evaluada en una escala de 1 a 10, donde 1 representa un estado muy desfavorable o insuficiente y 10 un estado altamente favorable. En este marco, un puntaje igual o superior a 5.0 se interpreta como indicativo de condiciones suficientemente favorables para el desarrollo del emprendimiento. Los resultados permiten identificar tanto las fortalezas relativas del ecosistema, reflejadas en las condiciones mejor evaluadas, como sus principales debilidades y áreas prioritarias de intervención.

Figura 12. Índice Nacional de Contexto Emprendedor (NECI) de Perú, comparativa internacional



Nota: Escala 1–10. Países seleccionados incluyen líderes globales, vecinos LATAM y extremos del ranking.

El resumen de las evaluaciones de los expertos se sintetiza en el NECI, que promedia las calificaciones de las trece condiciones del marco emprendedor y permite comparar el desempeño del ecosistema de cada país con el de las demás economías participantes del GEM. Para 2025, el NECI del Perú alcanza un valor de 3.9, lo que representa una leve mejora respecto al 3.7 registrado en 2024. No obstante, esta

puntuación ubica al país en el puesto 46 de 53 economías participantes a nivel global y en una posición rezagada dentro del grupo de países de ingreso medio-bajo.

6.2 Evaluación general del ecosistema: NECI y posición comparada

El NECI de 3.9 ubica al Perú en el tercio inferior del ranking global del GEM 2025, lo que indica que el ecosistema emprendedor peruano continúa siendo evaluado por sus propios expertos como insuficiente en la mayoría de sus dimensiones. Aunque la mejora respecto a 2024, de 3.7 a 3.9, constituye una señal positiva, la magnitud de este avance es modesta y no modifica de manera sustancial la posición relativa del país.

De las trece condiciones del marco emprendedor evaluadas por los expertos peruanos en 2025, solo tres alcanzan un nivel considerado suficiente o superior, con valores iguales o mayores a 5.0: la infraestructura física (5.2), las normas sociales y culturales (5.1) y la educación emprendedora post-escolar (5.0). Las diez condiciones restantes se sitúan por debajo de este umbral, lo que indica que la mayor parte de las dimensiones del ecosistema presenta limitaciones estructurales desde la perspectiva de los expertos. Este diagnóstico contrasta con la percepción más favorable de la población general respecto a las oportunidades y facilidades para emprender, evidenciando una brecha entre las condiciones objetivas del entorno y las percepciones individuales.

6.3 Análisis por condición del entorno emprendedor

Antes de analizar cada una de las condiciones del entorno emprendedor, es útil presentar una visión general de su distribución. La Tabla 9 resume las trece condiciones del marco emprendedor para el Perú en 2025, junto con su posición relativa frente a otras economías de ingreso medio. Su lectura permite distinguir entre las pocas condiciones que alcanzan niveles suficientes, aquellas que se sitúan en niveles intermedios y las dimensiones claramente rezagadas que constituyen los principales cuellos de botella del ecosistema.

Infraestructura física y normas sociales y culturales

Las condiciones que alcanzan o superan el umbral de suficiencia, en esta categoría, son la infraestructura física (5.2) y las normas sociales y culturales (5.1). La infraestructura física, que incluye la disponibilidad de carreteras, telecomunicaciones y servicios básicos, es la dimensión mejor evaluada del ecosistema peruano. Este resultado es consistente con lo observado en otras economías de la región, donde la infraestructura básica suele reflejar avances acumulados en el tiempo. Sin embargo, su ubicación en el ranking (22 de 26) indica que, incluso en esta dimensión, el Perú no presenta una ventaja relativa frente a sus pares.

Las normas sociales y culturales reflejan el grado en que la sociedad valora el emprendimiento y tolera el riesgo. Su evaluación favorable es coherente con los resultados de la APS, que muestran altos niveles de valoración social del emprendimiento. Esta consistencia entre percepciones de la población y evaluación de expertos refuerza la robustez del hallazgo: el Perú cuenta con una base cultural favorable al emprendimiento. No obstante, la reducción del puntaje respecto a 2024 sugiere que esta fortaleza puede ser sensible a la evolución del entorno institucional.

