

Monitor Global de Emprendimiento 2025-2026



UFM
UNIVERSIDAD
FRANCISCO
MARROQUÍN

VERITAS • LIBERTAS • JUSTITIA



Reporte Nacional de Emprendimiento para Guatemala 2025/2026

Análisis de la actividad emprendedora y su entorno en Guatemala, con base en la metodología del Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

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

Esta publicación es posible gracias al apoyo del Grant 63250 de la John Templeton Foundation. Las opiniones expresadas en esta publicación son responsabilidad exclusiva de los autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la John Templeton Foundation.

CONTENIDO

PREFACIO	6
PATROCINADORES Y FUNDADORES DEL GEM	7
EQUIPO NACIONAL DEL GEM	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO 1. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL	
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento	17
b) Las fases del proceso emprendedor	19
c) Características de los negocios	23
d) El entorno en donde se desarrolla el emprendimiento	28
CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES GUATEMALTECOS Y DE SUS NEGOCIOS	
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala	32
b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala	34
c) Características de los emprendedores	35
1. Modelo a seguir: la influencia del entorno familiar en el emprendimiento	35
2. Sexo: brechas de género en la participación emprendedora	36
3. Edad: concentración del emprendimiento en la mediana edad	37
4. Educación formal: el capital humano como determinante del emprendimiento	38
5. Importancia del emprendimiento: estrategia de generación de ingresos en el hogar	39
d) Características de los negocios	41
1. Inversión inicial y financiamiento: alta dependencia de recursos propios	41
2. Actividad económica: concentración en el sector consumo	43
3. Generación de empleo: prevalencia del autoempleo y estructuras reducidas	44
4. Expectativas de generación de empleo: proyecciones de crecimiento moderado	45
5. Ubicación de los clientes: enfoque hacia mercados locales	46
6. Formalización: alta prevalencia de la informalidad	47
7. Uso de herramientas digitales e inteligencia artificial: adopción aún limitada	48

CAPÍTULO 3. EL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GUATEMALA

a)	Victimización y costo del delito	54
b)	Encuesta Nacional a Expertos	56
1.	Apoyo financiero: predominio de fuentes informales de financiamiento	58
2.	Políticas de gobierno: marco poco favorable para el emprendimiento	60
3.	Programas de gobierno: alcance limitado de los instrumentos de apoyo	62
4.	Educación y formación emprendedora: brechas entre niveles educativos	63
5.	Transferencia de conocimientos y tecnología: debilidad en la articulación del ecosistema	65
6.	Infraestructura comercial y profesional: entorno favorable con restricciones de demanda	66
7.	Apertura del mercado interno: barreras de entrada y baja dinámica competitiva	68
8.	Infraestructura física: acceso adecuado a servicios, con limitaciones en la infraestructura física	69
9.	Normas sociales y culturales: entorno favorable al emprendimiento	71

CONCLUSIONES 73

ANEXOS 75

REFERENCIAS 81

PREFACIO

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, *Global Entrepreneurship Monitor*) constituye una herramienta clave para comprender la actividad emprendedora en Guatemala. A través de esta iniciativa, es posible analizar las características de los emprendedores, sus motivaciones, desafíos y percepciones, así como el entorno en el que desarrollan sus iniciativas. En un contexto en el que el emprendimiento adquiere creciente relevancia, el GEM permite aproximarnos de manera sistemática a la realidad del país.

Para la Universidad Francisco Marroquín, la realización de este estudio a través del Centro de Emprendimiento Kirzner responde directamente a su misión de contribuir a la formación de personas libres y responsables, capaces de generar valor en la sociedad. En este sentido, el emprendimiento no solo representa una actividad económica, sino también una manifestación de la acción individual que impulsa el proceso de mercado. El GEM al recabar información directamente de los emprendedores, ofrece una base sólida para comprender sus decisiones, los desafíos que enfrentan y las oportunidades que pueden potenciar su desarrollo.

Desde el año 2009, el GEM ha generado información única y comparable sobre la actividad emprendedora en Guatemala, consolidándose como una referencia para el análisis académico y la toma de decisiones. A lo largo de sus distintas ediciones, ha permitido identificar tendencias, evaluar condiciones del entorno y situar al país en el contexto internacional, facilitando una mejor comprensión de su dinámica emprendedora.

En esta edición, el informe busca contribuir a la comprensión del fenómeno emprendedor, destacar los principales desafíos que enfrentan quienes emprenden y aportar insumos relevantes para la discusión pública. Asimismo, incorpora un análisis sobre el papel de la tecnología en el desarrollo y escalamiento de los negocios, así como elementos que pueden incidir en la mejora del entorno emprendedor. Con ello, se espera que este documento sirva como punto de partida para generar propuestas que fortalezcan el ecosistema emprendedor y promuevan un mayor crecimiento económico.

Mónica Río Nevado de Zelaya
Decana
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Francisco Marroquín

PATROCINADORES Y FUNDADORES DEL GEM

GERA



La *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA) es la organización responsable de coordinar y administrar el proyecto GEM a nivel global. Está conformada por Babson College y representantes de los equipos nacionales participantes.

Más información: www.gemconsortium.org

Babson College



Babson College, ubicado en Wellesley, Massachusetts (EE. UU.), es reconocida internacionalmente como líder en educación en emprendimiento. Es una institución fundadora y patrocinadora del GEM, y contribuye activamente al desarrollo de investigación y formación en este campo.

Más información: www.babson.edu

Universidad Francisco Marroquín



La misión de la Universidad Francisco Marroquín es promover la enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables. A lo largo de su trayectoria, se ha caracterizado por brindar una formación orientada al pensamiento crítico, el espíritu emprendedor y la excelencia académica.

Más información: www.ufm.edu

EQUIPO NACIONAL DEL GEM

Mónica de Zelaya

Doctora en Economía y Decana de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín (UFM). Directora del GEM para Guatemala y fundadora del Centro de Emprendimiento Kirzner (2008). Cuenta con amplia experiencia en docencia e investigación en emprendimiento.

David Casasola

Director de investigación del GEM en Guatemala y catedrático en la Facultad de Ciencias Económicas de la UFM. Cuenta con más de 15 años de experiencia en investigación sobre emprendimiento y mercado laboral. Es licenciado en Economía por la UFM y posee una maestría en Economía por Brandeis University.

María Lucrecia Monge

Directora del Centro de Emprendimiento Kirzner en la UFM. Cuenta con experiencia en gestión de proyectos y fortalecimiento del ecosistema emprendedor. Posee una maestría en Negocios con concentración en Emprendimiento y una licenciatura en Administración de Empresas por la UFM.

Elisa Hernández

Project Manager del Centro de Emprendimiento Kirzner. Cuenta con experiencia en gestión de proyectos y desarrollo de estrategias e iniciativas de emprendimiento. Es licenciada en Emprendimiento y Negocios por la UFM.

Walter Menchú

Asistente de investigación del GEM y empresario en el sector de servicios de salud. Cuenta con experiencia en análisis económico y docencia universitaria. Fue investigador en el CIEN y catedrático auxiliar en la UFM. Es licenciado en Administración de Empresas con especialidad en Finanzas por la UFM.

Mariana Grazioso

Growth Facilitator del Centro de Emprendimiento Kirzner. Cuenta con experiencia en facilitación de programas para emprendedores. Es licenciada en Administración de Empresas con especialización en Finanzas por la UFM y cuenta con una maestría en Diseño Estratégico.

Juan Carlos Arriaza

Asistente de investigación del GEM. Cuenta con experiencia en proyectos de educación, emprendimiento y promoción comercial. Es licenciado en Economía con especialización en Finanzas por la UFM.

RESUMEN EJECUTIVO

¿Qué es el GEM?

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, *Global Entrepreneurship Monitor*) es el estudio más amplio y de mayor trayectoria a nivel mundial sobre la actividad emprendedora. Su objetivo es medir el nivel de emprendimiento en los países, identificar los factores que lo explican y analizar el entorno en el que se desarrolla, lo que permite la comparación internacional de resultados.

En Guatemala, el GEM es realizado desde 2009 por el Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín. A través de esta iniciativa es posible analizar las características de los emprendedores, sus motivaciones y percepciones, así como las condiciones del entorno que influyen en la creación y desarrollo de nuevos negocios.

La medición se basa en dos instrumentos principales: la Encuesta a la Población Adulta (APS), que recoge información sobre la actividad emprendedora en personas de 18 a 64 años, y la Encuesta Nacional a Expertos (NES), que evalúa las condiciones del entorno para el emprendimiento. En conjunto, estos instrumentos permiten ofrecer una visión integral del fenómeno emprendedor en el país.

A continuación, se presentan los principales resultados del informe, incluyendo los niveles de actividad emprendedora, la posición de Guatemala en el contexto internacional, las características de los emprendedores y las condiciones del entorno en el que operan.

Guatemala en el contexto internacional

Guatemala registra la sexta Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) más alta del mundo (25.4%) y la segunda Tasa de Emprendimiento Total (TEA + Establecidos) de la región (37.1%). Tres de las cuatro fases del proceso emprendedor (emprendimiento potencial 41.2%; emprendimiento temprano 25.4%; y emprendimiento establecido 11.8%) presentan valores superiores en Guatemala que en las economías de la región y que en las tres categorías según nivel de ingresos.

Respecto a las percepciones hacia el emprendimiento, en comparación con la región y con las economías agrupadas según niveles de ingreso, en Guatemala se observa la mayor proporción de personas que considera el emprendimiento como una buena opción de carrera (94.9%). En cuanto al reconocimiento social (83.0%), Guatemala se ubica en un punto medio entre economías de ingresos bajos y medios, y la visibilidad en medios de comunicación (60.9%) es la más baja frente a las otras categorías.

En relación con las actitudes hacia el emprendimiento, Guatemala presenta un comportamiento superior al de las economías de la región y al de las tres categorías según nivel de ingresos en cuanto a las oportunidades de negocio percibidas (70.9%). La percepción de contar con los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para aprovechar las oportunidades registra una proporción similar a la de las economías de ingresos bajos (74.4%). En cuanto al temor al fracaso como principal razón para no aprovechar la oportunidad de negocio identificada, Guatemala (39.3%) presenta una tasa inferior a la de la región y a la de las tres categorías de economías según su nivel de ingresos.

Respecto a la actividad económica, los emprendimientos en etapas tempranas en Guatemala registran una mayor proporción (73.3%) en el sector de consumo que las economías de la región y las tres categorías según nivel de ingresos. La proporción de emprendimientos establecidos en el sector de consumo en Guatemala (62.1%) es superior a la observada en las economías de la región y en las de ingresos altos y bajos. Por último, la proporción de emprendedores que tienen clientes en el extranjero es considerablemente mayor en otras economías que en Guatemala (2.5%).

Las expectativas de generar seis o más empleos en los próximos cinco años son más altas en Guatemala (31.5%) que en las economías de la región y que en las economías de ingresos medios. Asimismo, los emprendedores en Guatemala, en mayor medida que en las economías de ingresos altos, proyectan que, en los próximos tres años, las herramientas de Inteligencia Artificial tendrán una alta relevancia en sus negocios (44.1%).

Características de los emprendedores guatemaltecos y de sus negocios

La mayoría de los emprendedores guatemaltecos son hombres (57.1%), y la mitad (49.4%) tienen entre 18 y 34 años de edad. La mitad (54.6%) tiene por lo menos un nivel de educación de diversificado completo mientras que solo el 8.3% ha completado estudios universitarios. El principal motivo para emprender (87.1%) es la escasez de empleo, y la mitad (47.6%) de los emprendedores indicó que son la principal fuente de ingresos del hogar.

La mitad (52.3%) de los negocios en Guatemala inician con una inversión inicial de Q.10 mil o menos; siete de cada diez (69.7%) negocios están orientados al sector consumo; y, la mitad (45.3%) genera al menos un empleo. En cuanto a las expectativas de generación de empleo, nueve de cada diez emprendedores (91.2%) espera generar algún empleo adicional en los próximos cinco años. Los negocios atienden principalmente a clientes en mercados locales: tres de cada cuatro (74.3%) atiende a clientes en su comunidad o municipio; y, el 69.4% 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 54.7%. Siete de cada diez emprendedores (71.9%) usa las redes sociales en sus operaciones comerciales diarias y cuatro de cada diez (44.1%) considera que la IA será muy importante en sus negocios en los próximos tres años.

El contexto en el que se desarrolla el emprendimiento

Los emprendedores tienen una probabilidad 38% mayor de ser víctima de un delito que un no emprendedor (23.1% versus 16.8%). Además, en promedio registran costos tres veces mayores que los no emprendedores (Q17,300 versus Q5,800). Las extorsiones y el vandalismo representan una mayor proporción de los delitos por los cuales son víctimas los emprendedores que los no emprendedores.

Los datos recopilados por la Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés) muestran que los expertos consideran que existe disponibilidad y facilidad para que las empresas puedan acceder a proveedores de servicios (calificación 5.2 de 10); que la educación y formación para el emprendimiento es adecuada a nivel superior y vocacional (5.4 de 10); que las normas sociales y culturales favorecen la actividad emprendedora (5.5 de 10); y que hay disponibilidad y acceso a servicios de telecomunicaciones (6.2 de 10).

Por otra parte, los expertos consideran que el emprendimiento no es prioridad en las políticas de gobierno (1.9 de 10); que en la educación primaria y secundaria hace falta reforzar el espíritu emprendedor, los principios de una economía de mercado y estimular la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal (2.3 de 10); que las empresas no tienen acceso a la transferencia de conocimiento y tecnología desde universidades y centros de investigación públicos (2.7 de 10); y que los programas de gobierno para apoyo al emprendimiento son inefectivos (2.9 de 10).

Los expertos también consideran que la burocracia es costosa para los emprendedores (3.5 de 10); que las fuentes de financiamiento para los emprendedores son escasas (3.1 de 10) e inaccesibles (3.4 de 10); que existen barreras de entrada para acceder a nuevos mercados (3.3 de 10); y que los mercados no son dinámicos, pues no cambian drásticamente de un año a otro (3.8 de 10).

En comparación con las demás economías, el mejor puntaje para Guatemala se observa en la categoría de educación y formación emprendedora en los niveles de educación técnica y superior, en la que se ubica en la posición 16 de 53 economías. Por el contrario, en las categorías de apertura del mercado interno (dinamismo de los mercados de bienes y servicios) y de políticas de gobierno (prioridad del emprendimiento dentro de las políticas públicas) ocupa el antepenúltimo lugar.

En general, el emprendedor y sus negocios en Guatemala se enfrentan a un ambiente desafiante y enfrentan restricciones que en otras economías ya han sido superadas.

Tabla 1: Principales indicadores del GEM

Percepciones y Actitudes	% de adultos	Clasificación/48
Buena opción de carrera	94.9%	2/41*
Reconocimiento social	83.0%	15/40*
Visibilidad en medios	60.9%	32/40*
Oportunidades de negocios	70.9%	11
Capacidades percibidas	74.4%	9
Temor al fracaso	39.3%	36
Fases del Proceso Emprendedor	% de adultos	Clasificación/48
Emprendimiento potencial	41.2%	10
Tasa de emprend. tempranos (TEA)	25.4%	6
Tasa de emprend. establecidos	11.8%	8
Tasa de emprendimiento total	37.1%	4
Tasa de emprend. descontinuados	4.3%	22
Características de los Negocios	% de emprendedores	Clasificación/48
Actividad económica TEA (consumo)	73.3%	7
Actividad económica emprend. establecidos (consumo)	62.1%	8
Expectativa de generación de empleo TEA (6+)	31.5%	22
Expectativa de generación de empleo TEA (20+)	1.6%**	17
Clientes en el extranjero TEA	2.9%	47
Clientes en el extranjero emprend. establecidos	1.5%	47
Importancia de la Inteligencia Artificial TEA	44.1%	12
Importancia de la Inteligencia Artificial emprend. establecidos	44.1%	15

Contexto en el que se Desarrolla el Emprendimiento	Calificación/10	Clasificación/53
Disponibilidad de financiamiento	3.1	48
Accesibilidad del financiamiento	3.4	45
Políticas de gobierno (prioridad)	1.9	51
Políticas de gobierno (burocracia)	3.5	42
Programas de gobierno	2.9	49
Educación primaria y secundaria	2.3	45
Educación superior y técnica	5.4	16
Transferencia de I+D	2.7	50
Infraest. comercial y profesional	5.2	29
Apertura de mercados internos (dinamismo)	3.8	51
Apertura a mercados internos (barreras de entrada)	3.3	48
Telecomunicaciones	6.2	35
Normas sociales y culturales	5.5	22

**Estas clasificaciones están realizadas sobre un número menor de economías dado que hubo algunas en los que no se recopiló esta información.*

***Este indicador está construido sobre la población adulta (18-64 años).*

Fuente: Elaboración propia a partir de la APS y de la NES, 2025.

Informe Nacional de Emprendimiento 2025/2026

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento desempeña un papel fundamental en la dinámica económica de Guatemala, tanto en la generación de ingresos como en la creación de oportunidades para amplios sectores de la población. En un contexto caracterizado por desafíos estructurales en el mercado laboral, el emprendimiento constituye no solo una alternativa de inserción económica, sino también un motor potencial de innovación, productividad y crecimiento. Comprender sus características, motivaciones y limitantes resulta, por tanto, esencial para el diseño de políticas, programas e iniciativas que fortalezcan el ecosistema emprendedor del país.

En este contexto, el Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, *Global Entrepreneurship Monitor*) se ha consolidado como el estudio más amplio y de mayor trayectoria a nivel mundial para el análisis de la actividad emprendedora. Desde su creación en 1997 por investigadores de Babson College y London Business School, el GEM ha permitido generar evidencia comparable entre economías sobre las distintas fases del emprendimiento, las características de quienes emprenden y las condiciones del entorno en el que desarrollan sus iniciativas.

En el ciclo 2025/2026, el GEM contó con la participación de 48 economías en la medición de la actividad emprendedora y 53 en la evaluación del entorno para emprender. En Guatemala, este esfuerzo de investigación se realiza de manera continua desde el año 2009 a través del Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín, lo que ha permitido construir una base de información sólida y consistente sobre la evolución del fenómeno emprendedor en el país.

El GEM analiza el emprendimiento como un proceso que abarca distintas etapas, desde la intención de emprender hasta la consolidación de negocios establecidos. Asimismo, examina factores individuales —como las capacidades, percepciones y motivaciones de los emprendedores— y factores del entorno —como el acceso a financiamiento, la regulación, la educación y la cultura— que inciden en la actividad emprendedora. Esta aproximación integral permite no solo medir niveles de emprendimiento, sino también comprender las condiciones que lo impulsan o lo limitan.

Para la recopilación de información, el GEM utiliza dos instrumentos principales. Por un lado, la Encuesta a la Población Adulta (*Adult Population Survey, APS*), que recoge información representativa sobre la participación de las personas en

actividades emprendedoras, así como sobre sus características y las de sus negocios. Por otro lado, la Encuesta Nacional a Expertos (*National Expert Survey*, NES), que recaba la opinión de especialistas acerca de las condiciones del entorno para emprender. La combinación de ambas fuentes permite construir un análisis robusto y multidimensional del emprendimiento.

Los resultados del GEM se analizan en perspectiva comparada, agrupando a las economías según regiones geográficas y niveles de ingreso, lo que facilita identificar patrones, similitudes y diferencias en la dinámica emprendedora a nivel internacional. En este marco, Guatemala se ubica dentro de la región de Latinoamérica y el Caribe y se clasifica como una economía de ingresos medios, lo que permite contextualizar su desempeño relativo frente a otras economías con características similares.

El presente informe tiene como objetivo ofrecer una visión integral del estado reciente del emprendimiento en Guatemala. A partir de la evidencia generada por el GEM, se busca contribuir a una mejor comprensión de las características de los emprendedores guatemaltecos, las condiciones en las que desarrollan sus actividades y los principales desafíos y oportunidades que enfrenta el ecosistema emprendedor. Asimismo, esta edición incorpora un análisis sobre el papel de la tecnología en el desarrollo y escalamiento de los negocios, así como otros elementos relevantes para fortalecer la actividad emprendedora en el país.

El informe está estructurado en tres capítulos principales. En el primer capítulo se presenta un análisis comparativo internacional de los principales indicadores de emprendimiento, con énfasis en la posición de Guatemala en relación con economías de su región y de distintos niveles de ingreso. El segundo capítulo describe las características de los emprendedores guatemaltecos y de sus negocios, a partir de la información recopilada en la Encuesta a la Población Adulta (APS). Finalmente, el tercer capítulo examina las condiciones del entorno para emprender en Guatemala, con base en la percepción de expertos recogida a través de la Encuesta Nacional a Expertos (NES).

Con ello, se espera que este informe sirva como una herramienta útil para investigadores, formuladores de políticas públicas, actores del ecosistema emprendedor y público en general interesado en comprender la dinámica del emprendimiento en Guatemala, así como en identificar acciones que contribuyan a su fortalecimiento y a la generación de mayores oportunidades de desarrollo económico.

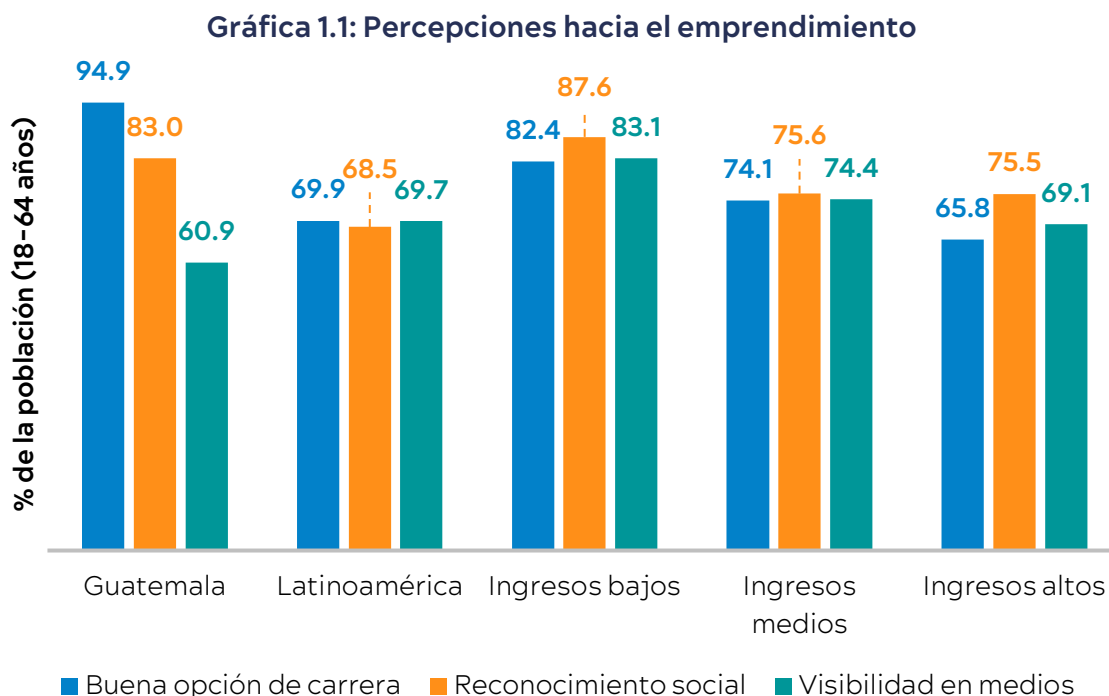
CAPÍTULO 1. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL

a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento

Las **percepciones** sociales sobre el emprendimiento desempeñan un papel central en la configuración del comportamiento emprendedor, al incidir tanto en la disposición a iniciar un negocio como en la valoración social de esta actividad.

El GEM analiza tres dimensiones clave: la percepción del emprendimiento como opción de carrera, el reconocimiento social de quienes emprenden y la visibilidad del emprendimiento en los medios de comunicación. Los resultados correspondientes se presentan en la Gráfica 1.1.

