

FONDO MULTILATERAL DE INVERSIÓN

ABSTRACTO

I. DATOS BÁSICOS DEL PROYECTO

Título del Proyecto:	Desarrollo de la Empresarialidad Juvenil y Creación de Empresas en la Costa Norte del Perú		
País:	Perú		
Número del Proyecto:	PE-M1002		
Beneficiario y Ejecutor:	Colectivo Integral de Desarrollo (CID)		
Financiamiento	FOMIN (Ventanilla III):	US\$ 900.000	(60%)
(no reembolsable):	Contraparte:	US\$ 600.000	(40%)
	TOTAL:	US\$ 1.500.000	
Fecha de Solicitud:	Julio del 2003		

II. ANTECEDENTES

- 2.1 La creación de nuevas empresas contribuye al crecimiento económico, al aumento de la productividad, al aumento de la innovación y a la generación de nuevos puestos de trabajo. En el nivel local o regional es donde el impacto de la empresarialidad suele verse con mayor claridad. En las áreas geográficas con mayor natalidad de firmas y dinamismo empresarial, el uso de los recursos económicos es más eficiente y el crecimiento de la economía y las condiciones de vida de la población suelen ser superiores al de las áreas donde la fertilidad empresarial es más débil.
- 2.2 En Perú, los trabajadores independientes y las pequeñas y microempresas (PYME) representan el 99.6% de las unidades productivas, pero su contribución es menos significativa en el PBI, los ingresos, la calidad del empleo y las exportaciones. Una de las razones que explica esta situación es la falta de dinamismo de las nuevas empresas. En general, la mayor parte de los nuevos negocios que ingresan a la economía cada año y logran permanecer en el mercado registran índices muy bajos de crecimiento.
- 2.3 Las personas más *interesadas en crear* nuevas empresas en Perú son jóvenes cuyas edades se encuentran entre los 18 y 26 años, con educación secundaria o estudios superiores por concluir, principalmente varones, y con un entorno familiar favorable¹. Por otra parte, los jóvenes que *concretan* sus negocios se encuentran en edades que fluctúan entre 23 y 30 años y cuentan con alguna experiencia laboral previa al negocio por iniciar. De acuerdo a los datos de la Superintendencia Nacional de Administración tributaria (SUNAT), alrededor del 25% de los negocios inscritos entre 1995 y 1999 pertenecen a empresarios de menos de 26 años. Según SUNAT, cada año se registran entre 60.000 y 70.000 nuevos negocios de jóvenes.
- 2.4 Los principales problemas que enfrentan los jóvenes peruanos para crear y hacer crecer empresas son: (i) la falta de experiencia y competencias empresariales; (ii) el acceso a redes de servicios no financieros y financieros; y (iii) la debilidad del entorno institucional.
- 2.5 *Falta de experiencia y competencias empresariales.* El sistema educativo peruano muestra debilidades en cuanto a la formación de motivación y competencias para emprender. Según una encuesta a 150 emprendedores peruanos, el colegio secundario y la universidad tienen una contribución muy baja en el desarrollo de habilidades para solucionar problemas,

¹ Haz Realidad Tu Negocio-CID, 1999, Séptimo informe de Monitoreo: Programa Bonopyme, Agosto 2001.

relacionarse socialmente, negociar, motivar a otras personas y trabajar en equipo. Otro problema del sistema educativo es la falta de interacción con las empresas, lo que impide que los alumnos puedan experimentar sus conocimientos en el ámbito laboral. Estas debilidades se reflejan, en parte, en las causas de mortalidad de los nuevos negocios. Por ejemplo, 5 a 8 de cada 10 empresas que nacen en Perú desaparecen al cabo de un año por carencia de formación y experiencia del emprendedor. Si bien buena parte de los jóvenes emprendedores poseen formación superior, en líneas generales existe muy poca coherencia entre las actividades empresariales y las formaciones recibidas. Predomina el empirismo y una fuerte orientación hacia los negocios de muy pequeña escala en comercio o servicios (más del 90% de los negocios registrados).