Educación para el emprendimiento

La educación emprendedora presenta un perfil claramente diferenciado entre niveles. La educación post-escolar (5.0) alcanza el umbral de suficiencia, lo que indica una oferta formativa que los expertos

consideran apenas adecuada. En contraste, la educación en etapa escolar (3.2) se ubica entre las condiciones peor evaluadas del ecosistema.

Esta brecha es relevante desde una perspectiva de política pública. La formación temprana en habilidades emprendedoras tiene efectos de largo plazo sobre capacidades, actitudes y aspiraciones. La evidencia sugiere que, aunque se han producido avances recientes, la incorporación del emprendimiento en los niveles educativos básicos sigue siendo limitada.

Tabla 9. Condiciones del entorno emprendedor en Perú (NES)

Condición del Marco Emprendedor	Puntuación	Ranking
Infraestructura física	5.2	22/26
Normas sociales y culturales	5.1	15/26
Educación emprendedora post-escolar	5.0	13/26
Dinámica del mercado interno	4.9	21/26
Infraestructura comercial y profesional	4.3	21/26
Regulación: facilidad de entrada	3.7	16/26
Programas gubernamentales	3.5	20/26
Financiamiento al emprendimiento	3.5	18/26
Política pública: impuestos y burocracia	3.4	20/26
Acceso al financiamiento emprendedor	3.2	22/26
Educación emprendedora escolar	3.2	10/26
Transferencia de investigación y desarrollo	3.0	17/26
Política pública: apoyo y relevancia	2.6	22/26

Nota: Puntaje promedio obtenido por cada condición en la NES 2025. Un puntaje ≥ 5.0 indica condición suficiente. El ranking se indica sobre el total de 26 economías de ingreso medio participantes del GEM 2025. Fuente: GEM Global Report 2025/2026, Economy Profile Perú.

Financiamiento al emprendimiento

El financiamiento al emprendimiento (3.5) y el acceso a ese financiamiento (3.2) son evaluados como insuficientes y se ubican en posiciones rezagadas dentro del grupo de países de ingreso medio. Estos resultados reflejan restricciones estructurales en la disponibilidad y accesibilidad del capital para emprendimientos en etapas tempranas.

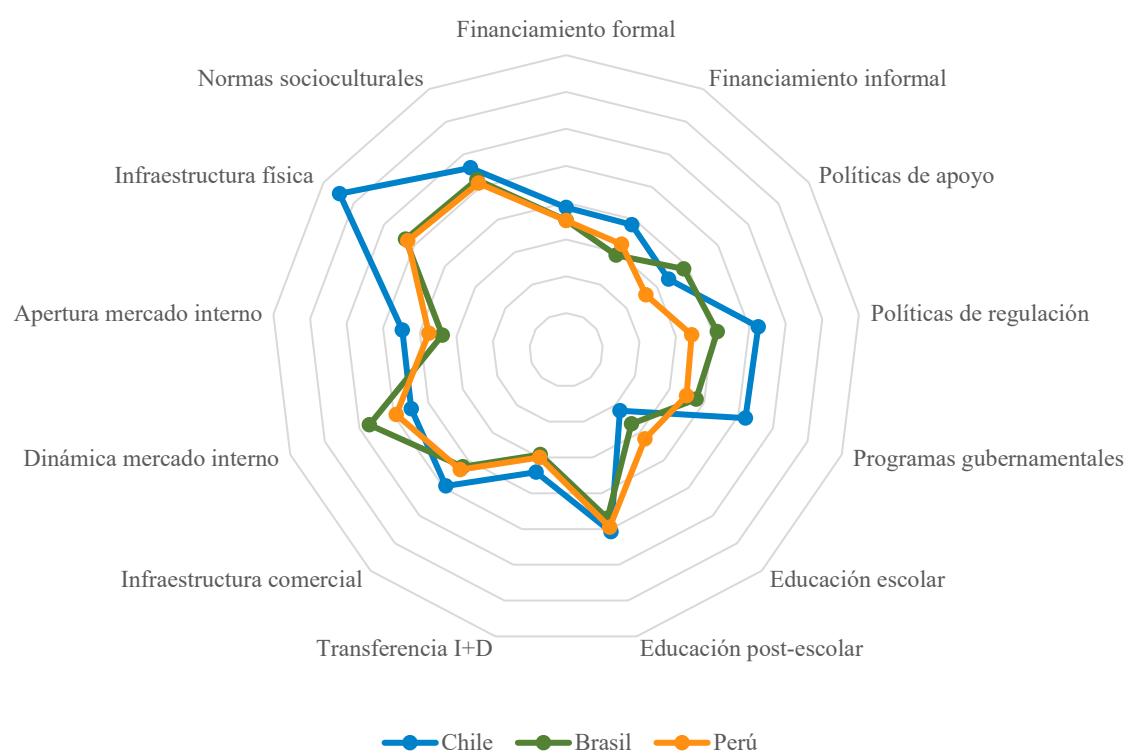
La oferta de instrumentos como capital semilla, inversión ángel o financiamiento basado en potencial de crecimiento es limitada, mientras que el crédito formal suele requerir garantías difíciles de cumplir para nuevos emprendimientos. Estas restricciones contribuyen a explicar las dificultades de consolidación observadas en capítulos anteriores, al limitar la capacidad de inversión y expansión de las iniciativas.

