

GEM

MONITOR GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO



Monitor Global de Emprendimiento (GEM)

Guatemala:
Reporte Nacional 2019/2020

*Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Francisco Marroquín
Centro de Emprendimiento Kirzner*

CONTENIDO

PREFACIO	5
PATROCINADORES Y FUNDADORES DEL GEM	7
EQUIPO NACIONAL DEL GEM	8
RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL DEL GEM	15
a) Marco conceptual	15
b) Fases del proceso emprendedor	16
CAPÍTULO 2. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL	18
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento	18
b) Fases del proceso emprendedor	21
c) Entorno donde se desarrolla el emprendimiento	25
CAPÍTULO 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR GUATEMALTECO Y SUS NEGOCIOS	28
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala	29
b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala	33
c) Características de los emprendedores	36
1. Herencia emprendedora: emprendí porque mis padres lo hicieron.	36
2. Género: los emprendedores, en su mayoría son hombres.	37
3. Edad: la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años de edad.	37
4. Educación formal: la mitad de quiénes completaron la universidad emprende.	38
5. Importancia del emprendimiento: se emprende para aportar al hogar.	39
d) Características de los negocios	39
1. Inversión inicial: 4 de cada 10 emprendimientos inician con menos de Q.5 mil.	40
2. Actividad económica: 2 de cada 3 emprendimientos están orientado al consumo.	42
3. Generación de empleo: 5 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo.	43
4. Expectativas de generación de empleo: el 77% de los emprendedores en fases tempranas espera generar más empleos en los próximos 5 años.	43
5. Ubicación de los negocios: el 47% de los emprendedores en fases tempranas atiende en su mayoría a clientes de su comunidad, pueblo o aldea.	45
6. Registro del negocio: 6 de cada 10 emprendedores en fases temprana opera informalmente.	46
CAPÍTULO 4. EL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GUATEMALA	48

a) Encuesta Nacional a Expertos	48
1. Apoyo financiero: la mayor oportunidad de financiamiento está en una institución financiera.	49
2. Políticas de gobierno: no favorecen el emprendimiento.	51
3. Programas de gobierno: no hay suficientes esfuerzos para apoyar la actividad emprendedora.	52
4. Educación y formación emprendedora: es adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en los niveles primario y secundario.	53
5. Transferencia de conocimientos y tecnología: una de las debilidades del ambiente emprendedor en Guatemala.	54
6. Infraestructura comercial y profesional: ambiente propicio para la actividad emprendedora, excepto por la capacidad de pago.	56
7. Apertura del mercado interno: las empresas enfrentan dificultades para entrar a nuevos mercados y los mercados no son dinámicos.	57
8. Infraestructura física: hay disponibilidad y acceso a servicios, pero la infraestructura física no es adecuada.	59
9. Normas sociales y culturales: las normas sociales y culturales dan un apoyo débil a la actividad emprendedora.	60
CONCLUSIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	64
ANEXOS	66

PREFACIO

El Monitor de Emprendimiento Global (GEM por sus siglas en inglés) es una herramienta que nos permite aproximarnos a los emprendedores en Guatemala, conocer su desarrollo, sus limitantes, sus inquietudes y sus logros. Existe literatura abundante e interesante con relación al emprendimiento, pero mucha de ella es lejana a la realidad de Guatemala. El presente reporte, en cierta medida, captura la esencia de los emprendedores operando en el entorno guatemalteco.

Para la Universidad Francisco Marroquín realizar este estudio a través del Centro de Emprendimiento Kirzner tiene una razón particular, está perfectamente conectado con la misión original de esta casa de estudios: “Enseñar los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables”. Es la acción individual de esas personas libres y responsables, la que genera la actividad económica y el proceso de mercado. A través del GEM, que es un estudio que recaba la información directamente de los emprendedores, es posible comprender esa acción individual, los desafíos que afronta el emprendedor, el entorno en el que se desarrolla y algunas iniciativas que podrían potenciar su esfuerzo personal y transformarlo en una “ola” más grande.

Gracias a la elaboración del GEM, desde el 2009 se cuenta con información única para Guatemala, que permite conocer las características propias del emprendedor, de su negocio y de sus actitudes y percepciones de cara al entorno en donde desarrolla sus actividades. Esta información ha sido plasmada en la entrega de diez reportes nacionales de emprendimiento y varias investigaciones académicas, que se han convertido en referencia permanente para diagnosticar la situación del emprendimiento en el país. A través del GEM ha sido posible ubicar a Guatemala en el mapa de emprendimiento a nivel mundial, al contar con estadísticas comparables con otros países y regiones.

Sabemos que para Guatemala el emprendimiento resulta ser de gran relevancia para el desarrollo económico del país, generado tanto por la actividad de nuevas empresas, algunas de ellas de gran escala, como por las actividades de pequeños emprendimientos que contribuyen al sostenimiento de un número importante de hogares. Por ello, debemos tomar con responsabilidad el tipo de iniciativas que, con los mejores deseos, pretenden “apoyar” al emprendimiento, y que al final pueden provocar consecuencias no intencionadas. Que se traducen en barreras que limitan aquella actividad que desean apoyar o distorsionan el ciclo natural del proceso emprendedor. Esas distorsiones complican la asignación eficiente de recursos y la creación de riqueza, acciones inherentes al rol del emprendedor en la economía.

Con la entrega del presente reporte, buscamos seguir contribuyendo a la comprensión del fenómeno del emprendimiento, evidenciar los desafíos (como la necesidad de desregular y simplificar las normativas existentes para hacer negocios) y prevenir del tipo de iniciativas que al implementarse podrían impactar negativamente el proceso emprendedor. A través de una aproximación técnica y académica, presentamos insumos valiosos para que académicos, formadores de opinión y hacedores de política pública, utilicen el presente reporte como punto de partida, para hacer contribuciones beneficiosas para el país desde su esfera de influencia.

Mónica Río Nevado de Zelaya

Decana

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Francisco Marroquín

PATROCINADORES Y FUNDADORES DEL GEM

GERA

La Asociación Global de Investigación en Emprendimiento (GERA por sus siglas en inglés) es, para efectos de constitución y regulación, el ente que organiza y administra el proyecto GEM. GERA es una asociación formada por Babson College, Universidad del Desarrollo, Universidad Tun Abdul Razak, Korea Entrepreneurship Foundation y representantes de los Equipos Nacionales (50 países para el ciclo 2019-2020).

Para más información, visite www.gemconsortium.org

Babson College



Babson College, en Wellesley, Massachusetts, EE. UU., es reconocida internacionalmente como líder en educación sobre emprendimiento. Babson College es una institución patrocinadora y fundadora del GEM. Babson ofrece grados académicos de licenciatura a través de un programa innovador de pregrado, y ofrece posgrados (MBA y MS) a través de la F.W. Olin Graduate School of Business. El Babson Executive Education ofrece programas de desarrollo ejecutivo para gerentes experimentados de todas partes del mundo.

Para más información, visite www.babson.edu

Universidad Francisco Marroquín



La misión de la Universidad Francisco Marroquín es la enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables. A lo largo de sus 49 años se ha caracterizado por brindar una experiencia formativa para aquellos con inquietud intelectual, espíritu emprendedor y apasionados por la excelencia.

Para más información visite www.ufm.edu

EQUIPO NACIONAL DEL GEM

Mónica de Zelaya

Mónica Río Nevado de Zelaya, Doctor en Economía, es Decana de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín. Directora del Global Entrepreneurship Monitor para Guatemala, Consultora Senior de la compañía de consultoría internacional Franklin Covey desde 1995. Por más de 20 años se desarrolló como Directora del Departamento de Administración de Empresas y Emprendimiento, fundadora de la carrera de Entrepreneurship, una propuesta de educación disruptiva para jóvenes emprendedores de alto potencial. Fundadora del Centro de Emprendimiento Kirzner en el 2008 y miembro del equipo de investigación del GEM Guatemala desde su inicio. Coautora del libro Aprende y Emprende, un libro y proceso de educación que busca desarrollar el pensamiento emprendedor en alumnos jóvenes y sus maestros. Coautora del libro “The 7 Habits of the Highly Effective College Students”, un libro de liderazgo personal que busca potenciar el desarrollo de habilidades personales y de liderazgo necesarias para la vida personal y profesional. Ha sido Revisor Técnico para varias editoriales dentro de las que se pueden mencionar McGraw Hill, Prentice y otras con las que también ha publicado casos en varios libros de texto. Conferencista y catedrática, reconocida con el Premio Robert Nozick.

Carolina Uribe

Carolina Uribe es la Directora del Departamento de Administración de Empresas y Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y del Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín. El Centro promueve el conocimiento y la práctica del emprendimiento a través de educación, investigación y servicio y apoyo a la comunidad. Carolina es catedrática de los cursos: Global Management & Entrepreneurship, Proyecto de Business Challenge y Entrepreneurial Thinking en la UFM. También ha trabajado para la Fundación Pacunam; Directora Ejecutiva de la Sesión 119 del Comité Olímpico Internacional; Gerente de Proyecto para el Departamento de Protocolo, Eventos y Hospitalidad para el Comité Olímpico Internacional para los Juegos Olímpicos de Beijing y Londres; fue líder de equipo en Porter Novelli y Coordinadora de Proyectos en la Fundación para el Desarrollo de Guatemala (FUNDESA). Carolina tiene una licenciatura en administración de empresas con especialización en finanzas de la Universidad Francisco Marroquín y un MBA de Babson College.

Sofía Venegas

Coordinadora del Centro de Emprendimiento Kirzner, posee una licenciatura en Administración de Empresas con especialidad en Mercadeo por parte de la Universidad Francisco Marroquín, asimismo cuenta con una maestría en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad de Anáhuac de México y una maestría en Liderazgo y Coaching de ENAE Business School en Murcia, España.

Estefanía Vizcaíno

Coordinadora de proyectos para el Centro de Emprendimiento Kirzner, es Ingeniera Empresarial con especialidad en Diseño Interactivo de la WEB de la Universidad Francisco Marroquín.

David Casasola

Director de investigación del proyecto Monitor Global de Emprendimiento del equipo de Guatemala y catedrático en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín. También colabora como analista económico en el Centro de Investigaciones Económicas Nacionales. Durante más de 10 años ha desarrollado estudios en temas relacionados con el emprendimiento en Guatemala y el mercado laboral. David tiene una licenciatura en economía por parte de la Universidad Francisco Marroquín y una maestría en economía por parte de la Universidad de Brandeis en Estados Unidos. Es ex becario de los programas: Fulbright, Guatefuturo e Impulso al Talento Académico -ITA-.

RESUMEN EJECUTIVO

¿Qué es el GEM?

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, *Global Entrepreneurship Monitor*) es el esfuerzo de investigación sobre emprendimiento más grande a nivel mundial, que en el ciclo 2019/2020 cumple veintiún años de realizarse. El GEM mide la actividad emprendedora en cada país, identifica los principales factores que la explican, caracteriza el contexto institucional y cultural dentro del cual ocurre y compara estos resultados entre los países que participan del estudio. En el ciclo 2019/2020 participaron 50 países en la medición de la actividad emprendedora y 54 países en la medición de las percepciones de expertos sobre el entorno para emprender, siendo realizada en Guatemala por el Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín. Esta es la novena ocasión en el que Guatemala participa en el GEM.

El GEM utiliza dos instrumentos para medir la actividad emprendedora:

- 1) La Encuesta Nacional sobre Participación y Actitudes hacia el Emprendimiento (Adult Population Survey, -APS-) que mide los niveles de emprendimiento en la población adulta (de 18 a 64 años de edad); y
- 2) La Encuesta Nacional a Expertos (National Expert Survey, -NES-), que recoge las percepciones de expertos acerca de las características del entorno institucional y cultural en donde se desarrolla la actividad empresarial.

La Encuesta a la Población Adulta recopila información sobre los rasgos personales, las capacidades del emprendedor y las características de sus negocios, en tanto que la Encuesta Nacional a Expertos provee información sobre cómo se percibe el ambiente en el que se desarrolla el emprendimiento. Las dos encuestas ayudan a identificar los factores que fomentan o limitan la actividad emprendedora.

Guatemala en el contexto internacional

Guatemala posee la tercera Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) más alta del mundo (25.1%). En las cuatro fases del proceso emprendedor (emprendimiento potencial -51.6%-, emprendimiento temprano -25.1%-, emprendimiento establecido -14.8%- y emprendimientos discontinuados -4%-) son superiores en Guatemala que en Latinoamérica y que en las tres categorías de países según nivel de ingresos.

Respecto a las percepciones hacia el emprendimiento, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados según niveles de ingreso, en Guatemala se tiene la mayor proporción de personas que considera el emprendimiento como una buena oportunidad para generar ingresos, el nivel de reconocimiento social es similar al de países

con ingresos bajos, y el reconocimiento en los medios de comunicación es el más bajo en comparación con las otras categorías mencionadas. En relación con las actitudes hacia el emprendimiento, en Guatemala todos los indicadores son mejores que en el resto de las categorías: las personas ven más oportunidades de negocio; consideran que sí tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un negocio; y tienen la proporción más baja de miedo al fracaso.

Características del emprendedor guatemalteco y sus negocios

Los emprendedores guatemaltecos en su mayoría son hombres (55%), y tienen entre 18 y 34 años de edad (51%). Poco más de la mitad de los emprendedores (55%) tiene el nivel diversificado completo o más educación, pero hay un 4% que no tienen ningún grado de educación formal.

Cuatro de cada diez negocios de los emprendedores guatemaltecos (43%) inician con una inversión inicial menor a Q.5 mil. Dos de cada 3 están orientados al sector de consumo y 5 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo. Aun así, siete de cada diez emprendedores establecidos (71%) y 8 de cada 10 emprendedores tempranos (84%), tienen la esperanza de generar algún empleo adicional en los próximos cinco años. Los negocios sirven mercados pequeños, 2 de cada 3 atiende a clientes en su comunidad o municipio y el 64.6% de los emprendimientos en fases tempranas opera de manera informal, pero a medida que los negocios superan los 3.5 años de operación la tasa de informalidad se reduce al 48%.

El contexto en el que se desarrolla el emprendimiento

Los expertos encuestados consideran que la educación y formación para el emprendimiento es adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en los niveles primario y secundario, en donde hace falta reforzar el espíritu emprendedor, los principios de una economía de mercado y estimular la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal. Los conocimientos y las nuevas tecnologías no se transfieren desde los lugares donde se originan hacia las nuevas empresas o las empresas en crecimiento en Guatemala. Las fuentes de financiamiento para los emprendedores son escasas, los expertos encuestados ven el sector financiero guatemalteco como una restricción a la actividad emprendedora. Por otra parte, se considera que no hay políticas de gobierno favorables al emprendimiento, ni suficientes programas de gobierno para apoyar la actividad emprendedora.

Se considera que hay disponibilidad de infraestructura comercial y profesional, pero muchas barreras de acceso para los emprendedores, pues estos carecen de capacidad de pago para contratar servicios especializados de consultoría, profesionales, legales y contables. A nivel interno, existen algunas barreras de entrada y costos para acceder a nuevos mercados, y los mercados no son dinámicos, pues no cambian drásticamente de un año a otro. Hay disponibilidad y acceso a servicios, pero la infraestructura física no es la adecuada, lo cual aumenta los costos de las empresas y es una restricción para que atiendan

a mercados más amplios o en una localización geográfica lejana. En el país, aún hace falta que las normas sociales y culturales apoyen la actividad emprendedora.

Comparado con los demás países, el mejor puntaje para Guatemala está en la categoría de educación técnica y superior, en donde se ubica en la posición 19 de 54 países. Por otra parte, en prioridades de políticas de gobierno ocupa el último lugar y el ante penúltimo en apoyo financiero para los emprendedores y en apertura del mercado interno. En general, el emprendedor y sus empresas se enfrentan a un ambiente poco propicio y no se observan esfuerzos suficientes para cambiar la situación en el corto plazo.

GEM Guatemala Reporte 2019-2020

INTRODUCCIÓN

El GEM es el estudio sobre emprendimiento más importante a nivel mundial que logra describir la actividad emprendedora en sus diferentes fases en 50 países. El estudio describe las características del emprendedor y sus negocios, los apoyos y las restricciones a la actividad emprendedora, la percepción de la sociedad hacia el emprendimiento y las características del ambiente en el que se desarrolla.

El GEM fue fundado en 1997 por profesores de la London Business School y de Babson College, quienes inspirados en el Índice de Competitividad Global que desde 1979 publica anualmente el Foro Económico Mundial, quisieron realizar un Índice de Competitividad Empresarial. En 2020, el GEM cumple 21 años de realizarse de forma consecutiva desde el primer informe elaborado en 1999, en el cual participaron 10 países. Durante estos 20 años, han participado en el informe 112 economías. En el ciclo 2019-2020 participan 50 países en la medición de la actividad emprendedora y 54 países en la calificación del entorno para emprender (ver el listado en el Anexo 2). Hay cinco países que han participado en todos los informes: Estados Unidos, Brasil, Alemania, Irán y China.

Los datos reportados en el GEM se recopilan a través de dos encuestas: 1) La Encuesta a la Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés, *Adult Population Survey*); y 2) La Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés, *National Expert Survey*). La APS se realiza a hogares y busca caracterizar a los emprendedores y sus negocios. La NES se realiza a 36 expertos quienes califican el ambiente en torno al emprendimiento en el país.

El GEM mide la actividad emprendedora agrupando a los países en cuatro regiones geográficas (Asia Oriental y Meridional; Europa y Norte América; Latinoamérica y el Caribe; y Oriente Medio y África), y tres niveles de ingresos (bajo, medio y alto)¹. El motivo de agrupar a los países en estas categorías es para evidenciar distintas dinámicas dentro de la actividad emprendedora en las diferentes regiones del mundo y de acuerdo con los distintos niveles de ingreso en las economías. Guatemala se incluye entre los países de la región de Latinoamérica y el Caribe con ingresos medios. En el primer capítulo de este informe se describe el marco conceptual utilizado por el GEM y las etapas de la actividad emprendedora. En el segundo capítulo se hace una comparación internacional de los principales indicadores de las dos encuestas con las que se recopila la información. En los capítulos 3, 4 y 5 se describe a detalle los resultados de estas encuestas (APS y NES) para el caso específico de Guatemala.

¹ La clasificación por región geográfica utilizada en el GEM es propia y trata de agrupar economías similares siguiendo parámetros utilizados por el Fondo Monetario Internacional -FMI- en el Índice de Competitividad Global. Por ejemplo, la agrupación de Europa y Norte América se hace para juntar economías con altos ingresos. Asimismo, se incluye a Turquía y Chipre en Europa, aunque la clasificación de la Organización de las Naciones Unidas -ONU- incluya a estos países en Asia Occidental. De igual manera, se agrupa en una sola región a países de África y Medio Oriente para tener una mayor representatividad de países para los distintos niveles de ingresos.

CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

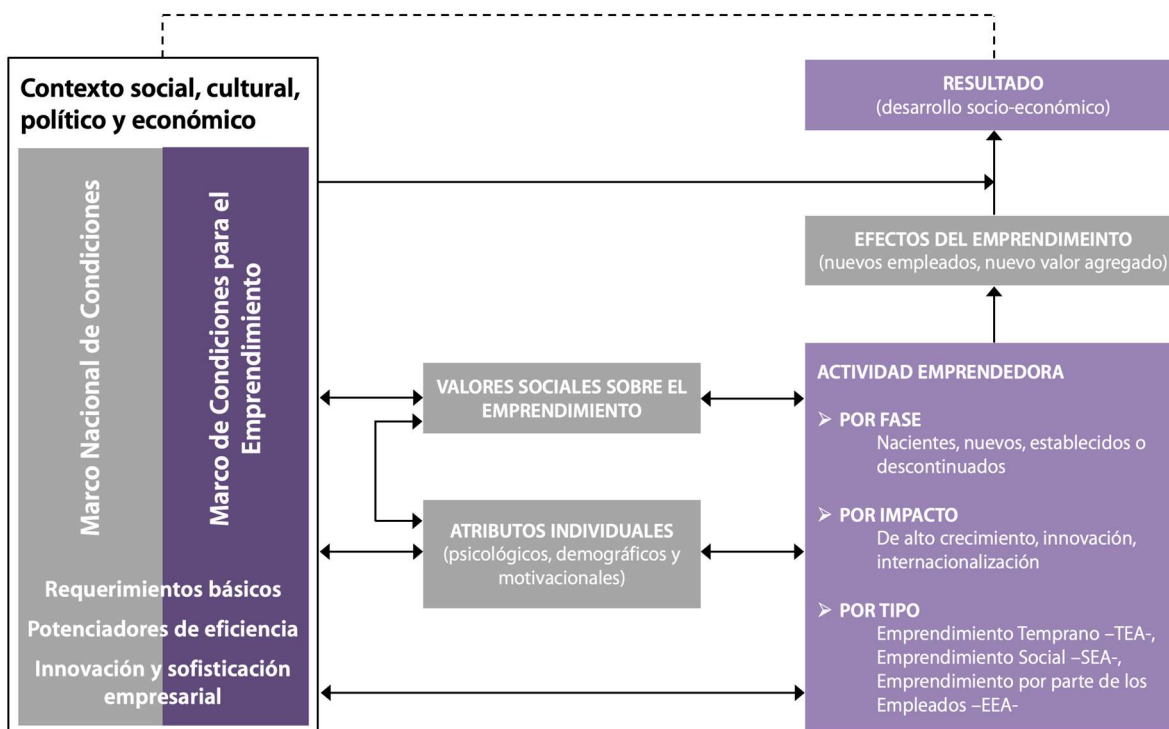
a) Marco conceptual

El Marco Conceptual del GEM mostrado en la Figura 1 ilustra la relación del emprendimiento con su entorno. El contexto social, cultural, político y económico influye directamente en el emprendimiento e indirectamente en los valores sociales que se tienen sobre la actividad emprendedora y en los atributos de los individuos para identificar y aprovechar las oportunidades de negocios. A su vez, la actividad emprendedora genera nuevos empleos y nuevo valor agregado que contribuye al desarrollo socioeconómico.

El contexto social, cultural, político y económico es representado a través del Marco Nacional de Condiciones, que incluye finanzas empresariales, políticas y programas de gobierno, educación para el emprendimiento, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructura legal, comercial y física, dinámica del mercado interno, barreras de entrada y normas sociales y culturales.

Los valores sociales que se tienen sobre el emprendimiento incluyen las creencias sociales sobre si el emprendimiento es una buena opción de carrera, si ser empresario tiene un alto reconocimiento social, el grado en que los medios de comunicación presentan al emprendimiento de forma positiva, y si es fácil iniciar un negocio.

Figura 1: Marco Conceptual del GEM



Fuente: GEM, Reporte Global 2018/2019.

Los atributos individuales incluyen características demográficas (género, edad, etc.) autopercepciones (capacidades y oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y motivaciones para iniciar un negocio (necesidad versus oportunidad).

La actividad emprendedora abarca múltiples fases del proceso emprendedor (naciente, nuevo, establecido, discontinuado), impacto potencial (creación de empleo, innovación, internacionalización), y tipo de actividad (emprendimiento temprano -TEA-, emprendimiento social -SEA-, e intra-emprendimiento² -EEA-).