- 2.6 *Acceso a redes de servicios no financieros y financieros.* El acceso a servicios de información, capacitación y asesoría es limitado entre los emprendedores peruanos. Según la ONG Colectivo Integral de Desarrollo (CID), sólo 1 de cada 4 emprendedores solicita este tipo de servicios. Es más, la demanda por servicios especializados tiende a ser mucho menor incluso (1 de cada 10). Los jóvenes no perciben su utilidad, no cuentan con recursos suficientes o simplemente carecen de información sobre el impacto de estos en la mejora de sus negocios. Esto se explica, en parte, por una oferta incipiente, pero también por una cultura de hacer negocios caracterizada por la precariedad, la informalidad y en general la falta de una visión de largo plazo. La situación es parecida en el área de los servicios financieros, donde menos del 2% accede al sistema crediticio formal para crear un negocio y menos del 12% lo hace durante los primeros 2 años de funcionamiento del negocio. Esto puede explicarse también por la ausencia en la banca formal de productos financieros adaptados a creadores de negocios (plazos, tasas, etc.). Los emprendedores se inclinan por obtener información, consejos de negocios, tecnología y recursos financieros a través de las redes de relaciones personales y comerciales, lo cual no deja de ser positivo, sin embargo, limita la posibilidad de crecer y de acceder a los beneficios de la formalidad.
- 2.7 *Debilidad del entorno institucional.* A lo largo del proceso de creación de la empresa los emprendedores peruanos deben realizar una serie de trámites de inscripción y registro ante diferentes instituciones públicas. El costo de estos trámites, principalmente en términos de tiempo, suele ser significativo. Las causas que explican este problema son no sólo la complejidad y poca transparencia de los procedimientos que deben realizar los emprendedores, sino también la falta de formación y motivación de los funcionarios que prestan estos servicios. Este último aspecto es un grave problema en Perú. A nivel de gobiernos locales por ejemplo, solo en contados municipios existen unidades encargadas de abordar el desarrollo económico local, y en ningún caso se tiene planteamientos consistentes que favorezcan la creación de empresas. Los funcionarios desconocen el impacto potencial en la tributación municipal y en la generación de empleo en la economía local, solo por citar dos criterios, lo cual puede explicar parte de los complejos procedimientos de sistemas de formalización y en una muy deficiente atención al usuario. A esto debemos sumar el hecho que el diseño de políticas públicas y la creación de estructuras de soporte que promuevan la empresarialidad se encuentran en una fase introductoria. Las condiciones que favorecen la emergencia de negocios sostenibles son muy incipientes e incluso deficitarias en la mayor parte de aspectos. La debilidad del entorno se refiere en consecuencia, tanto a las barreras de acceso al mercado ya señaladas como en los aspectos relacionados con la formación de competencias empresariales, normatividad existente, transferencia de tecnologías, etc.
- 2.8 En Perú existen distintas iniciativas para promover la Empresarialidad, tanto por parte del

Estado como de instituciones privadas. Estas entidades realizan actividades para promover la capacidad emprendedora de los jóvenes e incentivarlos a través de la asesoría y capacitación a desarrollar iniciativas empresariales competitivas. Sin embargo, el alcance de estas iniciativas es aún bastante limitado, principalmente fuera de la capital del país, donde este proyecto concentrará su actuación. A través del presente programa se espera crear un mecanismo modelo de articulación de instituciones locales, experiencias y servicios para crear un ambiente más proclive a la empresarialidad en las regiones de la costa norte del Perú, específicamente los departamentos de La Lambayeque, La Libertad, Piura y Tumbes.

III. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

- 3.1 Los beneficiarios directos del proyecto serán alrededor de 12,000 jóvenes mayores de 16 años y menores de 30 años, con estudios secundarios y/o universitarios, residentes en la Región Lambayeque, La Libertad, Piura y Tumbes, que cuenten con una iniciativa de negocios en curso, con antigüedad menor a un año, o con un proyecto por implementar. De este grupo se espera que no menos de 500 lleven a cabo sus ideas y/o consoliden las que ya están ejecutando. Asimismo, y como estrategia de fortalecimiento institucional, se espera beneficiar a no menos de 300 representantes de la institucionalidad local y regional que promuevan directamente la empresarialidad en sus respectivas zonas de actuación (Municipios, Gobiernos regionales, centros de formación, etc.). El proyecto se desarrollará en las ciudades de Chiclayo, Trujillo, Piura y Tumbes, capitales de las referidas regiones, lo que comprende un universo poblacional de 3'344,000 personas residente en las zonas no andinas y predominantemente urbanas².

IV. OBJETIVOS, COMPONENTES Y ACTIVIDADES

A. Objetivos

- 4.1 El **fin** del proyecto es aumentar el número y sostenibilidad de las nuevas empresas dinámicas que se incorporan al tejido económico del departamento de Lambayeque, a fin de mejorar los ingresos y el empleo de los jóvenes de la mencionada región. El **propósito** es promover mecanismos que: motivan a los jóvenes a crear nuevas empresas, promueven la sostenibilidad y desarrollo de las empresas creadas, y fortalecen el apoyo institucional para la empresarialidad en la región.

B. Componentes y Actividades

- 4.2 Los componentes y actividades propuestos en el proyecto son medios que apoyarán, en su conjunto, el logro del objetivo de crear y sostener nuevas empresas juveniles. El proyecto propone los siguientes tres componentes:

1. Componente 1: Desarrollo de motivación y competencias empresariales en estudiantes de formación superior y secundaria

- 4.3 Este componente tiene como objetivo el aumento del número de jóvenes con motivación y capacidades para ser empresarios e incluirá las siguientes actividades: (i) campañas de

² Se han seleccionado estas ciudades por las siguientes razones: (i) para fomentar actividades empresariales fuera de la capital nacional de Lima, y así apoyar los esfuerzos nacionales para la descentralización y el desarrollo regional; (ii) las ciudades elegidas constituyen un eje importante de la dinámica económica y comercial regional del norte, constatándose tanto un intenso tráfico comercial como posibilidades crecientes de inversión en rubros como la agroindustria y el turismo; (iii) se observa en las regiones una institucionalidad propicia para el desarrollo del proyecto (universidades, institutos tecnológicos, gremios empresariales, servicios de desarrollo empresarial, servicios financieros, etc.); (iv) los Gobiernos Regionales, elegidos recientemente, tienen interés en apoyar entre la población juvenil iniciativas que tienen que ver con la promoción a emprendedores y el apoyo al sector empresarial; y (v) la institución ejecutora tiene un conocimiento minucioso de la realidad regional y una adecuada implantación en estas regiones localidades.

sensibilización en *colegios secundarios* y de *formación superior técnica*, a través de conferencias con emprendedores invitados, y motivación y capacitación a través de concursos de simuladores de empresas; (ii) desarrollo de cursos en entrepreneurship para universitarios y egresados jóvenes que se articulen con programas de pasantías en empresas jóvenes de modo tal que los estudiantes puedan adquirir ciertas habilidades y competencias, favoreciendo el desarrollo de sus contactos y ayudándolos a detectar oportunidades de negocios; (iii) realización de talleres de capacitación y foros de negocios, donde los estudiantes puedan interactuar con expertos en diversas áreas, enriqueciéndose con su experiencia; (iv) desarrollo de programas de mentores para que los estudiantes reciban la guía y el apoyo necesario durante el inicio de su carrera empresarial y contribuya a la formación de sus redes; (vi) concursos para jóvenes creadores de negocios que incluyan premios para la implementación de los proyectos y servicios de acompañamiento de una duración no menor a los 6 meses³; (vii) encuentros anuales de jóvenes empresarios que faciliten el establecimiento de redes de cooperación comercial y de intercambio de experiencias.