Políticas gubernamentales y programas de apoyo

Las políticas gubernamentales de apoyo y relevancia (2.6) constituyen la condición peor evaluada del ecosistema. Este resultado indica que el marco normativo y de políticas públicas no es percibido como suficientemente favorable para el desarrollo del emprendimiento.

Los programas gubernamentales (3.5), aunque con una evaluación algo superior, también se ubican por debajo del umbral de suficiencia. Esto sugiere que los instrumentos de apoyo existentes no logran traducirse en mejoras sustantivas en las condiciones para emprender. La regulación en materia de facilidad de entrada (3.7) presenta una evaluación relativamente mejor, lo que podría reflejar avances en simplificación de trámites, aunque aún insuficientes.

Figura 13. Radar de condiciones del ecosistema emprendedor en Perú, comparativa regional



Transferencia de investigación y desarrollo

La transferencia de investigación y desarrollo (3.0) es una de las condiciones más débiles del ecosistema. Este indicador evalúa la capacidad de traducir conocimiento generado en universidades y centros de investigación en aplicaciones comerciales.

Su baja puntuación refleja una desconexión entre el sistema científico y el ecosistema emprendedor, lo que limita la generación de emprendimientos innovadores y la inserción en sectores de mayor valor agregado. El fortalecimiento de mecanismos de transferencia tecnológica constituye, por tanto, un elemento clave para mejorar la calidad del emprendimiento.

Infraestructura comercial y profesional y dinámica del mercado interno

La infraestructura comercial y profesional (4.3), que incluye servicios de apoyo como asesoría legal, contable y redes de contacto, se mantiene por debajo del umbral de suficiencia, aunque muestra una mejora relevante respecto a 2024. Este avance sugiere un fortalecimiento progresivo de los servicios de soporte al emprendimiento.

Por su parte, la dinámica del mercado interno (4.9) es una de las condiciones mejor evaluadas, lo que indica que el entorno competitivo permite cierto grado de acceso al mercado para nuevas iniciativas.

Sin embargo, su posición relativa en el ranking sugiere que otros países de nivel de ingreso similar ofrecen condiciones aún más favorables para el ingreso de nuevos competidores.

6.4 Obstáculos, apoyos y recomendaciones de los expertos

Más allá de las calificaciones cuantitativas de cada condición, la Encuesta Nacional de Expertos también recoge percepciones cualitativas sobre los principales obstáculos y apoyos al emprendimiento. En el caso del Perú, estas percepciones muestran un patrón consistente con los resultados presentados anteriormente.

Entre los principales obstáculos, los expertos identifican el financiamiento insuficiente como la limitación estructural más relevante para el desarrollo del emprendimiento. A este se suman las debilidades en el diseño y la implementación de políticas públicas, así como las limitaciones del sistema educativo para formar capacidades emprendedoras desde etapas tempranas. Estos factores configuran un entorno que dificulta no solo el inicio, sino especialmente la consolidación y el crecimiento de las iniciativas empresariales.

En cuanto a los apoyos, los expertos destacan la disponibilidad de infraestructura básica, la valoración social positiva del emprendimiento y la creciente adopción de herramientas digitales por parte de los emprendedores. Estos elementos constituyen activos del ecosistema que pueden facilitar el desarrollo de nuevas iniciativas y potenciar intervenciones orientadas a mejorar su calidad y sostenibilidad.