Los datos de 2025 muestran que la proporción de personas que consideran el emprendimiento como una **buena opción de carrera** es mayor en economías de ingresos bajos (82.4%) y disminuye conforme aumenta el nivel de ingreso (74.1% en ingresos medios y 65.8% en altos). Guatemala presenta un 94.9%, superando a todas las agrupaciones consideradas y ubicándose en la segunda posición entre 41 economías analizadas.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

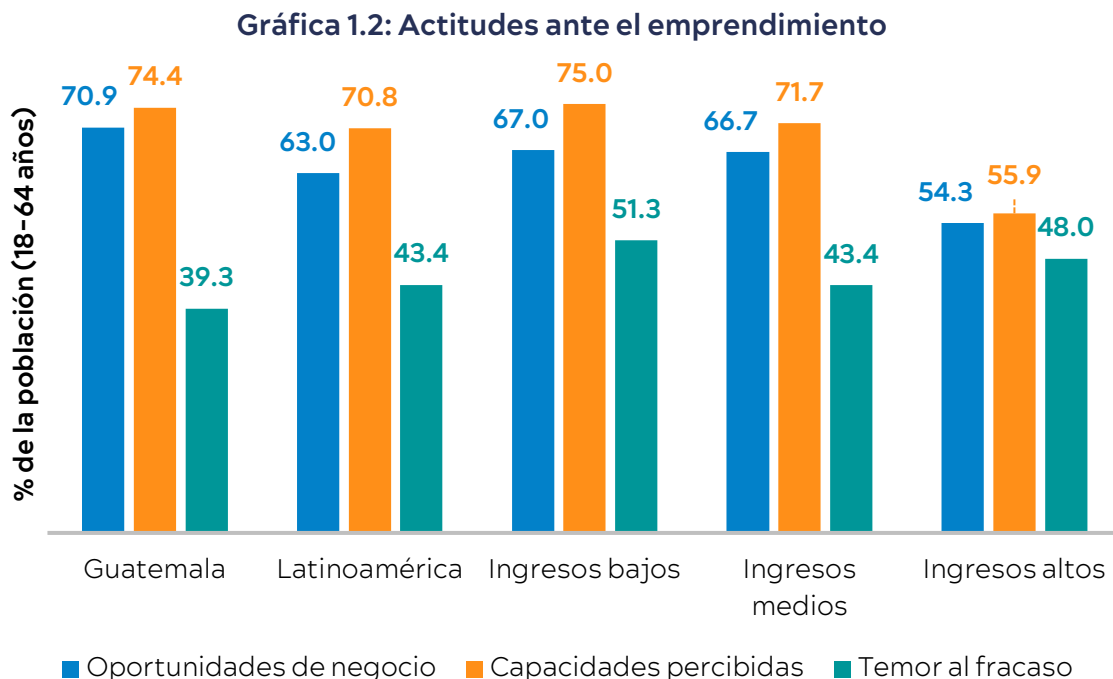
El **reconocimiento social** de los emprendedores sigue un patrón similar, con valores más altos en economías de ingresos bajos (87.6%) y menores en economías de ingresos medios (75.6%) y altos (75.5%). Guatemala presenta un 83.0%, situándose en un nivel intermedio-alto en la comparación internacional (posición 15 de 40 economías).

En contraste, la **visibilidad del emprendimiento en los medios** es menor en Guatemala (60.9%) que en las demás agrupaciones, donde los valores oscilan entre 69.1% y 83.1%. Este resultado ubica al país en la posición 32 de 40 economías y evidencia una brecha en la exposición mediática de la actividad emprendedora.

En conjunto, estos resultados indican que, aunque el emprendimiento goza de alta legitimidad social en Guatemala, su presencia en los medios de comunicación es relativamente limitada.

Estas percepciones se traducen en **actitudes** que influyen directamente en la decisión de emprender. En este sentido, el GEM evalúa la percepción de oportunidades, las capacidades para emprender y el temor al fracaso (Gráfica 1.2).

La percepción de **oportunidades de negocio** es más elevada en economías de ingresos bajos (67.0%) y medios (66.7%) que en las de ingresos altos (54.3%). Guatemala presenta un 70.9%, superando a todas las agrupaciones y ubicándose en la posición 11 de 48 economías.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

En el caso de la percepción de **capacidades** para emprender, la distribución por nivel de ingreso también muestra una mayor concentración en economías de ingresos bajos (75.0%) y medios (71.7%). Guatemala (74.4%) se ubica entre los niveles más altos y ocupa la novena posición a nivel global.

Por el contrario, el **temor al fracaso** presenta menores niveles en Guatemala (39.3%) que en las demás agrupaciones, lo que sugiere un entorno actitudinal relativamente favorable para emprender.

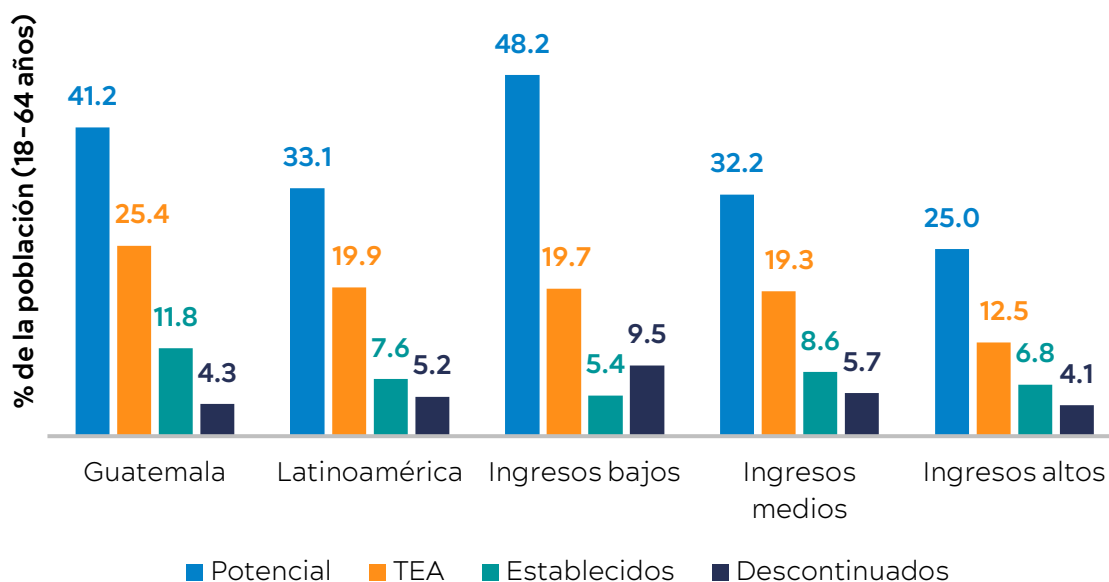
En conjunto, Guatemala presenta un entorno actitudinal favorable, caracterizado por una alta percepción de oportunidades y capacidades, junto con un menor temor al fracaso. Estas percepciones influyen no solo en la intención, sino también en la materialización y evolución de los negocios.

b) Las fases del proceso emprendedor

A partir de estas percepciones y actitudes, la Gráfica 1.3 presenta las principales fases del proceso emprendedor.

La tasa de emprendimiento potencial (intención emprendedora) es mayor en economías de ingresos bajos (48.2%) y disminuye en los niveles medio (32.2%) y alto (25.0%). Guatemala (41.2%) se sitúa entre los niveles bajos y medios, por encima del promedio regional (33.1%).

Gráfica 1.3: Fases del proceso emprendedor



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

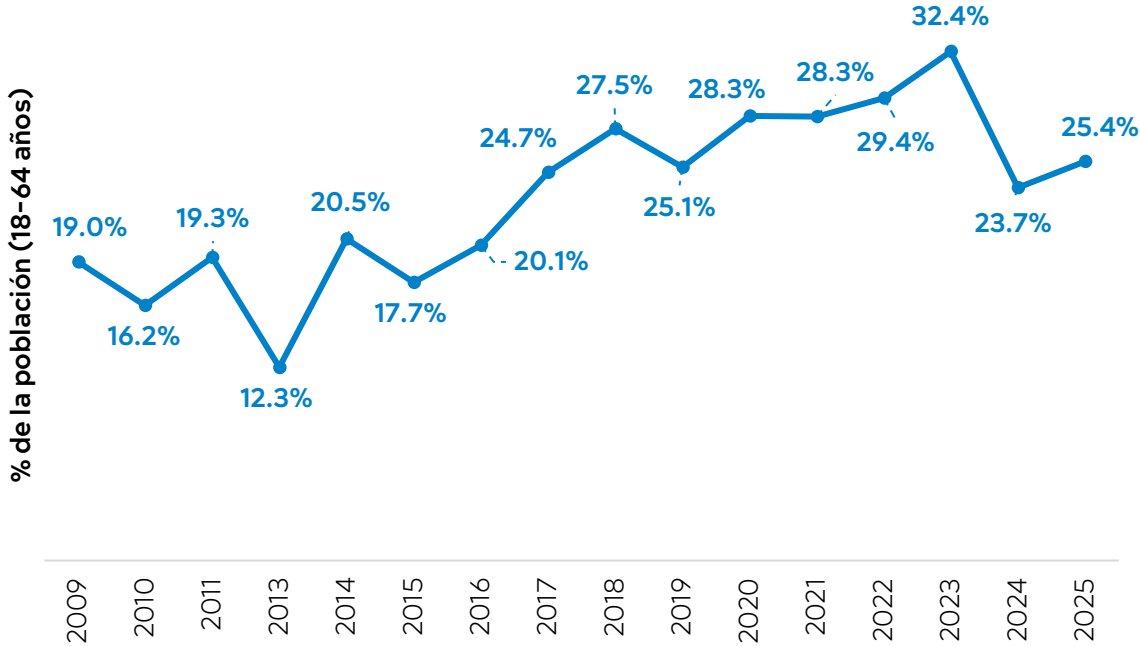
La tasa de emprendimiento temprano (TEA) muestra valores similares en economías de ingresos bajos (19.7%) y medios (19.3%), ambos superiores a los observados en economías de ingresos altos (12.5%). Guatemala alcanza un 25.4%, el valor más alto entre las categorías consideradas y la sexta posición entre 48 economías.

Más allá del emprendimiento temprano, resulta relevante analizar la consolidación de los negocios en el tiempo. En el caso de los emprendimientos establecidos, los mayores niveles se observan en economías de ingresos medios (8.6%), seguidas por las de ingresos altos (6.8%) y bajos (5.4%). Guatemala presenta un 11.8%, superando ampliamente a todas las agrupaciones.

Por último, la tasa de emprendimientos discontinuados es más alta en economías de ingresos bajos (9.5%) y disminuye en economías de ingresos medios (5.7%) y altos (4.1%). Guatemala (4.3%) se ubica en un nivel cercano al de estas últimas.

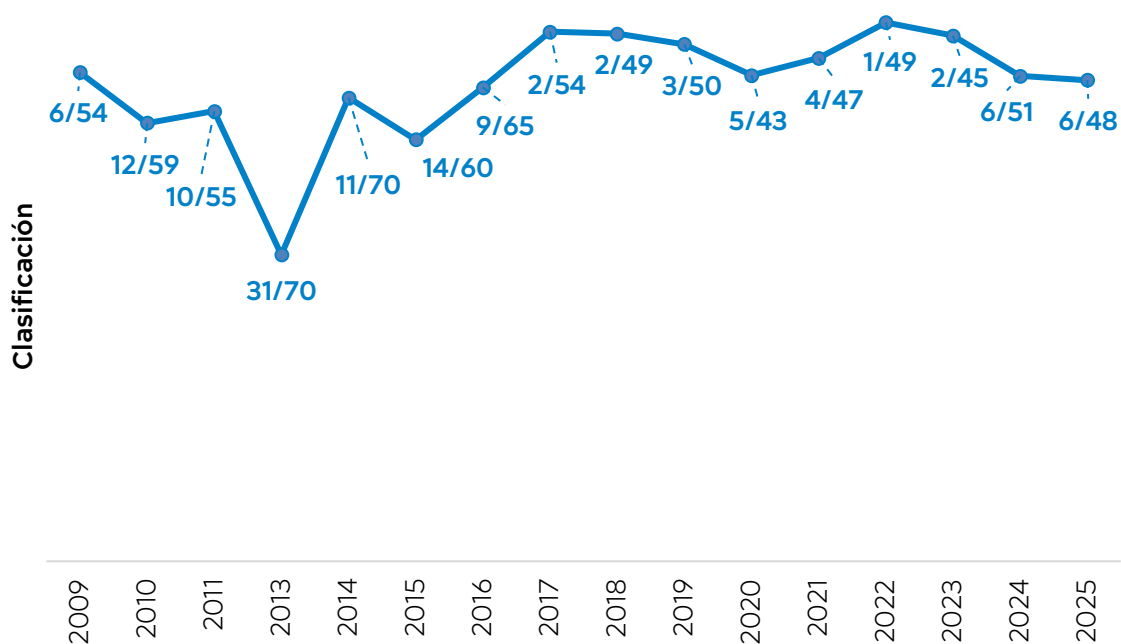
En términos dinámicos, la TEA en Guatemala aumentó de 23.7% en 2024 a 25.4% en 2025, manteniendo al país en la sexta posición global.

Gráfica 1.4: Tasa de Emprendimiento Temprano en Guatemala



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2025.

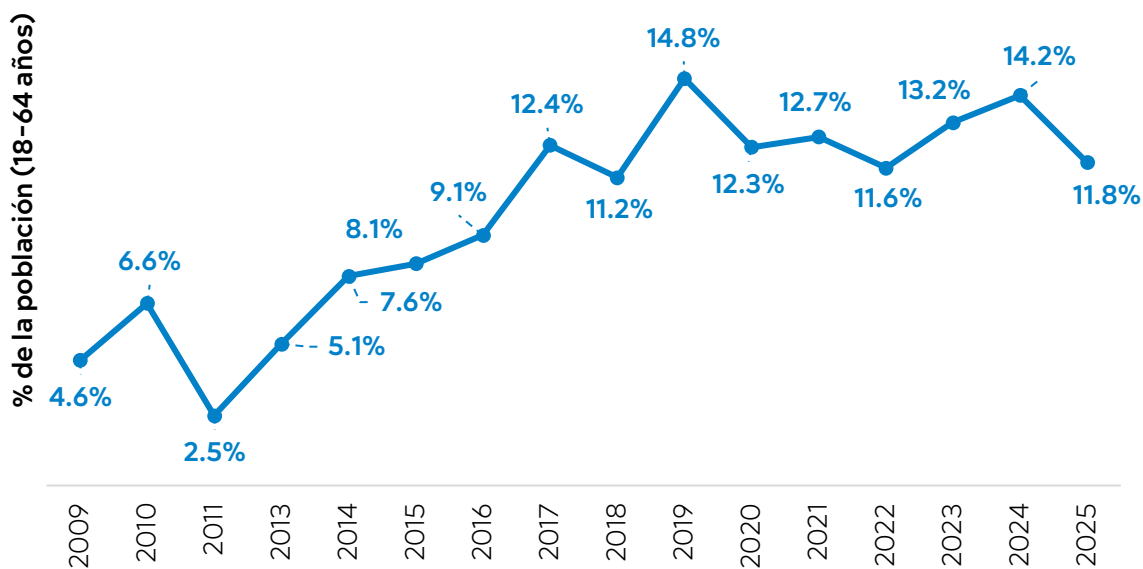
Gráfica 1.5: Clasificación de Guatemala en la TEA



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2025.

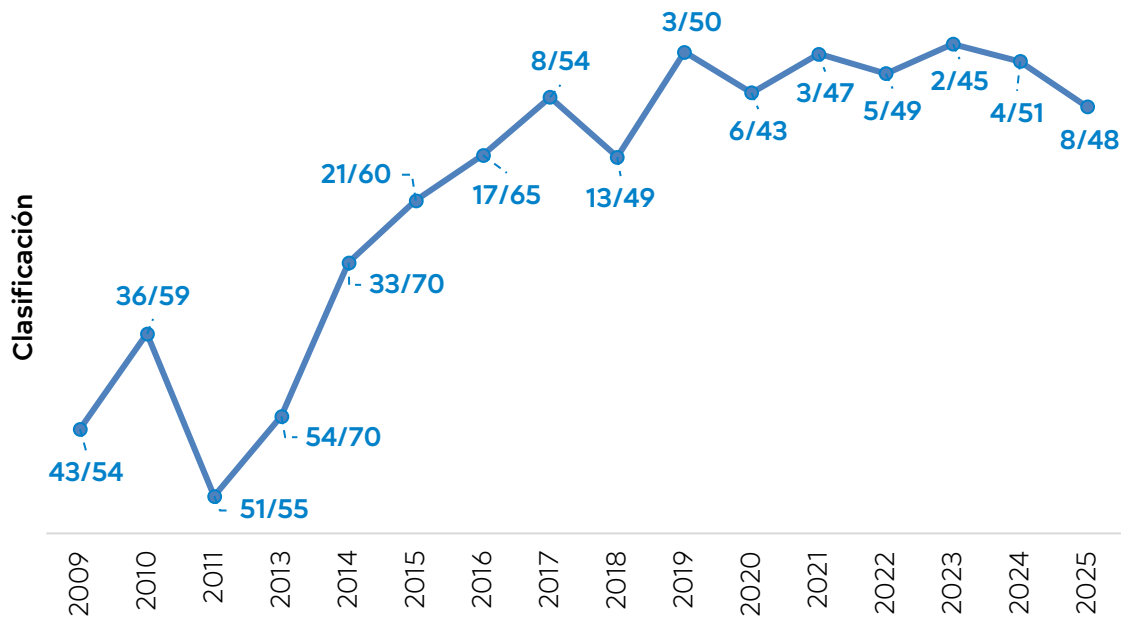
En contraste, la tasa de emprendimientos establecidos se redujo de 14.2% a 11.8%, lo que se refleja en un descenso en la clasificación internacional (del cuarto al octavo lugar).

Gráfica 1.6: Tasa de Emprendimientos Establecidos en Guatemala



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2025.

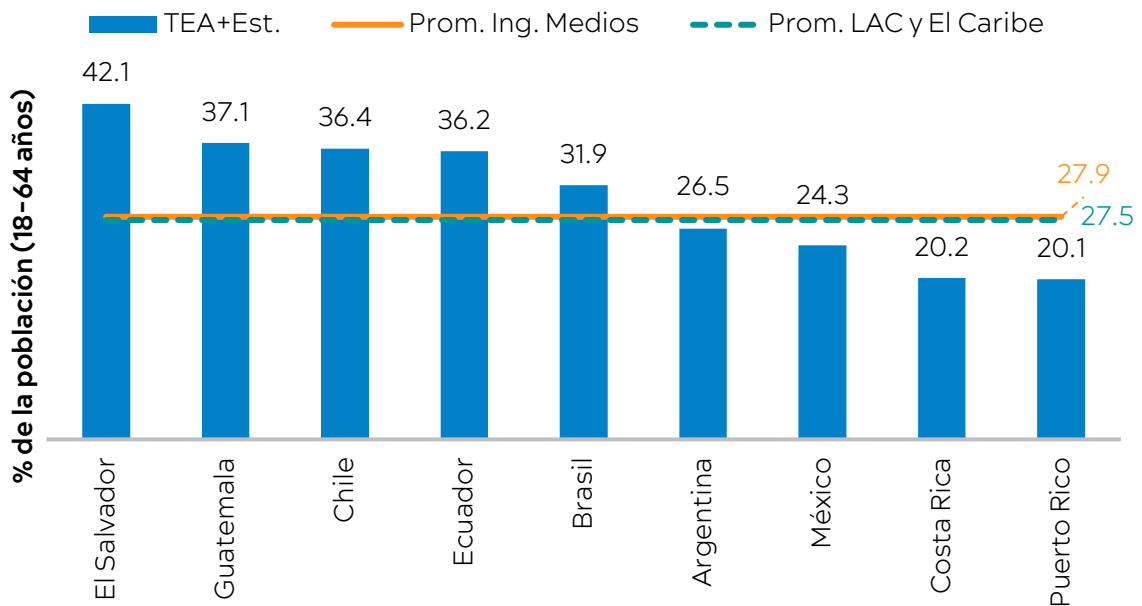
Gráfica 1.7: Clasificación de Guatemala en Tasa de Emprendimientos Establecidos



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2025.

Al considerar conjuntamente el emprendimiento temprano (TEA) y los negocios establecidos, Guatemala presenta un nivel de emprendimiento total de 37.1%, el segundo más alto en América Latina y el Caribe y el cuarto a nivel global.¹

Gráfica 1.8: Emprendimiento total (TEA + Establecidos) en Latinoamérica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

¹ Angola (63.4%), El Salvador (42.0%) y Arabia Saudita (41.6%) poseen las tres tasas más altas.

En términos generales, Guatemala se caracteriza por altos niveles de entrada al emprendimiento y una presencia relevante de negocios establecidos, lo que da lugar a una elevada tasa de emprendimiento total. No obstante, más allá de su magnitud, resulta necesario examinar su composición para evaluar su calidad y potencial de desarrollo.

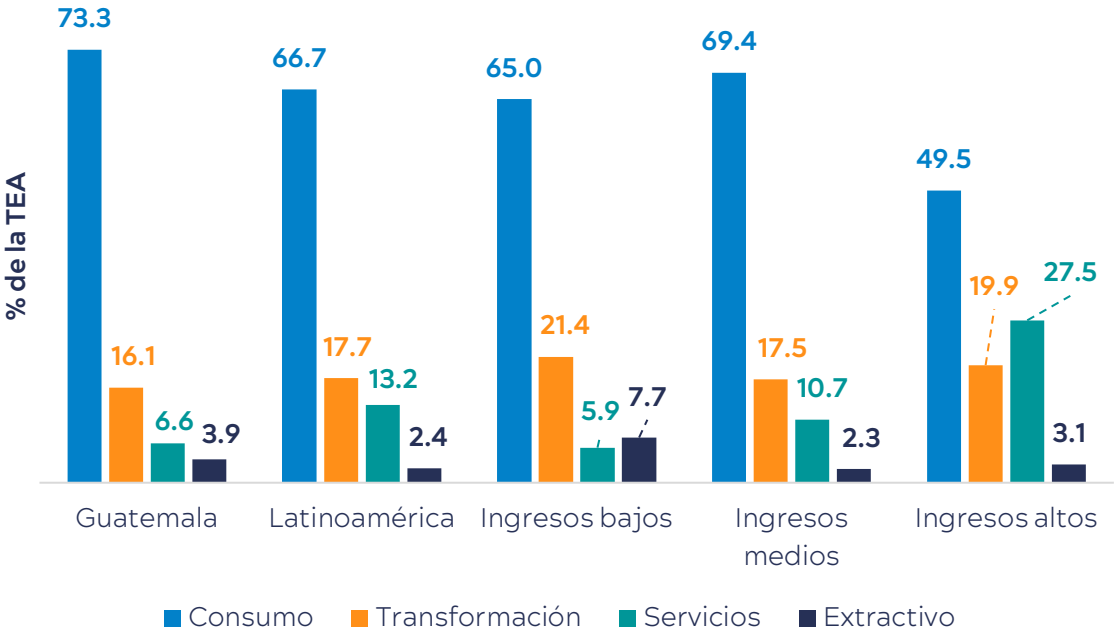
c) Características de los negocios

Para comprender mejor la naturaleza del emprendimiento observado, es necesario analizar la estructura de los negocios.

La **actividad económica** muestra un patrón consistente en todas las agrupaciones y etapas del emprendimiento: el sector consumo concentra la mayor proporción de actividades. Sin embargo, su peso relativo disminuye conforme aumenta el nivel de ingreso, dando lugar a una mayor diversificación sectorial.

En los emprendimientos tempranos (TEA), esta concentración es particularmente marcada. En Guatemala, el 73.3% de los negocios se concentra en el sector consumo, por encima del promedio regional (66.7%) y del resto de categorías de ingreso. En contraste, en economías de ingresos altos esta proporción desciende a 49.5%, reflejando una estructura más equilibrada.