El Marco Conceptual del GEM es la guía para elaborar los instrumentos con los que se recopilan los datos y la investigación, para alcanzar los objetivos del estudio:

- Descubrir factores que fomentan u obstaculizan la actividad empresarial (valores sociales, atributos individuales y el Marco de Condiciones para el Emprendimiento).
- Proponer una plataforma para evaluar en qué medida la actividad empresarial influye en el desarrollo socioeconómico.
- Descubrir implicaciones políticas para mejorar la capacidad empresarial.

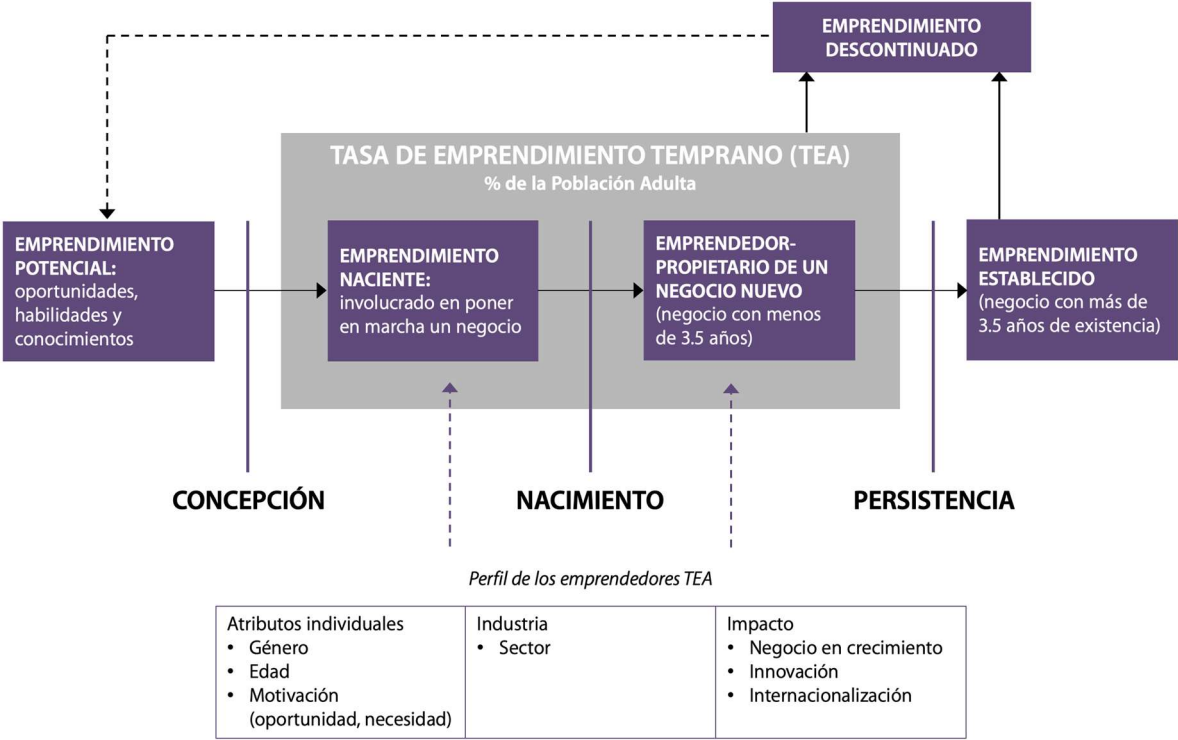
b) Fases del proceso emprendedor

El GEM considera el emprendimiento como un proceso que inicia desde que una persona tiene la idea de poner un negocio hasta que la relación con este se cierra. Durante este proceso se transita por diversas fases: cuando está en la mente de una persona se considera como un emprendimiento potencial; es un emprendimiento naciente si una persona ya ha comprometido recursos para iniciar un negocio pero este aún no ha generado ingresos; cuando el negocio naciente ha generado ingresos por un periodo inferior a 3.5 años se clasifica al emprendedor como un propietario de un negocio nuevo; si un negocio ha generado ingresos en un periodo superior a 3.5 años se considera que es un emprendimiento establecido; y si una persona ha cerrado un negocio, lo ha vendido o se ha interrumpido la relación entre dueño/administrador por diversos motivos, se considera como un emprendimiento discontinuado (ver Figura 2).

El principal indicador de emprendimiento que usa el GEM para las comparaciones internacionales es la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA, por sus siglas en inglés, *Total early-stage Entrepreneurial Activity*). La TEA es la suma de los emprendimientos nacientes y los emprendimientos nuevos.

² Actividad empresarial por parte de los empleados.

Figura 2: El proceso emprendedor y sus definiciones en el GEM



Fuente: GEM, Reporte Global 2018/2019.

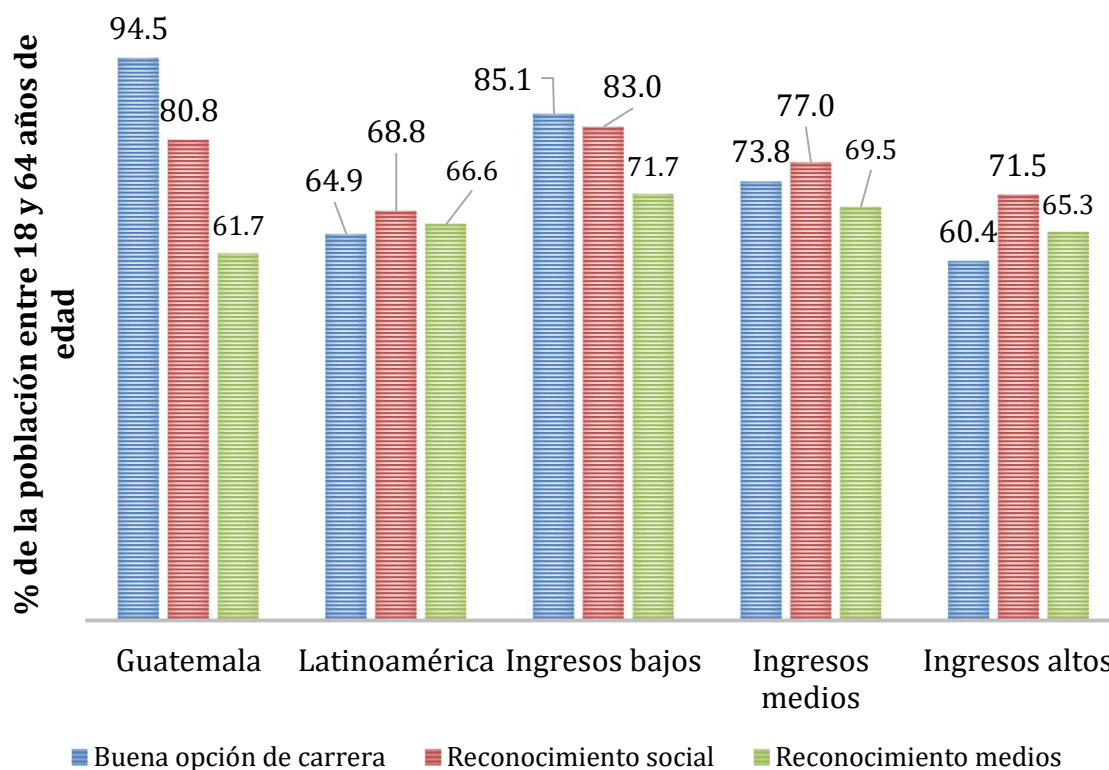
CAPÍTULO 2. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL

a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento

La percepción hacia el emprendimiento influye en el espíritu empresarial. El GEM evalúa tres elementos que dan una imagen de cómo las percepciones sociales sobre la actividad emprendedora influyen en el nivel de emprendimiento de los países: 1) se pregunta a la población si considera el emprendimiento como una buena opción de carrera, 2) se cuestiona sobre el reconocimiento que le da la sociedad a la actividad emprendedora, y 3) se indaga sobre el reconocimiento que los medios de comunicación le dan al emprendimiento.

Los datos recabados en 2019 indican que, en economías de ingresos bajos, el 85% de las personas entre 18 y 64 años considera que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos. El porcentaje baja a 74% para los países de ingresos medios y a 60% en países de ingresos altos. En países de Latinoamérica y El Caribe, el 65% de las personas hace esa afirmación, mientras que en Guatemala lo hace el 95%.

Gráfica 2.1: Percepciones sociales respecto al emprendimiento



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

En el caso del reconocimiento social, el 83% de las personas en países de ingresos bajos considera que los emprendedores gozan de buen estatus social, lo cual es inferior en el caso de las economías de ingresos medios (77%) y en las de ingresos altos (71.5%). En Latinoamérica y El Caribe, así lo considera el 68.8% de las personas y en Guatemala lo señala el 80.8%.

Por último, el 71.7% de las personas en países de ingresos bajos, alrededor del 69.5% de las personas en países de ingresos medios y 65.3% de la población que vive en países con ingresos altos dijeron que los emprendedores son reconocidos por los medios de comunicación. En Latinoamérica y El Caribe lo afirmó el 66.6% y en Guatemala solo el 61.7% (ver Gráfica 2.1).

Lo que se concluye respecto a las percepciones sobre el emprendimiento es:

- En las economías con ingresos bajos y medios, más que en economías con ingresos altos, se considera el emprendimiento como una buena opción de carrera, probablemente debido a la ausencia de otro tipo de oportunidades para generar ingresos, lo cual es más marcado en el caso de Guatemala.
- El reconocimiento social de los emprendedores es más alto en las economías de ingresos bajos que en las de ingresos medios y que en las de ingresos altos. En Latinoamérica el reconocimiento social de los emprendedores es más bajo que en las tres categorías antes mencionadas, mientras que en Guatemala es similar a la de economías con ingresos medios.
- Los emprendedores son poco reconocidos en los medios de comunicación y no existe mucha diferencia si es en economías con ingresos bajos, medios o altos. La proporción en Latinoamérica es similar a la de economías de ingresos medios y altos. En Guatemala, el reconocimiento en medios es inferior que en todas las categorías anteriores.

En resumen, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados según nivel de ingresos, en Guatemala se considera el emprendimiento como una buena oportunidad para generar ingresos, el emprendimiento tiene un reconocimiento social promedio, pero un bajo reconocimiento en los medios de comunicación (los resultados desagregados por país pueden ser consultados en el Anexo 3).

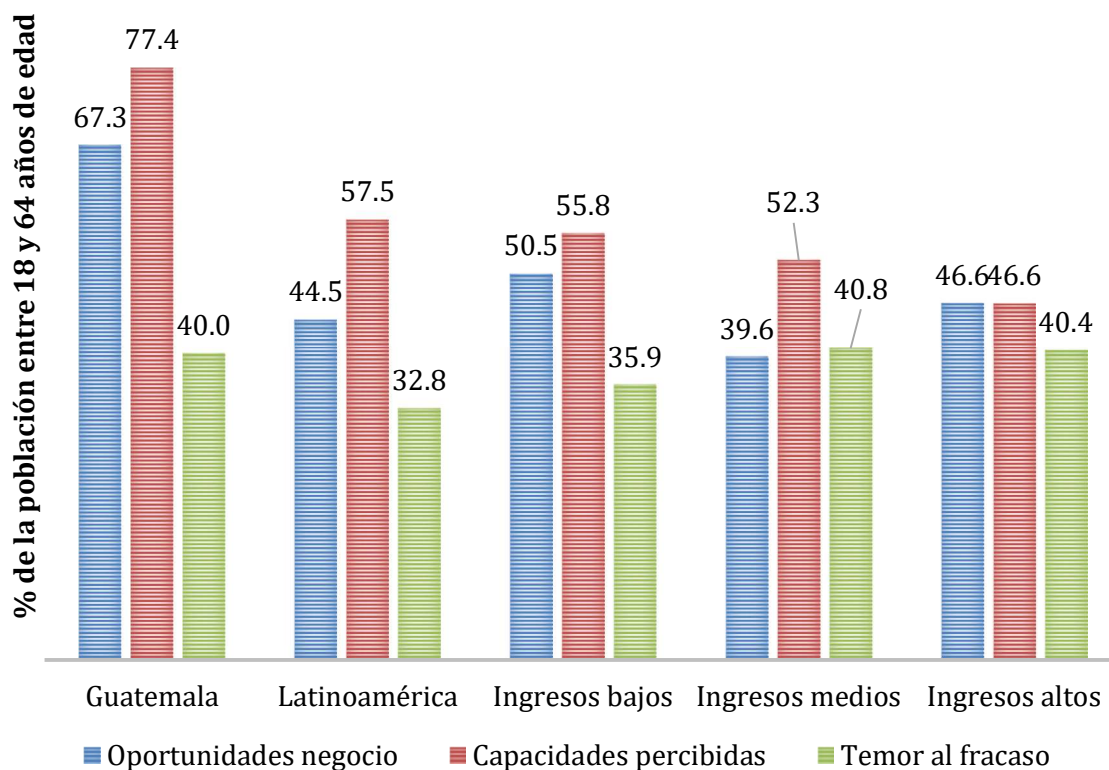
En cuanto a las actitudes ante el emprendimiento, los resultados se muestran en la Gráfica 2.2. El GEM evalúa tres aspectos: 1) la percepción que tiene la población adulta sobre las oportunidades de negocios, 2) las habilidades que poseen para aprovechar la oportunidad de iniciar un nuevo negocio, y 3) la forma en que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para poner en marcha un negocio.

El 51% de las personas en economías de ingresos bajos considera que habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio, en las economías de ingresos medios este porcentaje es el más bajo (40%), y en las economías de ingresos altos, así lo cree el 47% de las personas. En Latinoamérica y El Caribe el porcentaje es similar (45%), mientras que en Guatemala el porcentaje es más alto (67%).

Respecto a las capacidades que las personas consideran tener para iniciar un nuevo negocio, los porcentajes bajan a medida que se pasa de una economía de ingresos bajos (56%) a una de ingresos medios (52%) y a una de ingresos altos (47%). En Latinoamérica y El Caribe, el 58% de los encuestados cree tener las capacidades para iniciar un negocio, mientras que en Guatemala así lo considera el 77.4%.

Respecto al temor al fracaso, este aumenta en la medida que se pasa de una economía de ingresos bajos (36%) a una de ingresos medios y altos (41%). En Latinoamérica y El Caribe, el 33% de las personas cree que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio, mientras que en Guatemala el porcentaje es más alto (40%).

Gráfica 2.2: Actitudes frente al emprendimiento



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

Lo que se concluye respecto a las actitudes hacia el emprendimiento es:

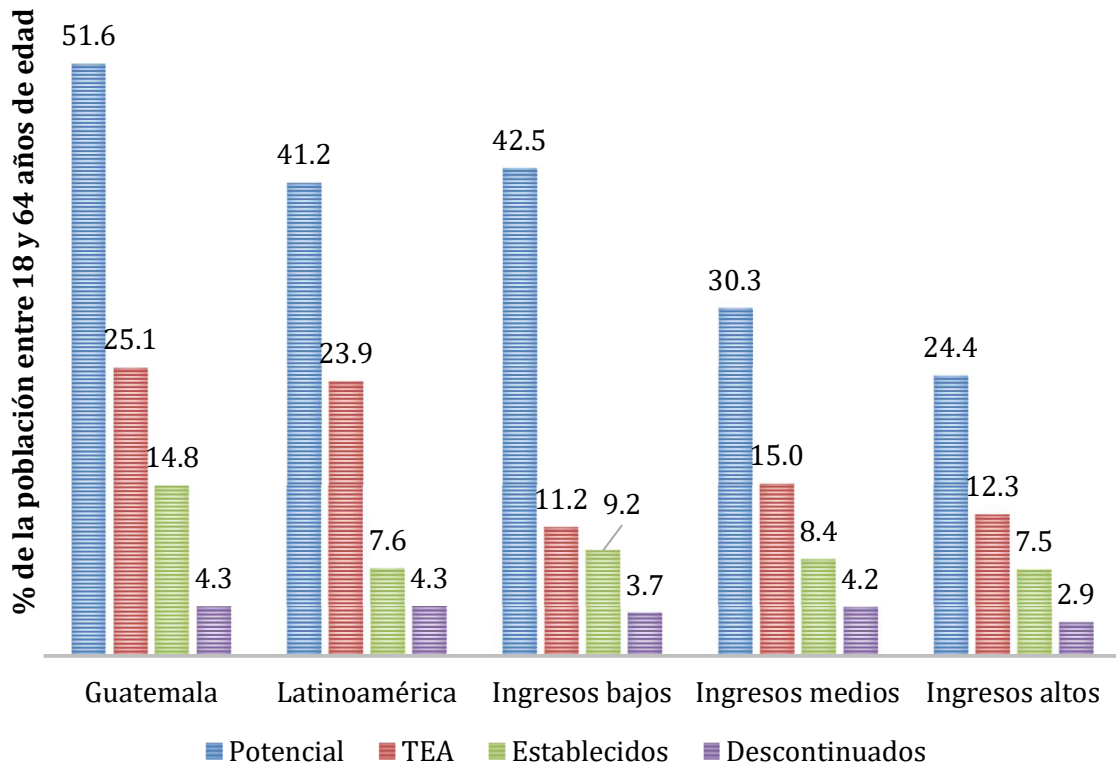
- En economías de ingresos bajos y altos existe una mayor proporción de personas que considera que habrá buenas oportunidades de negocios que en economías de ingresos medios. La proporción en Latinoamérica es similar al de economías con ingresos altos y en Guatemala es la más alta de todas las categorías anteriores.
- La proporción de personas que considera tener las capacidades para abrir un nuevo negocio aumenta a medida que se pasa de una economía de ingresos bajos a una de ingresos medios o a una de ingresos altos. La proporción en Latinoamérica es mayor que en las tres categorías anteriores y en Guatemala es más alta que en Latinoamérica.
- A medida que se pasa de una economía con ingresos bajos a una de ingresos medios y a una de ingresos altos, aumenta la proporción de personas que cree que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio. La proporción en Latinoamérica es inferior que en las tres categorías anteriores y en Guatemala es más alta que en Latinoamérica.

En resumen, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados en los distintos niveles de ingresos, en Guatemala las personas consideran que habrá más oportunidades de negocio, que tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un negocio y hay un elevado miedo al fracaso. Se tienen altas expectativas y probablemente se toman más riesgos (los resultados desagregados por país pueden ser consultados en el Anexo 4).

b) Fases del proceso emprendedor

En la Gráfica 2.3 se muestran las distintas fases del proceso emprendedor. Todos los indicadores se reducen a medida que se pasa de una economía con ingresos bajos hacia una con ingresos altos. En el caso de Latinoamérica, los indicadores se asemejan más a las economías de ingresos medios. Para el caso de Guatemala, todos los indicadores son superiores que para su región (Latinoamérica) y que su nivel de ingresos (medios); excepto en el caso de los emprendimientos establecidos, en donde tanto en Guatemala como en las economías de ingresos medios, las proporciones son similares.

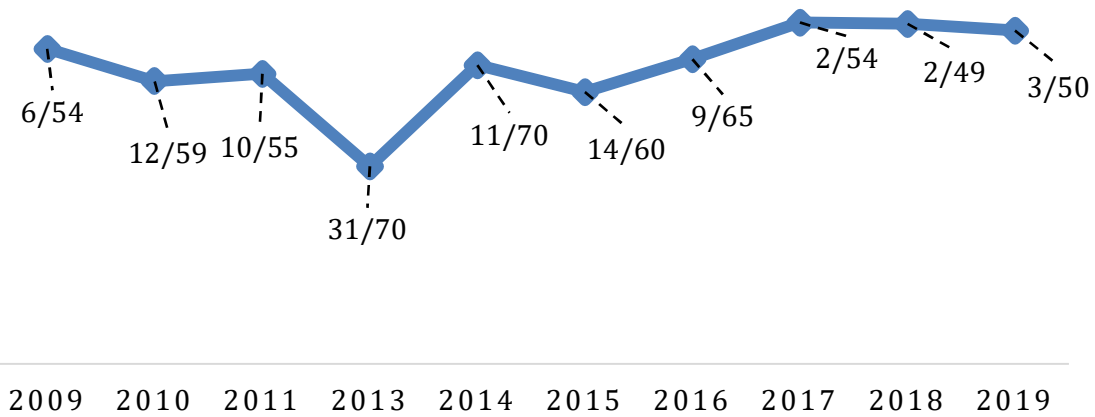
Gráfica 2.3: Fases del proceso emprendedor



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

Guatemala, con una Tasa de Emprendimiento Temprano de 25.1% en 2019 fue el tercer país con la TEA más alta (solo detrás de Chile, 36.7% y Ecuador, 36.2%). La posición de Guatemala en el ranking ha mejorado desde 2013 cuando ocupó el puesto 31 de 70.

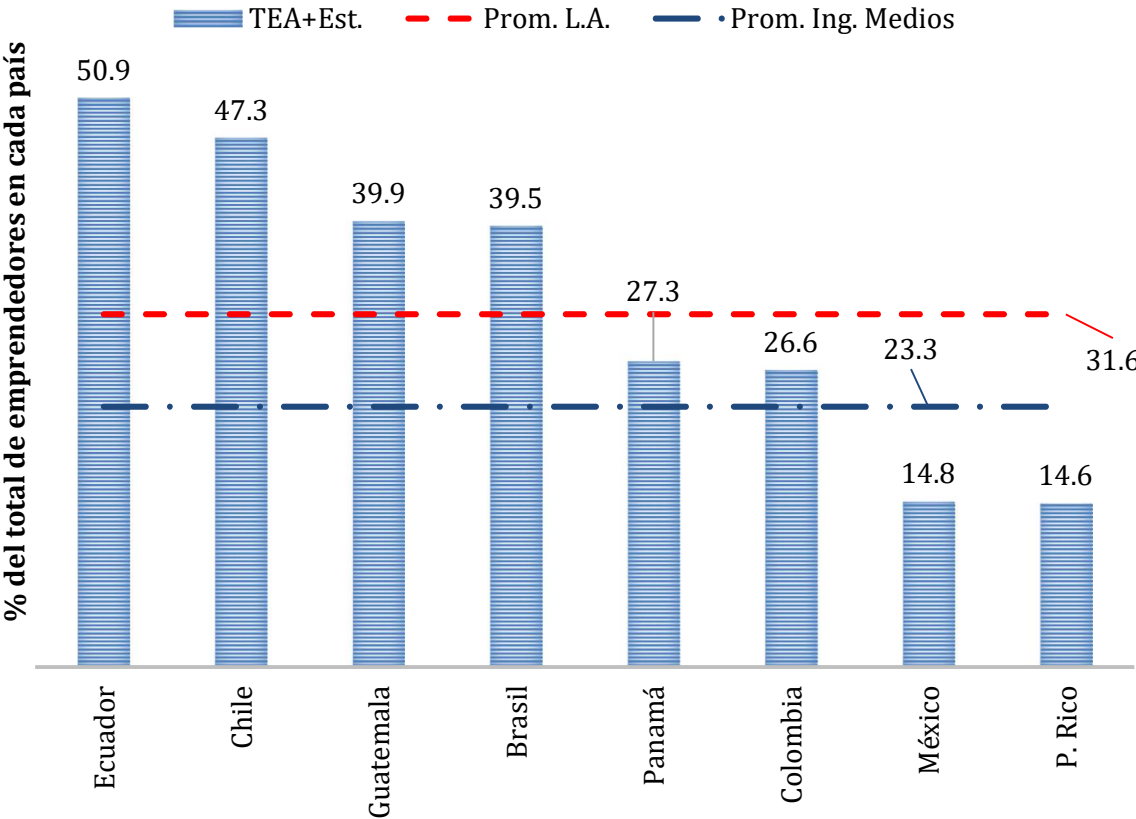
Gráfica 2.4: Evolución de la clasificación de Guatemala a nivel mundial en la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA)



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009/2019.

