

Luz Andrea Lazarte Aguirre

¿Emprendimiento

o *startup*?

Un análisis en el

contexto peruano

¿Emprendimiento o *startup*?

Un análisis en el contexto peruano

Luz Andrea Lazarte Aguirre (<https://orcid.org/0000-0002-6312-7784>)¹

¹ Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL). lalazarte@crear.ucal.edu.pe

Fecha de recepción: 18 de diciembre de 2020 | Fecha de aceptación: 17 de agosto de 2021

Resumen

Las sociedades buscan iniciativas —como emprendimientos o *startups*— que aporten productos novedosos y originales como propuestas de valor sostenibles; sin embargo, en el Perú se ha identificado una confusión entre lo que significa un emprendimiento y una *startup*. Por ello, el trabajo consistió en evaluar el estado de estas definiciones, para lo cual se aplicó una metodología exploratoria basada en entrevistas a emprendedores del ecosistema peruano. El principal resultado demuestra que muchos de los actores diferencian un emprendimiento tradicional de una *startup* con base en variables como el crecimiento exponencial y el componente tecnológico. No obstante, no se evidencian la creatividad o la innovación como diferenciadores de la *startup*. Este trabajo se propone profundizar en estas nociones, a fin de potenciar al ecosistema emprendedor.

Palabras clave | Emprendimiento; *Startup*; Ecosistema; Innovación; Creatividad.

Entrepreneurship or Startup? Analysis in the Peruvian Context from the Creative Point of View

Abstract

Societies seek initiatives —such as entrepreneurships or startups— that provide novel and original products as sustainable value propositions; however, in Peru, a confusion has been identified between what an enterprise and a startup mean. Therefore, the work consisted of evaluating the status of these definitions, for which an exploratory qualitative methodology was applied through in-depth interviews to experts of the Peruvian ecosystem. The main result shows that many entrepreneurs differentiate a traditional venture from a startup, under aspects related to the exponential growth potential and the technological component. However, there is no evidence of recognition of creativity or innovation as differentiating components of the startup. This publication aims to deepen these definitions, in order to empower this entrepreneurial ecosystem.

Keywords | Entrepreneurship; Startup; Ecosystem; Innovation; Creativity.

Copyright

Centro de Diseño y Comunicación, S.C.© 2021. Este es un artículo de acceso abierto distribuido según los términos de la Licencia de Atribución de Creative Commons ([CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)), que permite la descarga, el uso y la distribución en cualquier medio, sin propósitos comerciales y sin derivadas, siempre que se acredite al autor original y la fuente.

Introducción

En el contexto peruano, el término emprendimiento es de uso corriente, ya que en muchas familias esta actividad económica ha sido crucial para abrirse paso. Sin embargo, el término *startup* no se reconoce de forma tan generalizada, existiendo desconocimiento y confusión por parte de los mismos emprendedores y dueños de negocios y *startups*. Ante este panorama, se despejarán los conceptos de emprendimiento y *startup*, evidenciando sus vínculos con la creatividad y la innovación, que le son inherentes.

Si bien el término emprendimiento se popularizó desde los noventa en el Perú, como actividad ha estado presente desde mucho antes, formando parte de la conciencia colectiva. Distinto es el caso de las *startups*, que aún no han terminado de conquistar su lugar como parte de la cultura.

A continuación, se abordan los vínculos entre emprendimiento, creatividad innovación y *startup*; la historia del emprendimiento en el Perú, las características del emprendimiento peruano y la diferencia entre emprendimientos y *startups* en el ecosistema nacional.

Creatividad, innovación y emprendimiento

El emprendimiento es un factor clave para la competitividad de las naciones, ya que las *startups* impulsan lo que Josep Schumpeter llamaba la destrucción creativa o el motor del auge de las nuevas industrias y el proceso de crecimiento y desarrollo económico. En ese sentido:

La apertura de nuevos mercados, extranjeros o nacionales [...] ilustran el proceso de mutación industrial que revoluciona incesantemente la estructura económica desde adentro, destruyendo sin cesar la anterior, creando sin cesar una nueva. Este proceso de destrucción creativa es el hecho esencial sobre el capitalismo. Es en lo que consiste

el capitalismo y en lo que tiene que vivir toda preocupación capitalista. [El capitalismo requiere] el perenne vendaval de la Destrucción Creativa (Schumpeter, 1942, pp. 83-84).¹

En tal sentido, para evaluar el emprendimiento se usa el Índice Global de Emprendimiento, o *Global Entrepreneurship Index*, como medida de la actividad emprendedora en 137 naciones (Acs et al., 2020). Este indicador resulta importante, en especial por la alta correlación entre el Índice Global de Creatividad (*Global Creativity Index*, GCI) y el emprendimiento (0.83), en comparación que con el PBI per cápita (0.65) o la competitividad global (0.78) (Florida et al., 2015). Esto quiere decir que el emprendimiento es un factor clave en la competitividad de las naciones; sin embargo, el poder emprendedor desencadena la destrucción creativa de Schumpeter, lo que, a su vez, potencia la creación de nuevas industrias y el proceso de crecimiento y desarrollo económico.

De acuerdo con Florida et al., (2011), la creatividad difiere de las cosas fundamentales de la vida pues se presenta como una fuente de recursos renovables indefinida que puede ser mejorada constantemente: todos son potencialmente creativos. El estudio define a la creatividad como algo movable y portable, especialmente asociado a lugares específicos como países, ciudades o regiones, que une los aspectos claves de diversos grupos de personas con empresas o instituciones para dar forma al progreso económico y social. En tal sentido, el GCI ofrece una nueva y más unificada forma de evaluar dichos aspectos que dirigen la prosperidad económica a largo plazo, basada en las tres Ts de desarrollo económico: tecnología, talento y tolerancia, las cuales se detallan a continuación:

¹ [T. de la A.] Texto original: *The opening up of new markets, foreign or domestic [...] illustrate the same process of industrial mutation that incessantly revolutionizes the economic structure from within, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new one. This process of Creative Destruction is the essential fact about capitalism. It is what capitalism consists in and what every capitalist concern has got to live in. [...] It must be seen in its role in the perennial gale of creative destruction* (Schumpeter, 1942, pp. 83-84).

1. Tecnología:

- Inversión global en investigación y desarrollo (*Global R & D Investment*).
- Innovación global (*Global Innovation*), medido a través del número de patentes.

2. Talento:

- Clase global creativa (*Global Creative Class*), incluye a los trabajadores en ciencia, tecnología e ingeniería; artes, cultura, entretenimiento y media; negocios y administración; y educación, salud y leyes.
- Logro educativo global (*Global Educational Attainment*), medida como la porción de la población que participa en educación terciaria, es decir, universidades, institutos y centros de entrenamiento.

3. Tolerancia:

- Tolerancia global racial y étnica (*Global Racial and Ethnic Tolerance*), muestra cómo las naciones están abiertas y aceptan las minorías raciales y étnicas.
- Tolerancia global a la población gay y lesbiana (*Global Gay and Lesbian Tolerance*), muestra la aceptación de las naciones a la población gay y lesbiana.

En el caso del Perú, considerando que, en términos del indicador GCI, se ubica en el puesto 69 de 139 países (Florida et al., 2015) y, además, en el mapa de países según la correlación entre el GCI y el emprendimiento, el Perú no se ubica, es posible inferir que esta relación no es significativa. Esto también se sustenta en el previo análisis de la alta correlación entre el GCI y el emprendimiento, lo cual lleva a analizar la situación en la que el país se encuentra con respecto al nivel emprendedor. La pregunta parece obvia, pero es pertinente formularla: si el GCI ubica al Perú casi a la mitad del ranking de países analizados, ¿por qué no existe una relación evidente con el emprendimiento? Esto responde a que, históricamente, en el Perú esta actividad se ha realizado como una respuesta ante la pérdida de trabajos tradicionales, es decir, es una reacción de subsistencia. Para contribuir al progreso económico y social en los términos planteados por el GCI, es preciso

que la actividad emprendedora resulte más estratégica y esté acompañada de resultados positivos en función a las tres Ts de desarrollo económico: tecnología, talento y tolerancia.

Al respecto de la conexión entre los conceptos de creatividad e innovación, autores como Runco (2007) y Edwards-Schachter et al. (2015), han abordado la relación, considerando que la creatividad, según Torrance (1962), es un proceso mediante el cual una persona es capaz para percibir problemas, detectar lagunas de información, formular hipótesis, probarlas, modificarlas y presentar resultados novedosos, asignándole, además, un carácter de habilidad global; mientras que la innovación es una mejora significativa de productos, procesos, servicios, formas de organizaciones o formas de comercialización, mejora que intrínsecamente conlleva la solución de un problema. Los autores concuerdan en que la primera surge de forma intrínseca y que la segunda tiene una clara intención extrínseca, encontrando aquí una diferencia: la generación y subsecuente implementación exitosa de ideas creativas podrían dar lugar a una innovación, siempre que esta suponga, no solo valor social o económico en el mercado/sociedad, sino una evidente diferencia tangible en el ámbito donde ocurra. Por otro lado, Edwards-Schachter et al. (2015) suman el emprendimiento como componente clave del vínculo entre creatividad e innovación, reconociendo así la capacidad de la triada para impulsar la economía.