Gráfica 1.9: Emprendimientos Tempranos (TEA) según actividad económica

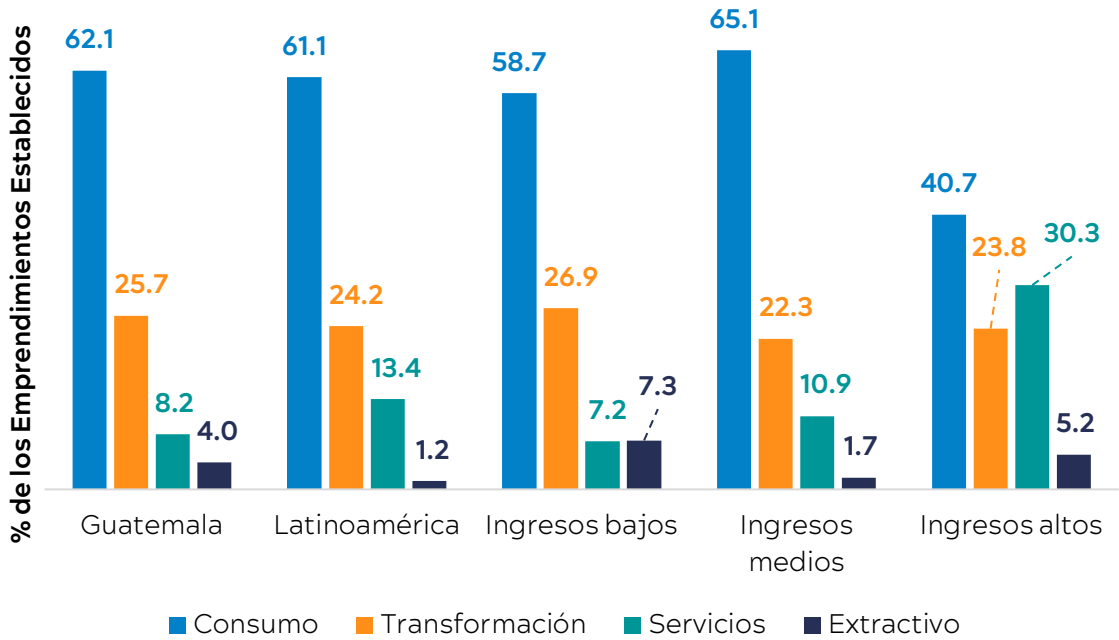


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

El sector transformación mantiene una participación relativamente estable entre economías, mientras que el sector servicios incrementa su peso conforme aumenta el nivel de ingreso, pasando de valores cercanos al 6% en economías de ingresos bajos a 27.5% en economías de ingresos altos, donde se convierte en la segunda actividad más relevante. El sector extractivo presenta una presencia marginal en todas las categorías.

Esta lógica se mantiene en los emprendimientos establecidos, aunque con menor concentración en consumo. En Guatemala, este sector representa el 62.1%, en línea con la región (61.1%). A medida que aumenta el nivel de ingreso, se observa nuevamente una transición hacia servicios, que alcanza 30.3% en economías de ingresos altos, consolidándose como la segunda categoría en importancia.

Gráfica 1.10: Emprendimientos Establecidos según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

En conjunto, los resultados indican que Guatemala presenta una estructura empresarial intensiva en actividades de consumo, patrón consistente con economías en etapas de desarrollo intermedias, caracterizado por una menor participación relativa de sectores intensivos en conocimiento y servicios.

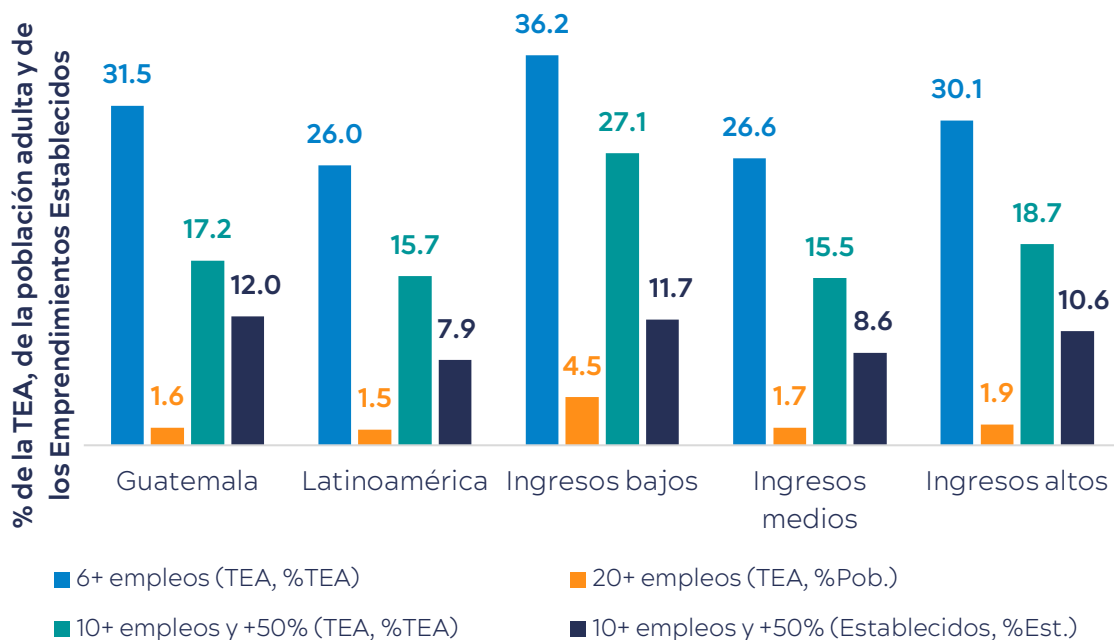
Más allá de la distribución sectorial, otro elemento clave es el potencial de crecimiento de los negocios.

En cuanto a las **expectativas de generación de empleo**, se observan diferencias relevantes según la etapa del negocio. En los emprendimientos tempranos, el 31.5% de los emprendedores en Guatemala espera generar al menos seis empleos en los próximos cinco años, nivel comparable al observado en economías de ingresos altos (30.1%) y superior al promedio regional (26.0%).

Sin embargo, las expectativas de alto crecimiento (20 o más empleos) siguen siendo reducidas en todas las economías, incluyendo Guatemala (1.6%), lo que indica que la mayoría de los emprendimientos se proyecta como de escala reducida.

Al analizar el indicador más exigente —emprendimientos que esperan generar diez o más empleos y crecer al menos 50%— se observa que las expectativas son sistemáticamente mayores en etapas tempranas que en negocios establecidos. En Guatemala, este indicador alcanza 17.2% en TEA, en línea con economías de ingresos medios, mientras que en los negocios establecidos asciende a 12.0%, nivel comparable al de economías de ingresos bajos.

Gráfica 1.11: Expectativas de creación de empleo en los próximos 5 años

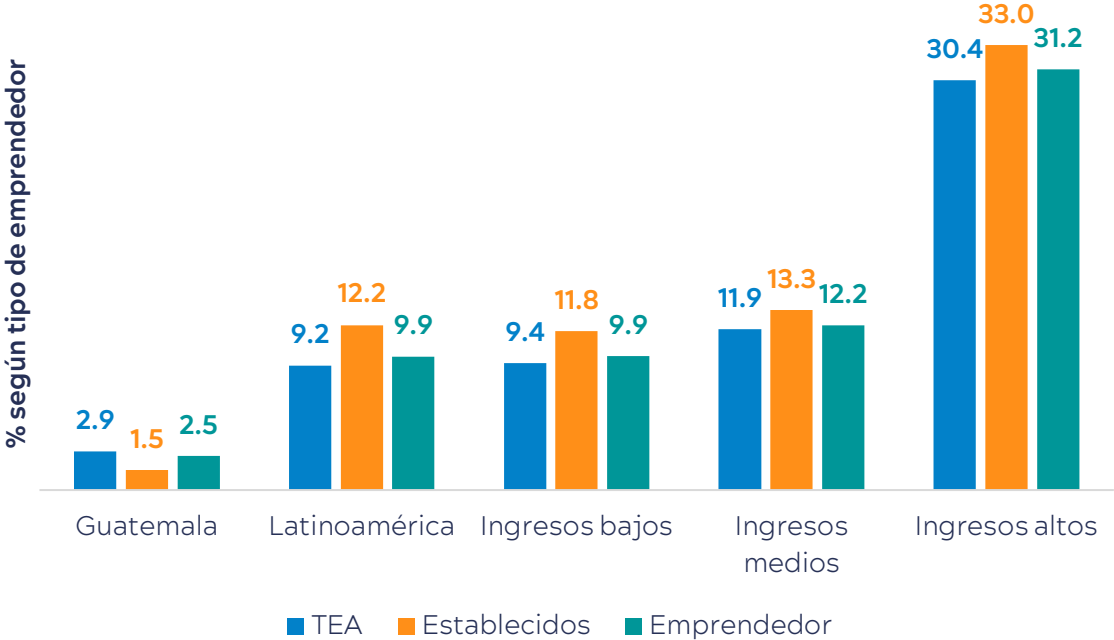


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Finalmente, dos dimensiones complementarias permiten evaluar el grado de sofisticación de los negocios: la internacionalización y la adopción tecnológica.

La proporción de emprendedores con **clientes en el extranjero** es significativamente menor en Guatemala (2.5%) que en la región y en todas las categorías de ingreso, lo que evidencia una reducida inserción internacional y sugiere barreras en el acceso a mercados externos.

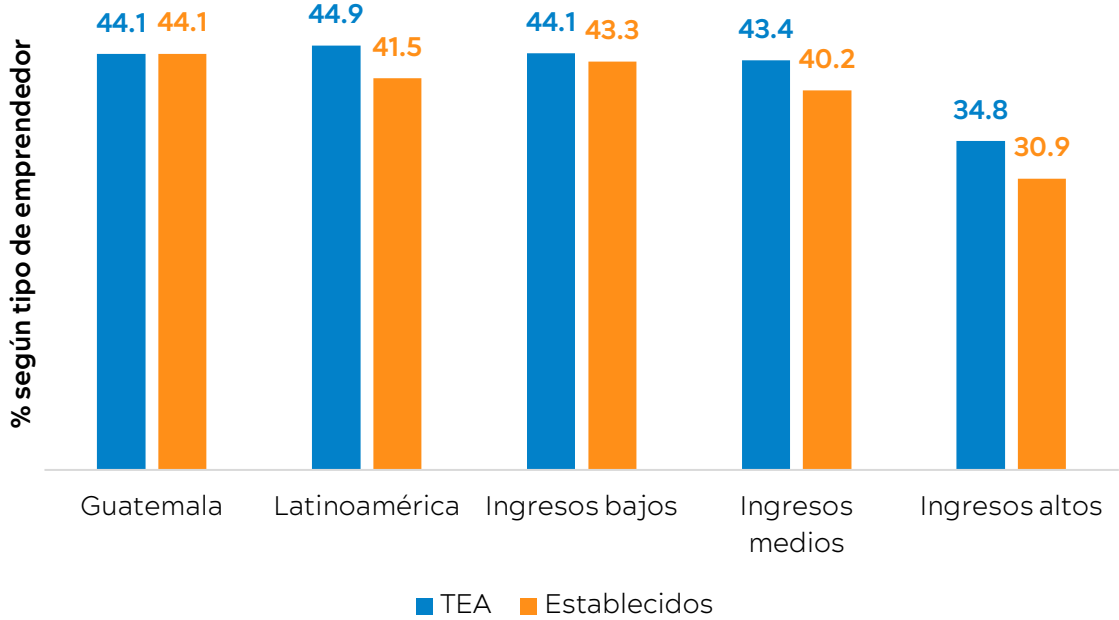
Gráfica 1.12: Emprendedores con clientes en el extranjero



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

En contraste, las expectativas sobre el uso de **inteligencia artificial** muestran una tendencia creciente. En Guatemala, el 44.1% de los emprendedores —tanto en etapas tempranas como establecidas— considera que estas herramientas serán importantes en los próximos tres años, nivel similar al de economías de ingresos bajos y superior al de economías de ingresos altos.

Gráfica 1.13: Emprendedores que creen que la IA será importante en sus negocios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

En conjunto, el perfil de los negocios en Guatemala se caracteriza por una alta concentración en actividades de consumo, expectativas de crecimiento moderadas y una baja inserción internacional, aunque con una creciente apertura hacia nuevas tecnologías. Este patrón sugiere la presencia de factores que restringen el escalamiento empresarial y la diversificación hacia actividades de mayor productividad.

Estas características no pueden entenderse de forma aislada, ya que están estrechamente vinculadas al entorno en el que operan los negocios. En este contexto, resulta necesario analizar las condiciones del ecosistema emprendedor.

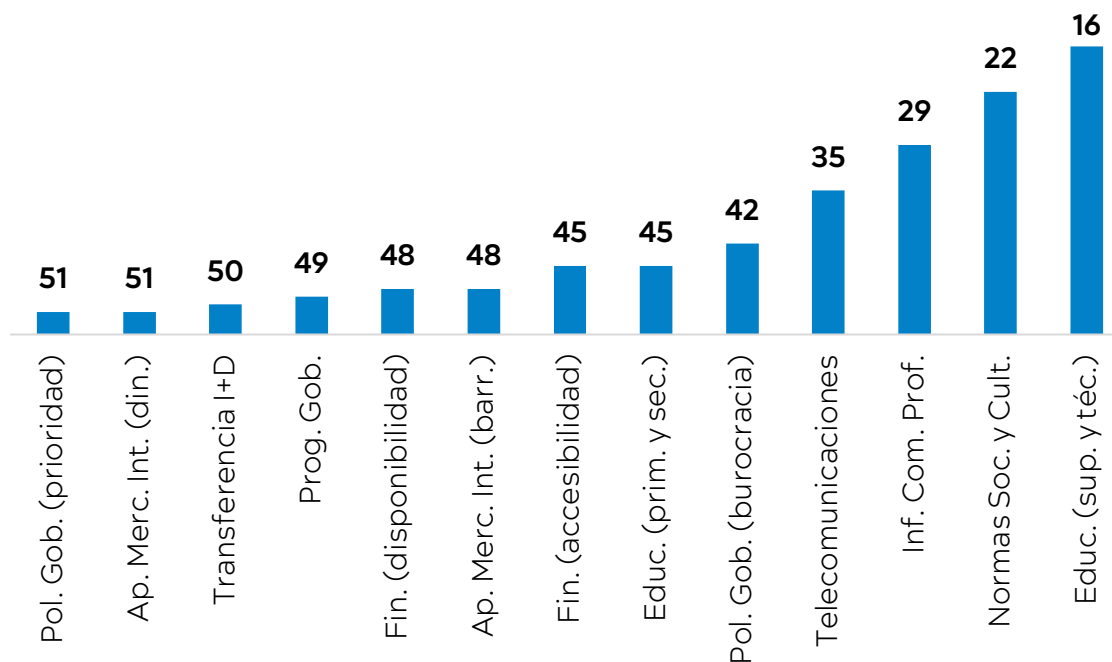
d) El entorno en donde se desarrolla el emprendimiento

Las características observadas en los negocios están estrechamente vinculadas al entorno en el que se desarrolla el emprendimiento. En este contexto, el análisis se basa en la Encuesta Nacional a Expertos (NES), que evalúa las condiciones del ecosistema emprendedor en trece dimensiones clave.²

De forma agregada, Guatemala presenta un desempeño rezagado en la mayoría de las áreas evaluadas, ubicándose sistemáticamente en el tercio inferior del conjunto de economías. Destacan particularmente las bajas posiciones en políticas gubernamentales (prioridad al emprendimiento) y en dinamismo del mercado interno, donde el país se sitúa entre los últimos lugares.

No obstante, el país se ubica en la mitad superior en dos dimensiones: educación emprendedora en niveles técnico y superior (puesto 16 de 53)³ y normas sociales y culturales (puesto 22), lo que sugiere la existencia de condiciones relativamente favorables en términos de capital humano y valoración social del emprendimiento.

Gráfica 1.14: Clasificación de Guatemala por categoría evaluada en la NES



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

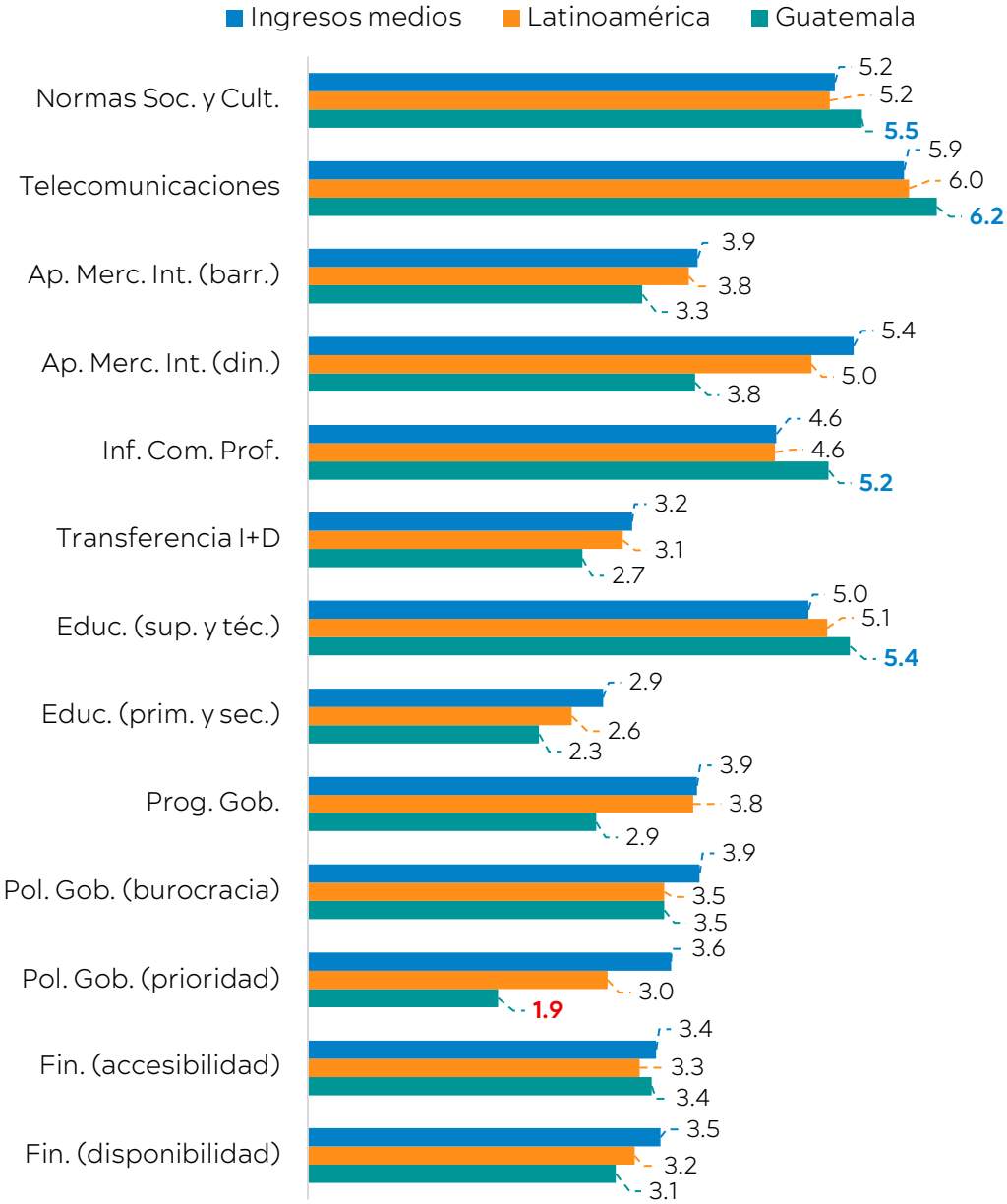
² Consultar el Recuadro 2 en el capítulo 3 para ver las definiciones de cada una.

³ En el ciclo 2025/2026 participaron 48 economías en la APS. Adicionalmente, cinco aportaron información únicamente para la NES, por lo que el total de economías con información NES asciende a 53.

Este posicionamiento relativo se complementa al analizar las puntuaciones promedio por dimensión.

Guatemala supera el promedio regional y el de economías de ingresos medios en cuatro áreas: infraestructura de telecomunicaciones (6.2), normas sociales y culturales (5.5), educación técnica y superior (5.4) e infraestructura comercial y profesional (5.2). Estas son, además, las únicas dimensiones en las que el país alcanza valores superiores a cinco puntos sobre diez.

Gráfica 1.15: Valor promedio de las categorías evaluadas en la NES



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

En contraste, las mayores debilidades se concentran en el ámbito institucional. La prioridad del gobierno al emprendimiento registra la puntuación más baja (1.9) y, junto con la apertura del mercado interno, constituye uno de los principales factores que limitan el desarrollo empresarial, mostrando brechas negativas frente a la región y a economías de ingresos medios.

En conjunto, el entorno emprendedor en Guatemala combina fortalezas en aspectos sociales, educativos y de infraestructura básica, con debilidades significativas en políticas públicas y condiciones de mercado. Estas limitaciones condicionan la calidad, la escala y las posibilidades de escalamiento de los emprendimientos.

Los resultados presentados en este capítulo permiten situar a Guatemala en el contexto internacional, tanto en términos de percepciones y actitudes como de actividad emprendedora y entorno. Para comprender con mayor precisión la dinámica interna del emprendimiento en el país, el siguiente capítulo profundiza en las características específicas de los emprendedores y sus negocios a nivel nacional.

CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES GUATEMALTECOS Y DE SUS NEGOCIOS

La caracterización de los emprendedores guatemaltecos y de sus negocios, siguiendo la metodología del GEM, se realiza con base en la información recopilada en la Encuesta a la Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés). Esta encuesta, estandarizada a nivel internacional, permite analizar de forma representativa la dinámica emprendedora del país y complementar el análisis comparado presentado en el capítulo anterior.

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

En Guatemala, para el ciclo 2025/2026 del GEM, se entrevistaron 3,364 personas con edades comprendidas entre los 18 y 64 años. Para llegar a esta muestra, se llevó a cabo una selección aleatoria de 192 municipios de los 340 existentes y se recopiló información representativa a nivel nacional y en las zonas urbanas de las ciudades de Guatemala, Quetzaltenango y Antigua Guatemala. Las encuestas se realizaron de forma aleatoria. A partir de un punto central en el municipio, se realizó una caminata en círculos concéntricos para seleccionar los hogares. En éstos se buscó a la persona entre 18 y 64 años cuyo cumpleaños estuviese más cerca al momento de la encuesta. Si no estaba disponible, se hicieron tres visitas más para contactarla; y, si no estaba disponible en ninguna de éstas, se seleccionó un nuevo hogar de forma aleatoria. Se planificó realizar 3,045 encuestas, y finalmente se completaron 3,364. A continuación, se presentan las características de la población encuestada:

1. El 48.8% de las personas son hombres y 51.2% mujeres.
2. El 23.3% tiene entre 18 y 24 años, 30.2% entre 25 y 34 años, 22.3% entre 35 y 44 años, 14.8% entre 45 y 54 años, y 9.4% entre 55 y 64 años.
3. El 15.5% no ha estudiado o no terminó la primaria, 18.4% posee primaria completa o no terminó el ciclo básico, 14.3% tiene el ciclo básico completo o no terminó el diversificado, 44.4% tiene diversificado completo o no terminó la universidad y 7.1% concluyó la educación universitaria.
4. El 43.0% está casado, 35.3% soltero, 17.0% unido, 2.3% separado, 1.7% viudo, y el 0.6% divorciado.
5. El 44.7% se identificó como cristiano evangélico, el 43.5% como católico, el 11.4% como ateo y el 0.3% reconoció alguna otra religión.