Al agrupar los emprendimientos tempranos con los emprendimientos establecidos (TEA + establecidos), se obtiene el nivel de emprendimiento total de los países. En los países con ingresos medios, el 23.3% de la población está desarrollando algún emprendimiento. En Latinoamérica, la proporción es ampliamente superior (31.6%), y en Guatemala es 39.9%, siendo la tercera proporción más alta en la región de Latinoamérica y El Caribe, detrás de Chile (47.3%) y Ecuador (50.9%).

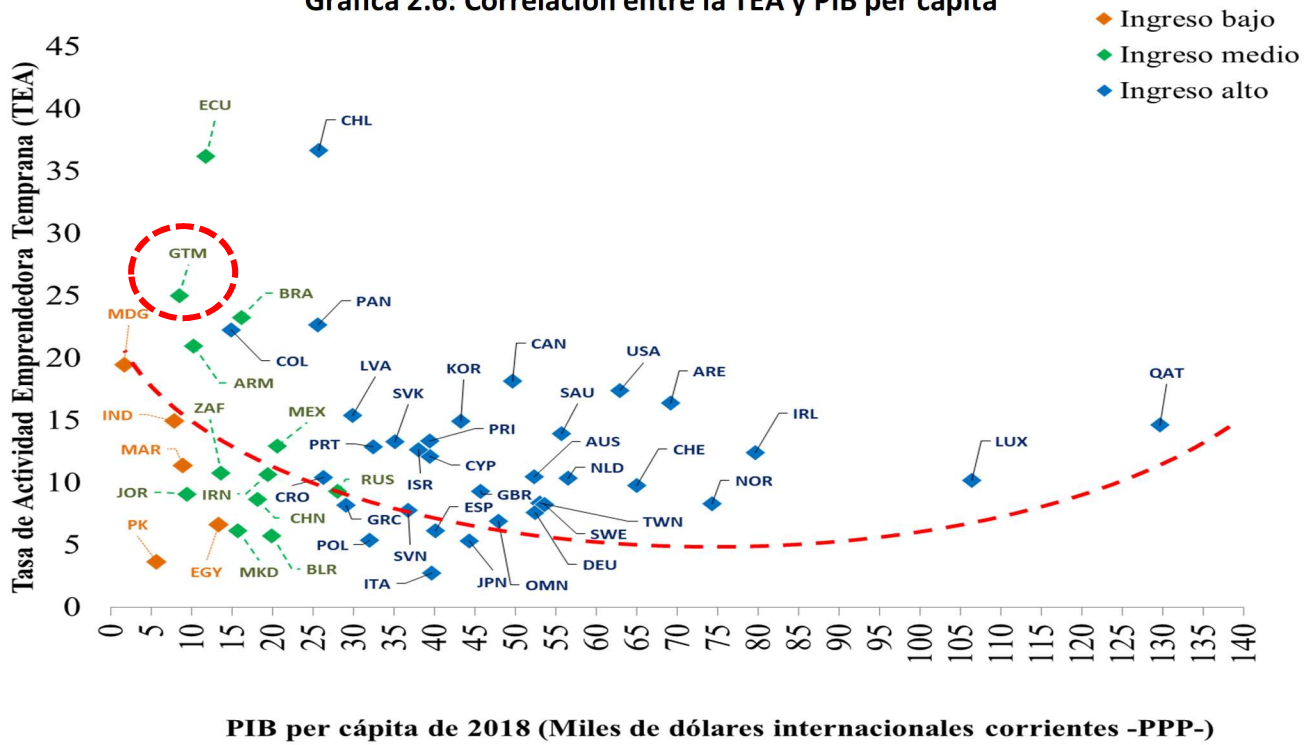
Gráfica 2.5: Emprendimiento total (TEA + establecidos) en Latinoamérica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

En la Gráfica 2.6 se muestra la relación que existe entre el emprendimiento temprano (TEA) de los 50 países en los que se realizó el GEM en el ciclo 2019/2020 y su Producto Interno Bruto (PIB) per cápita expresado en miles de dólares internacionales corrientes. La gráfica muestra que, en términos generales, las tasas más altas de emprendimiento temprano se encuentran en países con un PIB per cápita menor, tal como de manera preliminar se afirmaba para la Gráfica 2.1, en las economías con ingresos bajos el emprendimiento se considera una buena opción de carrera, en parte, porque se carece de otro tipo de oportunidades para generar ingresos. En este contexto el emprender es una respuesta a la ausencia de alternativas para generar ingresos a través de un empleo formal (los resultados desagregados por país pueden ser consultados en el Anexo 5).

Gráfica 2.6: Correlación entre la TEA y PIB per cápita

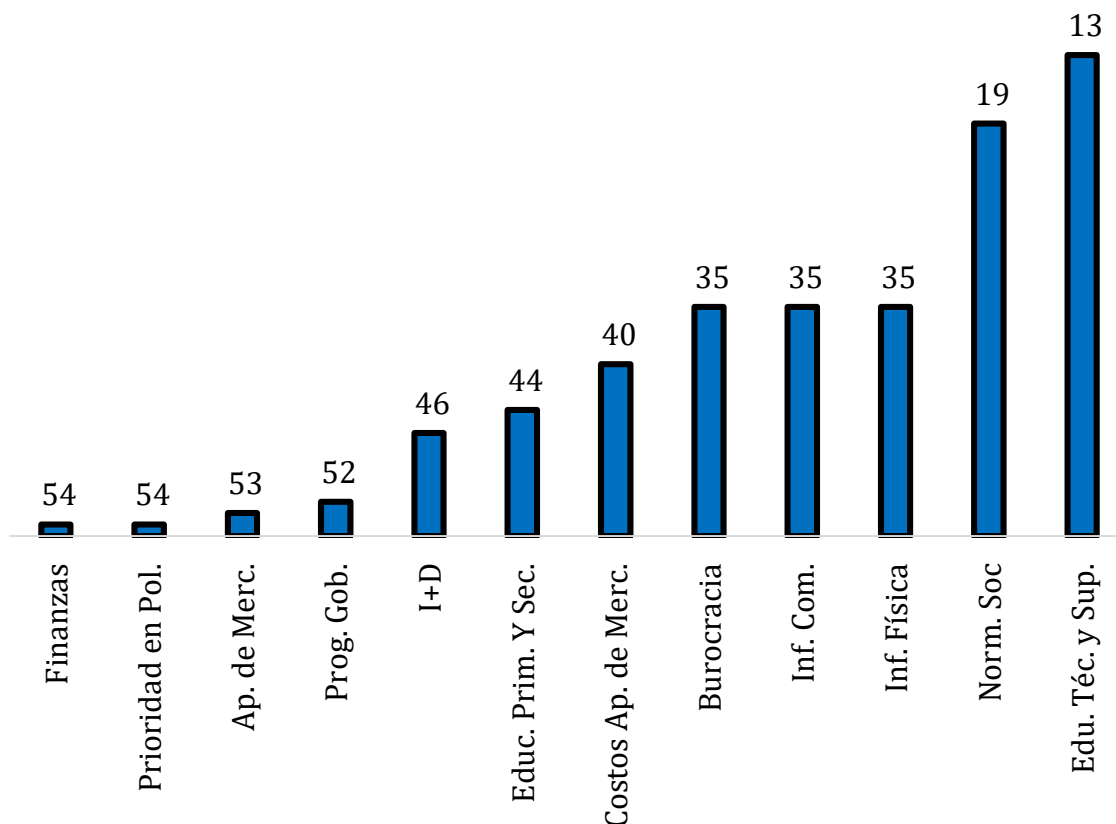


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta a la Población Adulta, 2019 y del Banco Mundial, 2019.

c) Entorno donde se desarrolla el emprendimiento

En relación con el ambiente en el que se desarrolla el emprendimiento, la posición de Guatemala en las doce categorías evaluadas por la Encuesta Nacional a Expertos (NES) se muestra en la Gráfica 2.7.³ El país ocupa el último lugar⁴ en la categoría prioridad en políticas de gobierno y el penúltimo en apoyo financiero y apertura del mercado interno. La categoría mejor evaluada es la de educación técnica y superior, en el puesto 7 de 54.

Gráfica 2.7: Ranking de Guatemala por categoría evaluada en la NES



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

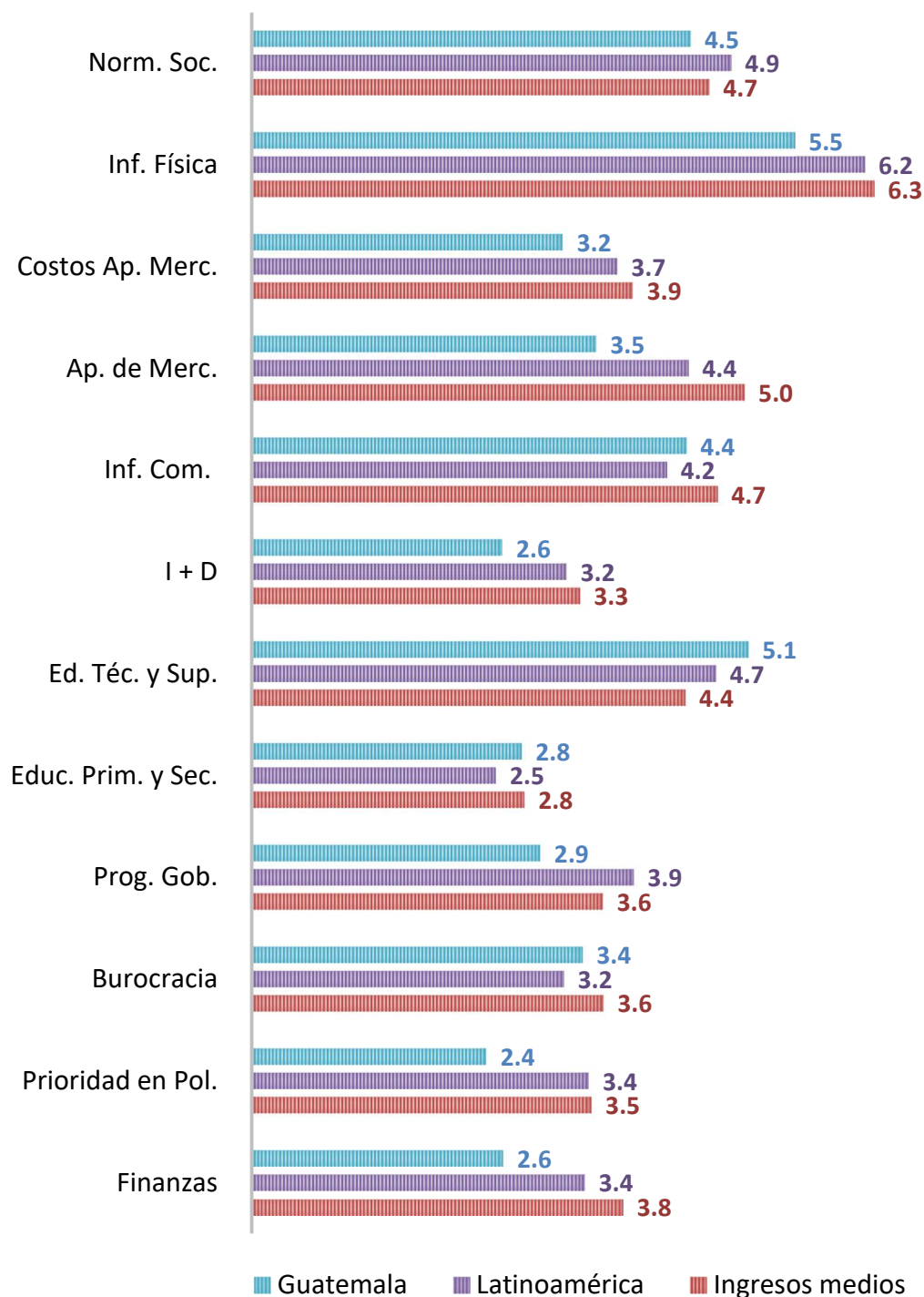
³ La NES evalúa 9 categorías, sin embargo, en estas gráficas la categoría de “Educación y formación emprendedora” se subdivide en “Educación primaria y secundaria” y “Educación técnica y superior”. La categoría de “Apertura del mercado interno” se subdivide en “Apertura de mercado” y “Costos de apertura de mercado”. También la categoría de “Políticas de gobierno” se subdivide en “Prioridad en políticas” y “Burocracia”. Para ver las definiciones de cada una de las 9 categorías, consultar el capítulo 4.

⁴ Para el ciclo 2019/2020 participaron 50 países en la aplicación de la APS, pero para el capítulo de la información que proviene de la NES participaron 54 países. Los países que solo participaron en la NES aparecen con un asterisco en la tabla del Anexo 2.

En la Gráfica 2.8 se compara la puntuación promedio obtenida por Guatemala en cada una de las 12 categorías (valores cercanos a 10 evidencian que las condiciones evaluadas son más favorables y valores cercanos a 1 indican que los aspectos evaluados son menos favorables), contra la puntuación promedio de los países de Latinoamérica y con el grupo de países de ingresos medios, que es el grupo dentro del cual Guatemala se encuentra clasificado. Lo observado en esa gráfica se resume así:

- La categoría de educación técnica y superior es la única en la que Guatemala sale mejor evaluada que los países de Latinoamérica y que el grupo de países de ingresos medios.
- En infraestructura física, el puntaje es inferior tanto en comparación con la categoría de países de ingresos medios como con el grupo de países Latinoamericanos.
- En normas sociales, el puntaje también es menor que el de los países de Latinoamérica y a los países de ingresos medios.
- En costos de apertura de mercado, el puntaje es inferior al de los países de Latinoamérica y a los países de ingresos medios.
- En infraestructura comercial y profesional la calificación de Guatemala supera el puntaje obtenido por los países Latinoamericanos y es inferior únicamente por el punteo promedio obtenido por los países de ingresos medios.
- En las categorías de apoyo financiero, prioridad en políticas de gobierno, programas de gobierno, educación primaria y secundaria y transferencia de conocimiento y tecnología (I+D); Guatemala tiene el puntaje más bajo comparado con el obtenido en otras categorías y es superado consistentemente por la calificación promedio obtenida por los países de Latinoamérica y los países de ingresos medios.

Gráfica 2.8: Valor promedio de las categorías evaluadas en la NES



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

CAPÍTULO 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR GUATEMALTECO Y SUS NEGOCIOS

La caracterización de los emprendedores guatemaltecos y sus negocios, con la metodología del GEM, se hace con la información recopilada en la Encuesta a la Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés, *Adult Population Survey*). La APS es una encuesta estandarizada a nivel internacional, dirigida a hogares y con un diseño estadístico que garantiza la representatividad de los datos a nivel nacional. Siguiendo la metodología del reporte anterior, los datos recopilados para el reporte nacional 2019-2020 cuentan con representatividad a nivel nacional y para tres ciudades: Guatemala, Quetzaltenango y Antigua Guatemala. Los principales resultados a nivel nacional se comparan en el Capítulo 2 con los demás países que participan en el GEM (consultar Recuadro 1).

Recuadro 1: Características generales de la Encuesta a la Población Adulta

En el caso de Guatemala para el ciclo 2019-2020, se entrevistaron 2,958 personas con edades comprendidas entre los 18 y 64 años, los cuales son representativos de la República de Guatemala y de las ciudades de: Guatemala, Quetzaltenango y Antigua Guatemala. Para llegar a esta muestra, se realizó una selección aleatoria de 179 municipios de los 340 existentes, utilizando un margen de error del 5% y un nivel de significancia del 5%. Utilizando los mapas elaborados por el INE, cada uno de los municipios seleccionados se dividió en nueve áreas. Asimismo, de esas nueve áreas se eligieron cinco áreas de forma aleatoria. Posteriormente se numeraron todas las casas existentes en estas cinco áreas seleccionadas, y para cada una de estas cinco áreas se eligieron 17 casas de manera aleatoria. Posteriormente, se visitaron 15,350 casas, buscando a la persona entre 18 y 64 años cuyo cumpleaños estuviese más cerca, al momento de levantar la encuesta. Finalmente, se completaron 2,958 encuestas.

A continuación, se presentan las características de la población guatemalteca, obtenidas a partir de los resultados del APS:

1. El 47.5% de las personas son hombres y 52.5% mujeres.
2. El 27.6% tiene edades comprendidas entre 18 y 24 años, 30% entre 25 y 34 años, 20.6% entre 35 y 44 años, 13% entre 45 y 54 años, y 8.8% entre 55 y 64 años.
3. El 4.3% no ha estudiado, 13.2% posee primaria completa, 9.8% posee básico completo, 29.9% posee diversificado completo y 8.7% posee universitario completo.
4. El 40.6% se encontraba casado, 40% soltero, 15.5% unido, 1.9% viudo, 1.7% separado y el 0.3% divorciado.
5. El 48.6% se identificó como católico, el 40.5% como cristiano evangélico y el 10.9% como ateo.

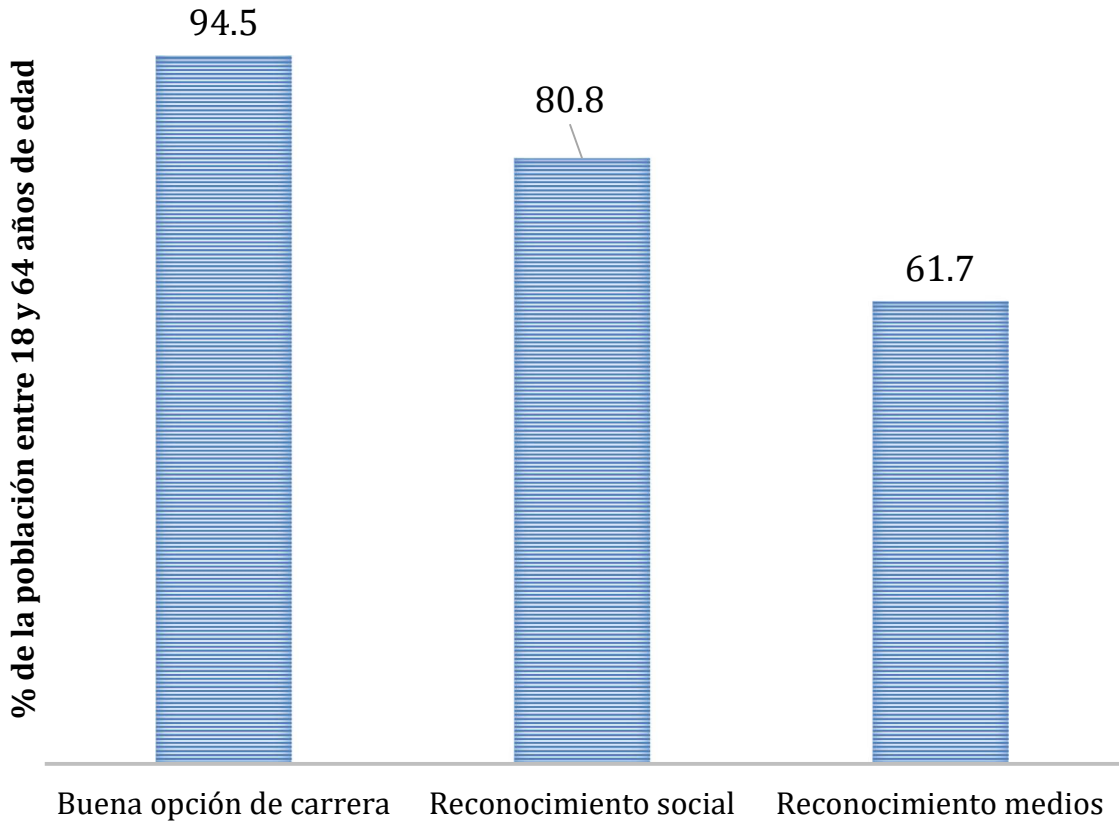
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos armonizada APS 2019.

Como un primer paso, antes de repasar a detalle las características del emprendedor guatemalteco y sus negocios, se presentan datos sobre las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala; las distintas fases del proceso emprendedor en las que se encuentran los emprendimientos; y cómo las percepciones, las actitudes y las fases del proceso emprendedor, han evolucionado en el tiempo.

a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala

En Guatemala, 9 de cada 10 personas (94%) consideran que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos, ocho de cada diez (81%) creen que los emprendedores gozan de reconocimiento social y seis de cada diez (62%) considera que los emprendedores son reconocidos en los medios de comunicación.

**Gráfica 3.1: Percepciones hacia el emprendimiento en Guatemala
(% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)**

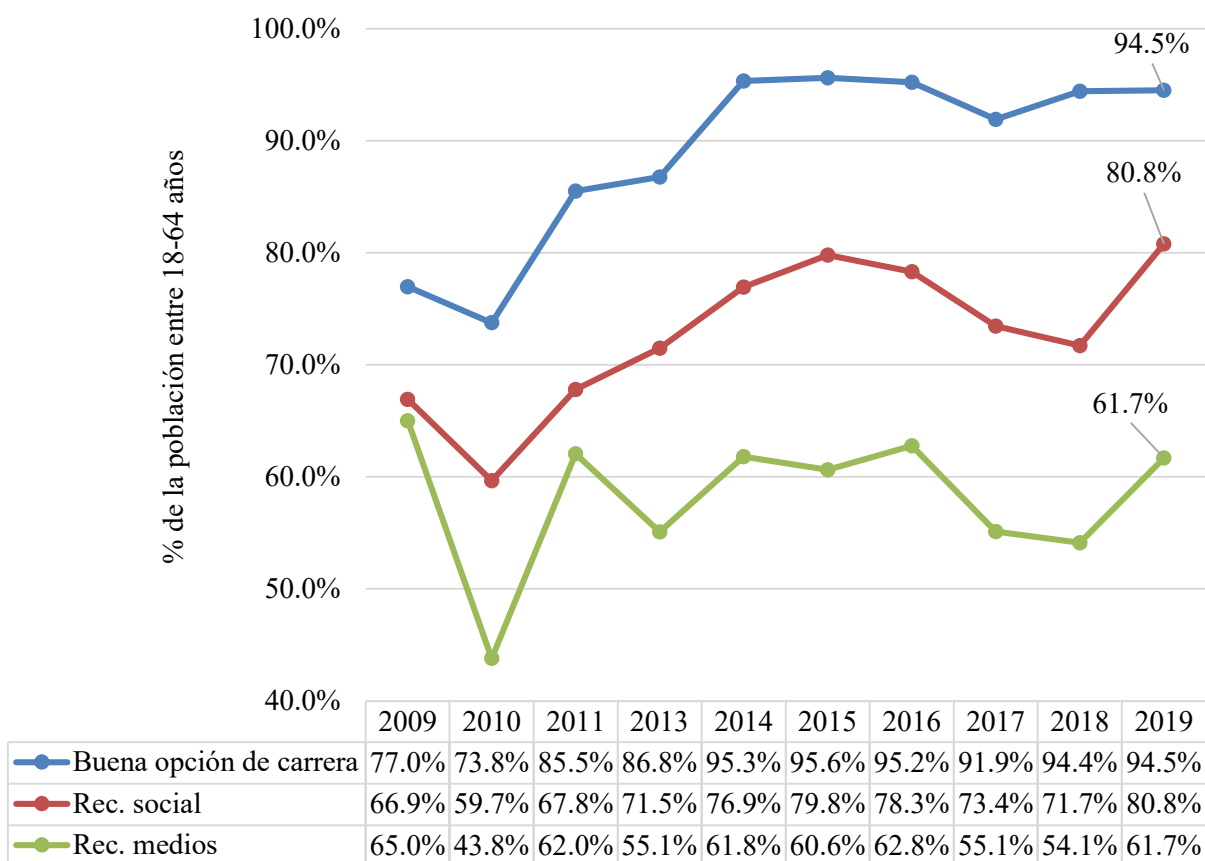


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

En los últimos diez años, las percepciones hacia el emprendimiento muestran las siguientes tendencias:

- 1) Las personas que consideran que ser emprendedor es una buena opción de carrera son 9 de cada 10. Esta proporción que se ha mantenido en los últimos cinco años (2014-2019). Entre 2009 y 2014 esa percepción aumentó desde el 77%.
- 2) La proporción de personas que creen que el emprendedor goza de reconocimiento social ha bajado en los últimos tres años: del 80% en 2015 al 72% en 2019. Entre 2009 y 2015 esa percepción aumentó desde el 67%.
- 3) La mitad de las personas entrevistadas considera que los emprendedores son reconocidos en los medios de comunicación. Esta proporción ha fluctuado en todos los años, mostrando una ligera tendencia hacia la baja en todos los años en los que el GEM se ha realizado en Guatemala. La proporción más alta se registró en el año 2009 (65%) y desde entonces se ha reducido en 11 puntos porcentuales (ver Gráfica 3.2).