Asimismo, se observa una mayor atención hacia el rol de la inteligencia artificial en el emprendimiento. La evaluación de este aspecto por parte de los expertos aumentó de 4.7 en 2024 a 5.7 en 2025, lo que sugiere que comienza a posicionarse como un componente relevante en la agenda del ecosistema. Este cambio es consistente con la creciente adopción de herramientas digitales observada entre los emprendedores.

Finalmente, la priorización de la sostenibilidad por parte de los nuevos negocios recibe una evaluación de 4.6, sin variaciones respecto a 2024. Este resultado indica que, si bien existe conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad, el entorno institucional aún no genera condiciones suficientes para su incorporación sistemática en las estrategias empresariales.

6.5 Síntesis: un ecosistema con bases culturales sólidas y déficits institucionales persistentes

El diagnóstico del ecosistema emprendedor peruano que emerge de la NES 2025 es consistente con el retrato desarrollado a lo largo de este reporte. El Perú cuenta con una base cultural y actitudinal favorable al emprendimiento, reflejada tanto en las evaluaciones de normas sociales y culturales como en los resultados de la APS, pero enfrenta déficits institucionales relevantes en las dimensiones que determinan la calidad, la sostenibilidad y el crecimiento de las iniciativas emprendedoras.

Este desajuste entre cultura y soporte sistémico constituye uno de los rasgos más distintivos del ecosistema peruano en la edición 2025 del GEM. La fortaleza del emprendimiento en el país se sustenta más en la iniciativa y resiliencia de las personas que en la existencia de un entorno institucional plenamente habilitante. Este resultado no debe interpretarse como una limitación insalvable, sino como un punto de partida claro para la acción: existen activos culturales y subjetivos sobre los cuales construir, así como déficits institucionales específicos que pueden ser abordados mediante intervenciones focalizadas. El Capítulo 7 desarrolla estas implicancias.

Capítulo 7. Conclusiones e Implicancias de Política

7.1 Síntesis de hallazgos: el perfil emprendedor peruano en 2025

Los resultados del GEM Perú 2025/2026 permiten trazar un retrato claro y matizado del fenómeno emprendedor en el país. El Perú es una economía donde el emprendimiento goza de una legitimidad social amplia y arraigada. La población adulta percibe oportunidades, se siente capaz y mantiene cercanía con personas que emprenden. Esta base cultural constituye una fortaleza relevante: pocas economías de ingreso similar presentan niveles tan elevados de percepción de oportunidades (84.2%) y de autopercepción de capacidades (78.2%) como los observados en el Perú.

Al mismo tiempo, la actividad emprendedora temprana (TEA: 12.8%) es moderada en perspectiva regional, mientras que la proporción de negocios establecidos (EBO: 5.3%) es relativamente baja, lo que evidencia dificultades estructurales en la consolidación de las iniciativas. Las motivaciones de los emprendedores combinan aspiraciones de mejora económica con respuestas a las condiciones del mercado laboral, en un contexto donde el 26.3% de los hogares reportó una disminución de sus ingresos durante 2025. El perfil sociodemográfico destaca por la paridad de género en el emprendimiento temprano, un rasgo diferenciador en la región, así como por la participación significativa de adultos en distintas etapas de su trayectoria laboral.

El ecosistema institucional, evaluado a través de la NES, presenta un NECI de 3.9 que ubica al Perú en el puesto 46 de 53 economías a nivel global, con solo tres de las trece condiciones del marco emprendedor en niveles considerados suficientes. Las principales debilidades se concentran en las políticas gubernamentales de apoyo, la transferencia de investigación y desarrollo, el financiamiento al emprendimiento y la educación emprendedora en etapas escolares. Estas dimensiones son determinantes para la calidad, la innovación y la sostenibilidad de las iniciativas, y su desempeño insuficiente contribuye a explicar por qué el dinamismo cultural del emprendimiento peruano no se traduce en mayores niveles de consolidación empresarial.

7.2 Tensiones estructurales del ecosistema peruano

Tres tensiones estructurales atraviesan los hallazgos de este reporte y constituyen el núcleo del diagnóstico emprendedor peruano. La primera corresponde a la relación entre cultura y soporte institucional: el Perú presenta una de las culturas más favorables al emprendimiento en la región, pero uno de los ecosistemas institucionales más débiles entre países comparables. Esta asimetría ayuda a explicar por qué el emprendimiento es socialmente visible y culturalmente legítimo, pero enfrenta restricciones significativas cuando requiere acceso a recursos, políticas efectivas y conocimiento especializado para crecer.