Florida indica que la creatividad “no es una reserva de cosas que puedan agotarse, sino un recurso ilimitado que se renueva y mejora constantemente mediante la educación, la experiencia en el trabajo y la estimulación que proporciona la interacción humana” (2014, p. 197).² Así, al igual que la innovación y emprendimiento, también puede ser enseñada y aprendida. El autor la vincula con lo que se pensaba como campos separados y distintos de la ciencia y la tecnología,

² [T. de la A.] Texto original: *creativity is not a stock of things that can be depleted but an unlimited resource that is constantly renewed and improved by education, on-the-job experience, and the stimulation that is provided by human interaction* (Florida, 2014, p. 197).

la gestión empresarial y las profesiones como el arte, el diseño y el entretenimiento, es decir, la creatividad se puede manifestar en muchas áreas y no solo en las artísticas. Entonces, las competencias emprendedoras podrían ser influenciadas, tanto por los rasgos o talentos como por la cognición, sirviendo para empoderar a los individuos a ser potenciales emprendedores.

Asimismo, el modelo schumpeteriano de destrucción creativa (Schumpeter, 1934), explicado al inicio de la sección, describe a la creatividad como precursora del comportamiento innovador y una dimensión central para el potencial emprendedor de las personas, definiendo a la innovación como la característica central del esfuerzo emprendedor. Otros autores, como Amabile (1996), definen a la creatividad como la producción de ideas novedosas y útiles, y a la innovación es la implementación exitosa de estas ideas dentro de una organización, añadiendo al emprendimiento como aquello necesario para activar la fase de acción o implementación de dichas ideas, es decir, es precursor directo de la innovación. Para Baumol “el emprendimiento es el proceso donde la invención es puesta en práctica, transformando una idea incorpórea en una operación económicamente viable” (1993, p. 205).

Por último, Zhao (2005) confirma que la innovación es la herramienta del emprendimiento por medio de la cual los emprendedores ejecutan cambios como una oportunidad de crear negocios o servicios diferentes; en otras palabras, la innovación debe satisfacer las necesidades del mercado y requiere del emprendimiento para alcanzar el éxito comercial. En suma, estos autores concluyen que el emprendimiento se puede definir en términos de innovación, dado que involucra procesos continuos de recombinação, de conocimiento y puestas en práctica de ideas en productos, servicios o modelos organizacionales de valor.

Finalmente, con base en la exploración previa, es posible reconocer que la creatividad es una posible (y potencial) base para el desarrollo de innovaciones, pero, a su vez, es un atributo o rasgo clave que podría fomentar las competencias

emprendedoras y, en general, el emprendimiento en distintos ámbitos del desempeño humano. Lo que falta es descubrir cómo desarrollar la creatividad, la innovación y el emprendedurismo en las personas para lograr convertirnos en sociedades más innovadoras y emprendedoras, debiendo ser un tema central en las agendas de los países a nivel mundial.

Emprendimiento versus startups

De acuerdo con Emprendedor Peruano (s.f.), el emprendedor peruano requiere de un entorno que estimule el desarrollo de su emprendimiento, el mismo que se le conoce como ecosistema del emprendedor peruano. El ecosistema de *startups* en el Perú, a su vez, acoge a diferentes actores, desde las *startups*, incubadoras, aceleradoras e inversionistas hasta los actores del Gobierno. Se ha avanzado mucho, lo cual ha permitido el potenciamiento del ecosistema como tal y la visión de su futuro prometedor a nivel de la región, de la mano directa de sus principales protagonistas: los emprendimientos y *startups*. En este sentido, en el ecosistema, a menudo se identifica el uso de los términos emprendimiento y *startups* a manera de sinónimo. Esto nos lleva a creer que, a pesar del boom de las iniciativas innovadoras y negocios con potencial de crecimiento escalable, no existe consenso sobre la atribución como empresa: ¿emprendimiento o *startup*?

Para Montoya (2015), las *startups* son compañías de cualquier ámbito que tienen un fuerte componente tecnológico y que están relacionadas con la Teoría de las Cuatro Olas de Internet.³ Por su parte, Meyer (2012) define a la *startup* como una empresa que nace pequeña, piensa en grande y tiene la probabilidad significativa de crecimiento exponencial temprano, dado su potencial innovador.

³ Fleisch et al. (2014), así como Montoya (2015), explican la teoría sobre la evolución de Internet en cuatro olas. La primera ola, punto.com, contribuyó al uso de internet como parte de la infraestructura de los negocios. La segunda ola, redes sociales, se caracterizó por el uso de Facebook y Twitter, cuyo impacto representó empresarialmente una revolución para el modelo de negocios tradicional de la publicidad y el *marketing*. La tercera ola, las *apps* y la tecnología de redes, que está revolucionando toda la economía, específicamente en los sectores de transporte, movilidad, mercadeo de la música, turismo, servicios y comercio. La cuarta ola, el Internet de las Cosas (*Internet of Things – IOT*), es la red de objetos físicos o cosas incrustadas con la electrónica, el software, los sensores y la conectividad de red, que favorece el intercambio de datos, mejorando la calidad de vida de la población.

Para Ewing Marion Kauffman Foundation, una startup es una empresa diseñada para escalar muy rápidamente “sin restricciones por las tecnologías antiguas, formas tradicionales de producción organizada o por la necesidad de servir a mercados establecidos” (2005, p. 16).⁴

El ecosistema peruano atribuye a los emprendimientos innovadores, dinámicos, tecnológicos y de alto impacto el nombre de *startups* (COFIDE, 2017), mientras que, para *UCAL Startup*, es un “tipo de emprendimiento con una propuesta de innovación y originalidad en el mercado, de tipo de desarrollo ágil, con una dimensión tecnológica, basado en un proceso creativo, con intención de transformar una realidad específica, incluyendo impacto social y siendo socialmente responsable, con potencial de escalabilidad digital y global” (UCAL, 2019, p. 2). Por su parte, para Larroulet y Couyoumdjan (2009), el emprendimiento es una acción humana que expresa ingenuidad y creatividad, y que es considerada como una fuerza que direcciona el crecimiento económico, esto es, determinando la competitividad de un país. Si bien el emprendimiento causa un impacto positivo en la generación de empresas y de empleos, también puede mejorar la productividad de un país o región, lo cual se sustenta en lo previamente discutido alrededor del GCI como indicador directamente asociado con medidas clave de progreso económico y social. En general, países con puntaje alto en el GCI, tienen niveles más altos de producción económica, emprendimiento, competitividad económica y desarrollo humano (Florida et al., 2015).

El *Global Entrepreneurship Monitor* (2018) define al emprendimiento como “el inicio de una actividad empresarial motivada por una de dos razones: necesidad u oportunidad”, atributos que han sido cuestionados por autores como Marulanda et al. (2019), quienes afirman que el emprendimiento está más relacionado con aspectos personales como el crecimiento, la autonomía y la independencia, y con aspectos económicos, como la necesidad de contar con un medio de subsistencia.

⁴ [T. de la A.] Texto original: *Start-up businesses are not constrained by the limits of old technologies, traditional ways of organizing production, or the need to serve established markets* (Ewing Marion Kauffman Foundation, 2005, p. 16).



Para Heivly (2018), el emprendedor inicia un viaje para alcanzar dicho estatus, el cual consiste en seis pasos (Figura 1). El primero se relaciona con ser inspirado, darse cuenta de algo, como un despertar. El segundo paso recae en el aprendizaje y en la búsqueda de conocimiento y de personas con pensamientos afines al emprendedor, lo cual le permitirá ganar *expertise* sobre la idea generada y conseguir un equipo que crea en la factibilidad y pertinencia de hacerla realidad. El tercer paso se asocia a fundar el emprendimiento, es decir, ejecutar la idea, ya sea solo o con otros que conformen el equipo. A este paso le sigue el perseguir el estado de *startup*, para lo cual se busca un modelo de negocio escalable. En este último paso, el emprendimiento deja de serlo para convertirse en una *startup*. El quinto y sexto paso se relacionan al escalamiento o la búsqueda del máximo éxito de la visión central, y al estado de campeón, reconocido como la empresa líder en el sector que se está desempeñando. Se puede decir que, en esta última etapa, la empresa se encuentra en el camino a ser una organización establecida, dejando de lado las fases de emprendimiento y *startup*, con las que finalmente lograron dicho reconocimiento.

De acuerdo con la figura anterior, los pasos del viaje del emprendedor permiten identificar aspectos estrechamente vinculados al proceso creativo. Por ejemplo,

identificar el problema o ser inspirado (*inspire*), se puede traducir como un momento ¡Eureka! (Wallas, 1926; Carson, 1999). El proceso de aprendizaje (*learn*) abarcaría distintos pasos del proceso creativo como el de selección del problema, la preparación, el análisis y la incubación; mientras que el ejecutar la idea (*founder*) está netamente ligada a la ideación, la verificación y producción. Finalmente, la búsqueda de un modelo de negocio escalable (*startups*) debe contemplar primero la evaluación o validación de la idea producida, antes de seguir con el escalamiento (*scale-up*).