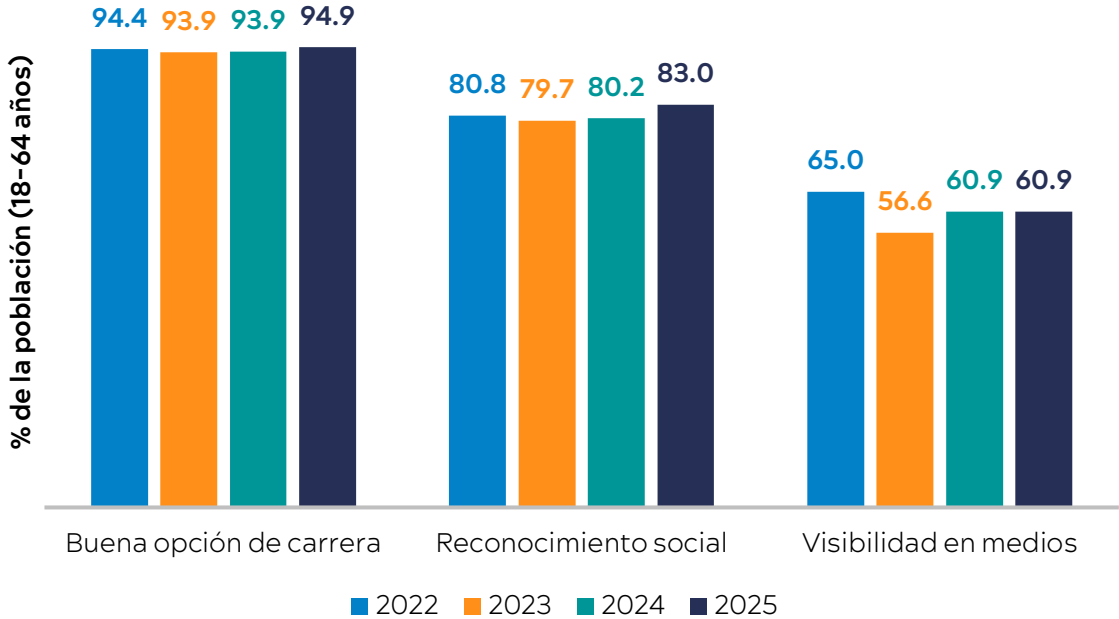
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos armonizada APS 2025.

El capítulo se divide en cuatro secciones. En la primera se examinan las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala. En la segunda se analizan las fases del proceso emprendedor. En ambas se evalúa su evolución en el período 2022-2025. Finalmente, en la tercera y cuarta secciones se caracterizan, respectivamente, a los emprendedores y a los negocios que desarrollan.

a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala

En Guatemala, nueve de cada diez personas (94.5%) consideran que el emprendimiento es una buena opción de carrera, ocho de cada diez (83.0%) creen que los emprendedores gozan de reconocimiento social y seis de cada diez (60.9%) perciben que estos reciben visibilidad en los medios de comunicación.

Gráfica 2.1: Percepciones hacia el emprendimiento en Guatemala

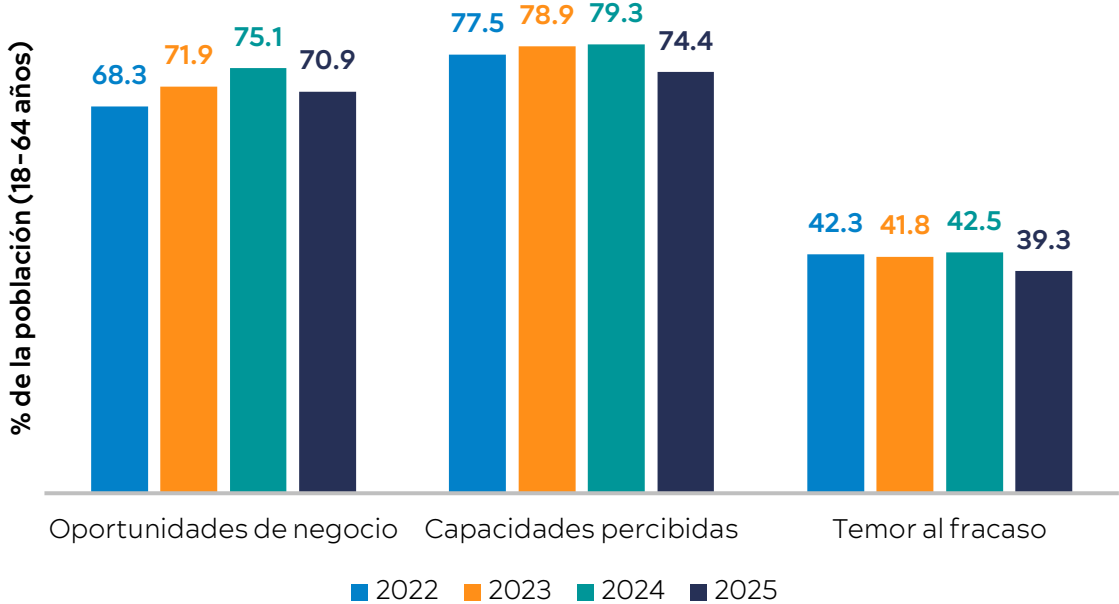


Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2022 a 2025.

De las tres dimensiones, el reconocimiento social muestra un leve incremento en 2025, mientras que las demás se mantienen relativamente estables.

En cuanto a las actitudes, siete de cada diez personas (70.9%) consideran que existen buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses. Asimismo, tres de cada cuatro (74.4%) perciben que cuentan con las capacidades necesarias para emprender, y cuatro de cada diez (39.3%) consideran que el temor al fracaso puede ser un obstáculo.

Gráfica 2.2: Actitudes ante el emprendimiento en Guatemala



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2022 a 2025.

En comparación con el año anterior, se observa una disminución en las tres actitudes. Esto sugiere un deterioro en la percepción de oportunidades y en la confianza en las propias capacidades, aunque la reducción en el temor al fracaso apunta en sentido contrario, reflejando una menor aversión al riesgo.

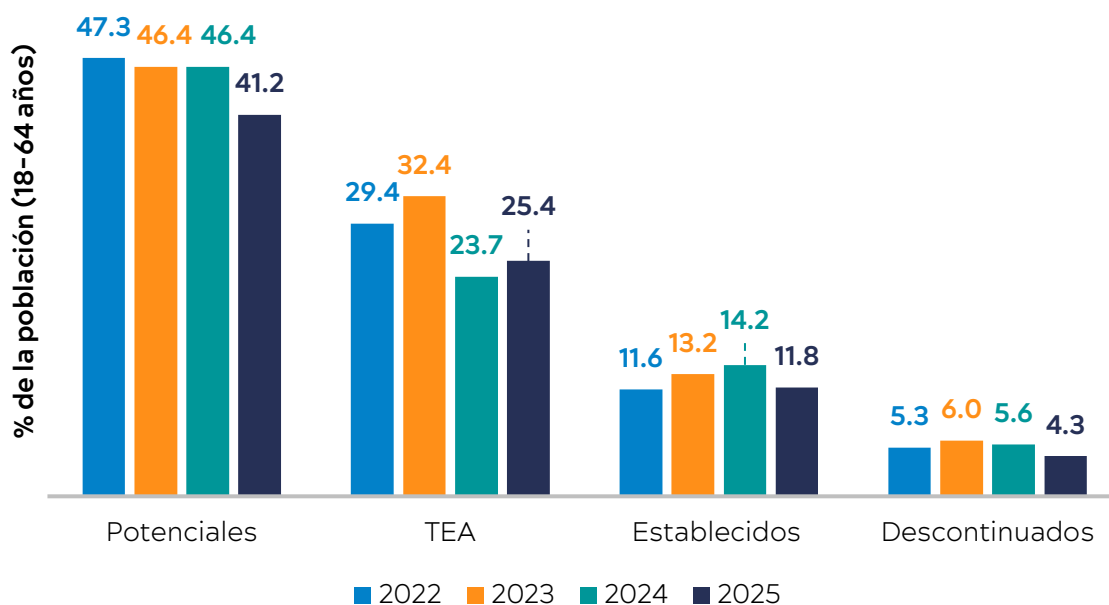
En conjunto, los resultados indican que, si bien el entorno perceptual hacia el emprendimiento sigue siendo favorable, existen señales recientes de debilitamiento en algunos de sus componentes clave.

b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala

El 41.2% de la población adulta tiene una idea de negocio que podría convertirse en una actividad generadora de ingresos, lo que se conoce como emprendimiento potencial.

Por su parte, el 25.4% de los guatemaltecos se encuentra en la etapa de emprendimiento temprano (TEA), compuesta por emprendedores nacientes (14.1%) y dueños de negocios nuevos (11.3%). Asimismo, el 11.8% posee negocios establecidos y el 4.3% ha cerrado un negocio en el último año.

Gráfica 2.3: Fases del proceso emprendedor en Guatemala



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2022 a 2025.

Entre 2024 y 2025 se observa una reducción en los emprendimientos potenciales y establecidos, un aumento en los emprendimientos tempranos y una disminución en los negocios descontinuados.

Estos resultados sugieren una dinámica emprendedora activa, caracterizada por una elevada entrada de nuevos negocios, pero con menores niveles de consolidación en el tiempo, lo que evidencia una tensión entre creación y sostenibilidad empresarial.

Una vez descritas las fases del proceso emprendedor, es relevante analizar quiénes son las personas que participan en estas etapas.

c) Características de los emprendedores

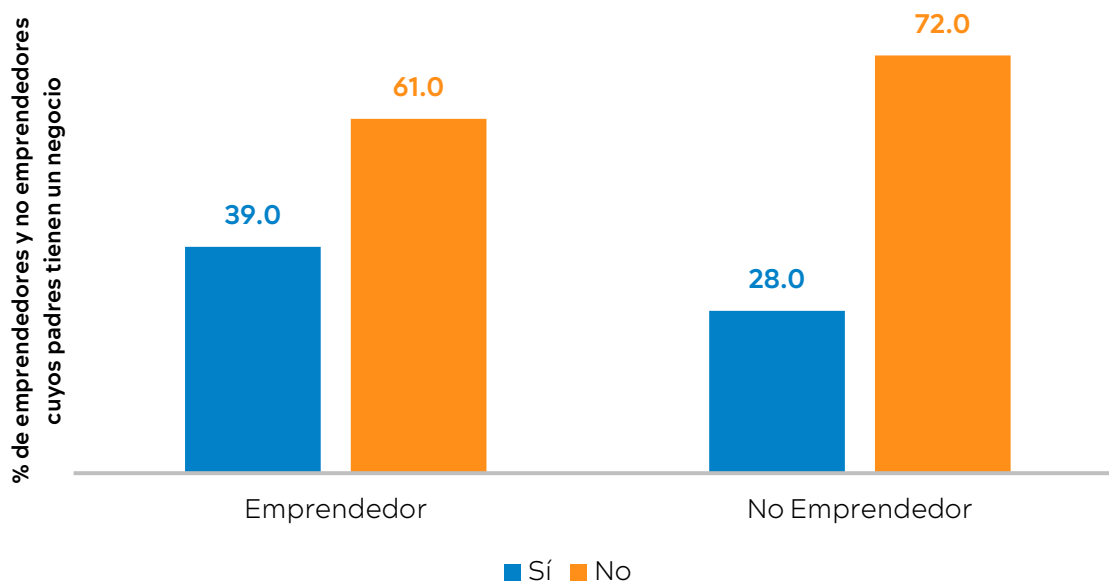
En Guatemala, el 37.1% de la población adulta participa en alguna actividad emprendedora, ya sea en etapas tempranas o con negocios establecidos.

Los datos muestran que el emprendimiento en el país está influenciado por el entorno familiar, presenta brechas por género, alcanza su mayor incidencia en la mediana edad y se vincula estrechamente con la necesidad de generar ingresos.

1. Modelo a seguir: la influencia del entorno familiar en el emprendimiento

El 31.7% de la población reporta que sus padres tuvieron un negocio; proporción mayor entre emprendedores (39.0%) que entre no emprendedores (28.0%).

Gráfica 2.4: ¿Tenían o tienen sus padres un negocio?



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Esta diferencia sugiere la importancia del entorno familiar en la formación de comportamientos emprendedores.

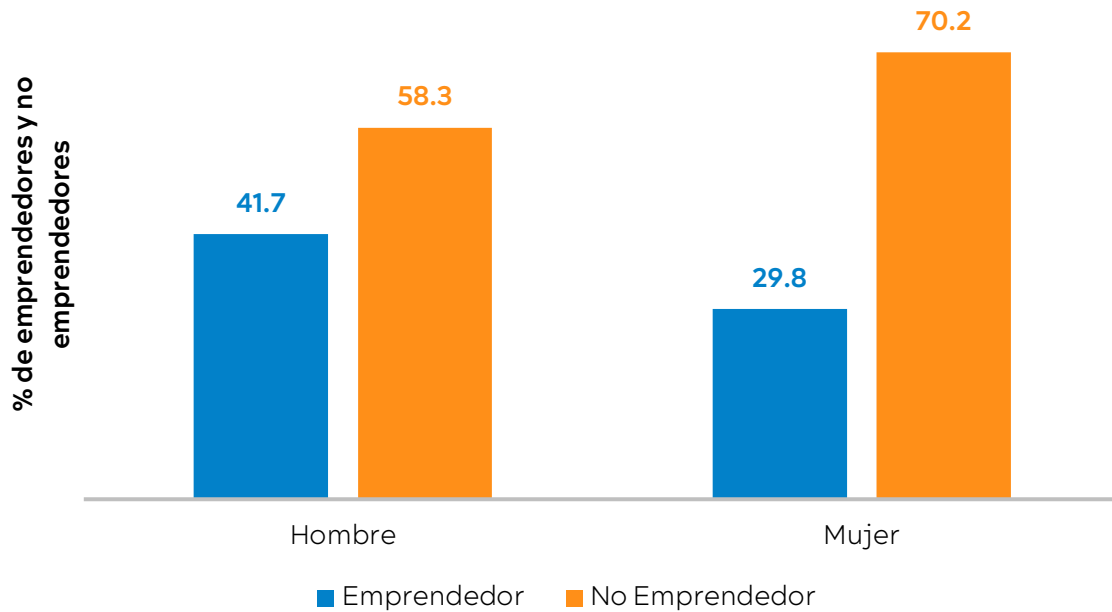
La literatura internacional indica que tener padres emprendedores incrementa la probabilidad de emprender, principalmente a través de mecanismos de socialización, interacción familiar, aprendizaje por observación y exposición temprana al emprendimiento.⁴ En este sentido, los resultados observados en Guatemala son consistentes con estos hallazgos.

⁴ Véase Cardella *et al.* (2020); Chlosta *et al.* (2012); Hopp *et al.* (2019); Lindquist *et al.* (2015).

2. Sexo: brechas en la participación emprendedora

El 57.1% de los emprendedores son hombres y el 42.9% mujeres. En términos relativos, el 41.7% de los hombres participa en actividades emprendedoras, frente al 29.8% de las mujeres.

Gráfica 2.5: Comparación de la presencia del emprendimiento por sexo



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Esta diferencia evidencia una brecha de género significativa en la participación emprendedora. La literatura internacional señala que estas brechas responden principalmente a factores estructurales y socioculturales —como normas de género, sesgos institucionales y diferencias en los procesos de socialización— así como a brechas en la autoeficacia e identidad emprendedora percibida.⁵

Estos factores estructurales se reflejan también en el caso guatemalteco, donde las mujeres perciben menos oportunidades, consideran tener menores capacidades para emprender y presentan mayor temor al fracaso, lo que refuerza esta brecha en la participación.⁶

⁵ Véase Köpke & Schmitt-Rodermund (2025); Richard *et al.* (2025); Rotnitsky *et al.* (2023).

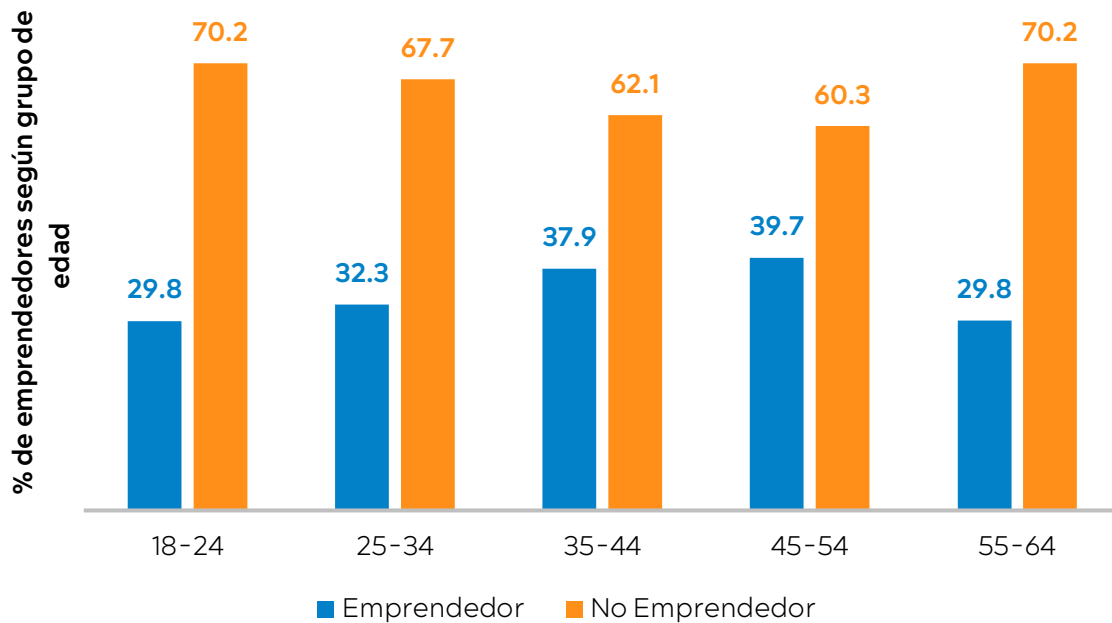
⁶ Universidad Francisco Marroquín (2026).

3. Edad: concentración del emprendimiento en la mediana edad

El 49.4% de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años, proporción similar a la estructura etaria de la población total, lo que sugiere que la distribución del emprendimiento refleja en gran medida la demografía del país.

Sin embargo, la mayor incidencia del emprendimiento se observa en el grupo de 45 a 54 años (39.7%).

Gráfica 2.6: Emprendedores y no emprendedores por grupo de edad



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

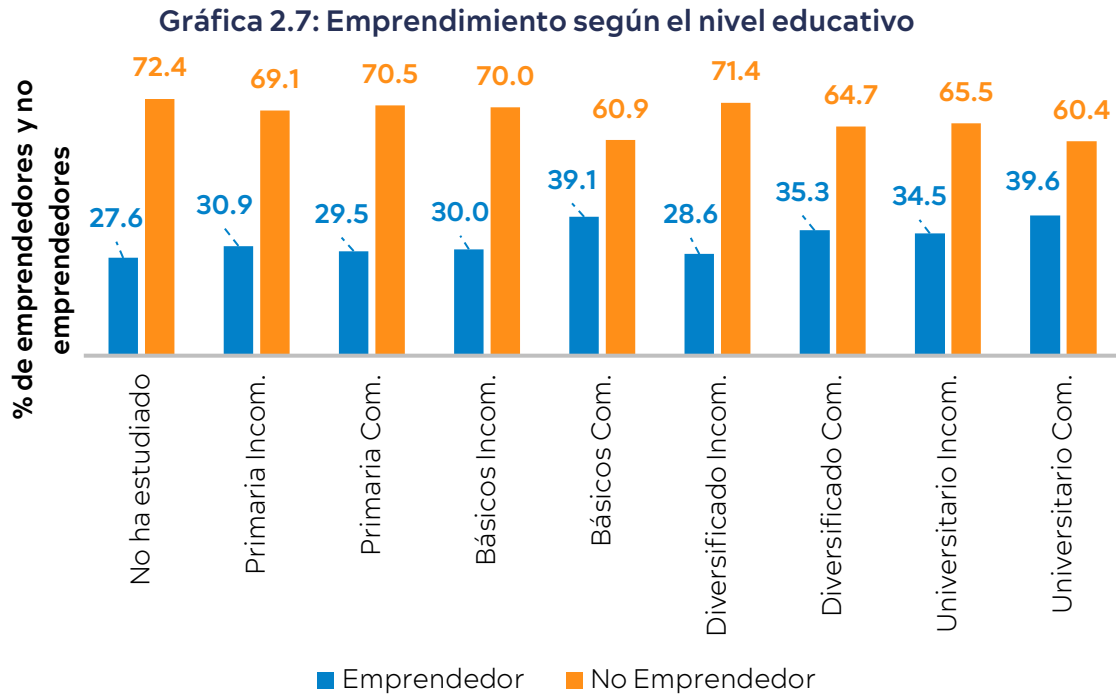
La literatura internacional documenta una relación no lineal entre edad y emprendimiento, generalmente en forma de U invertida, explicada por la acumulación de capital humano, experiencia laboral y redes a lo largo del ciclo de vida, así como por cambios en el costo de oportunidad y en el horizonte temporal conforme avanza la edad.⁷

⁷ Véase Backman & Karlsson (2018); Lévesque & Minniti (2006); Liang *et al.* (2014); Zelekha & Kavé (2022).

4. Educación formal: el capital humano como determinante del emprendimiento

El 54.6% de los emprendedores cuenta con al menos educación diversificada completa y el 8.3% posee educación universitaria.

La menor prevalencia del emprendimiento (27.6%) se observa entre quienes no han estudiado, mientras que la mayor (39.6%) corresponde a quienes han completado estudios universitarios.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

La relación entre educación y emprendimiento es compleja y no necesariamente unidireccional. Por un lado, la educación facilita la identificación de oportunidades y la gestión de negocios; por otro, incrementa el costo de oportunidad al abrir alternativas laborales más estables.

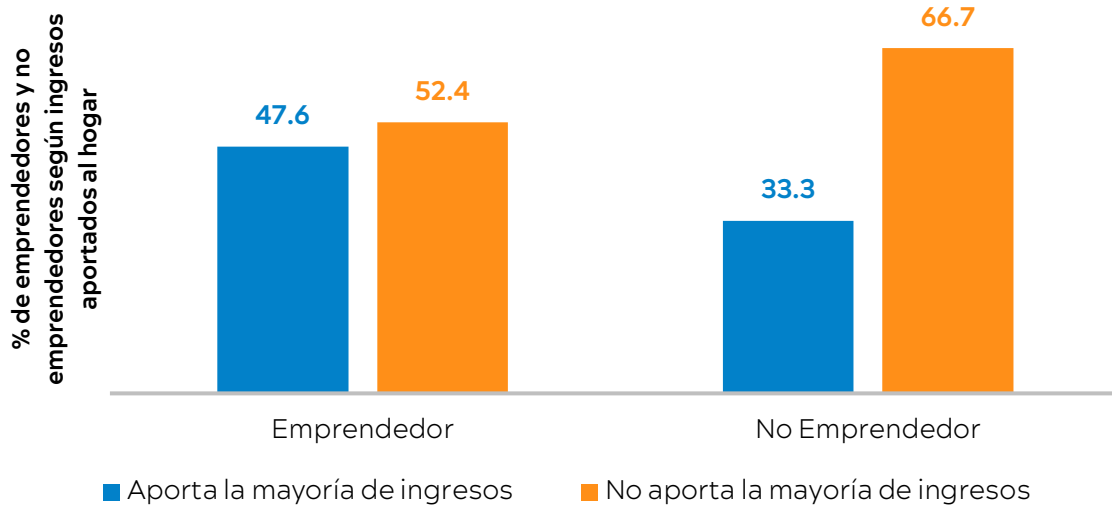
La literatura destaca que el capital humano juega un papel central en el emprendimiento, al desarrollar habilidades cognitivas, conocimientos técnicos y capacidades de gestión. En este sentido, la evidencia sugiere que el efecto de la educación sobre el emprendimiento depende del balance entre el capital humano acumulado y el costo de oportunidad asociado a mejores alternativas laborales.⁸

⁸ Véase Parker & van Praag (2006); Arenius & Minniti (2005); Block *et al.* (2013); van der Sluis *et al.* (2008).

5. Importancia del emprendimiento: estrategia de generación de ingresos en el hogar

El 47.6% de los emprendedores indica que su negocio aporta la mayor parte de los ingresos del hogar, lo que evidencia su papel central en la sostenibilidad económica familiar.