Gráfica 3.2: Percepciones hacia el emprendimiento en Guatemala, 2009 a 2019
(% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)

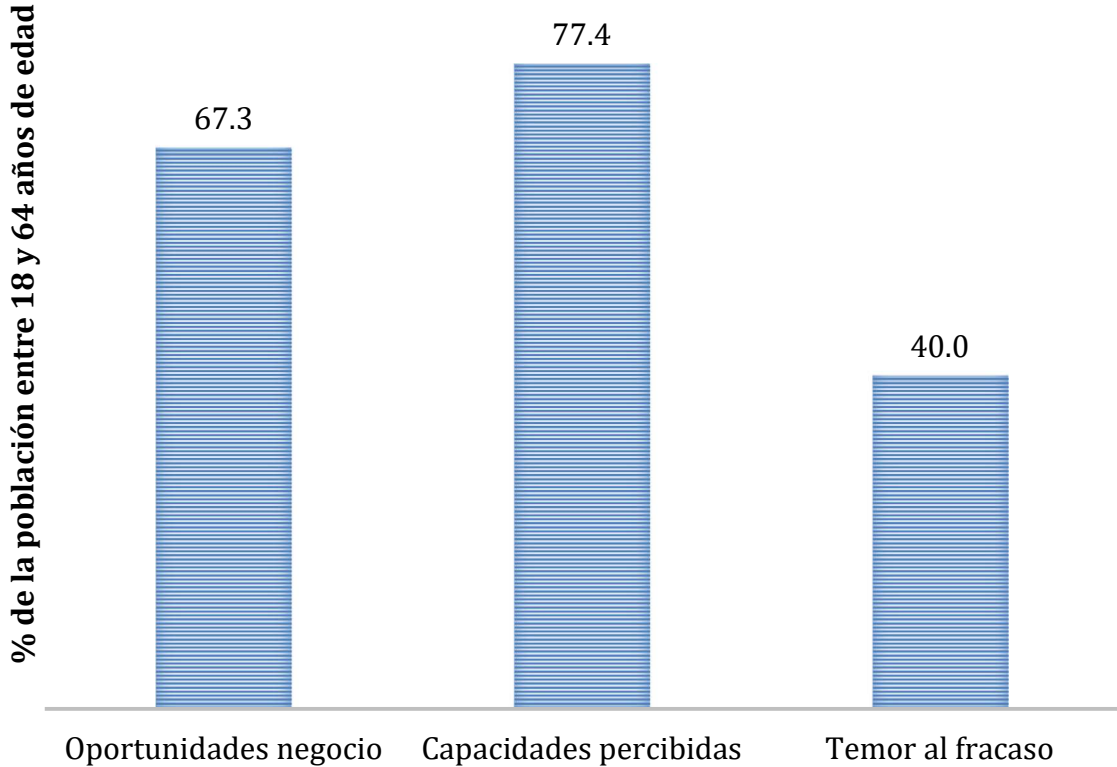


Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2019.

Al comparar los datos al inicio y fin del periodo (2009 vs 2019), se observa que la proporción de personas que cree que el emprendimiento es una buena opción de carrera aumentó 23%, quienes afirman que el emprendedor goza de reconocimiento social aumentaron 20.8%, y la proporción de quienes señalan que el emprendedor goza de reconocimiento en los medios de comunicación bajó 5.9%. En resumen, solo las percepciones sobre opción de carrera y reconocimiento social mejoraron.

Tres de cada cuatro personas entrevistadas (77.4%) creen poseer las habilidades para iniciar un negocio, seis de cada diez (67%) considera que en un futuro cercano habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio, y una de cada cuatro (40%) considera que el miedo a fracasar puede ser un obstáculo para poner en marcha un negocio.

**Gráfica 3.3: Actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala
(% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)**



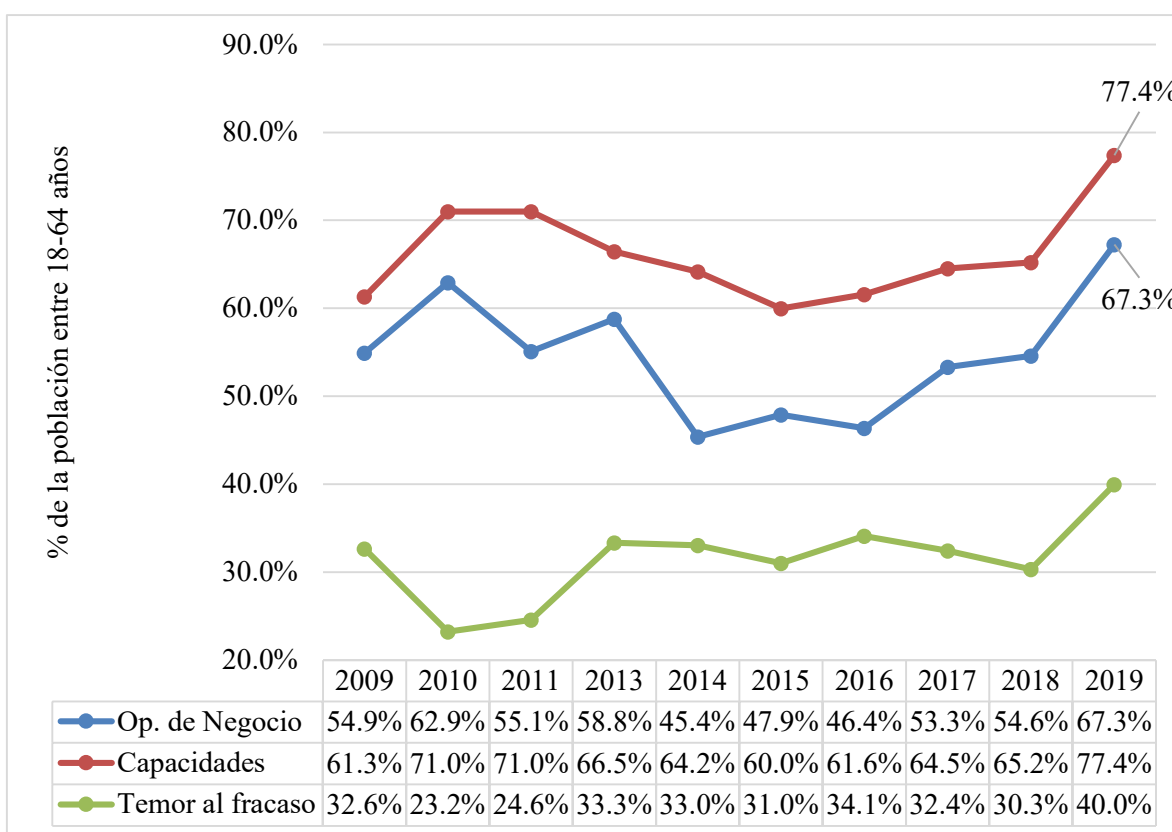
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

En los últimos diez años, las actitudes hacia el emprendimiento muestran las siguientes tendencias:

- 1) Dos tercios de las personas creen tener las habilidades para iniciar un negocio, proporción que ha aumentado ligeramente en los últimos cuatro años: del 60% en 2015 al 65% en 2019. La proporción más alta se registró en el año 2010 (71%).

- 2) La proporción de personas que consideran que en un futuro cercano habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio aumentó en los últimos cinco años: del 45% en 2014 al 55% en 2019. La proporción más alta se registró en el año 2010 (63%).
- 3) Un tercio de las personas entrevistadas considera que el miedo a fracasar puede ser un obstáculo para poner en marcha un negocio. Esta proporción se ha mantenido en los último seis años (2013-2019). La proporción más baja se registró en el año 2010 (23%) (ver Gráfica 3.4).

Gráfica 3.4: Actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala, 2009 a 2019
(% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)



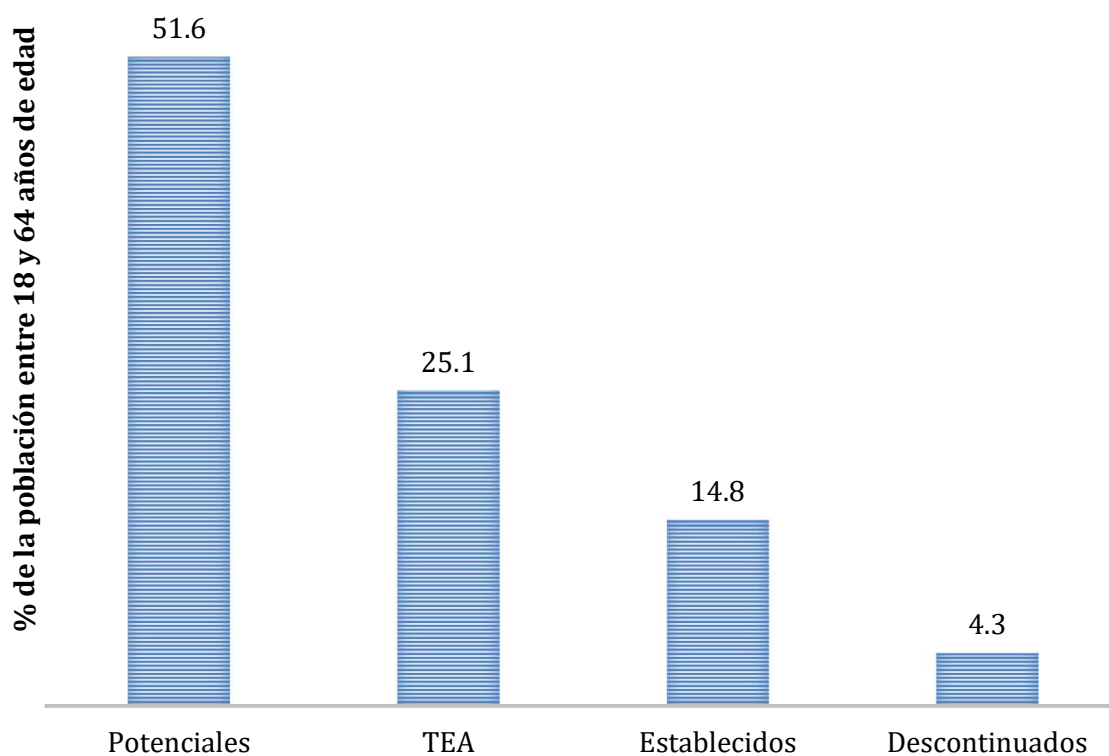
Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2019.

Al comparar los datos al inicio y fin del periodo (2009 vs 2019), se observa que la proporción de personas que creen tener las habilidades para iniciar un negocio aumentó 26%, hubo un crecimiento de 26% en quienes consideran que en un futuro cercano habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio, y la proporción de quienes consideran que el miedo a fracasar puede ser un obstáculo para poner en marcha un negocio creció 23%. En resumen, hay una mejor perspectiva de negocios en las personas, una mayor confianza en las capacidades que consideran tener y hay un mayor temor al fracaso.

b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala

En la Gráfica 3.5 se observa el nivel de emprendimiento en Guatemala en las fases del proceso emprendedor. Según los datos obtenidos por la encuesta, más de la mitad de los entrevistados tienen una idea de negocio que desean emprender y que potencialmente puede convertirse en una actividad generadora de ingresos. Este indicador es conocido como emprendimiento potencial, ideas que las personas tienen de negocios.

**Gráfica 3.5: El proceso de emprendimiento en Guatemala
(% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)**



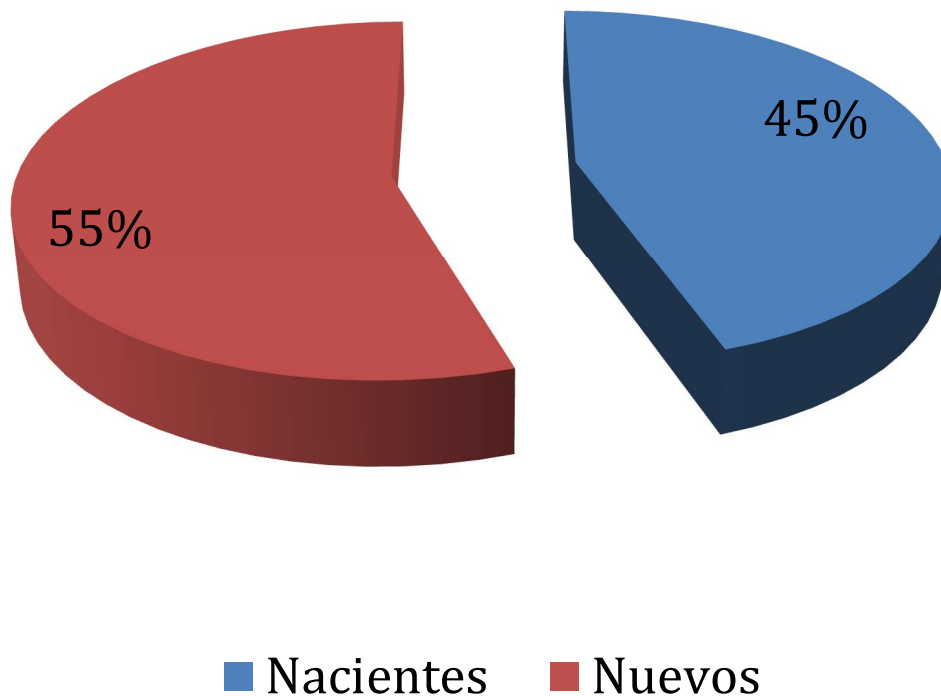
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

En la fase de emprendimiento temprano se encuentra 1 de cada 4 guatemaltecos. La Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA, por sus siglas en inglés, *Total early-stage Entrepreneurial Activity*) la componen emprendedores con negocios que tienen menos de 3.5 años de antigüedad. La TEA se divide en dos:

1. La tasa de emprendedores nacientes, que son negocios que no han generado ingresos para sus dueños, y
2. La tasa emprendedores propietarios, que son negocios que han generado ingresos a sus dueños, pero lo han hecho por menos de 3.5 años.

En la actualidad, la mitad de la TEA son emprendedores nacientes y la mitad emprendedores propietarios (ver Gráfica 3.6).

Gráfica 3.6: Composición de los emprendedores que forman parte de la TEA



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

En la Gráfica 3.5 también se puede observar que casi el 15% de los entrevistados tienen un negocio que les ha estado generando ingresos por más de 3.5 años. Estos se consideran emprendimientos establecidos.

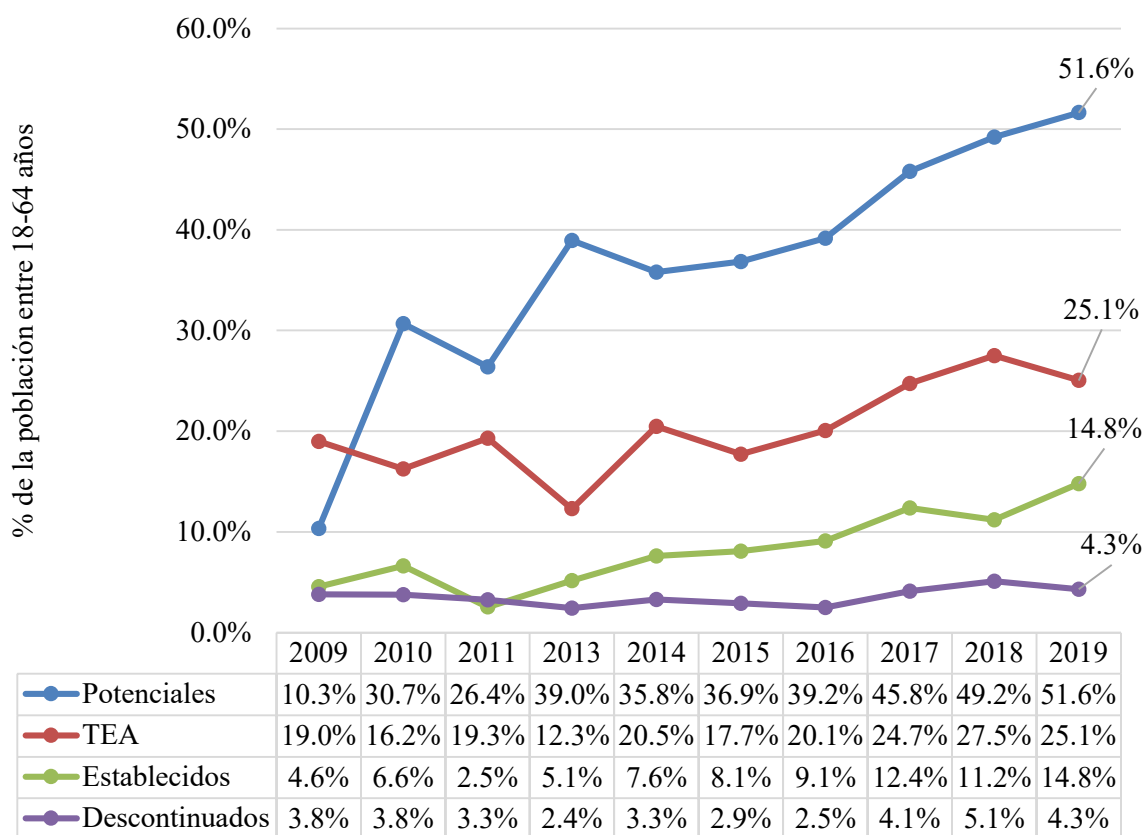
Finalmente, la última etapa del proceso emprendedor es la del cierre del negocio por diversos motivos (venta, cierre definitivo, etc.). Para el ciclo 2019-2020, se encontró que en los últimos doce meses 4 de cada 100 personas entrevistadas había cerrado un negocio. A este grupo se le conoce como el de los emprendimientos discontinuados.

En los últimos diez años, las fases del proceso emprendedor muestran las siguientes tendencias:

- 1) Los emprendedores potenciales aumentaron del 10% al 54% de las personas entrevistadas. Existe un mayor interés en las personas en convertirse en emprendedores.

- 2) La tasa de emprendimiento temprano aumentó de 19% al 28%. Las personas no solo están pensando en emprender (emprendimiento potencial) sino lo están haciendo en las etapas tempranas (TEA).
- 3) Los emprendimientos establecidos aumentaron del 5% al 11%.
- 4) Los emprendimientos descontinuados se han mantenido entre el 4% y 5% (ver Gráfica 3.7).

Gráfica 3.7: Fases del proceso emprendedor en Guatemala, 2009 a 2019
(% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2019.

Al comparar los datos al inicio y fin del periodo (2009 vs 2019), se observa que la tasa de emprendedores potenciales aumentó 400%, y la tasa de emprendimientos establecidos creció 222%. En resumen, existe una mayor actividad emprendedora tanto en detectar posibles oportunidades de nuevos negocios como en la cantidad de negocios que ya tienen más de 3.5 años de generar ingresos.

c) Características de los emprendedores

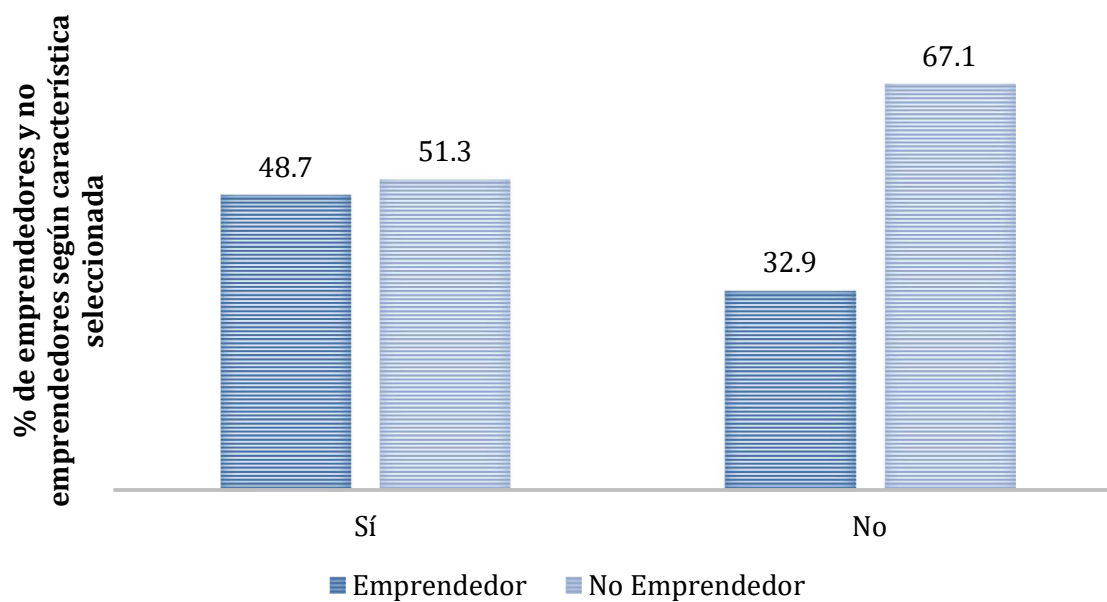
La definición de “emprendedor” comprende a las personas que se encuentran en las etapas de emprendimiento temprano (TEA) y emprendimientos establecidos. Bajo esta definición, en Guatemala, el 39.9% de las personas entrevistadas son emprendedores. De éstos, un 14.8% tienen emprendimientos establecidos (con más de 3.5 años de generar ingresos), 13.8% son emprendedores propietarios (tienen menos de 3.5 años de generar ingresos) y 11.3% son emprendedores nacientes (aún no generan ingresos).

A continuación, se describen cinco características principales que describen al emprendedor: herencia emprendedora, género, edad, educación e importancia del emprendimiento. Lo que se concluye es que en Guatemala la mayoría emprende porque sus padres lo hicieron, son hombres, la mitad tiene una edad menor de 35 años, la mitad tienen al menos el ciclo de educación diversificada completo y más de la mitad de las personas que aportan la mayoría de los ingresos en su hogar los genera a través de un emprendimiento.