2. Componente 2: Desarrollo de redes de servicios para nuevas empresas

- 4.4 El objetivo de este componente es aumentar el crecimiento de las nuevas empresas a través de servicios empresariales y desarrollo de redes. Este componente pondrá en marcha una red de servicios para nuevos empresarios que incluirá capacitación, mentoring, asesoría, asistencia técnica y vinculación con instituciones financieras. Para ello será necesario utilizar y perfeccionar las herramientas metodológicas de identificación y acompañamiento de jóvenes emprendedores validadas por la institución ejecutora.
- 4.5 **La capacitación** es el servicio con el cual los emprendedores ingresarán a la red y tendrá un costo parcialmente asumido por el usuario. Esta capacitación se orientará a desarrollar capacidades empresariales y a la culminación de un Plan de Negocios. Se pretende así facilitar la implementación, reconocer las competencias para el emprendimiento, precisar la idea del negocio, ubicar las posibilidades de mercado, desarrollar el concepto y línea de producto o servicio y las herramientas de planeamiento financiero. Durante la prestación de este servicio los emprendedores comenzarán a relacionarse con un mentor, quien actuará como un aliado estratégico de las nuevas empresas a las cuales apoyarán para la identificación de nuevos mercados, asesoría empresarial, negociaciones comerciales y, de ser posible, vincularlos como proveedores de sus empresas.
- 4.6 **La asesoría** profundizará lo desarrollado en la capacitación y apuntará a resolver problemas prácticos de la puesta en marcha del negocio, tales como la obtención de financiamiento, la localización del negocio, la formalización y las decisiones sobre tecnología y equipos. Para los negocios que lo requieran el programa facilitará el acceso a servicios de asistencia técnica especializada en comercialización, tecnología y producción y organización. En el marco de este componente el ejecutor firmará convenios de financiamiento con instituciones financieras locales donde se consigan condiciones formales a las empresas en formación. El programa buscará sensibilizar y desarrollar alianzas estratégicas con operadores financieros con la finalidad de acercar la oferta crediticia a este segmento así como entes regionales y locales que favorezcan la comercialización de las nuevas empresas.

³ Para apoyar a las mejores iniciativas con su financiamiento, se evaluará la necesidad de incluir en el proyecto un componente de “becas de contrapartida” (matching grants) para cofinanciar el arranque de unos cuarenta jóvenes con los mejores planes de negocios, en donde por cada dólar que consigan los empresarios, el programa le da un aporte complementario hasta cierto límite (monto y límite a definirse) (ver Sección IX).

- 4.7 Asimismo, se ejecutarán actividades que girarán en torno a **la formación de formadores y de promotores** del Entrepreneurship. Los agentes formados impactarán de modo indirecto sobre los emprendedores actuales y potenciales y toda la comunidad a través del trabajo de sus instituciones. Estas acciones incluyen:

- *Formación de promotores*: agentes de las diferentes instituciones y Municipios que colaborarán en la promoción de las diferentes actividades.
- *Formación de formadores*: Para expandir el conocimiento, se entrenará a agentes clave (docentes, formadores) que puedan luego participar en la formación de estudiantes, emprendedores y otros actores de la comunidad.
- *Formación de mentores*: empresarios, ejecutivos, consultores, profesores que posean conocimientos y experiencia previa en el área de negocios, para el trabajo de mentoring con los emprendedores.
- *Portal informativo*: Facilitará el acceso a la información sobre aspectos regulatorios que deben ser considerarse para crear una empresa, sobre los distintos instrumentos de apoyo disponibles para emprendedores, así como también permitirá apoyar las diversas actividades de difusión del programa.

3. Componente 3: Fortalecimiento de capacidad institucional para la empresarialidad

- 4.8 El objetivo de este componente es fomentar la articulación interinstitucional y el fortalecimiento de las competencias de las instituciones que prestan servicios a los emprendedores. Estos comprenden desde los servicios de desarrollo empresarial como información y orientación, formación, asesoría, pasantías y promoción comercial principalmente, hasta servicios relacionados con el acceso al mercado como licencia de funcionamiento, registro sanitario, registros de marca (signos distintivos) y constitución de empresas principalmente. La articulación comprende igualmente a instituciones que ofrecen servicios financieros, tanto banca de primer piso como fondos de garantía existentes, con la finalidad de sensibilizarlas en el desarrollo de una estrategia más agresiva, comercialmente hablando, de captación de nuevos clientes dentro de los creadores de empresas.