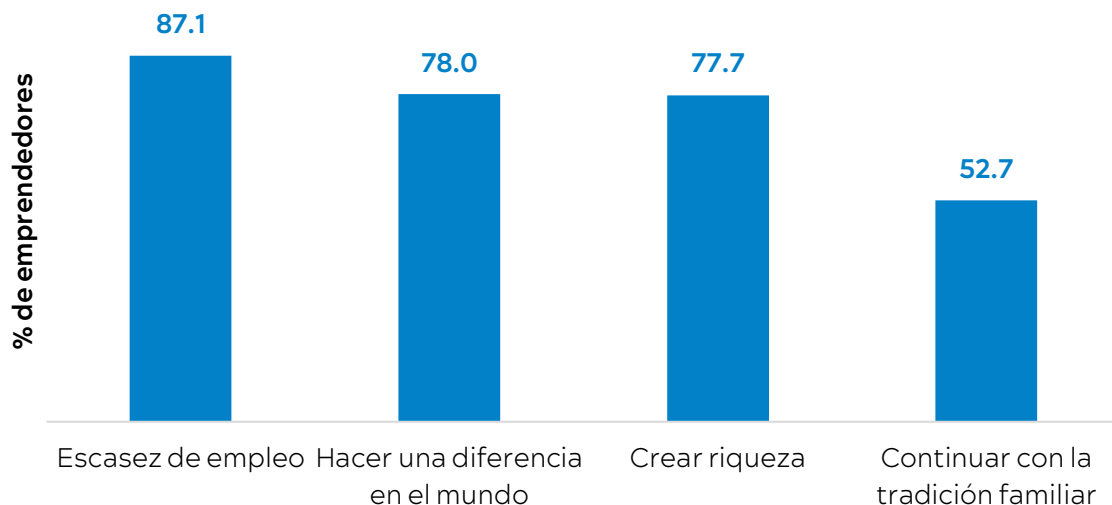
Gráfica 2.8: ¿Usted aporta la mayoría de los ingresos del hogar?



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Además, el 87.1% señala que inició su negocio debido a la escasez de empleo, lo que confirma el predominio del emprendimiento por necesidad.

Gráfica 2.9: Motivaciones para emprender



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

En conjunto, estos resultados muestran que el emprendimiento en Guatemala cumple una función clave como mecanismo de generación de ingresos, más que como estrategia orientada a la explotación de oportunidades de alto crecimiento.

La literatura internacional muestra que, en economías en desarrollo, el emprendimiento cumple un rol clave como estrategia de generación y diversificación de ingresos a nivel de hogar, especialmente cuando los mercados laborales formales son restrictivos. En estos contextos, los hogares combinan distintas fuentes de ingreso —empleo asalariado, autoempleo y actividades empresariales— para gestionar riesgos y estabilizar su consumo.

No obstante, cuando el emprendimiento surge principalmente por necesidad, tiende a asociarse con negocios de menor escala, menor productividad y menor potencial de crecimiento.⁹ En este sentido, los resultados sugieren que, si bien el emprendimiento es fundamental para la generación de ingresos en los hogares guatemaltecos, una parte importante de este se concentra en actividades con capacidades más limitadas de expansión, innovación y generación de empleo.

⁹ Véase Fairlie & Fossen (2019); Lim *et al.* (2024); Poschke (2013).

d) Características de los negocios

Además de los atributos individuales de los emprendedores, es fundamental analizar las características de los negocios que desarrollan, ya que estas reflejan cómo las capacidades, motivaciones y restricciones de los emprendedores se traducen en decisiones productivas, estructuras empresariales y trayectorias de crecimiento.

En términos generales, los emprendimientos en Guatemala tienden a operar a pequeña escala, con alta dependencia de recursos propios y una marcada orientación hacia mercados locales. Asimismo, presentan niveles reducidos de sofisticación productiva y tecnológica.

Estos rasgos permiten anticipar posibles barreras en su capacidad de crecimiento, creación de empleo y aumento de la productividad, aspectos que se analizan en detalle a continuación.

1. Inversión inicial y financiamiento: alta dependencia de recursos propios

El 52.3% de los emprendimientos inicia con una inversión de Q10,000 o menos, lo que refleja bajos niveles de capitalización desde las etapas iniciales.

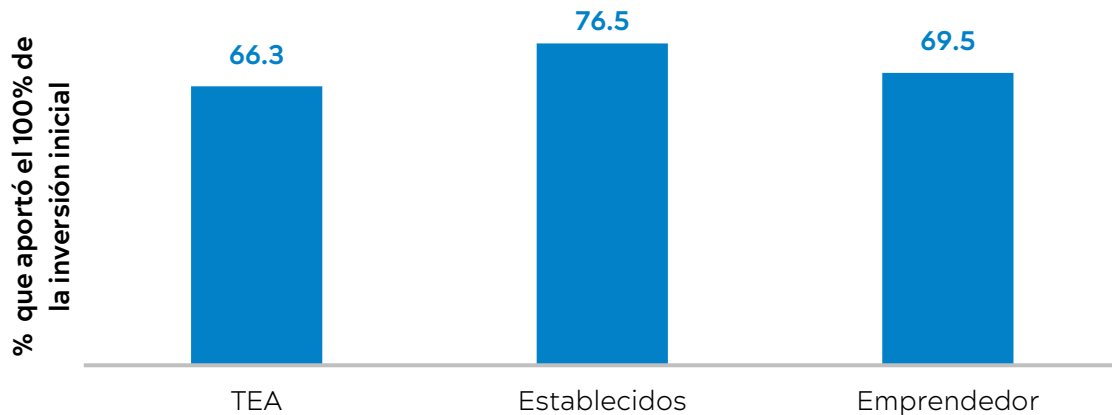
Tabla 2: Inversión al iniciar el negocio

Rangos de inversión inicial	TEA	Establecidos	Emprendedor
Menos de Q1,000	14.8	12.0	14.0
Entre Q1,001 y Q5,000	22.8	25.3	23.6
Entre Q5,001 y Q10,000	15.0	16.9	15.6
Entre Q10,001 y Q25,000	19.5	20.9	19.9
Entre Q25,000 y Q50,000	14.6	11.0	13.5
Entre Q50,000 y Q100,000	9.0	10.7	9.6
Más de Q100,000	4.1	3.2	3.8

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

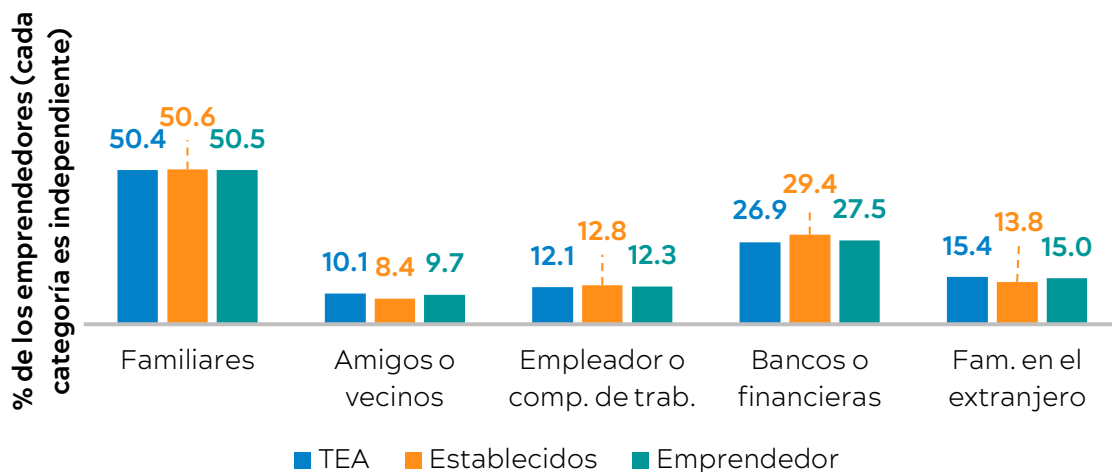
En línea con ello, el 69.5% de los negocios se financian exclusivamente con recursos propios. Cuando se recurre a financiamiento externo, este proviene principalmente del entorno cercano —familiares y amigos— mientras que el acceso a fuentes formales, como el sistema financiero, es más reducido.

Gráfica 2.10: Emprendimientos que se financiaron con fondos propios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Gráfica 2.11: Origen del financiamiento que no fue con fondos propios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Este patrón es consistente con la literatura sobre financiamiento emprendedor, que señala que en las etapas iniciales predominan mecanismos de autofinanciamiento (bootstrapping) y financiamiento informal. Aunque estas formas de financiamiento facilitan la entrada al emprendimiento, también suelen asociarse con bajos niveles de capitalización, lo que puede limitar la escala operativa y las posibilidades de crecimiento desde etapas tempranas.¹⁰

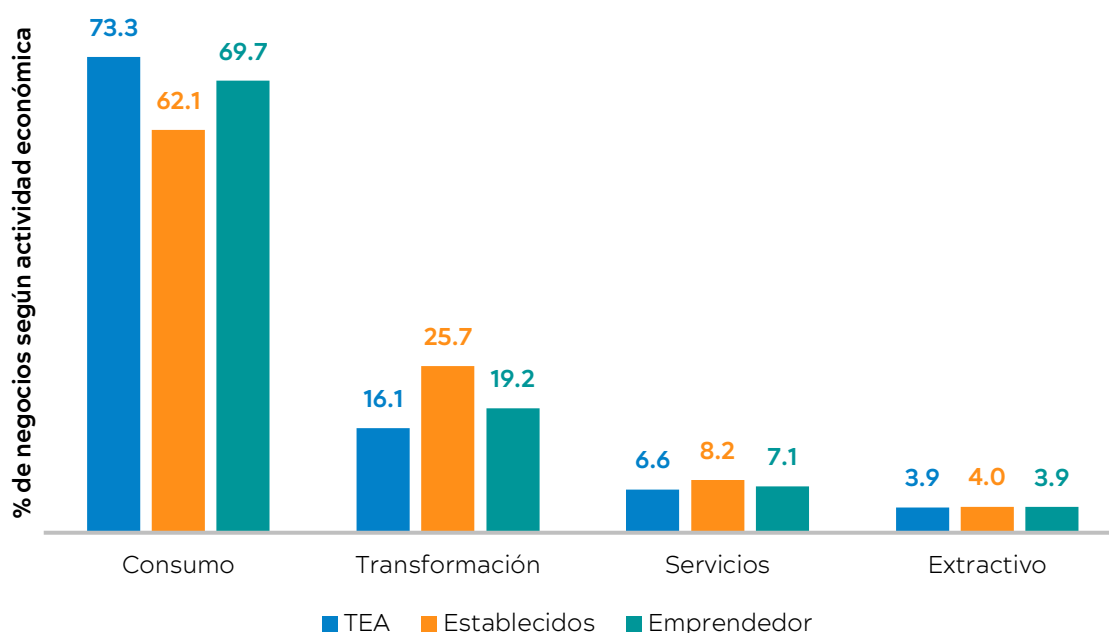
¹⁰ Véase Berger & Udell (1998); Evans & Jovanovic (1989); Winborg & Landström (2001).

2. Actividad económica: concentración en el sector consumo

El 69.7% de los emprendimientos se concentra en actividades orientadas al consumo, como comercio minorista y servicios personales. Esta proporción es mayor en los emprendimientos tempranos que en los establecidos.

En contraste, la participación en actividades de transformación y servicios más especializados es considerablemente menor, lo que refleja una baja diversificación productiva.

Gráfica 2.12: Emprendimientos según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

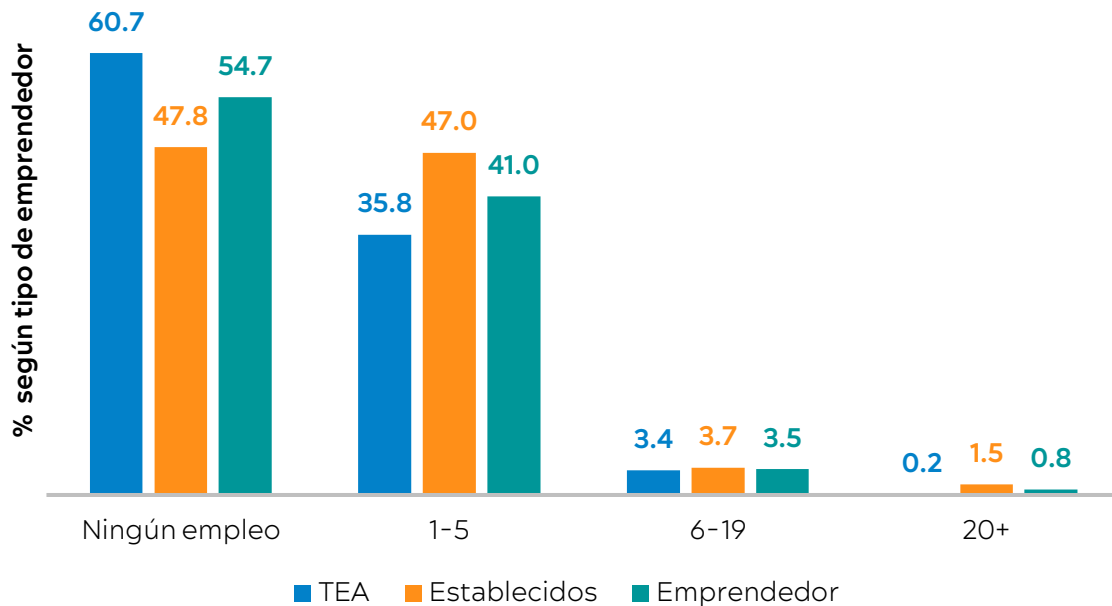
Este patrón sugiere una estructura empresarial concentrada en actividades con menores requerimientos de capital y barreras de entrada relativamente bajas. La literatura internacional documenta que, a medida que aumenta el nivel de desarrollo económico, las economías tienden a diversificar su estructura productiva y a incrementar la participación de actividades más intensivas en conocimiento y productividad.¹¹ En este sentido, la concentración observada en Guatemala es consistente con economías en niveles intermedios de desarrollo económico.

¹¹ Véase Duarte & Restuccia (2010); Herrendorf *et al.* (2014).

3. Generación de empleo: prevalencia del autoempleo y estructuras reducidas

El 45.3% de los emprendimientos genera al menos un empleo. Sin embargo, la mayoría de los negocios opera como autoempleo o con estructuras laborales muy reducidas.

Gráfica 2.13: Empleos generados por los emprendedores



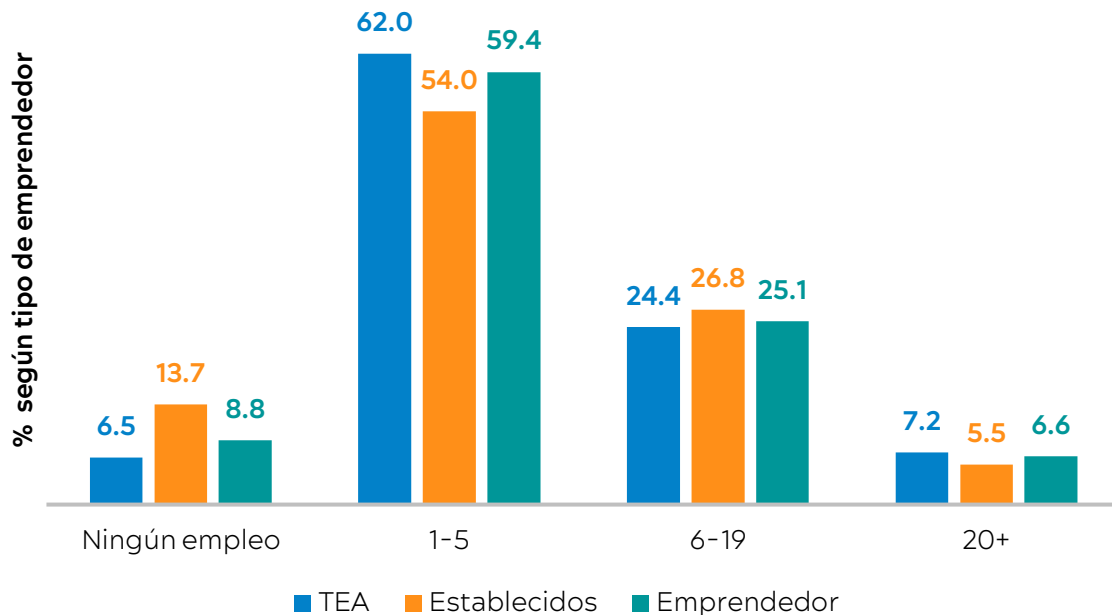
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Este patrón evidencia que, aunque una proporción relevante de emprendimientos contribuye a la generación de empleo, su capacidad de absorción laboral es limitada. En muchos casos, el negocio constituye principalmente una fuente de autoempleo más que una unidad productiva con capacidad de expansión, lo que restringe su contribución al crecimiento del empleo formal.

4. Expectativas de generación de empleo: proyecciones de crecimiento moderado

El 91.2% de los emprendedores espera generar al menos un empleo adicional en los próximos cinco años, aunque la mayoría proyecta incrementos modestos, principalmente entre uno y cinco empleos.

Gráfica 2.14: Expectativas de generación de empleo dentro de cinco años



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Las proyecciones de crecimiento son mayores en los emprendimientos en etapas tempranas que en los negocios establecidos, lo que es consistente con la evidencia internacional, la cual indica que las empresas jóvenes tienden a mostrar una mayor orientación al crecimiento.

No obstante, la literatura también muestra que una parte importante de los emprendimientos no logra consolidar sus expectativas iniciales de crecimiento debido a restricciones operativas, financieras y de mercado.¹² En este sentido, los resultados reflejan una brecha potencial entre las aspiraciones de crecimiento y las condiciones estructurales que enfrentan los negocios.

¹² Véase Haltiwanger *et al.* (2013); Reynolds (2005).

5. Ubicación de los clientes: enfoque hacia mercados locales

El 74.3% de los emprendedores atiende principalmente a clientes en su comunidad o municipio, lo que evidencia una fuerte orientación hacia mercados locales cercanos.

Tabla 4: Ubicación de la mayoría de clientes de los emprendedores

¿Dónde están la mayoría de sus clientes?	TEA	Establecidos	Emprendedor
En mi comunidad, pueblo, aldea	44.0	37.1	41.8
En mi municipio	31.0	35.5	32.5
En otro municipio de mi departamento	4.3	8.1	5.6
En mi departamento	10.2	8.5	9.6
En otro departamento	3.4	4.3	3.7
En toda Guatemala	7.1	6.4	6.9

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

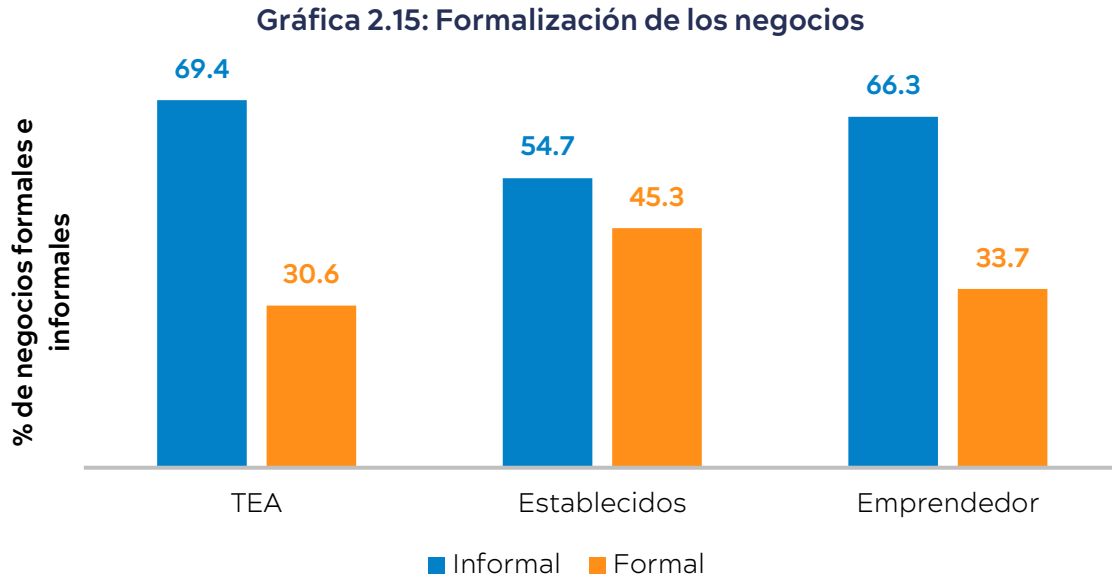
Si bien esta proximidad facilita el acceso inicial al mercado y reduce costos de operación, también limita el alcance geográfico de los negocios, restringe la diversificación de la demanda y reduce las oportunidades de expansión.

La literatura destaca que el acceso a mercados más amplios está asociado con mayores niveles de productividad, aprendizaje y crecimiento empresarial. En este sentido, la concentración en mercados locales puede limitar el escalamiento de los emprendimientos y su capacidad de integrarse a mercados de mayor alcance.¹³

¹³ Véase Bernard *et al.* (2007); Melitz (2003).

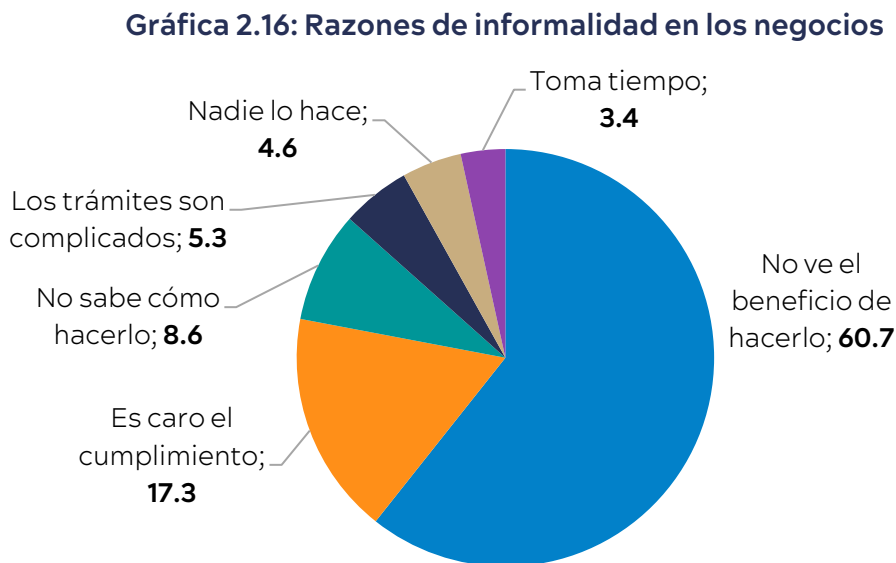
6. Formalización: alta prevalencia de la informalidad

Dos de cada tres emprendimientos operan en condiciones de informalidad, siendo esta más frecuente en las etapas tempranas que en los negocios establecidos.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Las principales razones para no formalizarse están asociadas a la percepción de que hacerlo no genera beneficios claros y a los costos económicos y administrativos que implica el cumplimiento de requisitos.



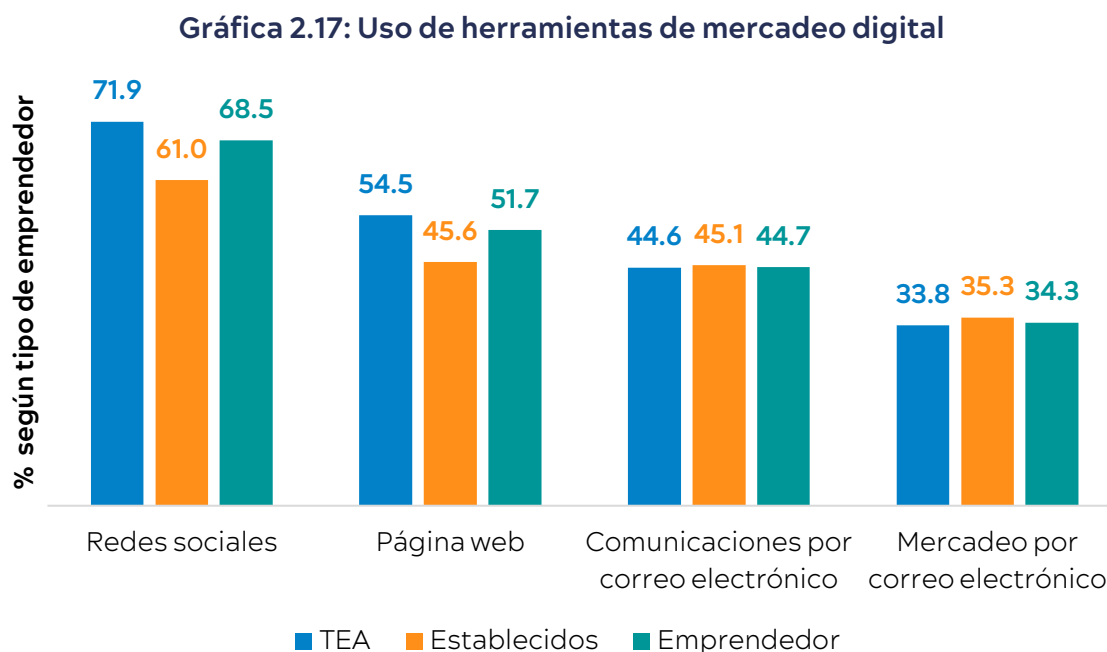
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Este comportamiento es consistente con la literatura sobre informalidad, que plantea que la decisión de operar fuera del marco formal no solo responde a limitaciones estructurales, sino también a una evaluación racional de costos y beneficios. En contextos donde los costos de formalización son elevados y los beneficios percibidos son reducidos o poco visibles, especialmente en emprendimientos de baja escala y motivados por necesidad, los negocios tienden a permanecer en la informalidad como un mecanismo para sostener su viabilidad económica.¹⁴

7. Uso de herramientas digitales e inteligencia artificial: adopción aún limitada

El 68.5% de los emprendedores indicó que las redes sociales son un recurso muy importante en sus operaciones comerciales diarias. Otros instrumentos de mercadeo digital también presentan niveles relevantes de importancia, aunque en menor medida: el 51.7% señala contar con una página web, el 44.7% utiliza comunicaciones por correo electrónico y el 34.3% recurre al mercadeo por este mismo canal.