La segunda tensión se observa entre percepción e intención. El 84.2% de la población adulta percibe oportunidades para emprender, mientras que solo el 19.9% expresa intención de hacerlo en los próximos tres años. Esta brecha, superior a 60 puntos porcentuales, sugiere que la conversión de la disposición cultural en acción emprendedora se encuentra limitada por diversos factores. Entre ellos destacan el miedo al fracaso (44.9%), la complejidad percibida del proceso (solo el 58.8% considera fácil iniciar un negocio) y restricciones estructurales asociadas al acceso a financiamiento y capacidades.

La tercera tensión se manifiesta entre el inicio y la consolidación de los emprendimientos. Aunque la actividad en etapas tempranas es relevante, la proporción de negocios que logra consolidarse es significativamente menor. La relación entre la TEA y la EBO, cercana a 2.4 a 1, indica que por cada negocio que alcanza la etapa de consolidación existen más de dos en fases iniciales, donde la vulnerabilidad es mayor. Este patrón sugiere que el ecosistema presenta mayores limitaciones en el acompañamiento del crecimiento y la sostenibilidad de los negocios que en la generación de nuevas iniciativas.

7.3 Agenda de política: recomendaciones por dimensión

Los hallazgos de GEM Perú 2025/2026 permiten identificar un conjunto de recomendaciones organizadas en torno a las dimensiones del ecosistema que presentan mayores déficits y mayor potencial de impacto sobre la calidad y la sostenibilidad del emprendimiento.

Financiamiento al emprendimiento

El acceso al capital constituye la principal limitación estructural identificada por los expertos y uno de los factores con mayor incidencia sobre la consolidación de las iniciativas. En este ámbito, una agenda de política orientada a resultados requiere avanzar en varios frentes complementarios. En primer lugar, el fortalecimiento y la expansión de instrumentos de garantía y crédito dirigidos a emprendimientos en etapas tempranas, incorporando criterios de evaluación basados en el potencial del negocio y no únicamente en garantías colaterales. En segundo lugar, el desarrollo del mercado de capital de riesgo y de inversión ángel, aún incipiente en el Perú. Finalmente, la diversificación de mecanismos de financiamiento alternativo, incluidos esquemas colectivos y plataformas digitales, que pueden ampliar el acceso al crédito para emprendedores con menor vinculación al sistema financiero tradicional.

Políticas públicas de apoyo al emprendimiento

La política pública de apoyo y relevancia es la condición peor evaluada del ecosistema (2.6), lo que refleja limitaciones en el diseño y la articulación institucional. Abordar este desafío implica avanzar hacia un enfoque más coherente e integrado, que reduzca la fragmentación de los programas existentes. En este sentido, resulta clave consolidar marcos regulatorios que faciliten la formalización progresiva, establecer esquemas tributarios acordes con las etapas iniciales de los negocios, fortalecer mecanismos de simplificación administrativa y promover sistemas de seguimiento y evaluación que permitan ajustar las intervenciones en función de su efectividad.

Educación para el emprendimiento

La brecha entre la educación emprendedora post-escolar (5.0) y la educación en etapa escolar (3.2) evidencia un espacio de intervención con efectos de largo plazo. La incorporación de competencias emprendedoras en el sistema educativo, entendidas como habilidades transversales vinculadas al pensamiento creativo, la gestión de la incertidumbre y el trabajo colaborativo, puede fortalecer la base de capacidades del ecosistema. Esta estrategia requiere complementar los ajustes curriculares con formación docente y con mecanismos de vinculación entre el sistema educativo y el entorno emprendedor.

Transferencia de investigación y desarrollo

El fortalecimiento de la transferencia de investigación y desarrollo, actualmente evaluada en 3.0, constituye una de las intervenciones con mayor potencial para elevar la calidad e innovación del emprendimiento. Reducir la distancia entre la generación de conocimiento y su aplicación comercial

implica fortalecer las capacidades institucionales en universidades y centros de investigación, promover incentivos para la colaboración con el sector empresarial y apoyar etapas intermedias del proceso de innovación, como el prototipado y la validación de soluciones.