1. Herencia emprendedora: emprendí porque mis padres lo hicieron.

Cuando se les pregunta a los entrevistados si sus padres tuvieron un negocio, se encuentra una tendencia interesante. Del total de personas que reportó que sus padres tuvieron un negocio, el 48.7% es ahora un emprendedor. Mientras que, del total de personas cuyos padres no emprendieron el 32.9%. De tal cuenta que, el hecho de tener padres emprendedores hace 1.5 veces más probable emprender.

Gráfica 3.8: ¿Tenían sus padres un negocio?



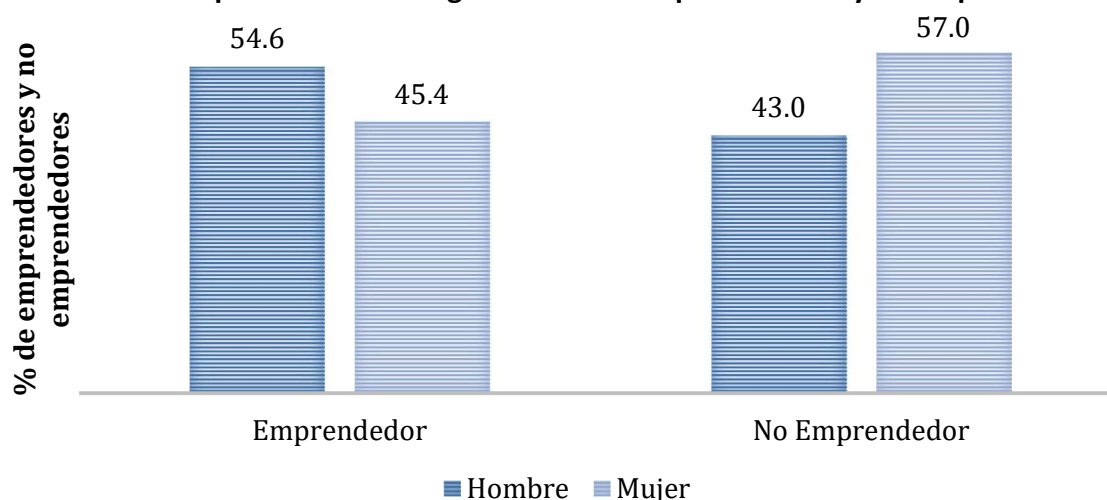
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

Al indagar en los emprendedores que emprenden para aprovechar una oportunidad de negocio, el 42% lo hace para aumentar sus ingresos, 36% para ganar independencia y 22% para mantener sus ingresos. No hay una diferencia significativa al comparar los motivos de los emprendimientos en etapas tempranas y los emprendimientos establecidos.

2. Género: los emprendedores, en su mayoría son hombres.

Del total de personas entrevistadas que fueron caracterizadas como emprendedores 55% son hombres y 45% mujeres, mientras que los no emprendedores 43% son hombres y 57% mujeres. Al volver el 100% la categoría del género, el dato es más revelador. Del total de hombres entrevistados el 44.5% eran emprendedores, mientras que del 100% de mujeres entrevistadas el 33.5% eran emprendedoras.

Gráfica 3.9: Comparación entre el género de los emprendedores y no emprendedores

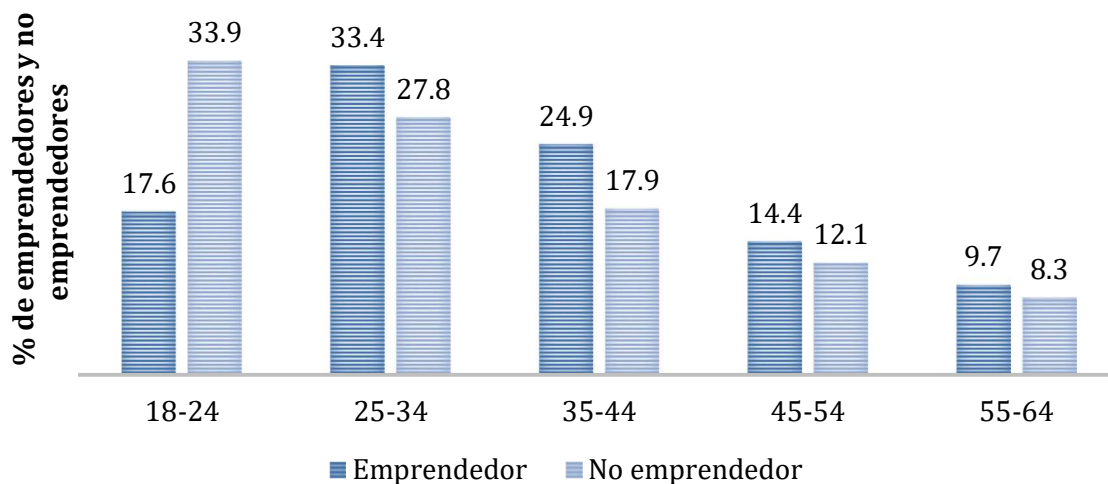


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

3. Edad: la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años de edad.

La mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años de edad (52%); aunque de los no emprendedores, el 62% se encuentra en ese rango de edad. Es decir, existe una subrepresentación de emprendedores jóvenes según las características de la población. Por ejemplo, si se analiza cada grupo de edad como el 100% de la categoría, se encuentra que de todos los guatemaltecos con una edad comprendida entre los 18 y 24 años únicamente el 24.8% era emprendedor, mientras que en el resto de las categorías de grupos de edad la proporción de emprendedores no baja del 40%. Esta información permitiría afirmar que para la población más joven el emprender no es la primera opción, obtener un empleo formal o migrar a Estados Unidos podrían ser opciones más atractivas.

Gráfica 3.10: Comparación entre la edad de los emprendedores y no emprendedores

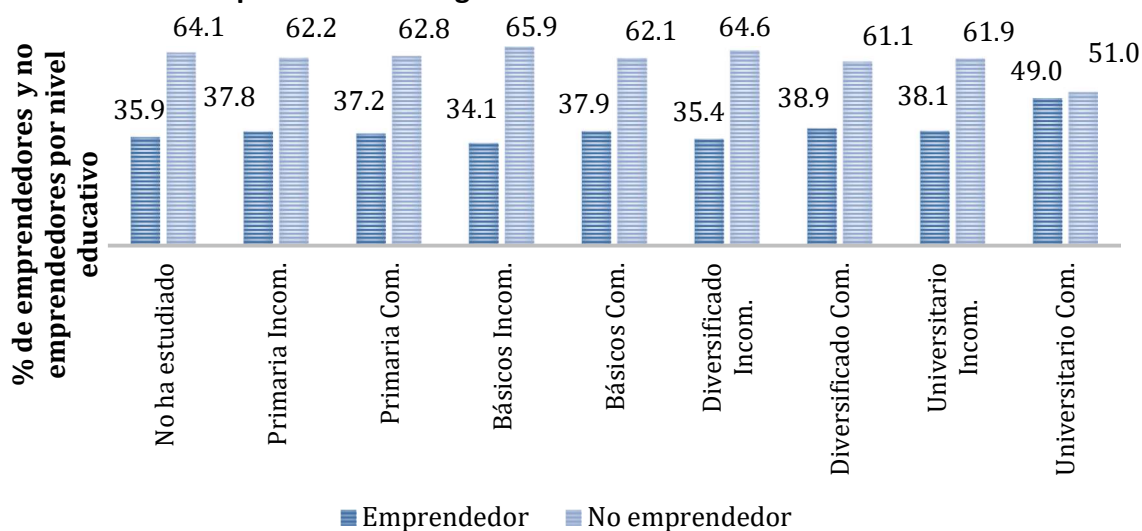


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

4. Educación formal: la mitad de quienes completaron la universidad emprende.

Para analizar la relación entre emprendimiento y educación formal se convierte cada uno de los niveles educativos en categorías que suman 100% para identificar la porción personas que emprenden según avanza el nivel. Se encuentra una participación de los emprendedores en cada nivel educativo alrededor del 35%, sin embargo, existe una mayor proporción de emprendedores en el grupo de personas que completó la universidad (49%).

Gráfica 3.11: Emprendimiento según el nivel educativo

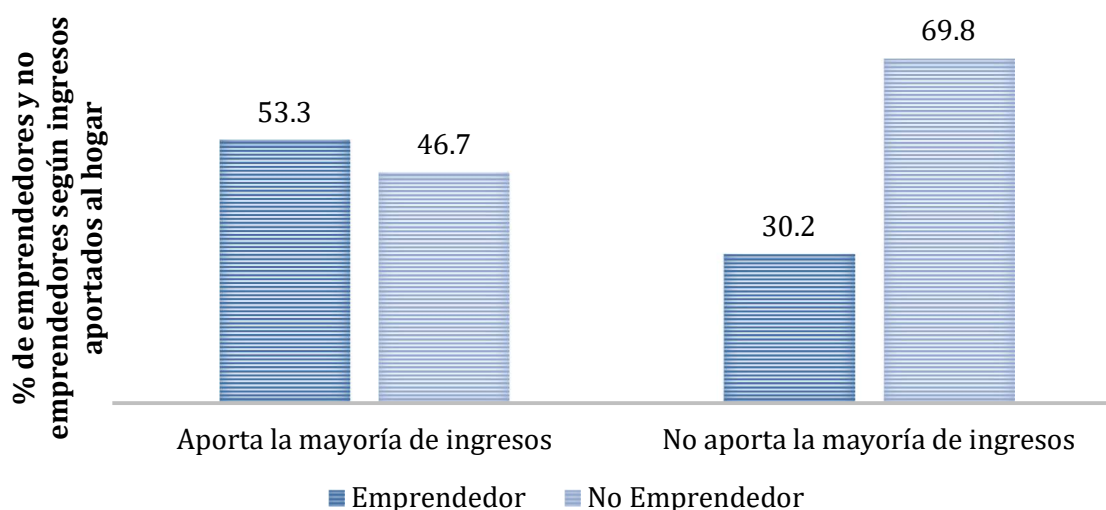


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

5. Importancia del emprendimiento: se emprende para aportar al hogar.

Emprender un negocio se ha convertido en la respuesta principal para generar ingresos para aquellas personas que no encuentran un empleo formal y no se arriesgan a migrar ilegalmente a los Estados Unidos. En los últimos siete años el déficit de empleo formal en Guatemala ha aumentado en un millón de plazas de trabajo. Por lo tanto, emprender un negocio ha dejado de ser una decisión pasajera para generar ingresos y se ha convertido en una apuesta seria para salir adelante. A los entrevistados se les preguntó si ellos aportaban la mayoría de los ingresos con los que cuenta el hogar al que pertenecen. Del total de personas que aportan la mayoría de los ingresos para sus hogares el 53.3% los generaba emprendiendo un negocio.

Gráfica 3.12: ¿Aporta la mayoría de los ingresos al hogar?



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

d) Características de los negocios

En esta sección se describen 6 características de los negocios de los emprendedores: inversión inicial, actividad económica, generación de empleo, expectativas de generación de empleo y ubicación de los negocios. Lo que se concluye es que cuatro de cada diez negocios (43%) inician con una inversión inicial menor a Q.5 mil. Dos de cada 3 están orientados al sector de consumo y 5 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo. Aun así, siete de cada diez emprendedores establecidos (71%) y 8 de cada 10 emprendedores tempranos (84%), tienen la esperanza de generar algún empleo adicional en los próximos cinco años. Los negocios sirven mercados pequeños, 2 de cada 3 atiende a clientes en su comunidad o municipio y el 64.6% de los emprendimientos en fases tempranas opera de manera informal, pero a medida que los negocios superan los 3.5 años de operación la tasa de informalidad se reduce al 48%.

1. Inversión inicial: 4 de cada 10 emprendimientos inician con menos de Q.5 mil.

El 43% de los emprendimientos establecidos iniciaron con una inversión menor a Q.5 mil. El porcentaje es el 26.7% en el caso de los emprendimientos tempranos y del 50.6% de los emprendimientos establecidos (que han operado por más de 3.5 años).

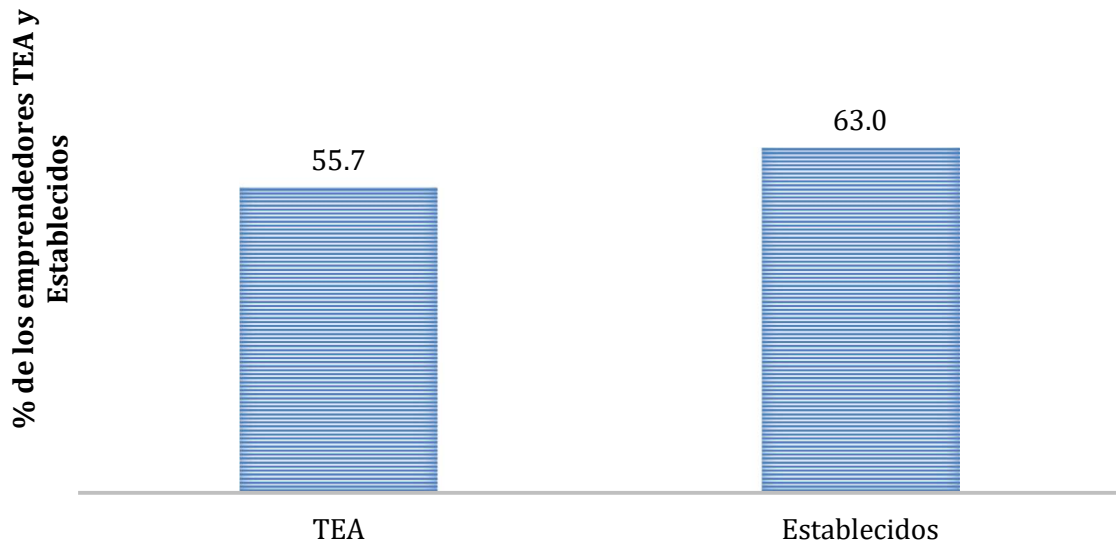
Tabla 1: Inversión al iniciar el negocio

Rangos de inversión inicial	TEA	Establecidos	Emprendimientos en general
	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa
Menos de Q1,000	4.9	24.6	18.6
Entre Q1,001 y Q5,000	21.8	26.0	24.7
Entre Q5,001 y Q10,000	21.0	14.8	16.7
Entre Q10,001 y Q25,000	22.5	17.6	19.1
Entre Q25,000 y Q50,000	16.6	10.1	12.1
Entre Q50,000 y Q100,000	10.9	4.0	6.1
Más de Q100,000	2.3	2.9	2.7

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

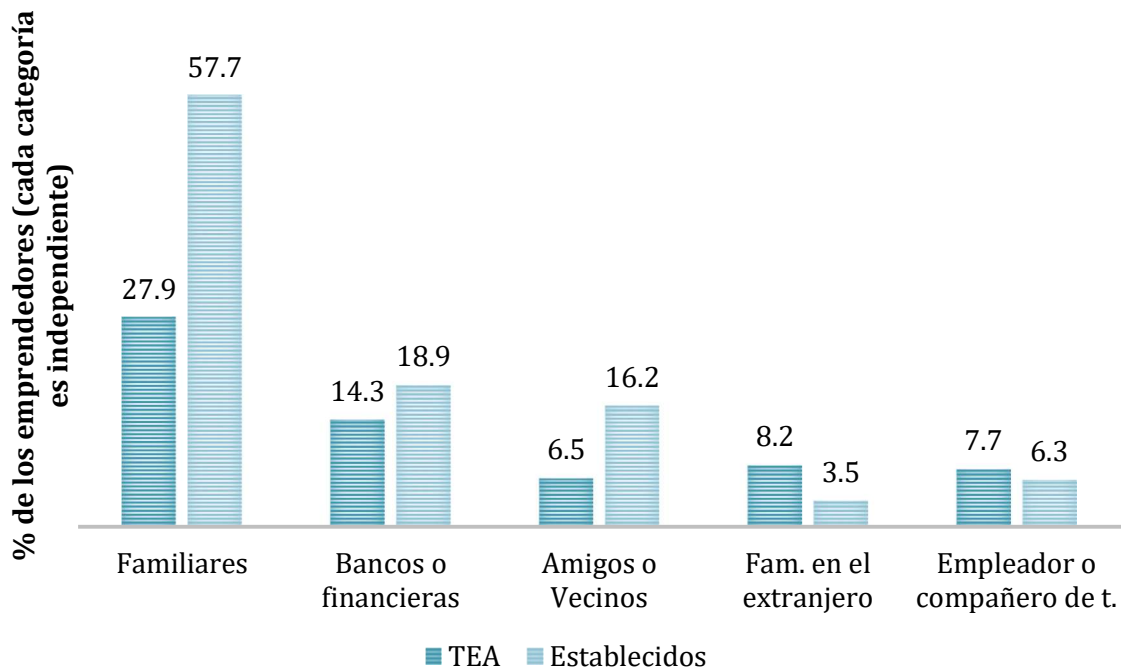
Estos datos hay que analizarlos junto a la información presentada en las Gráficas 3.13 y 3.14, en donde se observa que más de la mitad de los emprendimientos tempranos (55.7%) y 2 de cada 3 emprendimientos establecidos (63%) fueron financiados exclusivamente con fondos propios del emprendedor. Lo cual explicaría la razón de por qué los montos iniciales de inversión suelen ser bajos. El 21% de los emprendedores establecidos que no financiaron el emprendimiento con capital propio, obtuvo los recursos por medio de sus familiares. También fue este el caso del 9.5% los emprendedores tempranos. Solo el 7% de los emprendimientos establecidos y el 6.3% de los emprendimientos tempranos (19%) que no se financiaron con fondos propios, se financiaron a través de préstamos con instituciones financieras.

Gráfica 3.13: Emprendimientos que se financiaron con fondos propios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

Gráfica 3.14: Origen del financiamiento que no fue con fondos propios

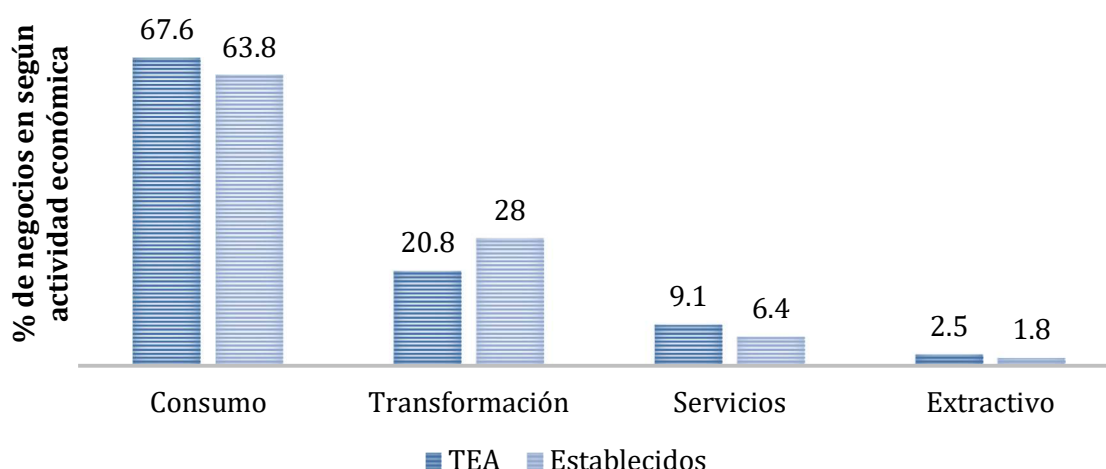


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

2. Actividad económica: 2 de cada 3 emprendimientos están orientado al consumo.

El 63.8% de los emprendimientos establecidos están orientados al consumo. En el caso de los emprendimientos tempranos, la proporción es ligeramente mayor (67.6%). Los negocios orientados al consumo incluyen ventas al detalle como: panaderías, tiendas de barrio, librerías, ventas de comida, ventas de ropa, y ventas de fruta y verdura (ver Tabla 2). En las actividades de transformación hay una mayor proporción en los emprendimientos establecidos (28%) que en los emprendimientos tempranos (20.8%), y en el sector servicios la proporción se revierte y los negocios nacientes (9.1%) tienen una mayor participación que los establecidos (6.4%).

Gráfica 3.15: Emprendimientos tempranos (TEA) y emprendimientos establecidos según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

Tabla 2: Tipo de negocios en cada actividad económica

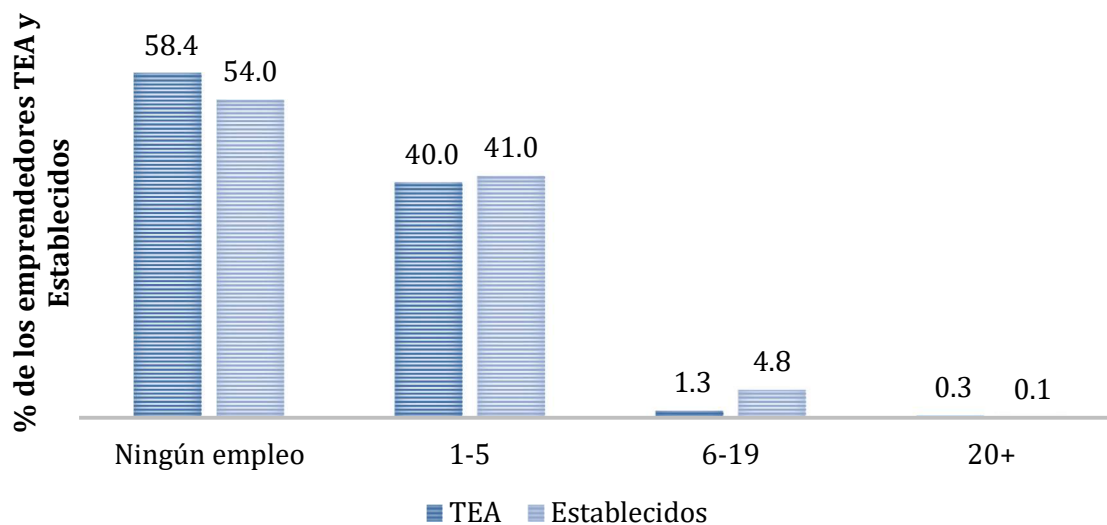
Clasificación	Negocios considerados
Orientado al Consumo	Venta al detalle, venta de comida, venta de ropa, venta de fruta y verdura, abarrotería, venta por catálogo, librería.
Transformación	Taller de mecánica, fábrica, imprenta, zapatería, artesanías, sastrería, herrería, constructoras, carpintería, molino, panadería.
Servicios para Empresas	Mantenimiento de computadoras, servicios contables, fotocopias, publicidad, asesoría jurídica, café internet, bienes raíces, veterinaria, alquilerías, servicios de limpieza.
Extractivo	Granja de animales, manejo forestal, crianza de peces, cultivos, elaboración de piedrín.

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

3. Generación de empleo: 5 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo.

Cinco de cada 10 emprendimientos establecidos no generan ningún empleo (40%) y casi la totalidad de emprendimientos establecidos (95%) generan cinco empleos o menos. Existe una pequeña diferencia entre los emprendimientos tempranos y los establecidos. En estos últimos el 4.8% genera entre 6 y 19 empleos, mientras que en los primeros la proporción es del 1.3%, lo que muestra que los negocios que llevan generando ingresos por más de 3.5 años, tienen una mayor probabilidad de generar empleo, posiblemente debido al aumento en la escala del negocio y de sus operaciones, lo cual ha generado la necesidad de contratar al menos un empleado.