Estos resultados muestran una adopción extendida de herramientas digitales, particularmente aquellas de fácil acceso e implementación, como las redes sociales, mientras que otras herramientas que requieren mayor estructuración presentan menor uso relativo.

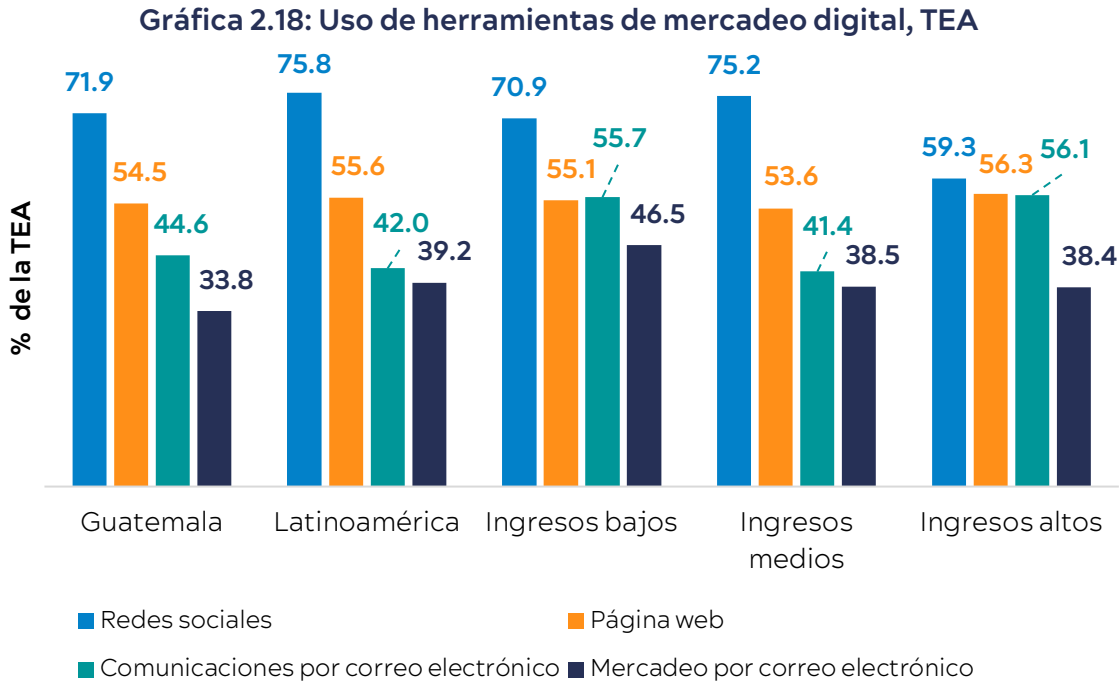


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

¹⁴ Véase Djankov *et al.* (2002); Maloney (2004).

El uso de redes sociales y páginas web es mayor en los emprendimientos en etapas tempranas que en los establecidos. La brecha de uso entre ambos grupos es de 10.9 puntos porcentuales en redes sociales y de 8.8 puntos en páginas web, lo que sugiere una mayor incorporación de herramientas digitales en las fases iniciales del emprendimiento.

Al comparar estos resultados con otras economías, se observa que el uso de herramientas de mercadeo digital en Guatemala es, en términos generales, similar al promedio de América Latina y de las economías de ingresos bajos y medios. Sin embargo, el mercadeo por correo electrónico presenta una menor proporción de uso en el país en comparación con estas economías.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

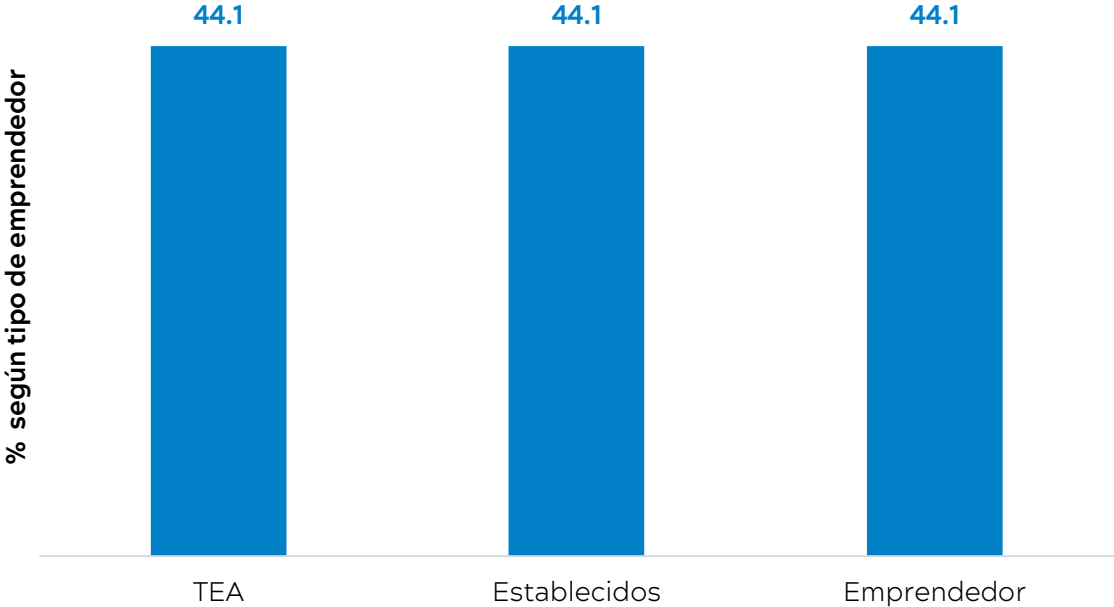
En conjunto, la evidencia indica que, si bien existe una base de adopción digital entre los emprendimientos, esta se concentra en herramientas de baja complejidad. Esto sugiere que la transformación digital de los negocios permanece en etapas relativamente iniciales, lo que puede limitar su alcance de mercado, su capacidad de segmentación de clientes y sus posibilidades de crecimiento.

La literatura sobre digitalización de mipymes señala que la adopción limitada de herramientas digitales más avanzadas restringe la productividad y el escalamiento empresarial, lo que es consistente con los patrones observados en Guatemala.¹⁵

¹⁵ Véase OECD (2021); World Bank (2016).

Por otra parte, el 44.1% de los emprendedores considera que la inteligencia artificial será muy importante en la implementación de su estrategia de negocios en los próximos tres años. No se observan diferencias significativas entre los emprendimientos en etapas tempranas y los establecidos.

Gráfica 2.19: Expectativas de uso de IA en los próximos tres años

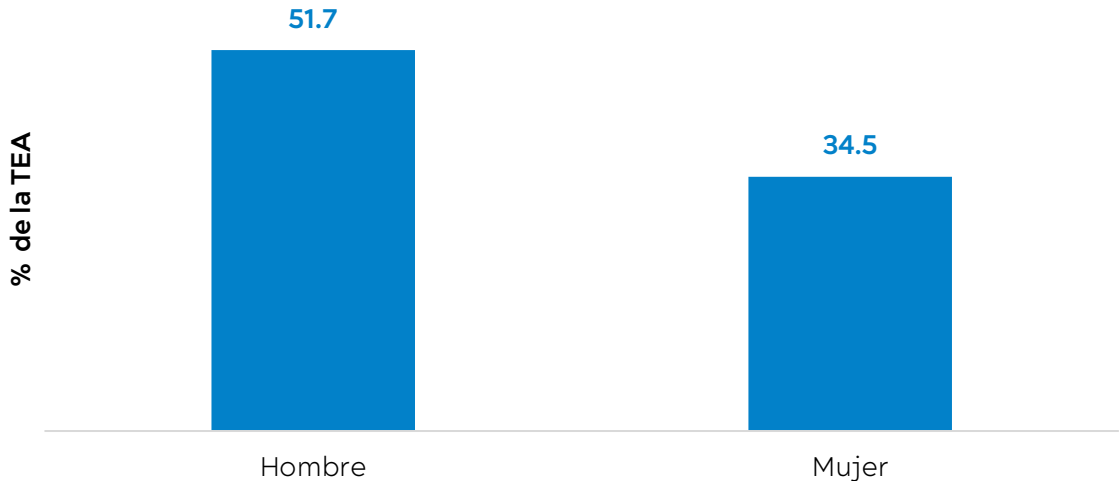


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Esta proporción refleja percepciones moderadas de adopción de tecnologías emergentes. Si bien una parte importante de los emprendedores reconoce su potencial, la mayoría aún no anticipa una incorporación generalizada en el corto plazo, lo que sugiere barreras relacionadas con capacidades, costos o conocimiento tecnológico.

Las expectativas de uso de inteligencia artificial presentan variaciones importantes entre distintos grupos de emprendedores. Por género, la proporción es mayor entre los hombres (51.7%) que entre las mujeres (34.5%), lo que evidencia una brecha significativa en la percepción o adopción potencial de estas tecnologías.

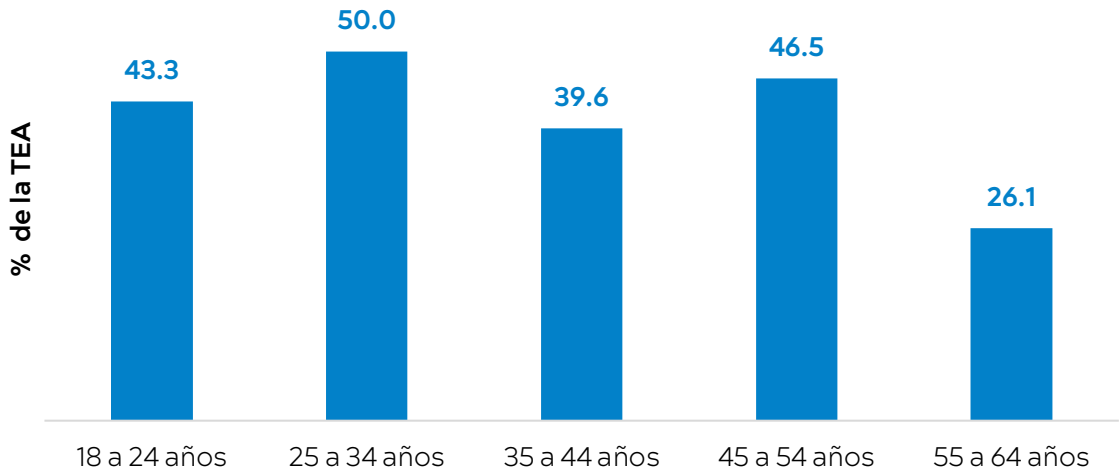
Gráfica 2.20: Expectativas de uso de IA en la TEA según sexo



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Por edad, se observa una relación inversa: las expectativas son más altas en los grupos más jóvenes y disminuyen conforme aumenta la edad, alcanzando su nivel más bajo en el grupo de 55 a 64 años (26.1%). Este patrón es consistente con diferencias en familiaridad y exposición a tecnologías digitales.

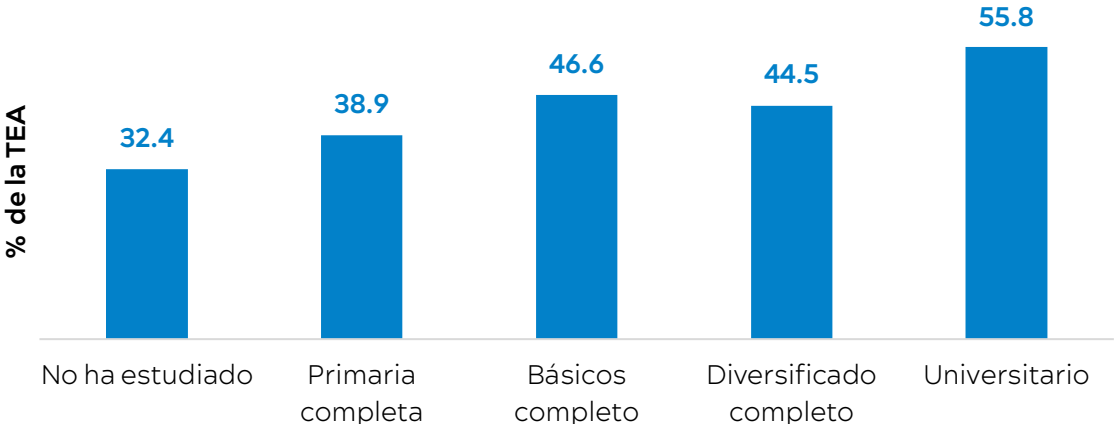
Gráfica 2.21: Expectativas de uso de IA en la TEA según edad



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

En términos de nivel educativo, la expectativa de uso de inteligencia artificial aumenta de manera clara a medida que se incrementa el nivel de formación, pasando de 32.4% en personas sin estudios a 55.8% en quienes cuentan con educación universitaria. Esto sugiere que el capital humano juega un papel clave en la adopción de tecnologías emergentes, como ha sido ampliamente documentado en la literatura sobre difusión tecnológica.¹⁶

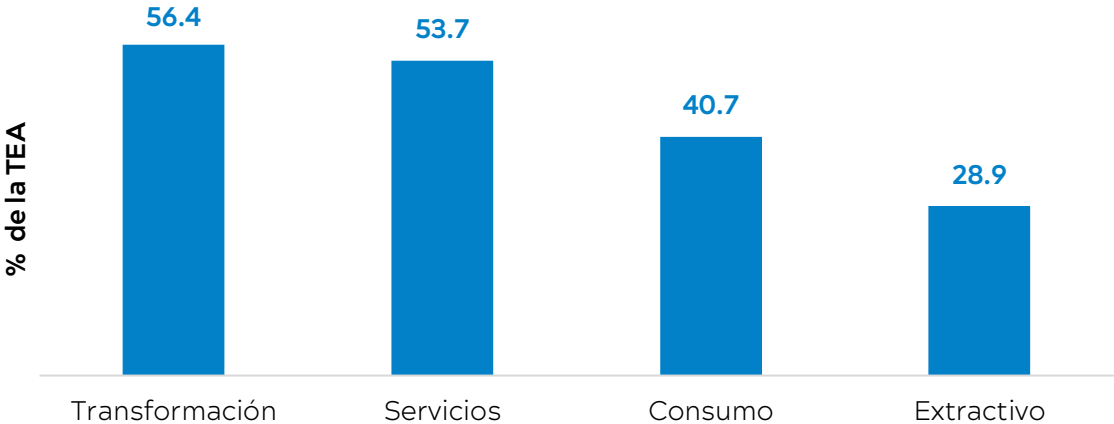
Gráfica 2.22: Expectativas de uso de IA en la TEA según nivel educativo



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Finalmente, por actividad económica, las expectativas son mayores en sectores de mayor complejidad relativa, como transformación (56.4%) y servicios (53.7%), y menores en actividades de consumo (40.7%) y extractivas (28.9%). Este patrón refleja diferencias en las necesidades tecnológicas y en las oportunidades de aplicación de la inteligencia artificial según el tipo de negocio.

Gráfica 2.23: Expectativas de uso de IA en la TEA según actividad económica

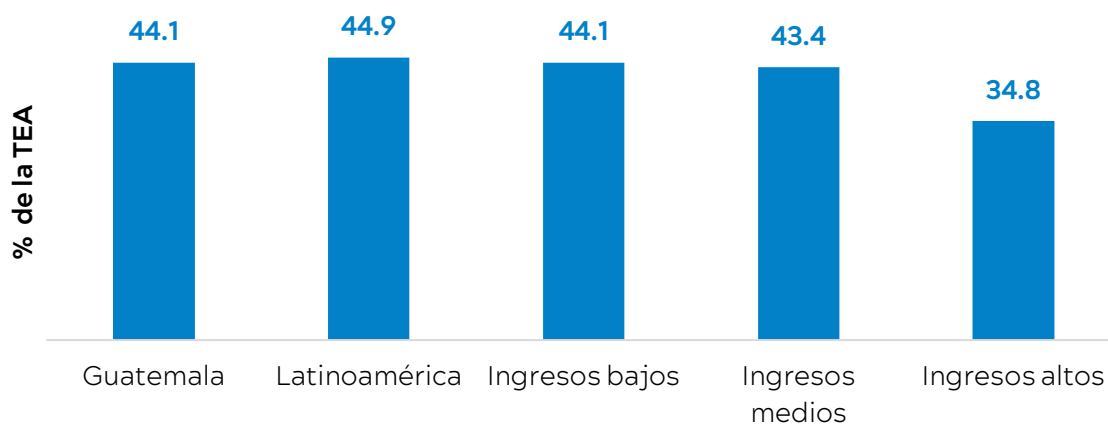


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

¹⁶ Véase Benhabib & Spiegel (1994); Nelson & Phelps (1966); Mayer (2001).

En perspectiva comparada, la proporción de emprendedores en etapas tempranas que considera que la inteligencia artificial será importante en sus negocios (44.1%) es similar a la observada en la región (44.9%) y en economías de ingresos bajos (44.1%) y medios (43.4%), aunque superior a la de economías de ingresos altos (34.8%).

Gráfica 2.24: Emprendedores que creen que la IA será importante en sus negocios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

En conjunto, los resultados muestran que, aunque existe una base inicial de adopción digital y expectativas de incorporación de nuevas tecnologías, el proceso de transformación digital de los emprendimientos en Guatemala es aún limitado. Esto podría limitar su productividad, su capacidad de competir en mercados más amplios y sus oportunidades de crecimiento en el mediano plazo.

En síntesis, el análisis evidencia un patrón consistente de emprendimientos de pequeña escala, con limitaciones en capitalización, alta informalidad, fuerte orientación hacia mercados locales y una adopción incipiente de herramientas digitales y tecnologías emergentes. Estos rasgos condicionan su trayectoria de crecimiento, su capacidad de generación de empleo y su productividad.

Estas características no responden únicamente a decisiones individuales, sino que están condicionadas por el entorno económico, institucional y tecnológico en el que operan los negocios. En particular, las limitaciones en acceso a financiamiento, capacidades, mercados y tecnologías influyen de manera determinante en la forma en que los emprendimientos se crean, operan y evolucionan.

En este contexto, el siguiente capítulo analiza las condiciones del entorno para emprender en Guatemala, con el objetivo de comprender los factores que configuran estos patrones y las oportunidades para fortalecer el ecosistema emprendedor y potenciar el desarrollo de los negocios.

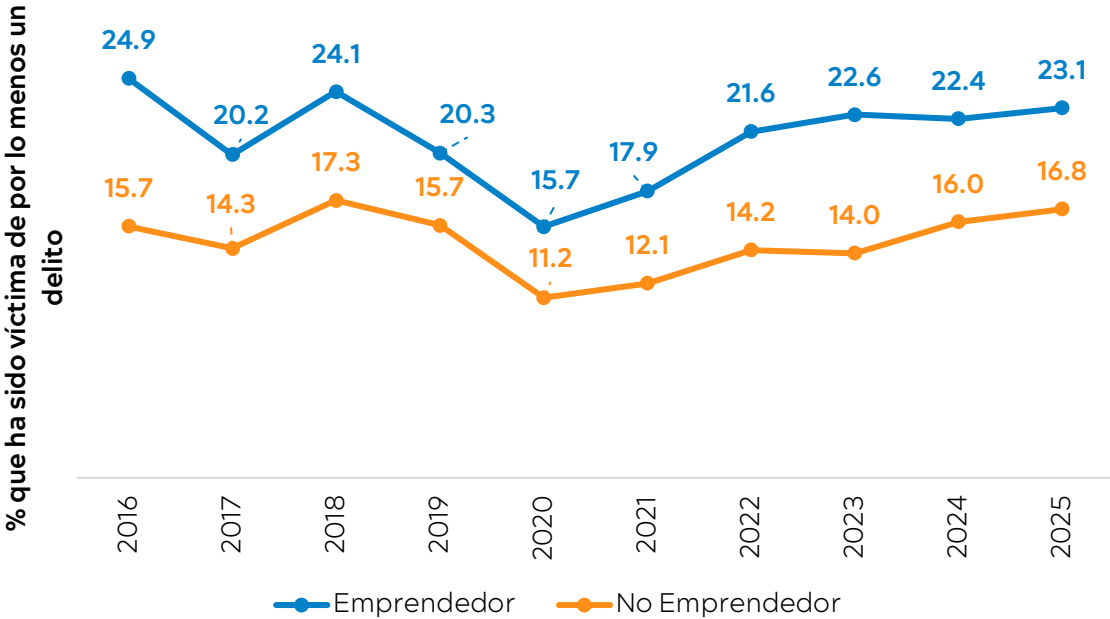
CAPÍTULO 3. EL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GUATEMALA

a) Victimización y costo del delito

Antes de presentar la información recopilada en la Encuesta Nacional de Expertos sobre el entorno del emprendimiento en Guatemala, conviene destacar que la delincuencia impone costos adicionales a los emprendimientos, lo que en algunos casos puede determinar si un negocio logra superar sus primeros años de operación.

Según la Encuesta a la Población Adulta (APS) del GEM para 2025, el 19.0% de la población fue víctima de al menos un delito en los últimos 12 meses. Existe una diferencia significativa entre emprendedores y no emprendedores: entre quienes no poseen un negocio, la victimización fue del 16.8%, mientras que entre los emprendedores alcanzó el 23.1%. Esto implica que un emprendedor tiene un 38% más de probabilidad de ser víctima de un delito que un no emprendedor.

Gráfica 3.1: Tasas de victimización de emprendedores y no emprendedores

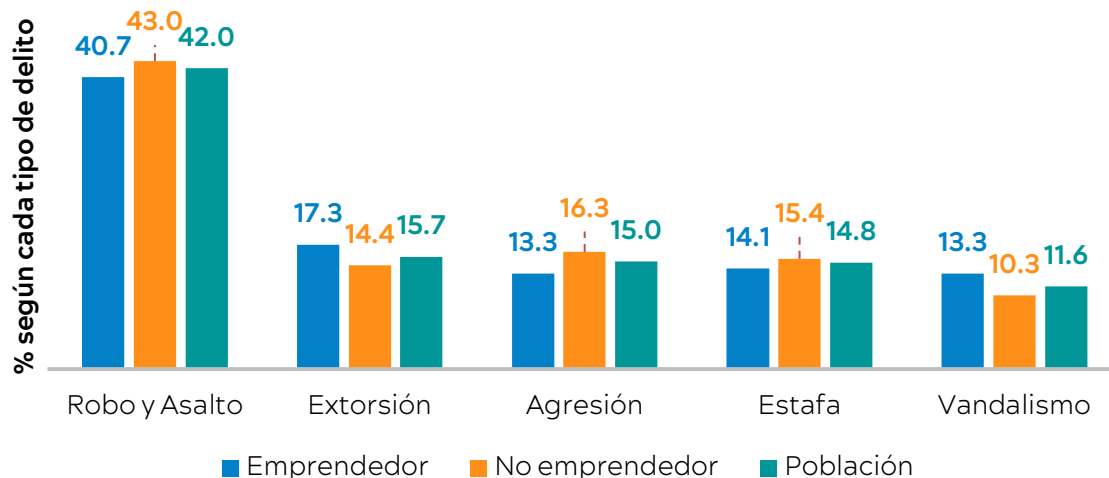


Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2016 a 2025.