V. COSTO, FINANCIAMIENTO Y TIEMPO DE EJECUCIÓN

- 5.1 El Proyecto contará con un presupuesto total de aproximadamente US\$ 1.500.000, de los cuales el FOMIN contribuirá con US\$ 900.000 de fondos no reembolsables. El monto restante de US\$600.000 será aportado por la entidad ejecutora, Colectivo Integral de Desarrollo, así como por Fundación Swisscontact y el programa PERU EMPRENDEDOR del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. El período de ejecución estimado es de 3 años.

VI. AGENCIA EJECUTORA

- 6.1 El Colectivo Integral de Desarrollo (CID) es una ONG fundada en 1990 que tiene como eje principal de acción desde 1992 la promoción de nuevas empresas creadas particularmente por jóvenes. A partir de 1996 ejecuta una serie de iniciativas encaminadas a desarrollar tanto las competencias de los jóvenes para crear y gestionar negocios sostenibles como a contribuir a crear un entorno que favorezca la emergencia de emprendedores. En estos años ha sensibilizado a más de 40.000 jóvenes en temas de cultura emprendedora. Asimismo, ha apoyado y acompañado a través de un conjunto de servicios integrales – capacitación, asesoría, promoción comercial, pasantías y gestión del crédito – a 2.200 empresas que, en conjunto, han generado 4.500 puestos de trabajo por lo menos.

- 6.2 El CID tiene sedes en Lima, Huancavelica, Cajamarca y Piura, y laboran en ellas 48 personas. Asimismo tiene representantes en Tumbes y Huancayo, así como una sede institucional en Asunción (Paraguay). Cuenta con el respaldo de UNESCO, Ministerio de Trabajo, SECOURS CATHOLIQUE y CESAL (España), y ha administrado un promedio anual de US\$280.000 en los últimos 5 años. En la actualidad tiene convenios y concerta acciones con 142 instituciones y empresas a nivel nacional.
- 6.3 La entidad ejecutora articulará con dos organizaciones en la ejecución directa del proyecto, en la medida que ambas aportarán su respectiva experticia así como recursos tanto en efectivo como en especie: (i) la Fundación Swisscontact, organización que ha desarrollado una importante experiencia en diversos campos, principalmente en el desarrollo del mercado de servicios de desarrollo empresarial y en el apoyo al desarrollo económico local con énfasis en MYPEs y (ii) el “Programa Perú Emprendedor”, del Ministerio de Trabajo, el cual promueve la oferta privada de servicios financieros, de capacitación, asesoría, asistencia técnica y promoción comercial que permitan incrementar la competitividad y disminuir el nivel de mortalidad de nuevas empresas.
- 6.4 Asimismo, se coordinará con instituciones públicas y privadas locales y regionales, así como empresarios locales, tanto como proveedores de servicios como agentes que promuevan la empresarialidad, tales como el Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE), la Caja Municipal de Piura, los Gobiernos regionales, los municipios provinciales, centros de formación superior técnica y universitaria, y la Asociación Pro Bienestar y Desarrollo (PROBIDE). En coordinación con esta última, que actualmente implementa un proyecto FOMIN de creación de empresas juveniles (ATN/ME-7138-PE), el programa incorporará las lecciones aprendidas de ese proyecto, las cuales incluyen: (i) la necesidad de asegurar que las nuevas empresas tengan una estructura de capital que les permita reducir sus costos financieros al mínimo; y (ii) la importancia de apoyar las nuevas empresas con servicios de “mentoring” y asistencia técnica, especialmente durante su etapa de formación y despegue.