Gráfica 3.16: Empleos generados por los emprendimientos tempranos (TEA) y los emprendimientos establecidos

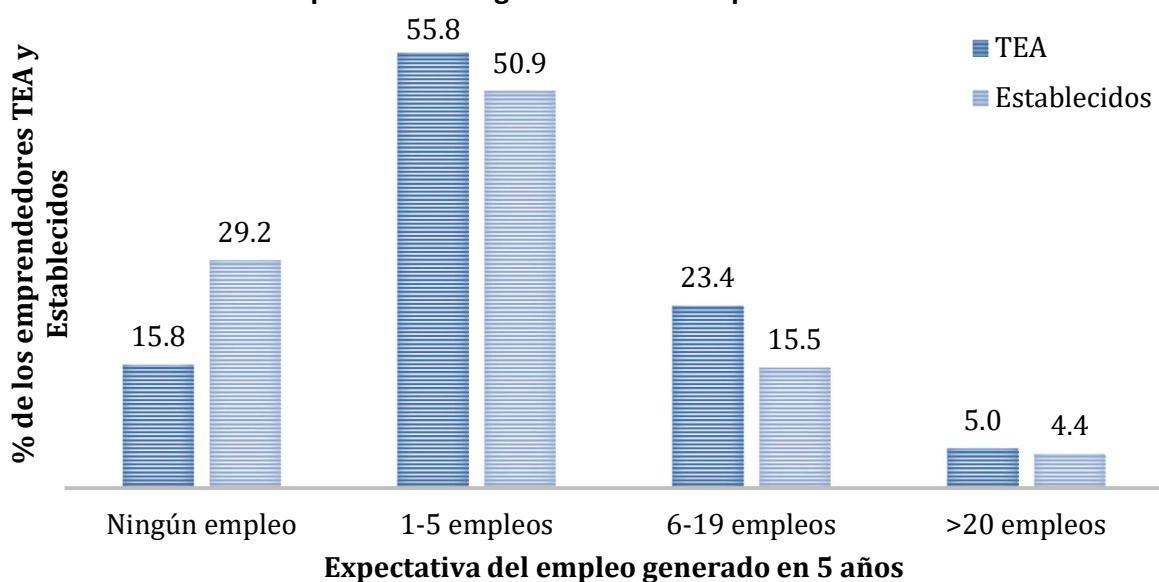


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

4. Expectativas de generación de empleo: el 77% de los emprendedores en fases tempranas espera generar más empleos en los próximos 5 años.

El 77% de los emprendedores espera generar al menos un empleo adicional en los próximos 5 años. Así lo afirmó también el 71% de los emprendedores establecidos. La mitad de los emprendedores dijeron que esperaba generar de uno a cinco empleos adicionales en su negocio en los próximos 5 años.

Gráfica 3.17: Expectativas de generación de empleo dentro de cinco años



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

La cantidad de empleos generados actualmente se relaciona directamente con la expectativa de creación de empleo en 5 años. Cuando se contrasta el empleo generado actualmente con la expectativa de generación de empleo de los emprendedores TEA, se evidencia una relación positiva entre ambas categorías. Los emprendedores que más empleo generan en la actualidad tienden a concentrar sus expectativas de generación de empleo en los tramos más altos. Como se observa en la Tabla 3, del total de emprendedores de la TEA que generan en la actualidad más de 20 empleos, el 66.7% espera generar más de 20 empleos en 5 años. Asimismo, los emprendedores que no generan empleo en la actualidad tienen una baja expectativa de generación de empleo. Del total de emprendedores que en la actualidad no generan empleo, el 29.9% no espera generar empleo en 5 años y el 60.5% espera generar entre 1 y 5 empleos (ver Tabla 3).

Tabla 3: Comparación entre el empleo generado actualmente y la expectativa de generación de empleo en 5 años de los emprendedores de la TEA

Empleo generado actualmente	Expectativa de generación de empleo en 5 años				Total
	Ningún empleo	1-5 empleos	6-19 empleos	>20 empleos	
Ningún empleo	29.9	60.5	7.9	1.7	100
1-5 empleos	0.5	60.4	33.7	5.3	100
6-19 empleos	0.0	0.0	63.0	37.0	100
>20 empleos	0.0	16.7	16.7	66.7	100

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

Este patrón se acentúa aún más replicar el análisis realizado anteriormente en los emprendedores establecidos. Como se observa en la Tabla 4, del total de emprendedores establecidos que generan en la actualidad más de 20 empleos, el 75% espera generar más de 20 empleos en 5 años. Del total de emprendedores que en la actualidad no generan empleo, el 48.2% no espera generar empleo en 5 años y el 60.5% espera generar entre 1 y 5 empleos (ver Tabla 4).

El patrón identificado anteriormente evidencia la baja expectativa que tienen los emprendedores de aumentar su escala en los próximos 5 años. Situación altamente conectada a las expectativas de generación de empleo. Dado que la mayoría de los emprendedores tipo TEA y establecidos generan poco empleo (ver Gráfica 3.17), existe una limitada perspectiva de creación de empleo en Guatemala en los próximos cinco años. A menos, que ocurran cambios significativos en el entorno para abrir y operar negocios en el país que mejoren las expectativas de los emprendedores.

Tabla 4: Comparación entre el empleo generado actualmente y la expectativa de generación de empleo en 5 años de los emprendedores establecidos

Empleo generado actualmente	Expectativa de generación de empleo en 5 años				Total
	Ningún empleo	1-5 empleos	6-19 empleos	>20 empleos	
Ningún empleo	48.2	46.5	5.3	0	100
1-5 empleos	6.8	58.4	31.7	3.1	100
6-19 empleos	11.1	5.6	55.6	27.8	100
>20 empleos	0	0	25	75	100

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

5. Ubicación de los negocios: el 47% de los emprendedores en fases tempranas atiende en su mayoría a clientes de su comunidad, pueblo o aldea.

El 47% de los emprendedores en fases tempranas atiende en su mayoría a clientes de mercados locales cercanos: su comunidad, pueblo o aldea. Otro 25% atiende a clientes ubicados en el mismo municipio del emprendedor. Solo el 1.5% del total de emprendimientos tempranos exporta.

Tabla 5: Ubicación de los clientes de los emprendedores

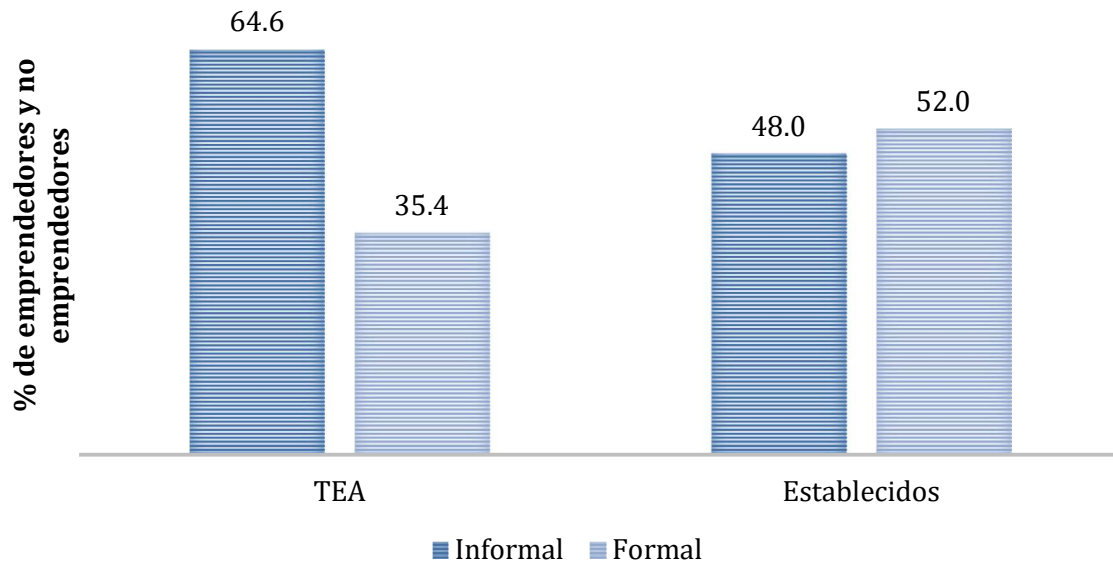
¿En dónde se ubican la mayoría de sus clientes?	TEA	Establecidos
En mi comunidad, pueblo, aldea	46.9	45.4
En mi municipio	25.3	23.8
En otro municipio de mi departamento	4.0	5.7
En mi Departamento	10.2	11.6
En otro departamento	5.6	5.9
En toda Guatemala	6.4	5.7
En otros países	1.5	1.8

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

6. Registro del negocio: 6 de cada 10 emprendedores en fases temprana opera informalmente.

La mayoría de los negocios en Guatemala opera sin registrarse (ver Gráfica 3.18), este es un fenómeno multicausal, que representa una restricción para que los negocios puedan ganar escala. Ya que operar en la informalidad les impide ser proveedores de empresas formales, tener un historial crediticio para que el negocio sea sujeto de crédito y atender mercados fuera del territorio nacional. Esta situación no necesariamente se revierte al aumentar las labores de fiscalización por parte de las instituciones gubernamentales, sino reconociendo la necesidad de simplificar los procesos para registrarse y operar en la formalidad y disminuir los costos de hacerlo. Asimismo, es importante ampliar la cobertura y mejorar la calidad de los servicios y beneficios que perciben los negocios al formalizarse. El 64.6% de los emprendimientos en fases tempranas opera de manera informal, pero a medida que los negocios superan los 3.5 años de operación la tasa de informalidad se reduce al 48%. Dentro de las principales razones por las que no se formalizan los emprendedores se encuentran: no ver el beneficio de hacerlo (44%), lo caro que es operar formalmente (17.8%) y no saber cómo hacerlo (17.6%).

Gráfica 3.18: Formalización de los negocios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2019.

En la siguiente sección se analiza el entorno en el que la actividad emprendedora se lleva a cabo en Guatemala y se intenta encontrar respuestas al por qué los emprendimientos presentan las características anteriormente mencionadas.

CAPÍTULO 4. EL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GUATEMALA

a) Encuesta Nacional a Expertos

La Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés, *National Expert Survey*) es el instrumento utilizado para conocer la percepción de expertos en materia de emprendimiento, sobre el ambiente en el que se desarrolla la actividad emprendedora. La encuesta registra opiniones sobre si es fácil o difícil hacer nuevos negocios en Guatemala y sobre si consideran propicio el ambiente de emprendimiento en el país. La encuesta se realiza a 36 personas, agrupadas en 6 subgrupos de 4 integrantes cada uno, los cuales son catalogados como expertos en aspectos que influyen sobre el entorno para hacer negocios o son emprendedores. En la encuesta los expertos califican 9 áreas. En la selección de los 36 encuestados, se toman en cuenta que por lo menos un encuestado en cada subgrupo sea emprendedor, y que los encuestados tengan experiencia en el sector público y privado.

Recuadro 2: Categorías de la actividad emprendedora analizadas por la NES

- 1. Apoyo financiero.** La disponibilidad de recursos financieros determina en gran medida la capacidad de emprender en un país. En países con bajas posibilidades de crédito los emprendimientos de alto crecimiento serán menores que en países con mercados financieros más desarrollados.
- 2. Políticas de gobierno.** En la medida que la regulación económica del gobierno no desincentive la creación de nuevas empresas, ni cree distorsiones a las empresas nuevas y las ya establecidas, se esperaría mayor actividad emprendedora y de mejor calidad.
- 3. Programas de gobierno.** El sector público puede influir en la actividad emprendedora a través de programas directos que apoyen la creación de empresas nuevas y el crecimiento de las establecidas. La calidad y eficiencia de estos programas incide en la actividad emprendedora en un país.
- 4. Educación y formación emprendedora.** La disponibilidad de capital humano para emprender, iniciar y dirigir negocios incide en la creación de nuevas empresas.
- 5. Transferencia de conocimiento y tecnología.** La cantidad de investigación y desarrollo que se transfiera efectivamente a las empresas permite la adaptación de nuevos procesos y productos en una economía y la innovación de nuevos bienes y servicios. Ambos determinan una mayor cantidad de actividad emprendedora.
- 6. Infraestructura comercial y profesional.** La calidad, cantidad y el acceso a servicios comerciales, contables y legales influye sobre la propensión a crear negocios y mejorar sus operaciones.
- 7. Apertura del mercado interno.** Si los marcos regulatorios son flexibles a nuevas prácticas comerciales y productivas, mayor oportunidad habrá para que las nuevas empresas puedan competir contra las ya establecidas. Con más competencia se fomenta mayor actividad emprendedora.
- 8. Acceso a infraestructura física.** Los recursos físicos existentes, tales como servicios públicos, transporte, comunicaciones, entre otros, reducen costos de transacción y facilitan el establecimiento de nuevos negocios.
- 9. Normas sociales y culturales.** El contexto cultural tiene gran influencia sobre los incentivos que premian o castigan la actividad emprendedora.

Fuente: Elaboración propia con base en el marco metodológico del GEM.

A través de la NES se sondea el contexto institucional en el que se desarrolla la actividad emprendedora y cuáles aspectos influyen en las condiciones para emprender. La encuesta recoge información cualitativa que se transforma en información cuantitativa para su análisis. En el análisis cuantitativo de esta sección se debe tener presente el origen cualitativo de la información.

Cada una de las 9 áreas incluye varias afirmaciones a las que el experto debe responder como ciertas o falsas. Las respuestas de los expertos van de una escala del 1 al 9, en donde 1 es que la afirmación es completamente falsa y 9 que la afirmación es completamente cierta, pasando por 5 que es ni cierto ni falso y hay dos opciones en el caso que el entrevistado no sepa o responda como “no aplica”. Las respuestas se clasifican en dos categorías: 1) de acuerdo y 2) en desacuerdo. En la categoría “en desacuerdo” se incluyen todas las respuestas entre 1 y 4; y en la categoría “de acuerdo” se incluyen las respuestas entre 6 y 9. La suma de las respuestas de estas dos categorías es el 100% y sobre ese número se calcula qué proporción de respuestas pertenecen a cada una de las dos categorías. Así es como se construyeron las gráficas que se presentan en esta sección. Los resultados de las 9 áreas calificadas se detallan a continuación:

1. Apoyo financiero: la mayor oportunidad de financiamiento está en una institución financiera.

La pregunta que trata de responder esta sección es sobre la existencia de distintas fuentes de financiamiento, para empresas nuevas y en crecimiento. La importancia del apoyo financiero reside en que las decisiones de iniciar operaciones o de hacer crecer el negocio depende en gran medida de la variedad, calidad y accesibilidad de distintas fuentes de financiamiento. En esta sección se explora la suficiencia de las siguientes formas de financiamiento:

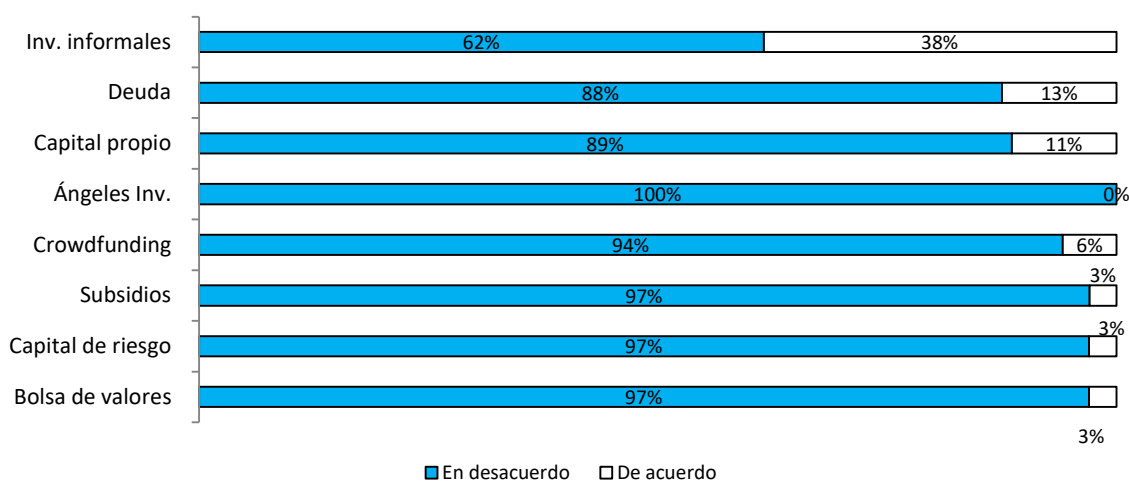
- **Capital Propio.** Disponibilidad de financiamiento a través de capital de los mismos emprendedores.
- **Deuda.** Financiamiento mediante endeudamiento tradicional con entidades financieras.
- **Subsidios.** Financiamiento a partir de subsidios del gobierno.
- **Inversores informales.** Financiamiento mediante aportes de capital por parte de amigos y familiares, compañeros de trabajo y otros conocidos.
- **Ángeles inversores.** Financiamiento a través de compartir la participación del emprendimiento.
- **Capital de riesgo.** Financiamiento dirigido a emprendimientos en fase de crecimiento (etapas tempranas), con alto potencial y riesgo.
- **Bolsa de valores.** Financiamiento mediante colocación acciones en la bolsa de valores.
- **Crowdfunding.** Financiamiento colectivo obtenido de prestamistas privados.

El sector financiero guatemalteco es visto por los expertos encuestados, como una restricción para el emprendimiento. Especialmente para los emprendedores pequeños quienes no llenan los requisitos de una solicitud tradicional de crédito y que tienen que recurrir a fondos propios o de inversores informales para iniciar un negocio.

Las fuentes de financiamiento para la actividad emprendedora, según la percepción de los expertos, son escasas. El 97% de los entrevistados consideran que no hay suficientes fondos provenientes de subsidios o que los emprendedores no poseen suficiente capital propio para financiar sus negocios.⁵

La afirmación con la que más de acuerdo estuvieron los expertos encuestados es que existen suficientes fuentes de financiamiento procedentes de entidades financieras privadas, aunque la proporción es bastante baja (uno de cada diez expertos encuestados, 13%)⁶. Asimismo, solo el 38% de los encuestados en la NES considera que los emprendedores disponen de fuentes de financiamiento informal, tales como amigos, familiares o conocidos⁷. Los expertos creen que es poco probable que existan otras opciones de financiamiento como capital de riesgo, ángeles inversores, a través de la bolsa de valores o por medio del crowdfunding.

Gráfica 4.1: Apoyo financiero para negocios nuevos y en crecimiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

⁵ La Gráfica 3.13 muestra que el 54% de los emprendimientos tempranos y el 69% de los establecidos se financian con fondos propios. Por lo tanto, a pesar de que es la principal fuente de financiamiento, se considera insuficiente. Esto, tomando en cuenta que en el 43.3% de los casos, la inversión inicial de los negocios es menor a Q.5 mil, según la Tabla 1; con lo cual, es probable que la inversión inicial de los negocios fuera mayor si las personas dispusieran de ese capital propio.

⁶ Alguna disponibilidad existe, aunque el acceso es bajo. Solo el 44.3% de los emprendimientos tempranos y el 37% de los establecidos que no se financiaron con fondos propios, recibieron financiamiento de instituciones financieras privadas, como se muestra en la Gráfica 3.14.

⁷ A pesar de que este tipo de financiamiento es el segundo en importancia (después del financiamiento con fondos propios), según se muestra en la Gráfica 3.14.

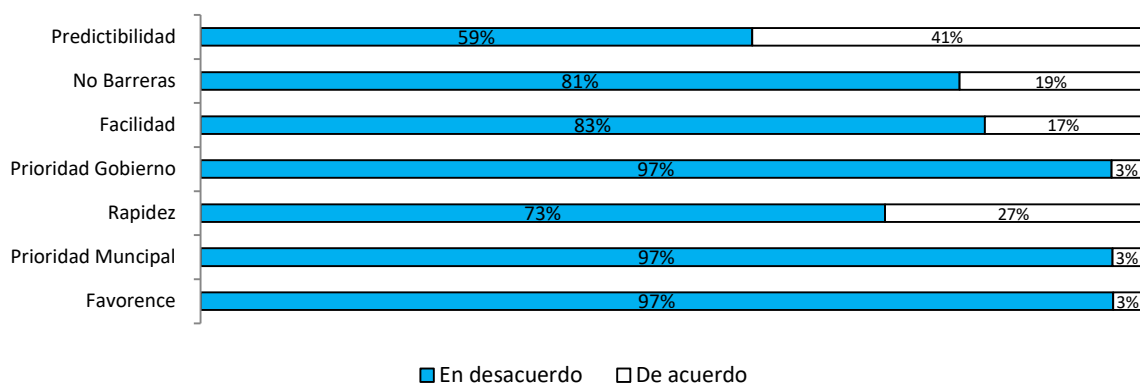
2. Políticas de gobierno: no favorecen el emprendimiento.

En esta sección se explora el papel de las políticas de gobierno para favorecer o para no impedir, encarecer o desincentivar el emprendimiento en las siguientes áreas:

- **Favorece nuevas.** Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas nuevas.
- **Prioridad de gobierno.** El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento, es de alta prioridad en la política del gobierno.
- **Prioridad municipal.** El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es de alta prioridad en la política municipal.
- **Rapidez.** Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.
- **No barreras.** Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para empresas nuevas y en crecimiento.
- **Predictibilidad.** Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales con relación a la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.
- **Facilidad.** Cumplir con los trámites burocráticos y obtener las licencias que establece la ley, NO representan una especial dificultad.

En opinión de los expertos, las políticas de gobierno no favorecen el emprendimiento. La variable mejor evaluada fue la de predictibilidad: el 41% de los expertos entrevistados opinó que sí hay predictibilidad sobre los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales. Por otra parte, 81% de los expertos cree que hay dificultad en cumplir los trámites burocráticos y licencias que establece la ley. La gran mayoría dijo que: los impuestos y tasas constituyen una barrera, los trámites administrativos y legales son muy tardados, no es prioridad del gobierno central ni del municipal el apoyo a empresas nuevas, y en general las políticas del gobierno no favorecen a las empresas nuevas.

Gráfica 4.2: Políticas de gobierno respecto a negocios nuevos y en crecimiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

Las primeras tres áreas de la lista y últimas en la gráfica (favorecimiento de nuevas empresas y prioridad a nivel municipal y nacional), inciden principalmente sobre las empresas en crecimiento, mientras que las otras cuatro (no barreras, predictibilidad, facilidad y rapidez) inciden al momento de querer establecer una nueva empresa. En ese sentido, con base en la información de la Gráfica 4.2, se puede concluir que en opinión de los expertos hay menos desincentivos para establecer nuevas empresas que para hacer crecer a empresas ya instaladas.