Historia del emprendimiento en el Perú

El emprendimiento no siempre ha servido de referencia para las iniciativas que actualmente conocemos en el contexto peruano. Los primeros emprendimientos se remontan a la década de 1990, periodo de la historia peruana que sufrió hiperinflación, escasez de recursos y caos. De acuerdo con los archivos del diario *Gestión*, esta situación generó que, por muchos años, la población de provincias migrara hacia la capital en búsqueda de oportunidades para mejorar su situación económica; ante la imposibilidad de agenciarse trabajos estables en organizaciones previamente constituidas, fue necesario que estas personas lideraran sus propios negocios de manera independiente (Redacción Gestión, 2015).

El término emprendimiento puede ser conceptualizado como el descubrimiento de oportunidades y la subsecuente creación de una nueva actividad económica, a menudo acompañada de la creación de una nueva organización (Cuervo et al., 2007). Asimismo, este hace referencia a los negocios que nacen de forma apresurada, sin certeza del potencial para generar ingresos. En este orden de ideas, las personas empezaron a crear su propia empresa al verse motivados por el atractivo que evocaban los sectores de comercio y servicios, a raíz de los cuales nacieron, por citar algunos ejemplos, el clúster empresarial en Villa El Salvador y Los Olivos, así como el emporio comercial de Gamarra. En la segunda década del milenio, a este ecosistema se han sumado los emprendedores sociales, quienes buscan resolver dilemas relacionados con educación, transporte, higiene y sanidad, entre otros.

Con el transcurrir de los años y los cambios en la legislación en el Perú, se fue mejorando el contexto para la aparición de jugadores que ahora son grandes empresas como Renzo Costa y Montalvo. Al respecto, para Patricia Jiménez, directora de Desarrollo de Negocio Latam de Opipino, en el año 2015 ya se estaba empezando a notar la existencia de un ecosistema cada vez más sólido para el emprendimiento (Redacción Gestión, 2015). Pese a lo anterior, aún hay mucho por hacer en este frente si se tiene en cuenta que, en el ámbito formal, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (s.f.), en el país se crean en promedio 853 empresas y se cierran 469 por día, y, además, 650 personas se incorporan a la fuerza laboral.

Si bien desarrollar un emprendimiento es una apuesta cada vez más común en el país, el llegar a consolidar una *startup* que opere de forma exitosa no es fácil. De acuerdo con Marcelo (2015), el 26 de agosto de 2014 fue un hito con el nacimiento de la primera generación de *startups* peruanas, veintitrés iniciativas y cuatro incubadoras de negocios que recibieron cuatro millones de soles (o aproximadamente un millón cuatrocientos doce mil cuatrocientos veintinueve millones de dólares) para el financiamiento de sus respectivos proyectos. La entidad que entregó dichos recursos fue el Ministerio de la Producción (Produce) a través de su programa *Startup Perú* y tuvo entre sus ganadores a *Joinnus*, comunidad de entretenimiento y *Las traperas*, comunidad de ropa de segunda mano.

Desde entonces, *Startup Perú* continúa sus actividades, encontrándose en la séptima edición del programa, con fondos mayores en relación a sus primeros años. Al año 2017, la iniciativa ha beneficiado a 309 *startups* con capital y mentoría (Pichihua, 2017). Cabe señalar que, si bien el Estado hace un esfuerzo con el capital semilla para el financiamiento, eso no asegura que la empresa despegue; se espera que una vez que muestre avances, los inversionistas contribuyan también a su fortalecimiento.

Las perspectivas de crecimiento son altas, ya que, según los últimos reportes del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), el Perú es el país más emprendedor de América Latina (GEM, 2018) y el 40% de peruanos considera el emprendimiento como alternativa para los próximos tres años (Redacción EC, 2019), pese al miedo al fracaso, que asciende al 30.2 % (GEM, 2018). Un claro ejemplo de esto del auge del país en este frente es la participación de organizaciones peruanas en el Programa Suizo de Emprendimiento, programa global en el que la presencia de organizaciones de este origen es predominante (Redacción Gestión, 2019).

Características del emprendimiento

En relación con las características de los emprendimientos latinoamericanos, de acuerdo a Sparano (2014), el mayor porcentaje de emprendedores latinoamericanos entre 18 y 64 años se encuentra en Ecuador (16.7 %), seguido de Chile (14.7 %), México y Brasil con tendencia alcista desde 2011. Asimismo se observa un decrecimiento en Perú en cuanto a emprendedores nacientes (-34 %) a partir de 2010 (22.4 %), hasta 2012 (14.7 %), y en Colombia (-10.5 %) desde 2011 con (15.2 %) hasta 2012 (13.6 %) (Figura 2); aunque aumentó el grado de competitividad de los emprendedores nuevos en América Latina entre 2011 y 2012 en Ecuador (11 % a 11.7 %), Brasil (11 % a 11.3 %), Colombia (6.7 % a 6.9 %), Perú (5.4 % a 6.2 %) y México (4 % a 4.3 %) (Figura 3).

Según el GEM 2016-2017 (Serida et al., 2017), en el Perú, el índice de emprendedores en edad temprana, es decir aquellos involucrados en la puesta en marcha de un negocio o dueños-gerentes de negocios con menos de 3.5 años de funcionamiento, ascendió a 25.1 %, lo cual se asocia al crecimiento experimentado por el país y la mayor oferta laboral. Asimismo, a pesar de que, de acuerdo a los resultados del GEM 2018-2019 (Serida et al., 2020), este índice descendió a 22.4 %, se espera que, en relación al proceso de consolidación de los negocios, de cada 100 emprendimientos en etapa temprana, 37 logren al menos 3.5 años de operación, indicador que, para dicho período, solo representa al 8.4 % del universo.

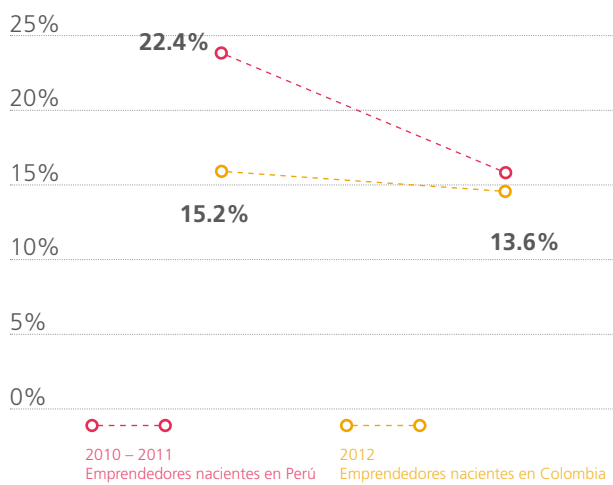


Figura 2.
Evolución de emprendedores nacientes.
Fuente: Elaboración propia con información de Sparano (2014).

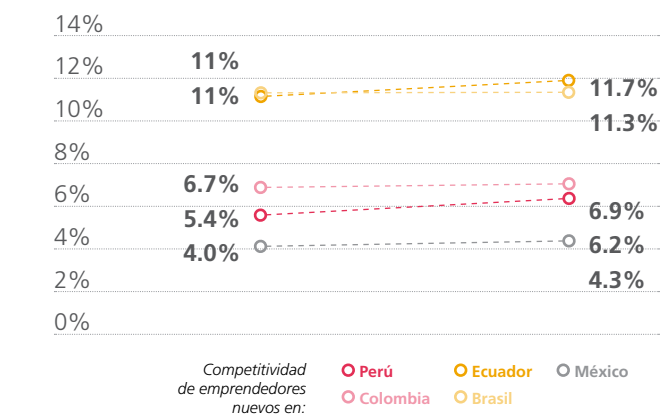


Figura 3.
Evolución de competitividad de emprendedores nuevos.
Fuente: Elaboración propia con información de Sparano (2014).

En estos términos, al 2017, el Perú ocupó el cuarto lugar como país con mayor actividad emprendedora (22.2 %), estando en el mismo grupo de economías basadas en la eficiencia con Ecuador (31.8 %), Belice (28.8 %), Colombia (27.4 %) y Chile (24.2 %) (Serida et al., 2017); mientras que, al 2019, descendió al quinto lugar (22.4 %), después de Líbano (24.1 %), Chile (25.1 %), Guatemala (27.5 %) y Angola (40.8 %) (Serida et al., 2020). Los estudios del GEM de los años 2016-2017 y 2018-2019 también revelan que, al 2017, el 71.6 % de los emprendedores peruanos en etapa temprana considera que el mercado ofrece las oportunidades para hacer negocios, mientras que el 87.1 % considera que cuenta con la capacidad para aprovecharlas; en contraste, al 2020, el 56,0 % de los emprendedores peruanos considera que en los próximos seis meses existen buenas oportunidades para iniciar un negocio y el 71.8 % considera que cuenta con capacidades emprendedoras. Finalmente, el miedo al fracaso se fue reduciendo y, al cierre de la edición del 2017, alcanzó el 22.1 %; sin embargo, al cierre de la edición del 2019, se incrementó drásticamente hasta alcanzar un 30.2 %.