Emprendimiento femenino y grupos subrepresentados

Aunque la paridad de género en el emprendimiento temprano representa una fortaleza del ecosistema peruano, la brecha en la consolidación empresarial indica la persistencia de barreras estructurales que afectan a las mujeres emprendedoras. En este contexto, las intervenciones pueden orientarse a mejorar el acceso a financiamiento, fortalecer redes de mentoría y apoyo, promover la diversificación hacia sectores de mayor valor agregado e incorporar servicios que faciliten la conciliación entre responsabilidades productivas y de cuidado.

7.4 Agenda de investigación: preguntas abiertas para ediciones futuras

El retorno del Perú al GEM en 2025 no solo permite actualizar el diagnóstico del emprendimiento en el país, sino que también abre una agenda de investigación que puede orientar las ediciones futuras. Diversas preguntas emergen de los hallazgos de este reporte y requieren atención sistemática en los próximos ciclos de medición.

Una primera línea de investigación se relaciona con la dinámica temporal del emprendimiento peruano. Resulta relevante analizar cómo han evolucionado la TEA, la EBO y las percepciones desde el último reporte nacional correspondiente al período 2018–2019. La reconstrucción de la serie histórica permitirá identificar tendencias de mediano y largo plazo, así como aislar el efecto de eventos específicos, como la pandemia de COVID-19, los ciclos políticos y las variaciones macroeconómicas.

Una segunda línea se centra en los determinantes de la consolidación empresarial. Identificar qué factores distinguen a los emprendimientos que logran superar el umbral de los 42 meses de aquellos que no lo hacen constituye una pregunta clave para comprender las dinámicas de sostenibilidad. En este sentido, estudios de seguimiento que combinen información del APS con metodologías longitudinales permitirían avanzar más allá de las limitaciones de los datos de corte transversal.

Una tercera línea corresponde al análisis de la heterogeneidad territorial. Explorar cómo varía el perfil emprendedor entre Lima y las regiones del interior del país permitiría capturar diferencias que los datos agregados no reflejan. La incorporación de representatividad regional en las muestras contribuiría a un diagnóstico más preciso y útil para el diseño de políticas diferenciadas.

Finalmente, la integración de los datos del GEM con otras fuentes de información, como registros empresariales, estadísticas tributarias y datos de empleo, permitiría complementar las percepciones con evidencia de comportamiento observado. Este enfoque de triangulación metodológica contribuiría a fortalecer la robustez de los diagnósticos y la calidad de las recomendaciones de política.

7.5 Reflexión final

El GEM Perú 2025/2026 recupera una herramienta de observación que el país necesitaba. Los resultados muestran que el Perú es una sociedad que valora el emprendimiento, cuenta con personas dispuestas a emprender y genera iniciativas con frecuencia. Al mismo tiempo, evidencian que estas iniciativas se desarrollan en un ecosistema institucional que las acompaña de manera insuficiente, caracterizado por políticas fragmentadas, financiamiento limitado, una débil transferencia de conocimiento y brechas en la formación desde etapas tempranas.

Superar esta tensión no implica necesariamente incentivar a más personas a emprender, sino fortalecer las condiciones que permiten que los emprendimientos existentes, así como los que surgirán, puedan crecer, consolidarse y generar valor. El desafío es, por tanto, avanzar hacia un entorno que acompañe de manera más efectiva el desarrollo de estas iniciativas y potencie su contribución al crecimiento económico y al bienestar social. Esa es la agenda que los datos de GEM Perú 2025/2026 ponen en evidencia.

Ficha Metodológica

Encuesta a la Población Adulta (APS)

La Encuesta a la Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés: Adult Population Survey) es el instrumento central del GEM para medir las actitudes, percepciones y actividad emprendedora de la población. En el Perú, la APS 2025 fue aplicada a una muestra representativa de la población adulta entre 18 y 64 años, siguiendo los protocolos estandarizados del consorcio GEM que garantizan la comparabilidad internacional de los datos. La encuesta incluye preguntas sobre valoración social del emprendimiento, percepciones individuales de oportunidad y capacidad, intención emprendedora, actividad emprendedora en sus distintas etapas (naciente, nueva, establecida), motivaciones para emprender, características sociodemográficas de los emprendedores y atributos de los negocios en términos de innovación, orientación internacional y sostenibilidad.