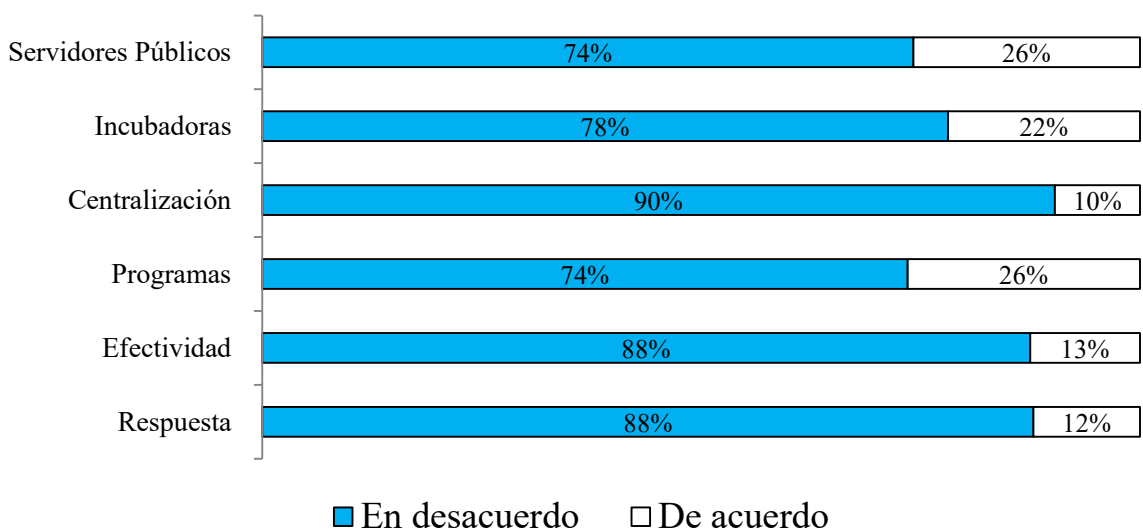
3. Programas de gobierno: no hay suficientes esfuerzos para apoyar la actividad emprendedora.

En esta sección de la encuesta se analiza la disponibilidad y efectividad de distintos tipos de programas de gobierno que generalmente se utilizan para promover el emprendimiento. Los programas que se abordan en esta sección son los siguientes:

- **Centralización.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales poniéndose en contacto con un solo organismo público.
- **Incubadoras.** Los parques científicos e incubadoras de negocios aportan apoyo efectivo a empresas nuevas y en crecimiento.
- **Programas.** Existe un número adecuado de programas de gobierno que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.
- **Servidores públicos.** Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a empresas nuevas y en crecimiento, son competentes y eficaces.
- **Respuesta.** Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.
- **Efectividad.** Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.

Según la percepción de los expertos, los programas de gobierno no están apoyando la actividad emprendedora. La categoría mejor evaluada es la de los programas, aunque solo uno de cada 4 expertos encuestados considera que las incubadoras de negocios aportan un apoyo efectivo. La siguiente mejor categoría evaluada es la de los servidores públicos: solo uno de cada 4 expertos considera que los funcionarios que trabajan en agencias que apoyan a empresas nuevas y en crecimiento son competentes y eficaces. Las otras categorías tienen porcentajes menores de respuestas afirmativas: la centralización de los servicios a empresas, la cantidad y la efectividad de los programas; y la respuesta del gobierno a las necesidades de los emprendedores.

Gráfica 4.3: Programas de gobierno respecto a negocios nuevos y en crecimiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

4. Educación y formación emprendedora: es adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en los niveles primario y secundario.

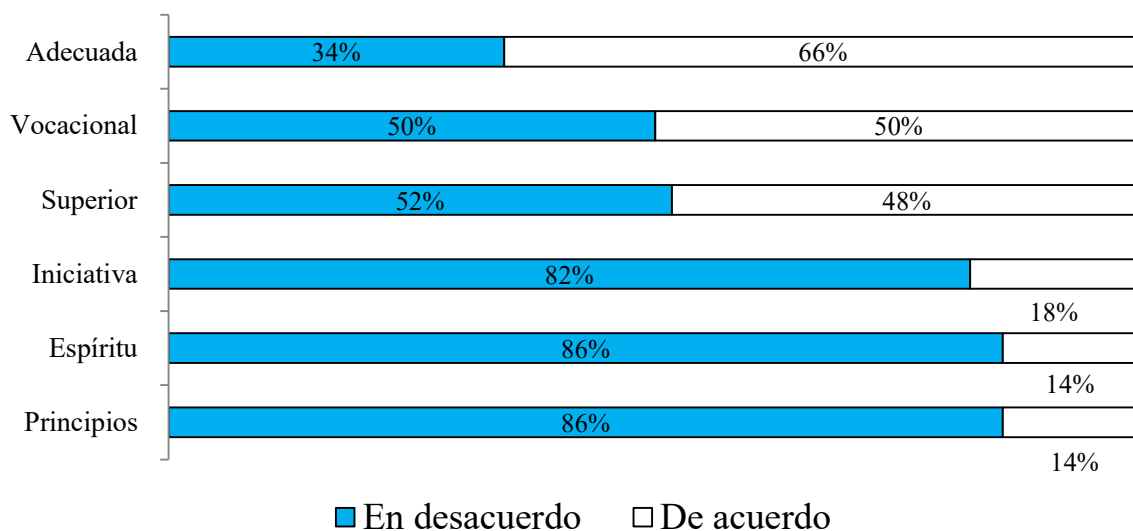
La calidad de la educación en general y la formación específica para fomentar el espíritu emprendedor influyen en el ambiente en el que se desarrolla la actividad emprendedora. Las afirmaciones que se evalúan en esta sección son las siguientes:

- **Iniciativa.** La educación a nivel primario y secundario estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.
- **Principios.** La educación a nivel primario y secundario aporta conocimientos suficientes y adecuados sobre de los principios de una economía de mercado.
- **Espíritu.** La educación a nivel primario y secundario le dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.
- **Enseñanza superior.** Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad, para la creación de nuevas empresas y su crecimiento.
- **Gestión.** La formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de empresas y su crecimiento.
- **Vocacional.** Los sistemas de formación profesional y formación continua proveen una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y su crecimiento.

La mayoría de los expertos encuestados está de acuerdo en que la educación para la creación de empresas es adecuada, tanto a nivel de la enseñanza superior, para la

gestión de empresas y a nivel vocacional; no así, en el nivel primario y secundario, en donde los expertos, casi en su totalidad opinan que no se estimula la creatividad, autosuficiencia y la iniciativa personal, no se enseñan los principios de una economía de mercado, ni el espíritu empresarial para la creación de empresas.

Gráfica 4.4: Educación y formación en temas de emprendimiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

5. Transferencia de conocimientos y tecnología: una de las debilidades del ambiente emprendedor en Guatemala.

En esta sección se sondea el acceso y transferencia de conocimiento y tecnología. Las afirmaciones que se evalúan son las siguientes:

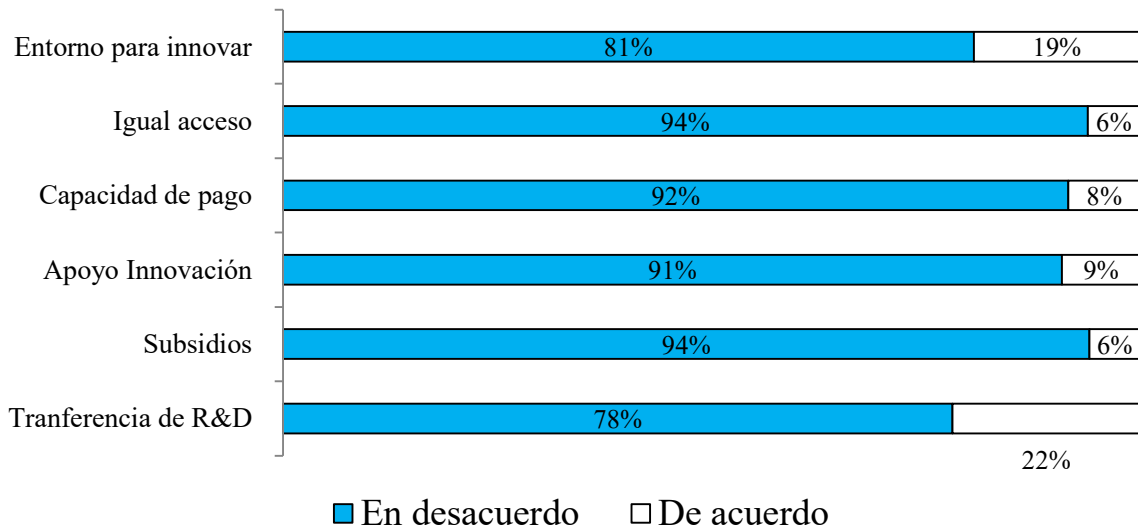
- **Transferencia.** Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.
- **Igualdad de acceso.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las empresas ya establecidas.
- **Capacidad de pago.** Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.
- **Subsidios.** Los subsidios y ayudas gubernamentales son suficientes y adecuadas para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir nuevas tecnologías.
- **Entorno para innovar.** La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global, al menos en un campo concreto.

- **Apoyo comercial.** Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan comercializar sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.

En opinión de los expertos encuestados, la transferencia de conocimientos y tecnología es una de las debilidades del ambiente emprendedor en Guatemala. La categoría con la que más están de acuerdo los encuestados es la Transferencia de R&D (ver Gráfica 4.5). Solo uno de cada 3 encuestados está de acuerdo con que la ciencia y tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global. Uno de cada cinco encuestados considera que las nuevas tecnologías se transfieren de forma eficiente a las empresas nuevas y que éstas tienen igualdad de acceso a las nuevas tecnologías que las empresas ya establecidas.

Solo el 8% de los expertos cree que las empresas nuevas y en crecimiento pueden costearse las últimas tecnologías (tomar en cuenta que el 41% de los emprendimientos tiene una inversión inicial menor a Q.5 mil, según la Tabla 1, y existe poco acceso a préstamos con instituciones financieras según las Gráficas 4.1, 3.14 y 3.15), y ninguno de los expertos considera que existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan comercializar sus ideas, o que los subsidios y ayudas gubernamentales son suficientes para adquirir nuevas tecnologías (ni subsidios en general, como se mostró anteriormente en la Gráfica 4.1).

Gráfica 4.5: Transferencia de conocimientos y tecnología



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

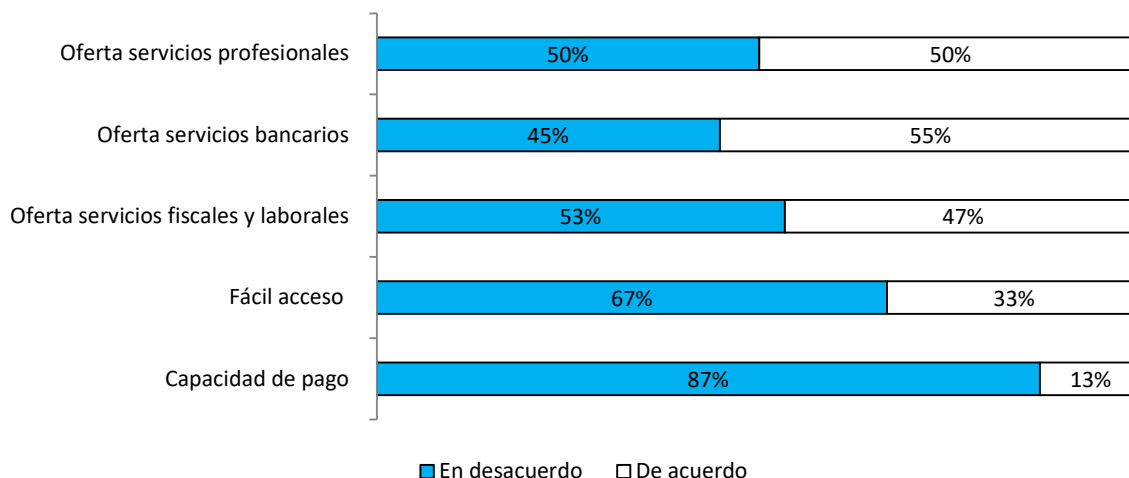
6. Infraestructura comercial y profesional: ambiente propicio para la actividad emprendedora, excepto por la capacidad de pago.

En esta sección se pregunta sobre la disponibilidad de proveedores de servicios que pueden apoyar a las empresas nuevas y en etapa de crecimiento. Se plantean las siguientes afirmaciones:

- **Oferta de proveedores.** Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.
- **Capacidad de pago.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar el costo de proveedores, consultores y subcontratistas.
- **Acceso a proveedores.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.
- **Acceso a servicios profesionales.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos servicios profesionales legales y contables.
- **Acceso a servicios bancarios.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas de cheques, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).

La mayoría de los expertos encuestados consideran que las empresas tienen acceso fácil a buenos servicios bancarios y que sí existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. Por otra parte, la mitad de los expertos considera que existe acceso a servicios profesionales legales y contables, un tercio cree que las empresas tienen acceso fácil a buenos proveedores, consultores y subcontratistas. La única afirmación mal evaluada es la de la capacidad de pago. Solo el 13% de los expertos considera que las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar el costo de proveedores, consultores y subcontratistas.

Gráfica 4.6: Infraestructura comercial y profesional



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

Los datos anteriores pueden parecer contradictorios, pues, aunque 1 de cada 2 encuestados considera que es fácil el acceso a buenos servicios bancarios, lo más probable es que los emprendedores no logren tener acceso debido a que no reúnen los requisitos para ser beneficiados con financiamiento para sus empresas, como se mostró en las características de los negocios, debido a la limitada escala de operación y a la informalización de las actividades. Lo que se aprecia es que sí hay disponibilidad, pero muchas barreras de acceso para los emprendedores, siendo las principales la capacidad de pago y el llenar los requisitos para los servicios bancarios formales.

Es en este contexto en el que toma relevancia el papel de la educación que poseen los emprendedores, en concreto en temas contables, administrativos y de procesos legales a cumplir como forma de sustituir la contratación de servicios personales específicos. Esta sustitución podría darse parcialmente si el emprendedor se encuentra en el 20% de los que tienen algunos estudios universitarios, logra acceder a algún tipo de capacitación en gestión empresarial, o tiene acceso al sistema de educación vocacional y profesional. Aun así, hay temas específicos que solo a través de la contratación de algún proveedor, consultor o subcontratista podrá realizar, principalmente aquellos relacionados con el cumplimiento de los requisitos necesarios para que una empresa se considere formal, por ejemplo, requisitos tributarios y de legislación laboral.

Otro tema que considerar son los programas de gobierno que se analizaron en la Gráfica 4.3, en donde se vio que, con relación a éstos, los expertos dijeron que prácticamente no existían, por lo bien valdría la pena fomentar programas de apoyo de servicios profesionales y de acceso a proveedores.

7. Apertura del mercado interno: las empresas enfrentan dificultades para entrar a nuevos mercados y los mercados no son dinámicos.

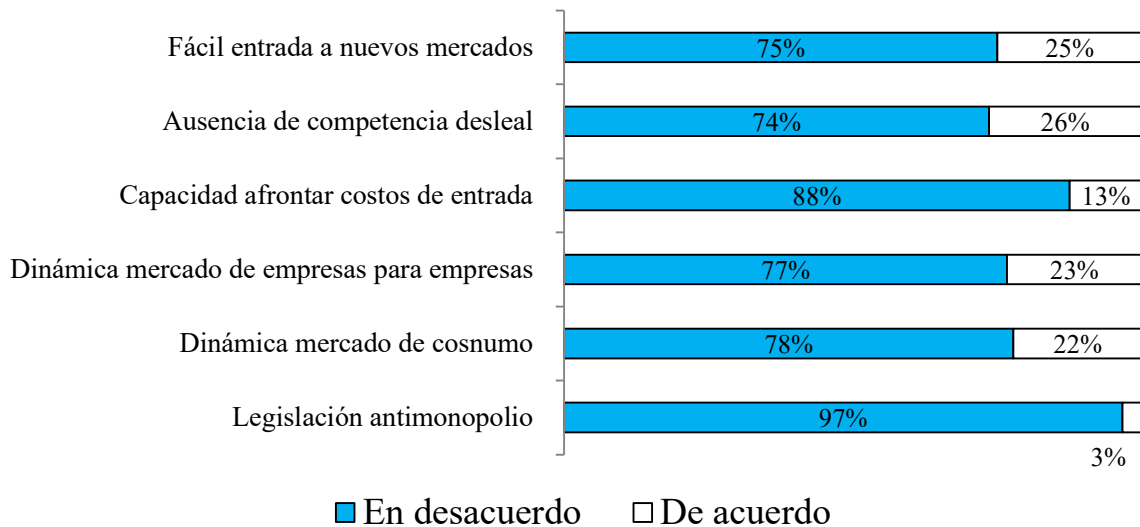
En esta sección se miden dos aspectos de las condiciones del mercado interno: el grado de dinamismo de los mercados y las barreras de entrada. Para medir el dinamismo del mercado interno se realiza un análisis sobre la dinámica de los bienes de consumo y de los servicios de empresas para empresas. Para analizar las barreras de entrada se pregunta sobre la capacidad que tienen las empresas de ingresar a nuevos mercados, los costos de hacerlo y el ambiente competitivo donde se desarrolla la actividad emprendedora. En la encuesta se hacen las siguientes afirmaciones:

- **Dinámica mercado de consumo.** Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro.
- **Dinámica mercado de empresas para empresas.** Los mercados de bienes y servicios de empresas para empresas (*business to business*) cambian drásticamente de un año a otro.
- **Fácil entrada a nuevos mercados.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.

- **Capacidad afrontar costos de entrada.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden afrontar los costos de entrar al mercado.
- **Ausencia de competencia desleal.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por empresas establecidas.
- **Efectiva legislación antimonopolio.** La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.

En cuanto a las barreras de entrada, 1 de cada 4 expertos opinaron que las empresas tienen facilidad de entrada a nuevos mercados, solo el 26% considera que las empresas no enfrentan competencia desleal, el 13% considera que las empresas tienen capacidad de afrontar los costos de entrada, y casi la totalidad de entrevistados opina que la legislación antimonopolio no es efectiva y no se hace cumplir.

Gráfica 4.7: Apertura del mercado interno



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

Respecto al dinamismo de los mercados, aproximadamente solo uno de cada 4 entrevistados cree que los mercados de consumo y de empresas para empresas cambian drásticamente de un año a otro (ver Gráfica 4.7).

Los anteriores datos sobre las barreras para la entrada a nuevos mercados podrían ser uno de los motivos por los cuales, aunque más de la mitad de los guatemaltecos tienen ideas de negocios (emprendimiento potencial), solo 25% de guatemaltecos tienen emprendimientos tempranos y 14% de guatemaltecos logran emprendimientos establecidos (ver Gráfica 3.5).

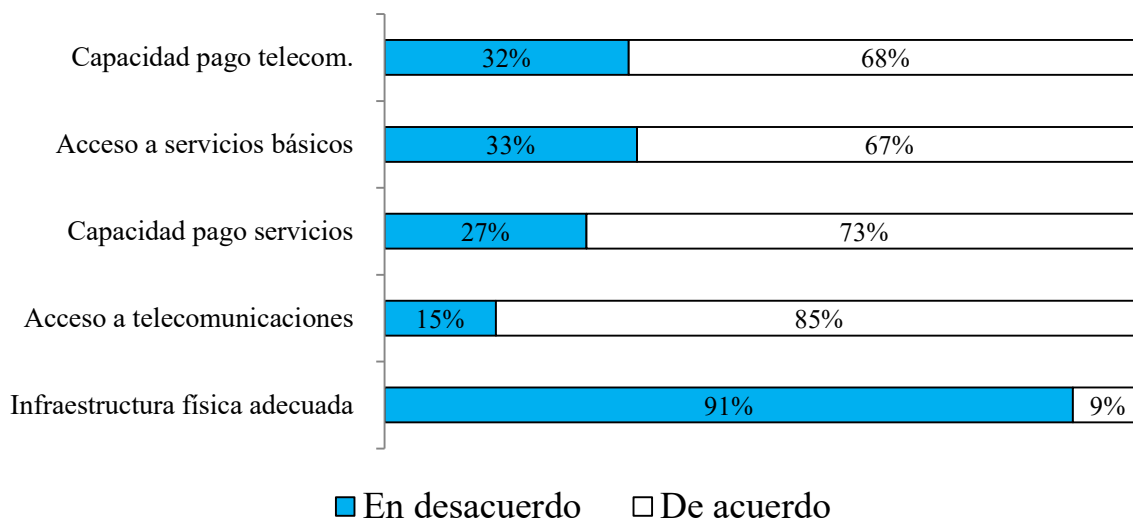
8. Infraestructura física: hay disponibilidad y acceso a servicios, pero la infraestructura física no es adecuada.

La encuesta a expertos evalúa si la infraestructura física estimula la actividad emprendedora o es un obstáculo para las empresas. Las afirmaciones que se evalúan en esta sección son:

- **Infraestructura física adecuada.** La infraestructura física (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.
- **Costo telecomunicaciones.** Para una empresa nueva o en crecimiento NO es excesivamente caro acceder a servicios de telecomunicación (teléfono, internet, etc.)
- **Acceso a telecomunicaciones.** Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicación en aproximadamente una semana (teléfono, internet, etc.).
- **Costo servicios básicos.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (agua, electricidad, alcantarillado, etc.).
- **Acceso a servicios básicos.** Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.

Más de la mitad de los expertos opinan que una empresa puede proveerse servicios de telecomunicación en una semana (85%) y de servicios básicos en aproximadamente un mes (73%). Por otra parte, casi la totalidad de los entrevistados señaló que la infraestructura física no es de apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento (91%).

Gráfica 4.8: Infraestructura física



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

Del lado de la infraestructura, se puede decir que esta es una restricción para empresas que necesitan transportar sus productos a distintas áreas geográficas. Esto es un desincentivo para negocios que podrían escalar sus operaciones para atender un área más amplia, pero debido del incremento sustancial en sus costos por las malas condiciones de la infraestructura, ya no se les hace rentable ampliar su alcance. Esto podría incidir en el hecho de dos de cada tres emprendimientos atienden únicamente a clientes en la comunidad, o en el municipio (ver Tabla 3).

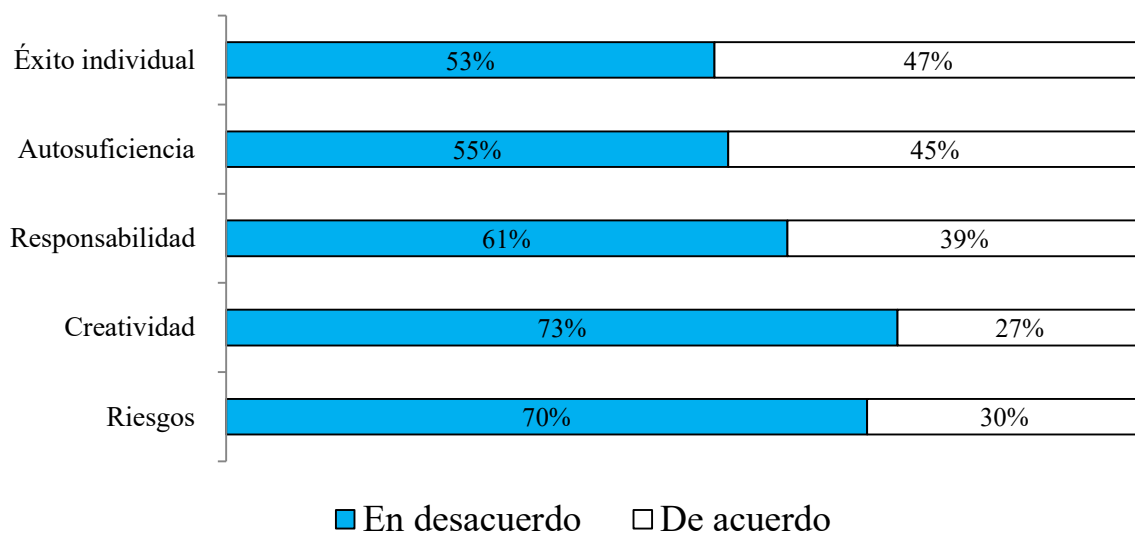
9. Normas sociales y culturales: las normas sociales y culturales dan un apoyo débil a la actividad emprendedora.