Cabe destacar que la actividad emprendedora depende de las diferentes fases de creación de empresas y, solo en América Latina, alcanza el 20.5 %; sin embargo, este nivel de emprendimiento generalmente corresponde a aquellos

por necesidad,⁵ lo cual contribuye a bajos niveles de desarrollo económico (Montoya, 2015; Acosta et al., 2014). De este contexto geográfico, destacan Bogotá (Colombia), por su alta intención de emprendimiento innovador (57.5 %) y por la ventaja de contar con una mayor proporción de empresarios establecidos, que alcanza el 8.1 %, por encima de países como Chile (7.8 %), Uruguay (5 %) y México (4.7 %) (Montoya, 2015). En contraste, para el año 2019 Serida et al. indican que la actividad emprendedora en edad temprana en Perú asciende a 22.4%, en Chile a 25.1 %, en Argentina a 9.1 %, en Brasil a 17.9 %, en Uruguay a 15.7 % y en Colombia a 21.2 % (Serida et al., 2019).

Dentro de los motivos principales para emprender, ya sea a través de emprendimientos por necesidad u oportunidad, se encuentra el deseo de ser sus propios jefes fundando sus propios negocios (Montoya, 2015). Este deseo, junto con la pasión por lo que han desarrollado y un buen ecosistema emprendedor, suele incidir favorablemente en el desarrollo, continuidad y éxito de los emprendimientos en América Latina y el Perú. Hasan Tuluy expresidente del Banco Mundial para América Latina, describe el panorama de la siguiente manera:

Latinoamérica ha logrado reducir significativamente la pobreza en la última década gracias a la clase media y su actividad emprendedora, ya que supera a la clase baja con un 32 % de la población, por encima del 30 %, contrario a lo que se observa en los países desarrollados en los que este estrato emergente cuenta con menos aumentos en relación con América Latina (Tuluy, 2014, citado en Montoya, 2015, p. 12).

⁵ El Modelo GEM establece que los emprendedores actúan respondiendo a dos situaciones: por necesidad, representado por los individuos que están desempleados o sub desempleados, con ingresos insuficientes, poca estabilidad económica y disconformidad con las condiciones de un empleo dependiente; y por oportunidad, cuando el emprendedor tiene una propuesta de bien o servicio innovadora con una ventaja competitiva, cuando se identifican oportunidades en el mercado y se tiene interés en aprovecharlas, o por el deseo de cumplir aspiraciones personales (Serida et al., 2020).

Finalmente, estamos en un buen momento, como país, para seguir avanzando en el camino del emprendimiento, ya que si bien ocupamos la posición 67 (de 137) en la promoción de la innovación y el emprendimiento en el mundo, para el *Global Entrepreneurship Index* (BBVA, 2019), en Latinoamérica, el ecosistema peruano está en el séptimo lugar de las 24 economías de la región.

Evolución del emprendimiento a la *startup*

Tal como se ha explicado anteriormente, si bien se suele decir que el Perú es un país de emprendedores, la mayoría de empresas que se crean son tradicionales, caracterizadas por su origen reactivo, como una respuesta súbita para la subsistencia; esto las hace proclives a omitir atributos tecnológicos que pueden ser cruciales para su trascendencia, generar un alto impacto social o escalar rápidamente, es decir, volverse una *startup*. A pesar de la importancia de los emprendimientos tradicionales para las economías locales, una tendencia actual es que las empresas busquen aprovechar las tecnologías exponenciales (por ejemplo, *blockchain*, realidad virtual, realidad aumentada, Internet de las cosas) para ser competitivas a nivel nacional e internacional.

El auge de las *startups* en *América Latina* inició en 2010, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2016, citado en BBVA, 2019). En dicho año, los gobiernos de las economías más importantes de la zona (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Panamá, Perú y Uruguay) empezaron a desarrollar estrategias de innovación y desarrollo productivo, dando así paso a nuevos emprendimientos. En el caso específico de Perú, se introdujo en 2012 el programa *Startup Perú* y surgieron distintas instituciones, organizaciones y empresas que buscaban potenciar las ideas innovadoras en el país. En ese sentido, *Startup Perú* es el programa que marcó un hito en la historia de las *startups*, la cual ofrece actualmente capital semilla y fomento a la creación de redes de inversores ángeles. Asimismo, el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC), ha impulsado la creación de *startups* derivadas de la investigación científica; mientras que, tanto el sector

privado como las universidades, juegan un rol activo en la creación de empresas, así como la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), que ha considerado a las *startups* entre sus líneas estratégicas (BBVA, 2019).

A partir del primer lustro de la década de 2010, en adelante, el crecimiento de los emprendimientos y *startups* ha ido de la mano con el fortalecimiento del ecosistema, el establecimiento de nuevas reglas y la aparición de nuevos actores, en especial de aceleradoras e incubadoras en entornos académicos. Asimismo, el movimiento emprendedor ha logrado florecer y consolidarse por las diversas iniciativas empresariales, la llegada de fondos de capital semilla y las redes de inversionistas ángeles,⁶ así como diversos incentivos como concursos y fondos públicos.

Actualmente, tal como lo señala Córdor (2019), el ecosistema emprendedor del Perú se está expandiendo debido al esfuerzo de distintos actores que está dando como resultado la creación de nuevas incubadoras de negocios en regiones fuera de Lima, así como la subvención de proyectos en provincias, en especial por parte de *Startup Perú*. Al respecto, y según un estudio del BBVA (2019), la fórmula para crear una empresa exitosa incluye genio, buena administración y capital, lo cual parece haberle funcionado a aquellos emprendedores que se han abierto paso en el mundo de las *startups*, que avanzan a una velocidad constante por toda América Latina y que se han establecido exitosamente en una de las economías con mayor potencial en la zona: el Perú. Aún con la pandemia por la COVID-19, las *startups* vinculadas al comercio, educación, salud, banca, entretenimiento, entre otras se han acelerado debido a la transformación digital y gracias a las prácticas digitales que ha adquirido la población local y global (López, 2021).

⁶ Los inversionistas ángeles son individuos con excedente de capital o de patrimonio que invierten de manera individual, co-invierten o participan en una ronda de inversionistas, a fin de distribuir sus recursos en empresas en etapa temprana de desarrollo. Además del capital, ofrecen su experiencia, contactos y conocimientos, para que la/s empresa/s favorecidas consiga/n su/s meta/s en el menor tiempo posible (Emprende UP, 2018).



Figura 4. Mapeo de startups que recibieron fondos privados en Perú. Fuente: Tomado de PECAP (2018, p. 5).

En la actualidad, la revolución tecnológica es una realidad en el país que, en menos de una década, ha visto el nacimiento de casi 500 firmas innovadoras, las cuales, en 2017, lograron una facturación récord: más de 15 millones de euros (o aproximadamente 18.015 millones de dólares), casi el doble de lo registrado el año anterior (BBVA, 2019). Asimismo, es posible afirmar que el ecosistema de *startups* está en un apogeo en el Perú, contribuyendo a la economía nacional; solo al 2019, ha generado más de 3 000 empleos y atraído más de 20 millones de euros (o aproximadamente 23.667 millones de dólares) en capital privado, tanto local como internacional, según la información del Ministerio de la Producción (Produce) (BBVA, 2019). Según la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor (PECAP), al 2020, el monto invertido en *startups* alcanzó los 46 millones de dólares (Zurita, 2021), con una proyección muy favorable para los años 2021 y 2022, en los que se espera que este bordee los 100 millones de dólares (López, 2021).

Para fines del presente artículo, se considera la información del Reporte del ecosistema emprendedor del Cuarto Trimestre 2018 (PECAP, 2018), en términos de quiénes conforman actualmente el ecosistema, se incluyen a aquellas *startups* que han recibido capital privado o logrado tracción significativa y que tienen operaciones en Perú o están liderados por fundadores que residen en Perú (Figura 4).