VII. RESULTADOS ESPERADOS Y JUSTIFICACIÓN

- 7.1 El proyecto se propone alcanzar los siguientes resultados al término del período de tres a cuatro años de implementación. En términos de *indicadores de actividades*: (i) 200 nuevos negocios en el área de referencia; (ii) 12,000 estudiantes secundarios y de formación técnica sensibilizados y capacitados; (iii) 500 nuevas empresas asistidas; (iv) 300 agentes promotores y formadores capacitados y entrenados; (v) un aumento en los medios locales de la difusión de temas vinculados al Entrepreneurship; (vi) un aumento en el porcentaje de padres que apoyan el interés de sus hijos en iniciar un nuevo negocio; y (vii) una mejora en la opinión pública local sobre los emprendedores. En términos de *indicadores de impacto* se propone lograr lo siguiente: (i) una red institucional articulada, con sus instituciones fortalecidas y reorientadas al área de entrepreneurship; y (ii) mayor permanencia de negocios, mayores capacidades de generar puestos de trabajo, mayores tasas de formalidad y de acceso al crédito, así como mayores ingresos de los conductores de los nuevos negocios⁴.
- 7.2 El proyecto propuesto apunta en forma directa a superar muchos de los obstáculos para la creación, permanencia y éxito de nuevos negocios que se encuentran presentes en el área

⁴ Estos indicadores de impacto han sido validados por el CID y evaluados por organismos independientes. Los resultados del CID en la materia han sido: Tasa de permanencia de 70% antes del segundo año de creación del negocio, contra 30% del grupo control, 3 puestos de trabajo versus 1.5, 89% de formalidad vs. 59%, 41.3% de acceso al crédito vs. 12% y 61% más de ingresos que el grupo control.

seleccionada, de un modo integral. La justificación del proyecto se basa sobre el concepto de que una mejora en la base de emprendedores de un país, una región o un área local debería promoverse utilizando estrategias tanto de corto como de largo plazo. La experiencia demuestra que los programas más exitosos combinan ambas estrategias.

VIII. IMPACTOS AMBIENTALES Y SOCIALES Y MEDIDAS PROPUESTAS

- 8.1 La presente operación no presenta riesgos ambientales o sociales específicos. Más bien, podría tener un efecto positivo en el medio ambiente y la aplicación de las leyes nacionales relacionadas con el medio ambiente, aspectos sociales y salud y seguridad laboral, mediante la facilitación brindada por el proyecto para la formación de nuevas empresas o la formalización de empresas existentes en el país, y por tanto, la exigencia de su cumplimiento con las regulaciones nacionales ambientales y sociales. Asimismo, la capacitación a las empresas en formación incluirá temas de medio ambiente y seguridad laboral. Durante la preparación del proyecto se considerarán actividades para mitigar eventuales efectos ambientales o sociales mediante actividades específicas de asistencia técnica.

IX. TEMAS ESPECIALES

- 9.1 El equipo a cargo del proyecto pondrá especial atención en los siguientes puntos en el análisis de la ejecución: (i) fuente y factibilidad de la co-financiación; (ii) definición de los acuerdos institucionales para la ejecución del proyecto; (iii) establecimiento de indicadores clave que midan cambios en la creación de nuevos negocios y generación de empleo; (iv) la duración del período de ejecución; (v) la incorporación de las lecciones aprendidas del proyecto PROBIDE (ver párrafo 6.4); (vi) la factibilidad y mecanismo más apropiado para un componente de “matching grants” para el financiamiento de algunas nuevas empresas; y (vii) mecanismos que ayuden a asegurar la sostenibilidad de las actividades del proyecto, una vez que el financiamiento haya concluido.

X. RECOMENDACIÓN DE LA REPRESENTACIÓN

- 10.1 La Representación del Banco en Perú considera que este proyecto es prioritario para el país por lo que se recomienda el procesamiento de la operación en el plazo más breve posible.

XI. TIEMPO ESTIMADO DE PREPARACIÓN Y ANALISIS DEL PROYECTO

- 11.1 Se estima que a partir de la aprobación del Abstracto se podría completar el análisis y la presentación del Memorando de Donantes en un período de 5 a 6 meses.

Aprobado por: _____

Fecha: _____

Antonio Vives,
SDS/PEF