La última sección de la encuesta a expertos evalúa cómo las normas sociales y culturales inciden en la creación de empresas. Estos son las afirmaciones evaluadas en esta sección:

- **Éxito individual.** Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.
- **Autosuficiencia.** Las normas sociales y culturales del país enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.
- **Riesgos.** Las normas sociales y culturales del país estimulan a tomar riesgos empresariales.
- **Creatividad.** Las normas sociales y culturales del país estimulan la creatividad y la innovación.
- **Responsabilidad.** Las normas sociales y culturales del país enfatizan que ha de ser el individuo, más que la comunidad, el responsable de manejar su propia vida.

El 47% de los expertos encuestados dijeron que las normas sociales y culturales apoyan el éxito individual. El 45% dijo que las normas sociales y culturales apoyan la autosuficiencia, autonomía e iniciativa personal. El 39% de los expertos dijo que las normas sociales y culturales apoyan la creatividad, la innovación y la toma de riesgos empresariales. La característica peor evaluada fue la de creatividad. Solo el 27% de los encuestados dijo que las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.

Gráfica 4.9: Normas sociales y culturales



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2019.

CONCLUSIONES

Los datos presentados muestran que, de los 50 países analizados, Guatemala ocupa la cuarta posición como uno de los países en donde la mayoría de su población está interesada en arrancar un negocio en los próximos 3 años. Actualmente, 2.7 millones de guatemaltecos generan ingresos emprendiendo un negocio. A pesar de los altos niveles de emprendimiento que se reportan en el país, los negocios que se desarrollan son de baja escala. Más de la mitad (58%) se inicia con una inversión inicial inferior a diez mil Quetzales y generan en promedio 1.3 empleos. Asimismo, casi 7 de cada 10 negocios pertenecen al sector económico del consumo y una proporción similar (71%) atiende clientes que se ubican en la comunidad o municipio en donde vive el emprendedor. Las características anteriormente mencionadas han estado presentes en los emprendedores desde 2009, año en que se realizaron mediciones por primera vez. Esta situación merece una reflexión acerca de las principales restricciones que les impiden a los negocios aumentar su escala, dentro de las cuales destacan:

- **Limitadas oportunidades de empleo formal:** emprender un negocio se ha convertido en la respuesta principal para generar ingresos para aquellas personas que no encuentran un empleo formal y no se arriesgan a migrar ilegalmente a los Estados Unidos. En los últimos siete años el déficit de empleo formal en Guatemala ha aumentado en un millón de plazas de trabajo. Por lo tanto, emprender un negocio ha dejado de ser una decisión pasajera para generar ingresos y se ha convertido en una apuesta permanente. Del total de personas que aportan la mayoría de los ingresos para sus hogares el 53.3% los generaba emprendiendo un negocio.
- **La mayoría de los negocios no se registra:** El 64.6% de los emprendimientos en fases tempranas opera de manera informal, pero a medida que los negocios superan los 3.5 años de operación la tasa de informalidad se reduce al 48%. Dentro de las principales razones por las que no se formalizan los emprendedores se encuentran: no ver el beneficio de hacerlo (44%), lo caro que es operar formalmente (17.8%) y no saber cómo hacerlo (17.6%).
- **Limitado acceso a infraestructura:** El 71% de los clientes de los emprendedores se ubica en su comunidad, pueblo o aldea. Únicamente el 6% tiene clientes en otros departamentos del país. La limitada conectividad que tienen los emprendedores entre aldeas, municipios y departamentos, restringe el mercado al que tienen la posibilidad de servir. El 91% de los expertos que calificaron las condiciones para emprender en Guatemala (en la Encuesta Nacional de Expertos, NES por sus siglas en inglés) considera que la infraestructura física es inadecuada para promover el desarrollo de nuevos negocios y el crecimiento de los establecidos.

- **Productos financieros poco sofisticados:** Los expertos entrevistados en NES consideran que en Guatemala son limitadas las fuentes de financiamiento para los negocios nuevos. Siendo los inversionistas informales -familiares y amigos- (38%) y el endeudamiento bancario (13%) las fuentes identificadas como más accesibles. Según la encuesta para emprendedores, el 58% aporta el 100% de la inversión inicial para arrancar su negocio y únicamente el 7% obtiene recursos de instituciones financieras. Por lo tanto, todavía existe bastante espacio para innovar en el desarrollo de productos financieros que se ajusten a las necesidades de los emprendedores identificados en el estudio.

- **La inseguridad sigue afectando a los emprendedores:** El simple hecho de ser un emprendedor hace que las personas tengan una mayor probabilidad de ser víctimas de algún delito. Un emprendedor es asaltado 1.5 veces más que un guatemalteco no emprendedor. El 34.3% de los emprendedores reportó haber sido víctima de algún delito en el último año. Del total de personas que reportaron haber sido víctimas de extorsión el 70% tenían un negocio. La situación de inseguridad que enfrentan los emprendedores los desincentiva a hacer visibles sus negocios, ya que aquellos que cobran mayor notoriedad son los que tienden a ser víctimas de algún delito.

Desde 2009 se realiza un enorme esfuerzo para para contar con mediciones estandarizadas de emprendimiento para Guatemala. A través de las cuales se ha desarrollado una mayor comprensión del fenómeno e incidir sobre las percepciones sociales. Por ejemplo, desde 2014 hasta la fecha Guatemala ha ocupado el primer lugar como el país en donde el emprender un negocio es considerado como la opción más deseable para generar ingresos (en 2009 el país ocupaba la posición 18 de 54 países). No obstante, en los últimos once años no han ocurrido grandes mejoras en el entorno para emprender. La ausencia de acciones concretas para impactar positivamente la operación de los negocios, por ejemplo: reducción y simplificación de trámites para abrir y operar negocios, acceso a infraestructura productiva, garantizar la seguridad de las personas y su patrimonio, certeza jurídica sobre las inversiones, eficiencia en la operación de puertos y aduanas, entre otras, ha ocasionado que los desafíos para emprender en el país se agraven en los últimos años. La emergencia sanitaria y económica ocasionada por el COVID-19 incrementa el sentido de urgencia con el que se deben implementar cambios para propiciar la recuperación económica.

BIBLIOGRAFÍA

Acs, Z.J. and Armington, C. (2006). *Entrepreneurship, Geography and American Economic Growth*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Acs, Z.J. and L. Szerb (2009). "The Global Entrepreneurship Index (GEINDEX)," *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(5), 341-435.

Amorós, J., & Cazenave, C. (2010). *Reporte Nacional de Chile. Chile: Universidad del Desarrollo. and Economic Growth?"*

Baumol, W. (1990). "Entrepreneurship: Productive, unproductive and destructive", in

Cantillon, R. (1755). *Essai sur la Nature du Commerce en Général (The Nature of Trade in General)*, Paris: Institut National D'études Démographiques.

De Soto, H., Ghersi, E., & Ghibellini, M. (1986). *El otro sendero, La respuesta económica al terrorismo*. Perú: ILD.

Global Entrepreneurship Monitor Guatemala Reporte Nacional 2011 – 2012, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Francisco Marroquín.

Gries, T. and W. Naude (2008). "Entrepreneurship and Structural Economic Transformation," *UNUWider Research Papers*. Helsinki.

Hanushek, Erik A., and Ludger Woessmann (2008), "Education Quality

Hayek, Friedrich (1945). *The use of knowledge in society*. *The American Economic Review*, Vol. 35, No. 4 (Sep., 1945), pp. 519-530

Hayek, Friedrich (2002). *Competition as a discovery procedure*. *The Quarterly journal of Austrian Economics* Vol. 5, No. 3 (Fall 2002), pp. 9-23.

Henley, A. (2007). "Entrepreneurial Aspiration and Transition into Self-Employment: Evidence from British Longitudinal Data," *Entrepreneurship and Regional Development* 19(3), 245-280.

Henrekson, M. (2005). "Entrepreneurship: A Weak Link in the Welfare State?" *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 437-467.

Maul, H., Bolaños, L., Díaz, J., & Calderón, J. (2006). *Economía informal: superando las barreras de un estado excluyente*. Guatemala: CIEN.

INE. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos*. Guatemala: INE.

- Journal of Political Economy, 98, pp. 893-921.
- Kirzner, Israel M (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, Israel M. (1997). *Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach*. *Journal of Economic Literature*, Vol. 35, No. 1 (Mar., 1997), pp. 60-85
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. London: Macmillan and Co.
- Mincer, J. (1974). *Schooling, Experience and Earnings*. Columbia University Press.
- North, D. (1994). *Economic Performance Through Time*. *American Economic Review*, Vol. 84, No.3
- Porter, M.E., J.J. Sachs and J. McArthur (2002). "Executive Summary: Competitiveness and Stages of Economic Development." In *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, edited by M.E. Porter, J.J.
- Sachs, P.K. Cornelius, J.W. McArthur and K. Schwab, 16-25. New York, NY: Oxford University Press.
- Ray, D. (1998). *Development Economics*. United Kingdom: Princeton University Press.
- Reynolds, P., N. Bosma, E. Autio, S. Hunt, N. De Bono, I. Servais, P. Lopez-Garcia, and N. Chin (2005). "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation, 1998-2003," *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Schwab, K. (2009). *Global Competitiveness Report 2009-2010*. World Economic Forum. Geneva, Switzerland.
- Weiss, A. (1995). *Human Capital vs. Signalling Explanation of Wages*. *The Journal of Economic Perspectives*, 133-154.

ANEXOS

ANEXO 1. Glosario

Medición	Descripción
Actitudes Emprendedoras y Percepciones	
Oportunidades percibidas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que miran buenas oportunidades de iniciar un negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que cree que tiene las habilidades y el conocimiento para iniciar un negocio.
Miedo al Fracaso	Porcentaje de población de 18 a 64 años que percibe oportunidades positivas para emprender un negocio, pero el miedo al fracaso los impide a iniciar su empresa.
Intención emprendedora	Porcentaje de población de 18 a 64 años (excluyendo los individuos en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que espera iniciar un negocio en tres años.
Emprendimiento como una elección de carrera profesional	Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con la afirmación que en su país la mayor parte de los individuos consideran que es positivo iniciar un negocio.
Emprendimiento que genera un estatus destacable	Porcentaje de población de 18 a 64 años que están de acuerdo que emprendimientos exitosos son retribuidos con un estatus destacable.
Atención del emprendimiento en los medios de comunicación	Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con que en su país uno encuentra en los medios de comunicación historias de emprendedores exitosos en nuevos negocios.
Actividad Emprendedora	
Tasa de Emprendedores Nacientes	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son un emprendedor naciente, i.e., están activamente involucrados en el inicio de una empresa que les pertenece o son socios; empresas que todavía no han pagado salarios, sueldos o alguna compensación a los dueños por un período de tres meses máximo.
Tasa de Propietarios de Nuevas Empresas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de una nueva empresa, i.e., son dueños y administran un negocio propio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por un periodo menor a 42 meses.
Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA)	Porcentaje de población de 18 a 64 años que son tanto un emprendedor naciente o el propietario de una nueva empresa.
Tasa de Negocios Establecidos	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de negocios establecidos, i.e., son dueños y administran un negocio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por más de 42 meses.
Tasa de Negocios Descontinuados	Porcentaje de población de 18 a 64 años que ha descontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por medio de venderlo, cerrarlo o algún otro medio que modifique la relación de dueño y administrador del negocio.
Actividad Emprendedora Dirigida por la Necesidad: Prevalencia Relativa	Porcentaje de individuos en la actividad de emprendimiento temprana que están involucrados porque no tienen otra opción de trabajar.
Actividad Emprendedora Dirigida por la Innovación	Porcentaje de individuos en la actividad de emprendimiento temprana que (i) afirman ser inducidos por oportunidades de negocios más que por la falta de opción laboral (ii) que indican el principal motivo para aprovechar esta oportunidad es ser independiente o incrementar sus capacidades de ingreso más que mantener sus niveles actuales de ingreso.

Aspiraciones Emprendedoras	
Tasa de Expectativas de Elevados Niveles de Crecimiento en la Etapa de Emprendimiento Temprano	Porcentaje de población de 18 a 64 años que son tanto emprendedores nacientes o dueños de nuevas empresas que esperan emplear por lo menos a 20 trabajadores en los próximos cinco años.
Tasa de Expectativas de Elevados Niveles de Crecimiento en la Etapa de Emprendimiento Temprano: prevalencia relativa	Porcentaje de la población en la etapa de emprendimiento temprano que son tanto emprendedores nacientes o dueños de nuevas empresas que esperan emplear por lo menos a 20 trabajadores en los próximos cinco años.

ANEXO 2. Países participantes en el GEM 2019-2020

Países participantes en el ciclo 2019-2020, agrupados por región geográfica y nivel de ingresos

Región	Bajos ingresos	Ingresos medios	Altos ingresos
Asia del Este y del Pacífico	India, Indonesia*, Paquistán, Tailandia*	Armenia, China	Australia, Corea del Sur, Japón, Taiwán
Europa y Norte América		Bielorrusia, Bulgaria*, Macedonia, Rusia	Alemania, Canadá, Chipre, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Grecia, Irlanda, Italia, Letonia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza
Latinoamérica y El Caribe		Brasil, Ecuador, Guatemala, México, Paraguay*	Chile, Colombia, Panamá, Puerto Rico
Oriente Medio y África	Egipto, Madagascar, Marruecos,	Irán, Jordania y Sudáfrica	Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Israel, Omán, Qatar

***Realizaron únicamente la encuesta a expertos (NES)**

ANEXO 3. Datos internacionales de la valoración del emprendimiento

Economía	Emprendimiento como una elección de carrera profesional		Emprendimiento que genera un estatus destacable		Atención del emprendimiento en los medios de comunicación	
	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50
Alemania	53.6	41	80.7	16	55.3	41
Arabia Saudita	69.7	24	79.3	20	71.8	19
Armenia	87.2	4	73.4	32	76.2	11
Australia	56.4	38	74.0	30	70.5	22
Bielorrusia	70.3	22	69.9	36	50.8	46
Brasil	75.3	15	72.3	33	78.8	7
Canadá	69.2	25	79.9	18	76.5	10
Chile	74.4	16	74.6	29	59.7	37
China	79.3	11	92.4	2	92.9	1
Chipre	73.0	17	76.7	24	50.9	45
Colombia	63.8	31	65.4	40	52.2	44
Corea del Sur	54.3	40	86.0	8	68.8	25
Croacia	61.5	34	46.5	48	58.5	39
Ecuador	72.3	19	71.9	34	68.7	26
Egipto	80.0	10	86.2	7	75.9	12
Emiratos Árabes Unidos	70.3	21	79.0	21	78.4	8
Eslovaquia	42.4	45	58.4	44	54.6	42
Eslovenia	63.5	32	84.0	12	82.5	4
España	57.3	36	57.9	45	54.0	43
Estados Unidos	67.9	28	79.7	19	77.4	9
Grecia	49.6	43	49.3	47	48.1	47
Guatemala	94.5	1	80.8	15	61.7	32
India	89.5	3	92.3	3	88.0	2
Irán	45.3	44	86.6	6	69.1	24
Irlanda	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Israel	64.2	30	84.1	11	59.0	38
Italia	19.0	49	13.1	49	36.9	48
Japón	24.6	48	62.7	41	59.9	36
Jordania	76.3	14	85.2	10	70.0	23
Letonia	56.8	37	60.3	43	68.0	28
Luxemburgo	59.0	35	81.4	14	66.5	29
Macedonia	68.0	27	68.0	38	58.5	40
Madagascar	94.4	2	80.6	17	61.2	34

Economía	Emprendimiento como una elección de carrera profesional		Emprendimiento que genera un estatus destacable		Atención del emprendimiento en los medios de comunicación	
	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50
Marruecos	81.5	8	68.4	37	60.8	35
México	68.1	26	67.6	39	66.0	30
Noruega	66.7	29	93.5	1	79.3	6
Omán	85.3	6	85.7	9	75.1	14
Países Bajos	85.8	5	76.4	26	75.4	13
Panamá	70.0	23	74.6	28	68.1	27
Paquistán	80.2	9	87.7	4	72.5	17
Polonia	77.7	13	77.0	23	36.7	49
Portugal	72.7	18	71.7	35	72.9	16
Puerto Rico	30.7	47	55.2	46	73.1	15
Qatar	82.1	7	87.1	5	82.7	3
Reino Unido	56.4	39	76.7	25	71.0	21
Rusia	70.8	20	73.7	31	61.5	33
Sudáfrica	78.8	12	82.2	13	80.5	5
Suecia	62.7	33	78.7	22	71.2	20
Suiza	40.2	46	76.2	27	62.8	31
Taiwán	50.5	42	61.1	42	72.4	18

ANEXO 4. Datos internacionales de las actitudes hacia el emprendimiento

Economía	Oportunidades percibidas		Capacidades percibidas		Miedo al fracaso	
	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50
Alemania	52.2	25	37.5	41	37.1	19
Arabia Saudita	29.6	48	48.5	40	45.7	18
Armenia	53.9	22	75.7	2	16.6	49
Australia	45.7	36	48.8	25	31.9	32
Bielorrusia	29.5	49	48.3	27	36.7	20
Brasil	46.4	34	54.3	14	32.6	29E
Canadá	67.1	12	36.9	42	31	34
Chile	47.6	30T	55.9	12	42.3	12
China	74.9	5	62.5	9	28.6	40
Chipre	38.5	44	52.3	18E	30.3	36E
Colombia	46.7	33	24.2	48	41.7	13

Economía	Oportunidades percibidas		Capacidades percibidas		Miedo al fracaso	
	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50
Corea del Sur	60.4	17	41.9	47	27.1	48
Croacia	55.7	21	66.4	6	23.1	45
Ecuador	55.9	20	45.9	33	48.5	6
Egipto	73.5	7	43	36	28.2	41
Emiratos Árabes Unidos	66.1	13	72.9	8	40.8	31T
Eslovaquia	73.8	6	73.5	7	41	30
Eslovenia	36	46	70.7	11	47.7	12
España	36.1	45	60.9	23	47.2	14T
Estados Unidos	67.2	11	65.5	16	35.1	39T
Grecia	49.9	28	38.3	40	35.1	24
Guatemala	67.3	10	46.4	31	57.8	3
India	83.1	2	70	12	48.2	10T
Irán	47.7	29	56	30	47.4	13
Irlanda	50.2	27	42.3	44	38	35
Israel	46	35	62	20	35.6	38
Italia	45.1	37	56.8	28	47.2	14T
Japón	10.6	50	75.5	5T	58.1	2
Jordania	40.6	42	67.4	14	44.7	21
Letonia	35.6	47	72.4	9	32.7	42
Luxemburgo	58	18	71.2	10	50.7	8
Macedonia	50.5	26	51.6	35	40.6	33
Madagascar	46.8	32	58.2	25	36.4	36
Marruecos	57.7	19	67.3	15	54.8	4
México	62.8	15	78.3	3	35.1	39T
Noruega	69.5	9	77.4	4	39.6	34
Omán	72.3	8	85.2	1	62.4	1
Países Bajos	64.6	14	45.8	42	29.7	46
Panamá	53.4	24	42	45T	31.4	43
Paquistán	62.3	16	68.9	13	36.2	37
Polonia	87.3	1	43.3	43	55.4	3
Portugal	53.5	23	48.1	41	27.6	47
Puerto Rico	39.4	43	14	50	43.5	24
Qatar	75.6	4	61.7	21	54.4	5
Reino Unido	43.8	38	50.4	38	45.9	17
Rusia	42.9	39	57	27	46.6	16
Sudáfrica	47.6	30T	62.4	18	42.5	26

Economía	Oportunidades percibidas		Capacidades percibidas		Miedo al fracaso	
	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50
Suecia	79.8	3	31.5	49	30.2	45
Suiza	40.7	41	56.3	29	40.8	31T
Taiwán	41.2	40	63	17	54.2	6

ANEXO 5. Datos internacionales del proceso emprendedor

Economía	Tasa de actividad emprendedora temprana		Tasa de negocios establecidos		Tasa de negocios descontinuados	
	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50
Alemania	7.6	41	5.2	35	2.2	35
Arabia Saudita	9.3	32T	5.1	36	2.4	30T
Armenia	21	7	7.8	23	4.3	12T
Australia	10.5	27T	6.5	29	3.2	20
Bielorrusia	5.8	46	2.7	46	1.4	43T
Brasil	23.3	4	16.2	2	4.8	10
Canadá	18.2	9	7.4	24	3.6	18
Chile	36.7	1	10.6	14T	6.6	4T
China	8.7	35	9.3	18	4	16
Chipre	12.2	23	10.1	17	1.5	41T
Colombia	22.3	6	4.3	42	4.2	14T
Corea del Sur	10.8	25	3.5	44	4.2	14T
Croacia	10.5	27T	3.6	43	2	36T
Ecuador	36.2	2	14.7	4	5.9	6
Egipto	6.7	43	1.5	49	7	3
Emiratos Árabes Unidos	16.4	11	7	25T	5.5	7
Eslovaquia	14	16	5.4	34	5.1	9
Eslovenia	13.3	18	5.9	31	2.7	25
España	6.2	44T	6.3	30	1.2	47T
Estados Unidos	17.4	10	10.6	14T	2.9	22T
Grecia	8.2	39	14.3	5	2	36T
Guatemala	25.1	3	14.8	3	4.3	12T
India	15	13	11.9	10	2.9	22T
Irán	10.7	26	10.2	16	5.2	8
Irlanda	12.4	22	6.6	27T	2.5	28T

Economía	Tasa de actividad emprendedora temprana		Tasa de negocios establecidos		Tasa de negocios descontinuados	
	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50	Tasa	Ranquin/50
Israel	12.7	21	5.5	33	3.8	17
Italia	2.8	50	4.7	38T	0.5	50
Japón	5.4	47T	7	25T	0.6	49
Jordania	9.1	34	6.6	27T	8.3	2
Letonia	15.4	12	12.9	7	2.8	24
Luxemburgo	10.2	30	4.7	38T	2.3	33T
Macedonia	6.2	44T	8	21	2.6	26T
Madagascar	19.5	8	20.2	1	2.6	26T
Marruecos	11.4	24	7.9	22	2.4	30T
México	13	19	1.8	48	3.1	21
Noruega	8.4	36T	5.6	32	1.9	38T
Omán	6.9	42	2	47	11.5	1
Países Bajos	10.4	29	10.8	13	1.6	40
Panamá	22.7	5	4.7	38T	4.5	11
Paquistán	3.7	49	4.7	38T	3.5	19
Polonia	5.4	47T	12.8	8T	2.4	30T
Portugal	12.9	20	11	12	1.5	41T
Puerto Rico	13.4	17	1.3	50	1.3	46
Qatar	14.7	15	3	45	6.6	4T
Reino Unido	9.3	32T	8.2	20	2.5	28T
Rusia	14.9	14	13	6	1.9	38T
Sudáfrica	7.8	40	8.5	19	1.4	43T
Suecia	8.3	38	4.9	37	2.3	33T
Suiza	9.8	31	11.6	11	1.2	47T
Taiwán	8.4	36T	12.8	8T	1.4	43T

GT 1920



GUATEMALA
ufm.edu

La misión de la Universidad Francisco Marroquín es *la enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables.*

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Francisco Marroquín
Calle Manuel F. Ayau (6 Calle final), zona 10
Guatemala, Guatemala 01010

Teléfono (+502) 2338-7723
Fax (+502) 2338-7893

gem@ufm.edu
gem.ufm.edu