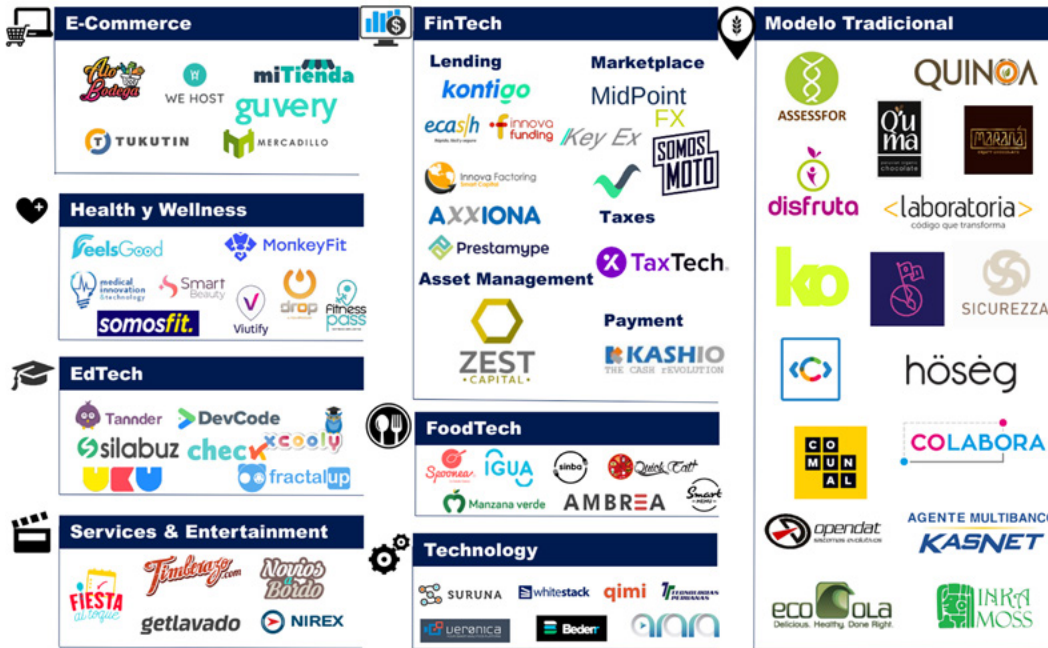


Figura 5. Mapeo de startups y emprendimientos con tracción inicial. Fuente: Tomado de PECAP (2018, p. 6).

Por su parte, en la Figura 5 se listan las *startups* con tracción inicial. De acuerdo con Diaz (2020), la tracción se traduce como la métrica que muestra qué tan bien (o mal) se está llevando el modelo de negocio al mercado y cómo está siendo aceptado por los clientes. Esta métrica es un paso fundamental para tomar decisiones futuras y que permitirá a las *startups* encontrar mejores oportunidades de crecimiento.

Al final del año 2019 el movimiento emprendedor esperaba cifras aún más favorables, estimándose que el número de empresas se eleve en 60 % y que el flujo de recursos siga a buen ritmo (BBVA, 2019). Esto es confirmado por el capital invertido en *startups* peruanas que, según Greg Mitchell (2020), director ejecutivo de Ángel Ventures Perú, en 2019 fueron al menos 11 millones de dólares, es decir 24 % más en comparación con 2018. La inversión total superaría los 25 millones de dólares en 2020, duplicando lo logrado en 2019, y con una proyección positiva; al respecto, el reporte anual de la PECAP (2021) confirma que, al 2020, la inversión se multiplicó, a pesar de la difícil coyuntura de salud y política y sus impactos negativos en la economía peruana.

Materiales y métodos

El procedimiento planteado para el desarrollo del presente estudio incluyó dos fases, la primera de exploración y la segunda como fase propositiva en la que se plantea cuál es el estado de las definiciones de emprendimiento y *startup* en el Perú. Para lograr esto, se realizaron entrevistas estructuradas a emprendedores del ecosistema de las *startups* en el Perú, los cuales se seleccionaron como una muestra no probabilística de *startups* de los rubros de *e-commerce*, *Health*, *Edutech*, *Fintech*, *Food*, *Logistics*, *Communications*, *Home Services* y *Minetech*, a partir del mapeo de *startups* publicado en el Reporte del ecosistema emprendedor del Cuarto Trimestre 2018 de la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor (PECAP, 2018). El tipo de estudio fue de casos, buscando entrevistar a una *startup* de cada rubro (Figura 4), tomando como base a las que recibieron capital privado; luego, a fin de completar la selección por rubro, se complementa con aquellas *startups* que lograron tracción inicial (Figura 5), por lo que la muestra se considera representativa para la comprensión profunda del contexto y el problema de investigación (Hernández-Sampieri et al., 2014).

A partir de este enfoque, se ejecutó el análisis de la opinión de los fundadores y/o miembros de *startups* relacionados a los criterios planteados en relación con el objetivo del presente estudio. Como técnica de procesamiento de información, se utilizó la lista de términos y palabras clave en contexto, mediante la cual se identificaron palabras utilizadas por los participantes de manera recurrente (comunes a la mayoría y que todos las mencionan frecuentemente), para obtener conceptos. Posteriormente, los términos y temas se analizaron en su contexto, es decir, en relación a las categorías estudiadas (Hernández-Sampieri et al., 2014).

Cabe destacar que este enfoque permitió obtener la información adecuada para entender cómo se define, desde el ecosistema peruano, al emprendimiento y a la *startup*. En suma, el estudio permitió descubrir las relaciones entre las categorías a estudiar (emprendimiento y *startup*) y sentar las bases para comprobar o refutar el supuesto planteado inicialmente de manera más rigurosa y sistemática.

Las preguntas para las entrevistas se detallan en la Tabla 1.

Tabla 1.

Detalle de las preguntas de la entrevista a *startups* y el aspecto a estudiar.

Aspecto a estudiar	Preguntas
Sobre el encuestado	Perfil del encuestado (nombre, edad, profesión del emprendedor).
Sobre las categorías	1. ¿Qué es un emprendimiento? 2. ¿Cuál es la diferencia con una <i>startup</i> ?

Fuente: Elaboración de la autora.

Resultados

Las definiciones que se tomarán como base para el presente trabajo se mencionan a continuación. Una *startup* puede definirse como una iniciativa empresarial, con un potencial de escalabilidad alto (Ewing Marion Kauffman Foundation, 2005; Meyer, 2012; UCAL, 2019), un fuerte componente tecnológico (Montoya, 2015; UCAL, 2019) y un marcado impacto en la sociedad (UCAL, 2019), mientras que el emprendimiento, según el *Global Entrepreneurship Monitor* (2018), es el inicio de una actividad empresarial motivada por la necesidad o la oportunidad. En tal sentido, para Lazarte (2019), en el Perú es posible identificar cada vez más empresas basadas en el desarrollo de tecnología y la creación innovadora aplicada a productos, bienes y servicios, es decir, empresas con base tecnológica o *startups*. Esto ha permitido que se hable y escuche más acerca de *startups*, emprendimiento, mentorías, ángeles inversionistas, entre otros términos nacidos a raíz del crecimiento del ecosistema emprendedor y de *startups*; siendo posible afirmar, con mayor optimismo, que los emprendedores pueden diferenciar los conceptos de *startup* y emprendimiento.

De acuerdo con las entrevistas, los fundadores y/o miembros de *startups* coinciden en que esta es una empresa de base tecnológica y con alcance suficiente que permite escalar a otros contextos y causar impacto. En la Tabla 2 se presentan las definiciones dadas por la muestra de *startups*.

Tabla 2.Definiciones de *startup* y emprendimiento, de acuerdo con los actores del ecosistema peruano.

Definición	Emprendedor entrevistado	Rubro de la <i>startup</i>	Análisis de términos clave
<p>“La definición de emprendimiento es emprender cualquier cosa que quieras emprender. Puede ser emprender un hábito, emprender una acción, emprender un estudio, lo que sea. Una <i>startup</i> es una iniciativa de negocio con base tecnológica que tiene mucho potencial de escalamiento en más mercados o replicar el modelo de negocio en más mercados a diferencia de una empresa tradicional”.</p>	A. Tou, comunicación personal, 17 de junio de 2019	E-commerce	<p>Emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acción • Negocio tradicional <p>Startup:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa empresarial • Base tecnológica • Potencial de escalamiento • Modelo de negocio
<p>“La diferencia es que una es una acción y la otra es una etapa de una empresa. Entonces uno puede emprender, pero no puede ‘<i>startupsear</i>’, [pues] la <i>startup</i> es una etapa, un paso. El emprender es proponer o crear una propuesta de valor que atienda a un mercado y no solamente crearla sino también entregarla, llevarla a cabo y cobrar por eso, hacer una venta, lograr que tu mercado, tus usuarios, aquellos a los que tú quieres llevarle tu propuesta, la acepten y te den un pago por eso. Para mí no existe un emprendimiento si es que no hay un modelo de negocio que funciona también. [...] El concepto de <i>startup</i> es cuando estás iniciando una empresa bajo un modelo de negocios que está buscando cuál es la forma correcta de operar, está buscando el mercado, está buscando su producto, está buscando cuál es el mejor precio, cuál es la mejor forma de entregarlo, cuál debería ser su relación con los clientes, a través de qué temas, y ese es el concepto de <i>startup</i>. Y un emprendimiento podría ser o una <i>startup</i> o una empresa tradicional”.</p>	B. Díaz, comunicación personal, 9 de julio de 2019		
<p>“Un emprendimiento es un negocio que comienza con la idea de los fundadores con el objetivo de crear rentabilidad y la diferencia con una <i>startup</i>, [es que esta] va muy enfocada al potencial de crecimiento que pueda tener. Una <i>startup</i> se espera que tenga crecimientos muy enfocados, como ese potencial de crecer por 10, por 20, por 30, y que sea replicado de forma sencilla, pero que sea replicable”.</p>	A. Vivanco, comunicación personal, 9 de julio de 2019	Health	<p>Emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negocio <p>Startup:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología • Potencial de crecimiento exponencial
<p>“Una <i>startup</i> crece con tecnología y con pocos recursos, el nivel de crecimiento es exponencial, no es como en una empresa o en un emprendimiento en el que ‘un mes vendes 10 platos, al siguiente 20 y qué chévere que lo duplicaste’. [En una <i>startup</i>] el crecimiento tiene que ser de 200 %, 300 % y lo único que permite hacer eso es la tecnología. Otra cosa es que, en las <i>startups</i>, a diferencia de una empresa, no necesita mucha mano de obra, [pues] la tecnología reemplaza eso”.</p>	L. Arias, comunicación personal, 11 de junio de 2019		