Al analizar el tipo de delitos reportados: cuatro de cada diez delitos por los que los emprendedores fueron víctimas corresponde a robo o asalto (40.7%).

Los delitos que afectan en mayor proporción a los emprendedores, en comparación con los no emprendedores, son la extorsión (17.3% versus 14.4%) y el vandalismo (13.3% versus 10.3%).

Gráfica 3.2: Delitos más frecuentes



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

Los emprendedores no solo enfrentan una mayor frecuencia de victimización, sino también mayores costos asociados a la delincuencia. En promedio, el costo para los emprendedores (Q17,300) es casi tres veces mayor que para los no emprendedores (Q5,900). Asimismo, la Tabla 5 muestra que la mitad de los emprendedores incurre en costos de al menos Q3,500, mientras que en los no emprendedores la mediana es de Q1,200.

Tabla 5: Costo de los delitos

Categoría	Costo promedio	Mediana del costo
Emprendedor	Q17,294	Q3,500
No emprendedor	Q5,950	Q1,200

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2025.

En conjunto, estos resultados muestran que la delincuencia afecta a los emprendedores no solo en la probabilidad de victimización, sino también en el tipo de delitos que enfrentan y en los costos económicos asociados. Estos costos no solo afectan la rentabilidad de los negocios, sino que también influyen en decisiones de inversión, formalización y crecimiento empresarial.

Si bien la delincuencia constituye un factor relevante que afecta el desempeño de los emprendimientos, el entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora está determinado por un conjunto más amplio de condiciones económicas, institucionales y sociales. Más allá de la delincuencia, resulta necesario analizar de forma integral estas condiciones, para comprender los factores que influyen en las oportunidades y limitaciones del emprendimiento en el país.

b) 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 los expertos sobre el ambiente en el que se desarrolla la actividad emprendedora. La encuesta recoge opiniones sobre la facilidad o dificultad para crear nuevos negocios y sobre si consideran propicio el ambiente de emprendimiento en el país.

La encuesta se aplica a 36 personas, agrupadas en 6 subgrupos de 4 integrantes cada uno, quienes son considerados expertos en aspectos que influyen sobre el entorno para hacer negocios o que son emprendedores. En la encuesta, los expertos califican 9 áreas a partir de un total de 63 ítems. 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.

La NES permite sondear el contexto institucional en el que se desarrolla la actividad emprendedora y qué 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 debe tenerse presente el carácter cualitativo de la información.

Cada una de las 9 categorías analizadas incluye distintos ítems que deben ser calificados en una escala de 0 al 10 (ver Recuadro 2). Calificaciones cercanas a 0 indican que el aspecto evaluado se percibe como poco favorable para los negocios de reciente creación y valores cercanos a 10 reflejan que el aspecto evaluado se percibe como muy favorable. Las gráficas que se presentan en este capítulo representan el promedio de las calificaciones asignadas por los 36 expertos, en cada uno de los ítems que fueron sometidos a su consideración, para cada una de las áreas evaluadas.

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 para 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 en 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 factores determinan una mayor actividad emprendedora.
- 6. Infraestructura comercial y profesional.** La calidad, cantidad y el acceso a servicios comerciales, contables y legales influye en la propensión a crear negocios y mejorar y hacer más eficientes sus operaciones.
- 7. Apertura del mercado interno.** Si los marcos regulatorios son flexibles a nuevas prácticas comerciales y productivas, mayores oportunidades existirán para que las nuevas empresas puedan competir contra las ya establecidas. Con más competencia se fomenta mayor actividad emprendedora.
- 8. Acceso a infraestructura física (Telecomunicaciones).** Los recursos físicos existentes, como servicios públicos, transporte, telecomunicaciones, 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 fomentan o desincentivan la actividad emprendedora.

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

1. Apoyo financiero: predominio de fuentes informales de financiamiento

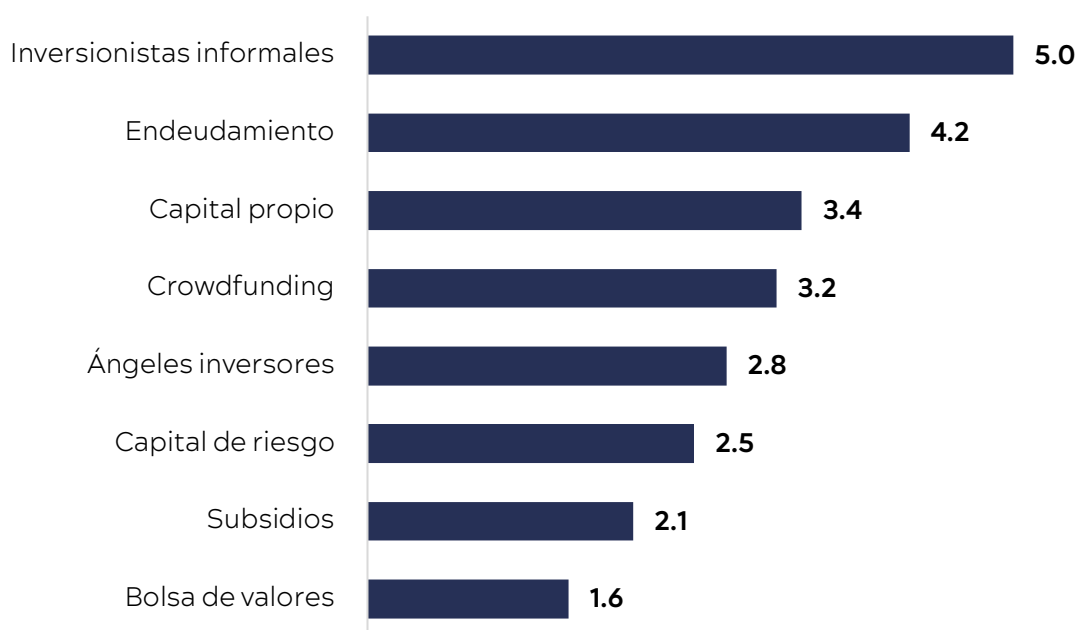
Esta categoría analiza la disponibilidad y accesibilidad de distintas fuentes de financiamiento para nuevas empresas y en crecimiento. El apoyo financiero es clave porque las decisiones de iniciar operaciones o de hacer crecer el negocio dependen en gran medida de estas condiciones. Esta área se divide en dos secciones en donde los expertos evalúan 12 ítems: la primera sección explora la disponibilidad de distintas formas de financiamiento a través de ocho ítems, y la segunda sección evalúa la facilidad de acceso a través de cuatro ítems.

- **Capital Propio.** Disponibilidad de financiamiento a través de capital de los mismos emprendedores.
 - **Endeudamiento.** Disponibilidad de financiamiento a través de endeudamiento tradicional con entidades financieras.
 - **Subsidios.** Disponibilidad de financiamiento a través de subsidios del gobierno.
 - **Inversionistas informales.** Disponibilidad de financiamiento a través de aportes de capital por parte de amigos y familiares, compañeros de trabajo y otros conocidos.
 - **Ángeles inversores.** Disponibilidad de financiamiento compartiendo la participación del emprendimiento.
 - **Capital de riesgo.** Disponibilidad de financiamiento a través de capital de riesgo.
 - **Bolsa de valores.** Disponibilidad de financiamiento al colocar acciones en la bolsa de valores.
 - **Crowdfunding.** Disponibilidad de financiamiento colectivo obtenido de múltiples prestamistas privados.
-
- **Facilidad de endeudamiento.** Facilidad para obtener financiamiento a través de endeudamiento.
 - **Servicios de apoyo financiero.** Facilidad de contratar servicios de apoyo financiero a un costo razonable.
 - **Cubrir gastos iniciales.** Facilidad de los emprendedores nacies de obtener suficiente capital para financiar el inicio de la operación.
 - **Atracción de inversionistas para crecer.** Facilidad de atraer inversionistas para hacer que crezca el negocio una vez iniciado.

Los expertos perciben el sector financiero como una restricción para el emprendimiento (calificación 3.1 de 10). Su percepción es que las fuentes de financiamiento para la actividad emprendedora son escasas.

La fuente mejor evaluada (5.0 de 10) es la que procede de inversionistas informales tales como amigos, familiares o conocidos¹⁷. Los encuestados consideran que el financiamiento a través de la Bolsa de Valores es el menos accesible para los negocios en crecimiento y de reciente creación, reflejado en la calificación promedio de 1.6 de 10. De todos los ítems evaluados en las trece áreas, esta también es la calificación más baja de todas.

Gráfica 3.3: Disponibilidad de fuentes de financiamiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

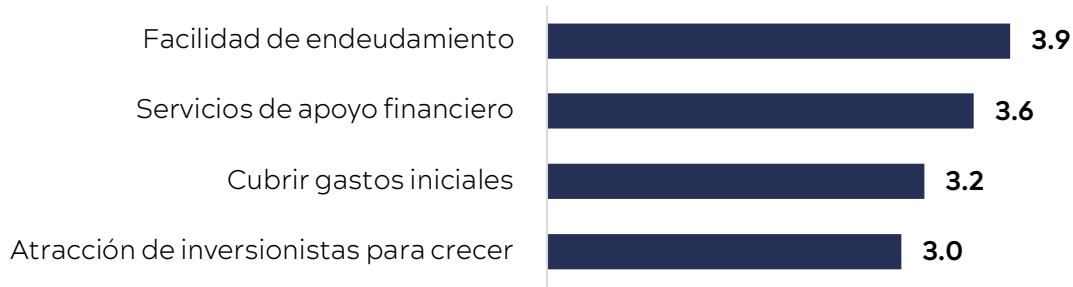
Aunque la bolsa de valores es la fuente de financiamiento considerada menos disponible, el resto de las fuentes tampoco son ampliamente utilizadas por los emprendedores, quienes en su mayoría recurren al capital propio.¹⁸

¹⁷ La Gráfica 2.11 muestra que, de los emprendedores que no aportaron el 100% de los recursos requeridos para poner iniciar sus negocios, el 84.0% recibió financiamiento de familiares, y que las fuentes de financiamiento formales, provenientes de bancos o financieras, solo fueron utilizadas por el 28.5% de ellos.

¹⁸ La Gráfica 2.10 muestra que el 67.6% de los emprendimientos se financia con fondos propios del emprendedor.

En general, los expertos perciben poco accesibles las fuentes de financiamiento (calificación 3.4 de 10). Las calificaciones de todos los ítems de esta sección están por debajo de 4.0. La facilidad de atraer inversionistas para hacer crecer un negocio fue el ítem con la calificación más baja: 3.0 de 10.

Gráfica 3.4: Accesibilidad a fuentes de financiamiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

2. Políticas de gobierno: marco poco favorable para el emprendimiento

En esta categoría se explora el papel de las políticas de gobierno para favorecer o, en su defecto, no obstaculizar la creación de nuevos negocios y su crecimiento. Se divide en dos secciones en donde los expertos evalúan ocho ítems: la primera sección explora la prioridad que tiene el emprendimiento en la política pública a través de tres ítems, y la segunda sección evalúa la capacidad de la política pública para reducir la burocracia y facilitar el emprendimiento a través de cinco ítems.

- **Políticas favorables.** Las políticas del gobierno favorecen a empresas nuevas y en crecimiento.
- **Prioridad de gobierno.** El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno.
- **Prioridad municipal.** El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política municipal.
- **Costo para registrar negocios.** Los emprendedores pueden registrar sus negocios a un costo razonable.
- **Rapidez de trámites.** Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.
- **No hay 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 (calificación 1.9 de 10, la más baja de las trece categorías). Consideran que el emprendimiento no es una prioridad, especialmente a nivel municipal, que es el ítem con la peor evaluación: 1.6 de 10. Todas las calificaciones de esta sección están por debajo de 2.5.

Gráfica 3.5: Prioridad del emprendimiento dentro de las políticas públicas



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

La capacidad de las políticas públicas para reducir la burocracia, también presenta una evaluación desfavorable (calificación 3.5 de 10). El mayor desafío está en la rapidez para realizar trámites, ítem que recibió la calificación más baja: 2.2 de 10.

Gráfica 3.6: Capacidad de las políticas públicas para reducir la burocracia



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

Reducir los costos y la complejidad de abrir, operar y cerrar negocios siguen siendo desafíos pendientes y su mejora sería de gran utilidad para los emprendedores.

3. Programas de gobierno: alcance limitado de los instrumentos de apoyo

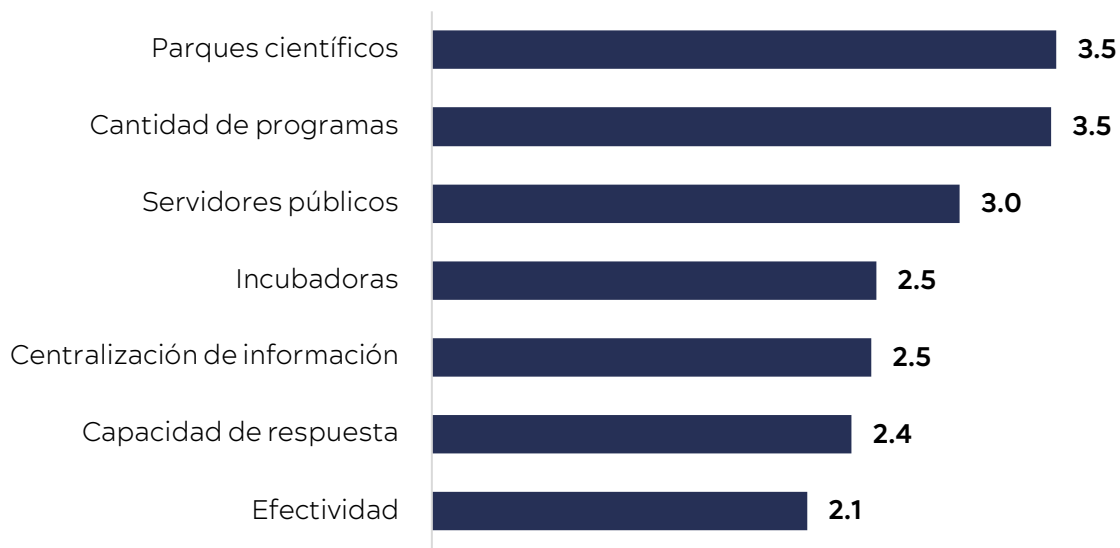
En esta sección de la encuesta se analiza la disponibilidad y efectividad de programas de gobierno que se utilizan para promover el emprendimiento. Esta categoría se evalúa a través de siete ítems.

- **Centralización de información.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener información sobre las ayudas gubernamentales poniéndose en contacto con un solo organismo público.
- **Parques científicos.** Existen parques científicos que apoyan a los negocios nuevos y en crecimiento.
- **Incubadoras.** Existen incubadoras de empresas que apoyan a los negocios nuevos y en crecimiento.
- **Cantidad de 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.
- **Capacidad de 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 (calificación 2.9 de 10). Las calificaciones de todos los ítems de esta área están por debajo de 3.6.

De los siete ítems, la efectividad de estos programas es el peor evaluado, el cual obtuvo una calificación de 2.1 de 10.

Gráfica 3.7: Programas de gobierno respecto a negocios nuevos y en crecimiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

4. Educación y formación emprendedora: brechas entre niveles educativos

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. Esta área se divide en dos secciones en donde los expertos evalúan seis ítems: la primera sección evalúa la educación a nivel primario y secundario a través de tres ítems, y la segunda sección evalúa la educación superior y vocacional a través de tres ítems.

- **Iniciativa personal.** La educación primaria y secundaria estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.
- **Economía de mercado.** La educación primaria y secundaria aporta conocimientos suficientes y adecuados sobre los principios de una economía de mercado.
- **Espíritu empresarial.** La educación primaria y secundaria le dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.
- **Educación superior.** Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad, para crear y desarrollar nuevas empresas.
- **Formación superior.** La formación en administración, dirección y gestión de empresas proporciona una preparación adecuada y de calidad para iniciar y hacer crecer nuevas empresas.

- **Educación vocacional.** Los sistemas de formación profesional y de formación continua proveen una preparación adecuada y de calidad para iniciar y hacer crecer nuevas empresas.

Los expertos consideran que la educación y formación emprendedora es adecuada a nivel superior y vocacional (calificación 5.4 de 10);¹⁹ en particular en la formación superior, ítem que obtuvo una calificación de 6.4 de 10.

Gráfica 3.8: Educación técnica y superior



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

Las calificaciones dadas a la educación primaria y secundaria muestran una situación opuesta (calificación 2.3 de 10). Todos los ítems de esta sección obtuvieron una puntuación menor a tres. Los expertos señalan que en estos niveles educativos no se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal (2.8 de 10), no se enseña el espíritu empresarial para la creación de empresas (2.1 de 10) ni tampoco se enseñan los principios de una economía de mercado (1.9 de 10).

Gráfica 3.9: Educación primaria y secundaria



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

¹⁹ La Gráfica 1.14 muestra que la calificación asignada por los expertos a esta categoría comparada con otras economías ubica a Guatemala en la posición 16 de 53 evaluadas. Es la mejor posición que Guatemala obtuvo en las trece áreas evaluadas.

5. Transferencia de conocimientos y tecnología: debilidad en la articulación del ecosistema

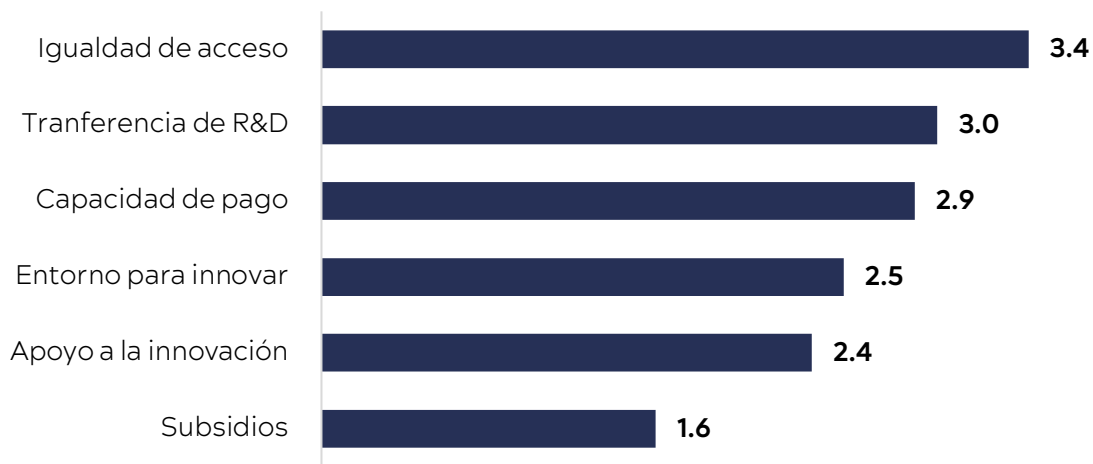
En esta sección se sondea el acceso y transferencia de conocimiento y tecnología a las empresas nuevas y en crecimiento. Esta categoría se evalúa a través de seis ítems.

- **Transferencia de R&D.** Las nuevas tecnologías 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 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 a la innovación.** 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 encuestados, la transferencia de conocimientos y tecnología es una de las debilidades del ecosistema de emprendimiento en Guatemala (calificación 2.7 de 10).

Ningún ítem supera la calificación de 3.5. El ítem con la peor calificación es el de subsidios, el cual obtuvo una calificación de 1.6 de 10. Esto sugiere que no existe suficiente apoyo para que estas empresas adquieran nuevas tecnologías.

Gráfica 3.10: Transferencia de conocimientos y tecnología



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

6. Infraestructura comercial y profesional: entorno favorable con restricciones de demanda

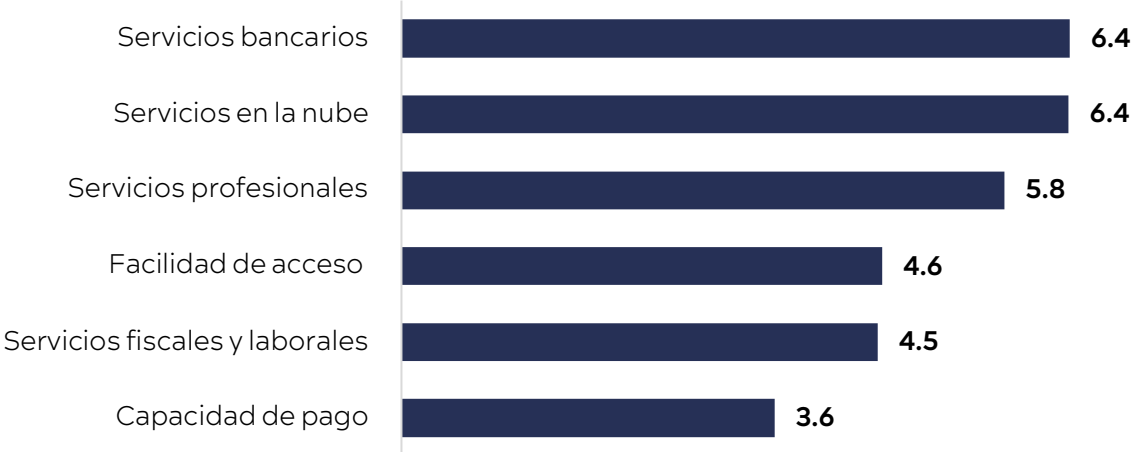
En esta sección se indaga sobre la disponibilidad y facilidad de acceder a proveedores de servicios que pueden apoyar a las empresas nuevas y en etapa de crecimiento. Esta categoría se evalúa a través de seis ítems.

- **Servicios profesionales.** 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.
- **Facilidad de acceso.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.
- **Servicios fiscales y laborales.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos servicios profesionales legales y contables.
- **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).
- **Servicios en la nube.** Las empresas nuevas y en crecimiento puede acceder a servicios de informática en la nube a precios accesibles.

Los expertos consideran que existe una aceptable infraestructura comercial y profesional (calificación 5.2 de 10). De los seis ítems evaluados, tres relacionados con la disponibilidad de servicios obtuvieron calificaciones superiores a cinco. Por otra parte, los expertos consideran que las empresas nuevas y en crecimiento no

pueden pagar el costo de estos servicios especializados, ítem que obtuvo la calificación más baja de esta categoría: 3.6 de 10.

Gráfica 3.11: Infraestructura comercial y profesional



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

Ante la baja capacidad de pago de servicios profesionales que los expertos consideran que tienen los emprendedores, cobra especial relevancia el nivel educativo de estos, particularmente 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 posee estudios universitarios, logra acceder a algún tipo de capacitación en gestión empresarial, o tiene acceso al sistema de educación vocacional y profesional²⁰. Aun así, existen temas específicos que solo a través de la contratación de algún proveedor, consultor o subcontratista podrá realizar.

²⁰ Hay que tomar en cuenta que según lo señalado en la página 39 de este informe, solo la mitad de los emprendedores cuentan con al menos diversificado completo y menos del 10% posee educación universitaria.

7. Apertura del mercado interno: barreras de entrada y baja dinámica competitiva

Esta área se divide en dos secciones, en donde los expertos evalúan las condiciones del mercado interno, a través de seis ítems: la primera sección evalúa el grado de dinamismo del mercado interno a través de dos ítems, y la segunda sección evalúa si existen barreras de entrada para las empresas a través de cuatro ítems.

- **Dinámica del mercado de consumo.** Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro.
- **Dinámica del 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 de 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.
- **Legislación antimonopolio.** La legislación es efectiva y se hace cumplir.

Respecto a los mercados internos, los expertos perciben un bajo dinamismo (calificación 3.8 de 10)²¹.