El proveedor de la encuesta para el Perú fue Neurometrics. El procesamiento y la validación de los datos siguieron los procedimientos establecidos por el equipo de datos global del GEM, coordinado desde la GEM Global Data Team. Los datos de Perú fueron incluidos en el GEM Global Report 2025/2026 y en el perfil económico correspondiente al país.

Encuesta Nacional de Expertos (NES)

La Encuesta Nacional de Expertos (NES, por sus siglas en inglés: National Expert Survey) es el instrumento del GEM para evaluar las condiciones del ecosistema emprendedor desde la perspectiva de informantes calificados. La NES recoge la opinión de expertos con conocimiento directo de distintos aspectos del entorno empresarial e institucional: financiamiento, políticas públicas, programas de apoyo, educación, transferencia tecnológica, infraestructura y normas culturales. Cada experto evalúa las 13 condiciones del marco emprendedor (EFCs) en una escala de 0 a 10, y proporciona información cualitativa sobre los principales obstáculos y apoyos al emprendimiento en el país.

Para el Perú, la NES 2025 fue administrada por el equipo nacional del GEM, bajo la coordinación del Núcleo — Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial. Los resultados de la NES se utilizan para calcular el Índice Nacional de Contexto Emprendedor y para el análisis cualitativo del ecosistema presentado en el Capítulo 6 de este reporte.

Clasificación del Perú en el GEM 2025

El Perú participa en el GEM 2025 como economía de ingreso medio-bajo, con un PIB per cápita en paridad de poder adquisitivo de 18 000 dólares internacionales (Banco Mundial, 2024) y una población de 34.2 millones de habitantes (Naciones Unidas, 2024). Las comparaciones internacionales presentadas en este reporte toman como referencia principal el grupo de 26 economías de ingreso medio participantes del GEM 2025, aunque también se incluyen comparaciones con economías latinoamericanas específicas cuando los datos lo permiten.

Referencias

- Banco Mundial (2024). *World Development Indicators*. Washington D.C.: Banco Mundial. Recuperado de <https://databank.worldbank.org>
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Guerrero, M., & Schøtt, T. (2026). *Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 Global Report: From Uncertainty to Opportunity*. London: GEM.
- Elam, A., Brush, C., Greene, P., Baumer, B., Dean, M., & Heavlow, R. (2023). *GEM 2022/2023 Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes*. London: Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- GEM Women's Entrepreneurship Team (2025). *GEM 2024/2025 Women's Entrepreneurship Report: Navigating Challenges, Driving Change*. London: Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Recuperado de <https://gemconsortium.org/report/51822>
- Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (2024). *World Population Prospects 2024*. Nueva York: ONU. Recuperado de <https://population.un.org>

Agradecimientos

Dr. Rubén Guevara
Director General
CENTRUM Católica Business School

Dr. Iván de la Vega
Director Smart Centrum
CENTRUM Católica Business School

David Mayorga
Profesor Principal
Universidad del Pacífico

Julio César Vela Velásquez
Director Ejecutivo CIDE-PUCP
Pontificia Universidad Católica del Perú

Dr. Carlos Hernández
Profesor Principal
Pontificia Universidad Católica del Perú

Mgtr. Aída del Rocío Vega
Doctoranda DBA
CENTRUM Católica Business School

Dra. Claudia Yáñez Valdés
Lider GEM Regional Bio Bio, Chile
*Universidad Católica de la Santísima
Concepción, Chile*

Dra. Andrea Lazarte-Aguirre
Directora de Operaciones y TI
CENTRUM Católica Business School

Dr. José Carlos Véliz
Profesor Ordinario
CENTRUM Católica Business School

Mario Nicanor Vargas Bejarano
Profesor Universitario
Universidad Andina del Cusco

Dr. Freddy Linares Torres
Director
Neurometrics

Mgtr. Patricia Quispe Barrantes
Docente Investigadora
Universidad Nacional Federico Villarreal

Rocío Villacorta
Emprendedora
Lima, Perú

**Dr. Miguel Domingo
González Álvarez**
Profesor Principal
Pontificia Universidad Católica del Perú

Mag. Max Elías Figueroa Huaman
CEO & Founder
Cobox Logistic

Fernando Ortega San Martín, MBA
Chair Nodo Perú
Nodo Perú - The Millennium Project

Jorge Arturo Chávez Zenteno
Director
NESsT

Patricio Ñuble
Emprendedor
Lima, Perú

Dr. Julio Acosta-Prado
Profesor Universitario
CESA