¿EMPRESARIADO O STARTUP? ANÁLISIS CREATIVO EN EL CONTEXTO PERUANO

Definición	Emprendedor entrevistado	Rubro de la startup	Análisis de términos clave
“Un emprendimiento puede ser cualquier negocio nuevo, por ejemplo, si uno se pone a dictar clases en línea de inglés es un emprendimiento, pero si deseas masificarlo y llevarlo a una gran escala como Open English, ya vendría a ser un <i>startup</i> . Creo que el componente de escalabilidad es lo que hace que un emprendimiento sea o pueda ser una <i>startup</i> ”.	P. Valdiviezo, comunicación personal, 11 de junio de 2019	<i>Fintech</i>	Emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> Negocio tradicional Startup: <ul style="list-style-type: none"> Tecnología Potencial de escalabilidad
“Las <i>startups</i> las considero como algo más tecnológico, pero con un poco más en el valor de la empresa para generar <i>revenues</i> [...] Está más enfocada en obtener el valor de la empresa, [...] en levantar inversión, fondos [...] Y un emprendimiento lo asocio a algo más tradicional”.	A. Nalvarte, comunicación personal, 28 de junio de 2019		
“Un emprendimiento es un nuevo proyecto que alguien va a ejecutar, desde cero, y una <i>startup</i> es una forma de operar. Entonces un emprendimiento puede ser algo muy simple como el empezar un negocio, y eso es emprender, pero una <i>startup</i> es una filosofía de negocio. Las <i>startups</i> por definición están buscando redefinir sus procesos, reinventarse continuamente para no caer en ciertas prácticas que hacen alejarse de crear una propuesta mejor de valor, cada vez”.	R. Madueño, comunicación personal, 3 de julio de 2019	<i>Food</i>	Emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> Proyecto Startup: <ul style="list-style-type: none"> Filosofía de negocio (forma de operar)
“Emprendimiento es cualquier acción que conlleva a generar un impacto a partir de la acción propia, y puede ser interno o externo, yendo desde la señora que saca su carro de emoliente hasta la creación de productos o servicios. La <i>startup</i> está relacionada a un emprendimiento que se sustenta sobre una base tecnológica como <i>core</i> de su negocio, es decir, la tecnología es parte indispensable para el cumplimiento de los objetivos de la empresa”.	A. Valencia, comunicación personal, 4 de julio de 2019	<i>Logistics</i>	Emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> Acción Impacto Startup: <ul style="list-style-type: none"> Base tecnológica
“La <i>startup</i> tiene un enfoque de prototipar un modelo de negocio nuevo, mientras que un emprendimiento puede no tener esa intención, puede simplemente ser un modelo de negocio tradicional [o de subsistencia] bien ejecutado”.	M. Barclay, comunicación personal, 7 de junio de 2019	<i>Communications</i>	Emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> Idea Negocio tradicional Startup: <ul style="list-style-type: none"> Modelo de negocio Base tecnológica Escalabilidad Replicabilidad
“Son un poco lo mismo, [un emprendimiento] es una idea que luego que genere tracciones o comience a funcionar podría volverse una <i>startup</i> . Tiene que haber un proceso, y una pasión para sacar adelante tu idea”.	J. Estrada, comunicación personal, 13 de junio de 2019		
“Un emprendimiento general es armar una empresa, y una <i>startup</i> es un emprendimiento con base tecnológica con posibilidad a ser escalable y tiene un modelo de negocio replicable fácilmente”.	P. Salinas, comunicación personal, 19 de junio de 2019		
“Emprendimiento es como un estilo de vida, es una característica de tu personalidad, ‘ser emprendedor’, [es] una cualidad que encuentro en cualquier persona, ya sea que trabaje de forma dependiente o independiente, es la cualidad que uno tiene de siempre querer más y nunca rendirse [...] Una <i>startup</i> normalmente es un negocio que tiene una base tecnológica, está innovando en su mercado y aparte tiene la cualidad de ser escalable”.	R. Falla, comunicación personal, 18 de junio de 2019	<i>Home services</i>	Emprendimiento: <ul style="list-style-type: none"> Estilo de vida Startup: <ul style="list-style-type: none"> Base tecnológica Escalabilidad

Definición	Emprendedor entrevistado	Rubro de la startup	Análisis de términos clave
<p>“Una <i>startup</i> tiene una cualidad que lo hace diferente, que le añade el elemento tecnología para escalarlo en un plazo corto. Entonces la idea de una <i>startup</i> es hacer un prototipo —lo antes posible— y testearlo, validarlo, ver si alguien está dispuesto en pagarlo, aunque lo tengas 10 % acabado [...] Puede ser ese prototipo, pero que tenga un elemento que lo logre escalar, en un país o en una región, [esa] tecnología que apalanca ese crecimiento. Mientras que un emprendimiento no necesariamente tiene esa característica de escalar”.</p>	D. De Goytisolo, comunicación personal, 6 de junio de 2019	<i>EduTech</i>	<p>Emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Idea <p>Startup:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tecnología Escalabilidad Potencial de crecimiento
<p>“Un emprendimiento es lo inicial, la idea y cómo la haces realidad. La <i>startup</i> es el emprendimiento en inglés, más financiamiento, ya se tiene capital y empiezas a contratar personas. Ya no es un tema de fundadores, sino que hay un equipo con un plan y estrategias de crecimiento, y estas no recaen únicamente en cómo atraer clientes sino cómo financiar ese crecimiento”.</p>	A. Ruzo, comunicación personal, 26 de junio de 2019		
<p>“Un emprendimiento se puede generar desde cualquier ámbito, tanto desde industrias tradicionales como las industrias no tan tradicionales, que hacen uso de la tecnología. Las <i>startups</i> generalmente sí están relacionadas y tienen un componente tecnológico”.</p>	M. Abarca, comunicación personal, 1 de julio de 2019	<i>Minetech</i>	<p>Emprendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tradicional <p>Startup:</p> <ul style="list-style-type: none"> Base tecnológica

Discusión

Con base en las definiciones antes presentadas, se puede inferir que los entrevistados concuerdan en que una *startup* es una actividad o iniciativa empresarial, al igual que un emprendimiento, con un potencial de escalabilidad⁷ que no tiene una empresa tradicional, y con un fuerte componente tecnológico.⁸ No obstante, a la escalabilidad no se le atribuye una magnitud específica y el impacto social no se reconoce como un atributo inherente.

En relación con la escalabilidad, esta se asocia al crecimiento rápido o exponencial y a la masificación del modelo de negocio, es decir, un emprendimiento que no se lleve a gran escala, no podría considerarse como una *startup*. Sin embargo, el emprendedor no define qué tan escalable debe ser un emprendimiento para ser considerado como una *startup*, es decir, si una bodega empieza a crecer, alquilar los locales contiguos, hasta convertirse en un supermercado, ¿podríamos hablar de una *startup*? Por otro lado, en relación al impacto, ninguno de los fundadores de *startups* mencionó este aspecto como característica de las *startups*; sin embargo, es posible tratarlo como la consecuencia evidente de la tecnología, escalabilidad y replicabilidad.⁹ Es decir, si una propuesta de valor con componente tecnológico, escala y se replica aceleradamente, tiene el potencial de impactar en sus propias operaciones, en la sociedad y en el mercado.

Las *startups* deben considerarse como componentes *sine qua non* la tecnología, la alta escalabilidad y el impacto social. Regresando al ejemplo de la bodega, si esta se vuelve escalable y se convierte en un supermercado, dado que no incluye el componente tecnológico ni de impacto, se entendería como un emprendimiento cuya motivación puede ser la necesidad o la oportunidad.

⁷ La escalabilidad es la capacidad de un negocio para multiplicar sus ingresos de forma exponencial y una evidente muestra de su valor en el mercado (Galiana, 2021).

⁸ Las empresas con base tecnológica tienen gastos operativos bajos y no requieren de muchos recursos o infraestructura para crecer rápidamente, contribuyendo así a su escalabilidad (Galiana, 2021).

⁹ La replicabilidad se le atribuye a las empresas que están en constante crecimiento y en expansión continua, por lo que su planificación no termina con el establecimiento del negocio, permitiendo así que obtengan mayor cantidad de usuarios (UTEC, 2021).

Ahora bien, de las definiciones dadas por los emprendedores, se reconoce la marcada diferencia entre el emprendimiento y la *startup* al hablar de financiamiento e inversión. A partir de sus declaraciones, un emprendimiento tradicional inicia con cualquier acción o decisión de formar una empresa y lanzarla al mercado; para ello, se necesita una idea y la determinación de hacerla realidad. Empero, considerando que una *startup* se origina alrededor de los aspectos antes mencionados, además de la idea (buena o novedosa, como discutiremos más adelante) de negocio y la decisión de materializarla, se tiene el tema del financiamiento. Algunos emprendedores opinan que una *startup* requiere cierto capital invertido para poder satisfacer el componente tecnológico, la alta escalabilidad y el impacto. Un emprendimiento puede surgir con poco capital invertido, mientras que la *startup* requiere mayor inversión a fin de generar ingresos suficientes y en el tiempo adecuado, como para que su propio requerimiento de recursos no limite (o desacelere) su escalabilidad e impacto. En pocas palabras, una *startup* debe invertir lo necesario para crecer a un ritmo que alcance al mercado objetivo y logre impactar de manera positiva a la mayor cantidad de personas.

Por otra parte, es preciso notar que muchos emprendedores atribuyen a una *startup* el tener un producto o servicio con grandes diferenciadores; sin embargo, ninguno hace mención explícita a la creatividad ni a la innovación. Tal como se ha explicado a inicios del presente trabajo, la creatividad se traduce en la solución de problemas. Esta definición también está asociada a la innovación, la cual se entiende como la ejecución o implementación de ideas o propuestas novedosas en productos, en procesos o en la distribución de productos existentes bajo nuevas formas de comercialización (Runco, 2007). Es posible que, dado que la innovación es provocada por un equipo de personas o un solo emprendedor y la creatividad surge intrínsecamente, como una forma de resolver problemas, pudiendo ser a través de ideas novedosas, originales y con potencial para ser implementadas, los fundadores de *startups*, a menudo, se identifican con la primera, debido a que tuvieron el control de hacerla tangible, mientras que la segunda está relacionada con un momento de abstracción que no es fácilmente reconocible.

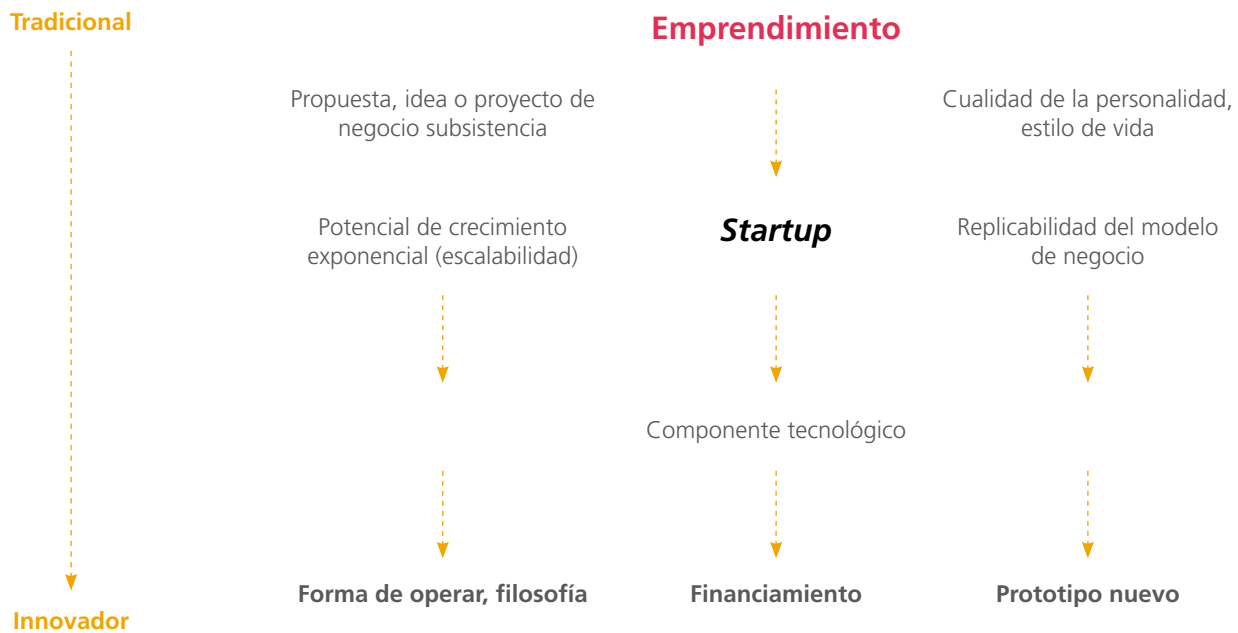


Figura 6.
La *startup* y el emprendimiento.
Fuente: Elaboración propia.

Este último punto es importante dado que ninguna de las definiciones de emprendimiento o *startup* van más allá de sus propios atributos o características, es decir, sus conceptos no abarcan aspectos de su origen. En tal sentido, de acuerdo con lo recogido de la bibliografía, los esfuerzos creativos son motivados de forma intrínseca, mientras que la innovación es conducida por incentivos extrínsecos o por la necesidad de sobrepasar estándares ya establecidos (Clydesdale, 2006). Los emprendedores tienen la decisión de convertir una buena idea en un negocio, lo que significa un paso clave para volver tangible la creatividad y traducirla en el componente innovador o novedoso de un producto o servicio; sin embargo, lo cierto es que, en concordancia con lo estudiado por Lazarte et al. (2020), este último no es atribuible a la creatividad, dado que en el ecosistema de *startups* en el Perú estos términos no se conectan.

En suma, los entrevistados coinciden en que una *startup* se caracteriza por tener un claro componente tecnológico, un potencial de crecimiento exponencial (escalabilidad rápida) y un modelo de negocio replicable. De este modo, se diferencia del emprendimiento tradicional por su forma de operar, por invertir más o arriesgarse a financiar sus actividades, a fin de obtener ventaja frente a una empresa o emprendimiento, y por introducir novedades en alguno de los aspectos del

modelo de negocios. La Figura 6 resume los atributos de las *startups* en comparación con los emprendimientos.

Conviene alertar a los emprendedores en lo que hace a la relación e importancia de los componentes faltantes, con el fin de potenciar los esfuerzos creativos y las iniciativas innovadoras en el ecosistema peruano.

Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos, se reconoce la importancia de la relación entre creatividad, innovación y emprendimiento, en la cual la primera es un factor relevante para el desarrollo de innovaciones y el fomento de competencias emprendedoras, metas que el ecosistema de *startups* en el Perú, y en general en cualquier país, debe alcanzar para contribuir a su desarrollo económico y social. Los países están en la constante búsqueda de iniciativas que aporten creatividad e innovación, traducidos en productos y servicios novedosos y originales, a fin de introducirlos en sus mercados como propuestas de valor sostenibles y adaptables a los cambios. Para ello, se debe capacitar a los emprendedores en métodos adecuados y correctos para desencadenar ideas creativas que contribuyan al desarrollo social y económico mediante innovaciones.

A partir del estudio se identificó que muchas *startups* comparten patrones y relaciones que les permiten crear nuevas soluciones, mejorar sus propuestas existentes y fidelizar a sus públicos objetivos con base en diversas herramientas analógicas y digitales.

En lo que hace a las definiciones de emprendimiento y *startup*, estos emprendedores las distinguen en relación al potencial de crecimiento exponencial (escalabilidad), el componente tecnológico, la replicabilidad del modelo de negocio, el prototipo nuevo e innovador, entre otras variables. Sin embargo, no se evidencia el reconocimiento de la creatividad ni la innovación como componentes diferenciadores de la *startup*.

Los entrevistados entienden a la creatividad como el “crear cosas nuevas y dar soluciones a problemas”, si bien la mayoría no consideran estos atributos inherentes a las *startup*. A este respecto, se detectan importantes áreas de oportunidad en términos de formación y concientización, con el fin de potenciar al ecosistema emprendedor y guiarlo hacia un mejor entendimiento de este asombroso movimiento dinámico.

Referencias

- Acosta, J., Zárate, R., & Mares, A. (2014).** Caracterización del emprendedor latinoamericano, a partir del modelo global entrepreneurship monitor - GEM. *Económicas CUC*, 35(1), 135-155. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/212>
- Acs, Z. J., Szerb, L., Song, A. K., Kómlósi, É. & Lafuente, E. (2020).** *The Digital Platform Economy Index 2020*. The Global Entrepreneurship Development Institute - GEDI. <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>
- Amabile, T. M. (1996).** *Creativity in context*. Westview Press.
- Baumol, W. J. (1993).** Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 197–210. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90027-3](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90027-3)
- BBVA (4 de enero de 2019).** *El 'boom' peruano de las 'startups'*. <https://www.bbva.com/es/el-boom-peruano-de-las-startups/>
- Carson, D. K. (1999).** Counseling. En Pritzker, S & Runco, M. (Eds.). *Encyclopedia of Creativity*. Academic Press.
- Clydesdale, G. (2006).** Creativity and competition: The Beatles. *Creativity Research Journal*, 18(2), 129-139. https://doi.org/10.1207/s15326934crj1802_1
- Cóndor, J. (30 de mayo de 2019).** Cinco pasos para crear una startup siendo aún estudiante. *Gestión* [Online]. <https://gestion.pe/economia/peru-cinco-pasos-emprender-crear-startup-siendo-estudiante-268618>
- Corporación Financiera de Desarrollo - COFIDE. (2017).** *Memoria anual 2017*. COFIDE. <https://www.cofide.com.pe/COFIDE/images/home/MEMORIA%20ANUAL%202017%20COFIDE%20-%20VF.pdf>
- Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007).** Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction. En Cuervo Á., Ribeiro D., Roig S. (Eds). *Entrepreneurship*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_1
- Díaz, E. (16 de julio de 2020).** ¿La tracción es un factor determinante en el éxito de una Startup? *Hero Startup* [Online]. <https://herostartup.com/blog/la-traccion-es-factor-determinante-en-el-exito-de-una-startup/>
- Edwards-Schachter, M., García-Granero, A., Sánchez-Barrioluengo, M., Quesada-Pineda, H. & Amara, N.(2015).** Disentangling competences: Interrelationships on creativity, innovation and entrepreneurship. *Thinking Skills and Creativity*, 16, 27–39. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2014.11.006>
- Emprende UP. (2018).** *Red de inversionistas ángeles*. <https://emprendeup.pe/red-de-inversionistas-angeles/>
- Emprendedor Peruano (s.f.).** ¿Qué es ser emprendedor? Perú – Ministerio de la Producción. <https://emprendedorperuano.produce.gob.pe/Home/AcercaDe>
- Ewing Marion Kauffman Foundation (2005).** *Understanding Entrepreneurship: A Research and Policy Report*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1262370>
- Fleisch, E., Weinberger, M., & Wortmann, F. (2014).** *Business Models and the Internet of Things*. Bosch IoT Lab White Paper. https://www.iot-lab.ch/wp-content/uploads/2014/11/EN_Bosch-Lab-White-Paper-GM-im-IOT-1_3.pdf
- Florida, R. (2014).** The Creative Class and Economic Development. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 196–205. <https://doi.org/10.1177/0891242414541693>

- Florida, R., Mellander, C., & King, K. (2015).** *The global creativity index 2015*.
<http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf>
- Florida, R., Mellander, C., Stolarick, K., Silk, K., Matheson, Z. & Hopgood, M. (2011).** *Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index*. Martin Prosperity Institute.
<http://arlt-lectures.de/GCI2011.pdf>
- Galiana, P. (10 de agosto de 2021).** *Qué es la escalabilidad y cómo implementarla en tu empresa o startup*. Innovation & Entrepreneurship Business School.
<https://www.iebschool.com/blog/aumentar-escalabilidad-negocio-definicion-ejemplos/>
- Global Entrepreneurship Monitor (2018).** *3. Opportunity and Necessity Entrepreneurship*. LONDON BUSINESS SCHOOL. <https://www.gemconsortium.org/wiki/1177>
- Heivly, C. (2018).** *Startup Community Development. Ecosistema de Lima*. Techstars®.
<https://drive.google.com/file/d/155tiLu9aER-N0Si7WvcOPpTnO08NWDuO/view>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014).** *Metodología de la investigación: Sexta edición*. McGraw-Hill Interamericana Editores.
- INEI (s.f.).** *El ABC de la Estadística*. Perú - Presidencia del Consejo de Ministros.
<http://abc.inei.gob.pe/abc-de-la-estadistica/abc/un-dia-en-cifras/#.YTqoN470mUk>
- Larroulet, C., & Couyoumdjan, J. (2009).** *Entrepreneurship and Growth: A Latin American Paradox? The Independent Review*, 14(1), 81-100. https://www.independent.org/pdf/tir/tir_14_01_5_laroulet.pdf
- Lazarte, A. (2019).** *El diseño como factor diferencial en los emprendimientos peruanos basados en la innovación*. Fondo Editorial UCAL.
- Lazarte, L., Sotelo, D., & Llontop, M. (2020).** *El estado de la creatividad en el ecosistema de startups: análisis de casos en Perú. Anuario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, (Número especial 2), 20-41.
<https://hdl.handle.net/20.500.12637/373>
- López, E. (9 de agosto de 2021).** *La reinención de las startups peruanas. La Cámara* [Online].
<https://lacamara.pe/la-reinencion-de-las-startups-peruanas/>
- Marcelo, F. (11 de mayo de 2015).** *Economía creativa: nuestra gran oportunidad para alcanzar el desarrollo. Gestión* [Online].
<https://gestion.pe/blog/iet/2015/05/economia-creativa-nuestra-gran-oportunidad-para-alcanzar-el-desarrollo.html?ref=ges>
- Marulanda, F. A., Montoya, I. A. y Vélez, J. M. (2019).** *El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. Universidad & Empresa*, 21(36), 149-174.
<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- Meyer, J. (2012).** *Welcome to Entrepreneur Country*. Constable.
- Mitchell, G. (12 de febrero de 2020).** *Peru's startup scene is ready for more. TechCrunch - Verizon Media* [Online].
<https://techcrunch.com/2020/02/12/perus-startup-scene-is-ready-for-more/>
- Montoya, D. (2015).** *Startups: tendencias en América Latina y su potencialidad para el crecimiento empresarial. Contexto*, 4, 47-20.
<https://doi.org/10.18634/ctxj.4v.1i.416>
- PECAP. (2018).** *Reporte del ecosistema emprendedor del cuarto trimestre 2018*. Perú – Ministerio de la Producción.
<https://drive.google.com/file/d/1OgUwOnpqHZNWgP2x9Soy-3dYBzbMcobx/view>

- PECAP. (2021).** Avance - Reporte Anual 2020: *Inversiones de capital emprendedor en Perú*. Perú – Ministerio de la Producción. https://16b4b2e1-5518-44c9-afd7-596f76c777cc.filesusr.com/ugd/71bb4f_418ed23123ff4e75ba8830bf78e2cce2.pdf
- Pichihua, S. (27 de septiembre de 2017).** *Startups en el Perú se incrementarán en 60% en el 2018*. *Andina* [Online]. <https://andina.pe/agencia/noticia-startups-el-peru-se-incrementaran-60-el-2018-684507.aspx>
- Redacción EC. (5 de agosto de 2019).** El Perú es el octavo país con mayor intención para emprender en el mundo. *El Comercio* [Online]. <https://elcomercio.pe/economia/peru/peru-octavo-pais-mayor-intencion-emprender-mundo-negocio-america-latina-noticia-662280-noticia/>
- Redacción Gestión. (30 de agosto de 2015).** El emprendimiento en el Perú: De la necesidad a la oportunidad. *Gestión* [Online]. <https://gestion.pe/economia/emprendimiento-peru-necesidad-oportunidad-98626>
- Redacción Gestión (15 de marzo de 2019).** *Startups* lideradas por peruanas destacan en competencia internacional en Suiza. *Gestión* [Online]. <https://gestion.pe/tecnologia/startups-lideradas-peruanas-destacan-competencia-internacional-suiza-261471>
- Runco, M. (2007).** *Creativity: Theories and Themes: Research, Development, and Practice*. Academic Press.
- Schumpeter, J. (1934).** *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Schumpeter, J. (1942).** *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge.
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2017).** *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2016-2017*. Universidad ESAN. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2017/global-entrepreneurship-monitor-peru-2016-2017/#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20el%20emprendimiento,fortalecer%20el%20ecosistema%20emprendedor%20peruano>
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2020).** *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019*. Universidad ESAN. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2020/global-entrepreneurship-monitor-peru-2018-2019/>
- Sparano, H. (2014).** Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Dimensión Empresarial*, 12(2), 95-106. <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a08.pdf>
- Torrance, E.P. (1962).** *Guiding creative talent*. Prentice-Hall.
- UCAL (30 de enero, 2019).** *Reglamento del Hub de Innovación de la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina – UCAL*. Universidad de Ciencias y Artes de América Latina. <http://transparencia.ucal.edu.pe/images/Reglamentodelhubdeinnovaci%C3%B3n.pdf>
- UTEC (2 de abril de 2021).** ¿Qué es un *Startup*?. Universidad de Ingeniería y Tecnología - UTEC. <https://educacion-ejecutiva.utec.edu.pe/blog/que-es-startup>
- Wallas, G. (1926).** *The Art of Thought*. Harcourt, Brace and Company.
- Zhao, F. (2005).** Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1), 25–41. <https://doi.org/10.1108/13552550510580825>
- Zurita, M. (18 de agosto de 2021).** *Startups en Perú: Inversión crece 80% en el primer semestre del año*. *Forbes* [Online]. <https://forbes.co/2021/08/18/tecnologia/startups-en-peru-inversion-crece-80-en-el-primer-semestre-del-ano/>