Gráfica 3.12: Dinamismo de los mercados internos



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

También consideran que existen barreras de entrada (calificación 3.3 de 10). El ítem peor evaluado es el de la efectividad y cumplimiento de la legislación antimonopolio, el cual obtuvo una calificación de 2.2 de 10. Por otra parte, el ítem mejor evaluado es el de fácil entrada a nuevos mercados, aunque se mantiene por debajo de la mitad de la escala, pues obtuvo una puntuación de 4.0 de 10.

²¹ La Gráfica 1.14 muestra que la calificación asignada por los expertos a esta categoría comparada con otras economías, ubica a Guatemala en la antepenúltima posición de 53 evaluadas.

Gráfica 3.13: Costos de entrar a mercados internos



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

8. Infraestructura física: acceso adecuado a servicios, con limitaciones en la infraestructura física

La encuesta a expertos evalúa si la infraestructura del país estimula la actividad emprendedora o es un obstáculo para las empresas. Esta categoría se evalúa a través de siete ítems.

- **Infraestructura física adecuada.** La infraestructura física (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.
- **Capacidad de pago de telecomunicaciones.** Para una empresa nueva o en crecimiento NO es excesivamente caro acceder a servicios de telecomunicaciones (teléfono, internet, etc.)
- **Acceso a telecomunicaciones.** Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, internet, etc.).
- **Capacidad de pago de servicios.** 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.
- **Espacio para oficinas.** Analiza si hay muchos espacios de oficinas asequibles para alquilar para empresas nuevas y en crecimiento.
- **Espacio para fábricas.** Evalúa si hay muchos espacios de producción o manufactura industrial accesibles para alquilar para empresas nuevas y en crecimiento.

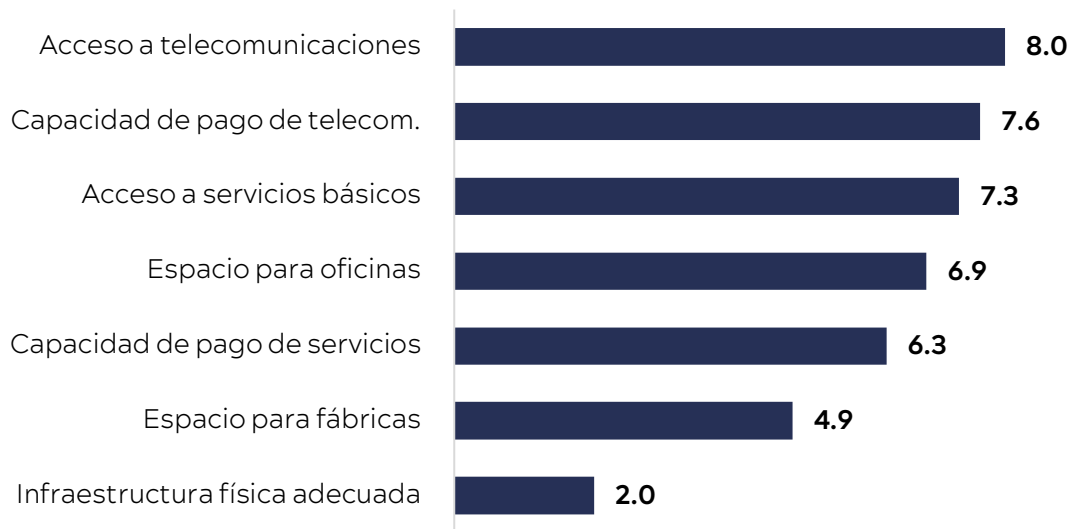
Esta categoría recibió la calificación más alta de todas (calificación 6.2 de 10). El ítem mejor evaluado en esta categoría es el acceso a telecomunicaciones (calificación 8.0 de 10). La mayoría de los expertos señala que una empresa puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana.

Otros cuatro ítems obtuvieron calificaciones superiores a 6.0 de 10. Se considera que NO es excesivamente caro para una empresa nueva y en crecimiento acceder a servicios de telecomunicaciones (7.6); puede tener acceso a los servicios básicos en aproximadamente un mes (7.3); existen muchos espacios de oficinas asequibles para alquilar (6.9); y, puede afrontar los costos de los servicios básicos (6.3).

Por otra parte, no se considera que haya suficientes espacios de producción o manufactura industrial accesibles para alquilar (4.9).

El ítem con la calificación más baja es el de infraestructura física adecuada (calificación 2.0 de 10). De acuerdo con los expertos, el estado de la infraestructura del país no apoya a las empresas nuevas y en crecimiento.

Gráfica 3.14: Infraestructura física



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

El deterioro de la infraestructura física constituye un obstáculo para el transporte de los insumos y de los productos de las empresas, lo cual aumenta sus costos y reduce su competitividad. Los altos costos de transporte derivados del mal estado de la infraestructura, desincentivan a los negocios que podrían ampliar sus mercados a nivel nacional o internacional. Esto se refleja en la Gráfica 1.12, en donde se muestra que menos del 3% de los emprendedores guatemaltecos tienen clientes en el extranjero.

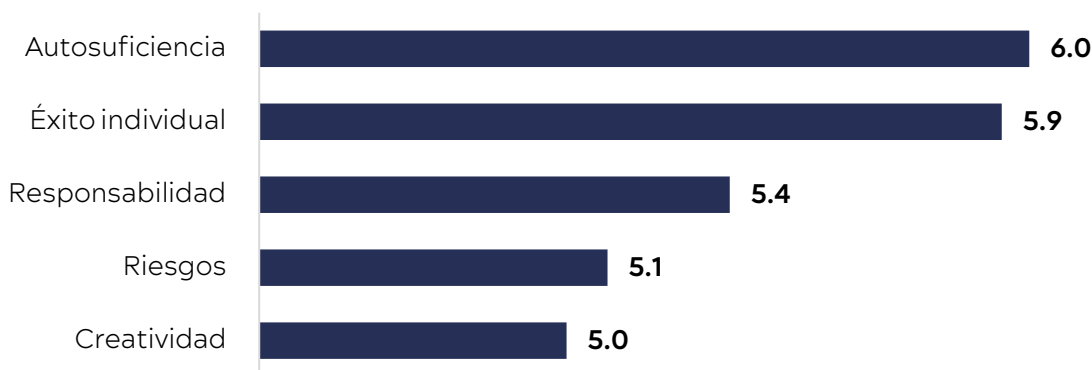
9. Normas sociales y culturales: entorno favorable al emprendimiento

La última sección de la encuesta a expertos evalúa cómo las normas sociales y culturales inciden en la creación de empresas. Esta categoría se evalúa a través de cinco ítems.

- **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.

Los expertos consideran que las normas sociales y culturales favorecen la actividad emprendedora (calificación 5.5 de 10).²² Los cinco ítems obtuvieron calificaciones iguales o superiores a 5.0, siendo el mejor evaluado la autosuficiencia (6.0 de 10) y el peor evaluado la creatividad (5.0 de 10).

Gráfica 3.15: Normas sociales y culturales



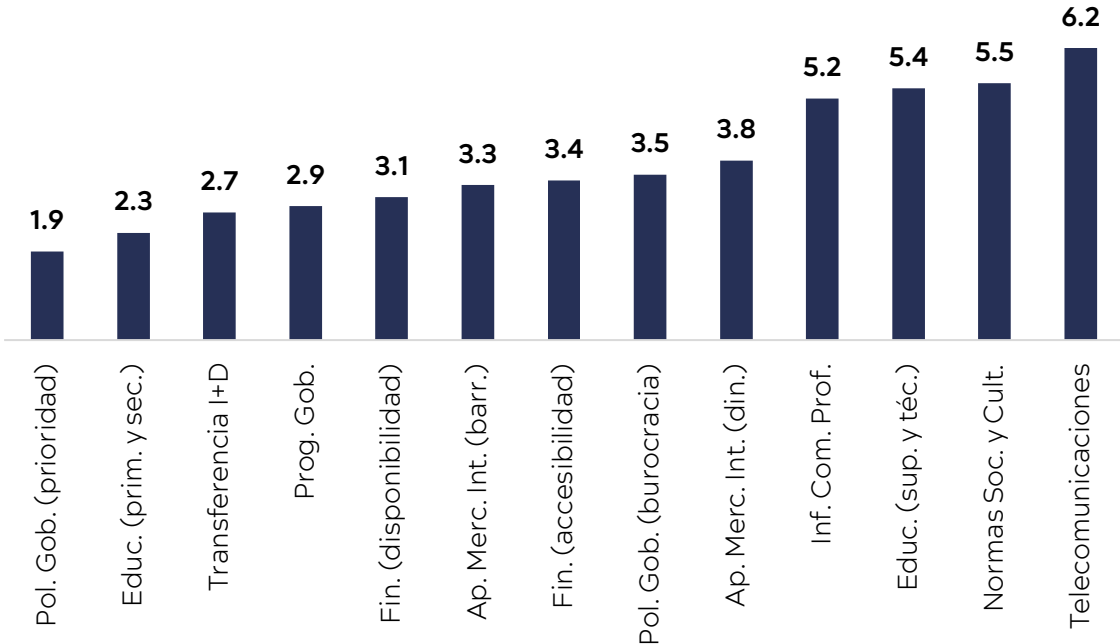
Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

²² La Gráfica 1.14 muestra que la calificación asignada por los expertos a esta categoría comparada con otras economías ubica a Guatemala en la posición 22 de 53 economías evaluadas. Es la segunda mejor posición que Guatemala obtuvo en las trece áreas evaluadas.

En conjunto, al agrupar las calificaciones de los 63 ítems en las trece categorías, las que registran valores superiores a la media son: disponibilidad y acceso a servicios (Telecomunicaciones, 6.2), normas sociales y culturales (5.5), educación técnica y superior en emprendimiento (5.4), e infraestructura comercial y profesional (5.2).

El área con la peor calificación es la prioridad del emprendimiento dentro de las políticas públicas, en donde los expertos asignaron una calificación de 1.9.

Gráfica 3.16: Puntuación por categoría evaluada en la NES



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2025.

CONCLUSIONES

Las altas tasas de emprendimiento registradas en Guatemala se explican, en parte, por percepciones y actitudes favorables hacia el emprendimiento, así como por la limitada disponibilidad de empleos formales. Si bien el estudio identifica negocios con potencial de crecimiento, también evidencia restricciones estructurales relevantes, como la baja formalización, el limitado acceso al financiamiento formal, la reducida integración a mercados más amplios y los altos costos asociados a la inseguridad. No obstante, las expectativas de crecimiento —medidas a través de la generación de empleo— son superiores al promedio de las economías de la región.

En este contexto, los principales hallazgos del informe son:

- **Actitudes favorables hacia el emprendimiento**
El 95% de la población considera el emprendimiento como una buena opción de carrera y el 83% percibe reconocimiento social hacia los emprendedores. Sin embargo, la visibilidad en medios es menor (61%) y el temor al fracaso continúa siendo una barrera relevante (39%), lo que sugiere una brecha entre valoración social y condiciones percibidas para emprender.
- **Alta participación emprendedora**
El 37% de la población adulta está involucrada en actividades emprendedoras, superando el promedio regional (28%). Este resultado confirma la alta participación emprendedora en el país en el contexto internacional.
- **Negocios de pequeña escala y enfoque local**
La mitad de los emprendimientos inicia con inversiones de Q10 mil o menos y el 74% atiende principalmente mercados locales. Este patrón refleja una estructura empresarial de pequeña escala y con limitada inserción en mercados más amplios.
- **Generación limitada de empleo**
El 45% de los emprendimientos genera al menos un empleo, generalmente en estructuras reducidas. Esto evidencia un predominio del autoempleo y una limitada capacidad de generación de empleo a mayor escala.
- **Dependencia de recursos propios**
El 70% de los emprendedores financia su negocio exclusivamente con recursos propios, mientras que las fuentes externas tienen una participación menor. Esto refleja una alta dependencia de financiamiento interno y restricciones de acceso a capital.

- Alta informalidad en etapas iniciales**

Siete de cada diez emprendimientos operan de manera informal en sus etapas iniciales, aunque esta proporción disminuye al 55% en negocios establecidos, lo cual limita el acceso a financiamiento, mercados formales y oportunidades de crecimiento.
- Uso de herramientas digitales básicas**

Las redes sociales constituyen la principal herramienta digital en las operaciones comerciales (69%). En contraste, tecnologías más avanzadas, como la inteligencia artificial, muestran niveles más bajos de adopción esperada: el 41% de los emprendedores considera que serán importantes en sus negocios en los próximos tres años, lo que sugiere una transformación digital aún limitada.
- Impacto significativo de la inseguridad**

Los emprendedores tienen una probabilidad 38% mayor de ser víctimas de un delito y enfrentan costos significativamente más altos que los no emprendedores. Esto evidencia el impacto directo de la inseguridad sobre la actividad empresarial.
- Acceso limitado a financiamiento formal**

El acceso a fuentes de financiamiento formal es percibido como limitado, con mayor disponibilidad de financiamiento informal. Esto evidencia que los emprendedores dependen principalmente de redes personales y enfrentan barreras para acceder a instrumentos financieros más estructurados.
- Brechas en educación emprendedora**

El sistema educativo, especialmente en los niveles primario y secundario, presenta limitaciones para desarrollar habilidades emprendedoras clave. Esto refleja brechas en la formación de capacidades necesarias para emprender.
- Baja prioridad del emprendimiento en políticas públicas**

El emprendimiento no es percibido como una prioridad en las políticas públicas, lo que reduce la coherencia de las intervenciones públicas y limita la efectividad de los instrumentos de apoyo al emprendimiento.

El estudio confirma el papel central del emprendimiento en la generación de ingresos para los hogares guatemaltecos, principalmente a través del autoempleo y la creación de oportunidades laborales. Sin embargo, el fortalecimiento del ecosistema emprendedor requiere avanzar en la reducción de las barreras estructurales identificadas y en la creación de condiciones que permitan a los negocios escalar, integrarse a mercados más amplios y mejorar su productividad.

ANEXOS

Anexo 1. Economías participantes en el GEM 2025/2026

Economías participantes en el ciclo 2025/2026, agrupadas por región geográfica y nivel de ingresos

Región	Altos ingresos	Ingresos medios	Bajos ingresos
Asia (5)	Corea del Sur, Japón*, Taiwán (3)	Tailandia (1)	India (1)
Europa y Norte América (24)	Alemania, Austria*, Canadá, Chipre, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Finlandia, Francia, Hungría, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, Rumanía, Suecia, Suiza (24)		
Latinoamérica y El Caribe (12)	Chile, Puerto Rico, Uruguay* (3)	Argentina, Brasil, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Perú, Venezuela (9)	
Oriente Medio y África (12)	Arabia Saudita, Baréin, Emiratos Árabes Unidos, Israel, Omán, Qatar (6)	Angola, Argelia*, Marruecos*, Sudáfrica (4)	Egipto, Jordania (2)
Total (53)	36 economías	14 economías	3 economías

*Economías que realizaron únicamente la Encuesta Nacional a Expertos (NES).

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos armonizada del GEM, 2025.

Anexo 2. Marco Conceptual del GEM y Fases del Proceso Emprendedor

a) Marco conceptual

El Marco Conceptual del GEM mostrado en la Figura 1 ilustra la relación del emprendimiento con su entorno. La decisión de iniciar un negocio se enmarca en un contexto social, cultural, político y económico que condiciona dicha decisión en términos de sector de operación, escala del negocio e innovación, entre otros. Este marco influye 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. Al mismo tiempo, la creación de nuevos negocios puede empezar a cambiar los valores sociales, generando actitudes más positivas hacia el emprendimiento y, a su vez, influyendo en los nuevos emprendedores potenciales.

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.

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).

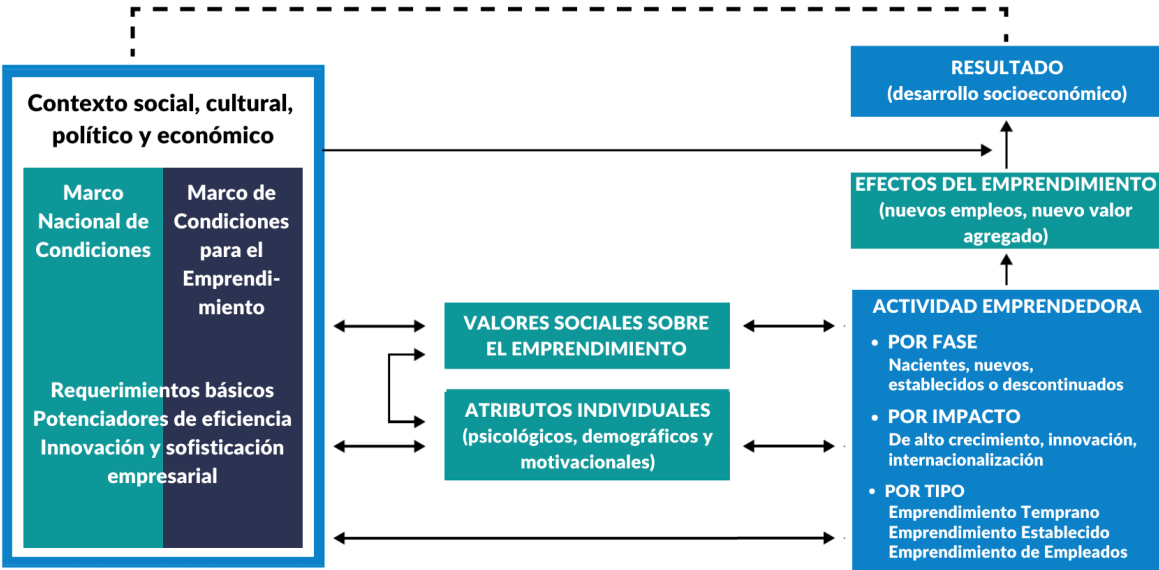
La actividad emprendedora abarca diferentes fases del proceso emprendedor (naciente, nuevo, establecido, discontinuado), impacto potencial (valor agregado, creación de empleo, innovación, internacionalización), y tipo de actividad (Emprendimiento Temprano -TEA-, Emprendimiento Establecido -EE-, e Intra-emprendimiento²³ -EEA-).

²³ Actividad empresarial por parte de los empleados.

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

- Identificar 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.

Figura A1: Marco Conceptual del GEM



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

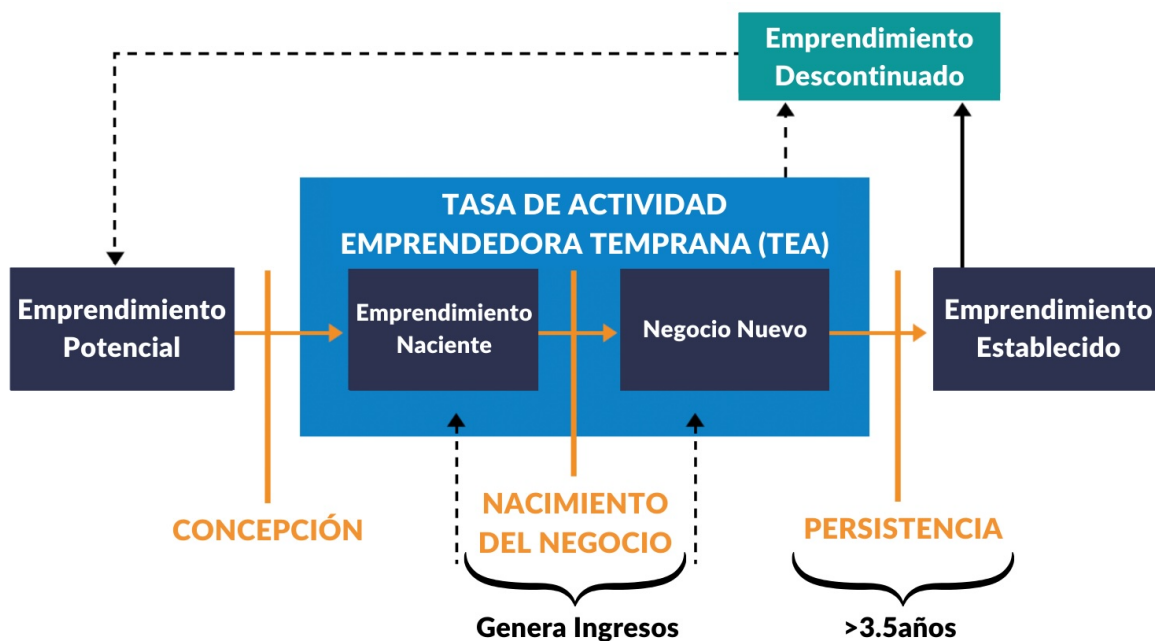
b) Fases del proceso emprendedor

El GEM define el emprendimiento como un proceso que inicia desde que una persona tiene la idea de poner un negocio hasta que la relación con este finaliza. 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 descontinuado** (ver Figura A2).

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.

Figura A2: El proceso emprendedor y sus definiciones en el GEM



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

Anexo 3. Glosario

Indicadores del GEM

Indicador	Descripción
Percepciones y Actitudes hacia el Emprendimiento	
Buena Opción de Carrera	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.
Reconocimiento Social	Porcentaje de población de 18 a 64 años que están de acuerdo que emprendimientos exitosos son retribuidos con un estatus destacable.
Visibilidad en Medios	Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo en que en su país uno encuentra en los medios de comunicación historias de emprendedores que tienen éxito en sus negocios.
Oportunidades percibidas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que mira buenas oportunidades de iniciar un negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que considera que posee las habilidades y el conocimiento para iniciar un negocio.
Temor al Fracaso	Porcentaje de población de 18 a 64 años que percibe oportunidades positivas para emprender un negocio, pero el miedo al fracaso les impide iniciar su emprendimiento.
Fases del Proceso Emprendedor	
Emprendimiento Potencial	Porcentaje de población de 18 a 64 años (excluyendo los individuos en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que espera iniciar un negocio en los próximos tres años.
Tasa de Emprendedores Nacientes	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente 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 Negocios Nuevos	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de una nueva empresa, 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.

Fases del Proceso Emprendedor	
Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA)	Porcentaje de población de 18 a 64 años que son tanto un emprendedor naciente o el propietario de un negocio nuevo.
Tasa de Emprendimientos Establecidos	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños y administran un negocio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por más de 42 meses.
Tasa de Emprendimiento Total	Porcentaje de población de 18 a 64 años que se encuentran en las etapas de actividad emprendedora temprana o en emprendimientos establecidos.
Tasa de Emprendimientos Descontinuados	Porcentaje de población de 18 a 64 años que ha descontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea que lo haya vendido, lo haya cerrado o alguna otra situación que modifique la relación de dueño y administrador del negocio.

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

REFERENCIAS

- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.
<https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>
- Backman, M., & Karlsson, C. (2018). Entrepreneurship and age across time and space. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 109(3), 371–385.
<https://doi.org/10.1111/tesg.12293>
- Benhabib, J., & Spiegel, M. M. (1994). The role of human capital in economic development: Evidence from aggregate cross-country data. *Journal of Monetary Economics*, 34(2), 143–173.
[https://doi.org/10.1016/0304-3932\(94\)90047-7](https://doi.org/10.1016/0304-3932(94)90047-7)
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998). The economics of small business finance: The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle. *Journal of Banking & Finance*, 22(6–8), 613–673.
[https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(98\)00038-7](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(98)00038-7)
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007). Firms in international trade. *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 105–130.
<https://doi.org/10.1257/jep.21.3.105>
- Block, J. H., Hoogerheide, L., & Thurik, R. (2013). Education and entrepreneurial choice: An instrumental variables analysis. *International Small Business Journal*, 31(1), 23–33.
<https://doi.org/10.1177/0266242611400470>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez García, J. C. (2020). Entrepreneurship and family role: A systematic review of a growing research. *Frontiers in Psychology*, 10, 2939.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02939>
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. B., & Dormann, C. (2012). Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality. *Small Business Economics*, 38(1), 121–138.
<https://doi.org/10.1007/s11187-010-9270-y>
- Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (2002). The regulation of entry. *Quarterly Journal of Economics*, 117(1), 1–37.
<https://doi.org/10.1162/003355302753399436>

- Duarte, M., & Restuccia, D. (2010). The role of the structural transformation in aggregate productivity. *The Quarterly Journal of Economics*, 125(1), 129–173.
<https://doi.org/10.1162/qjec.2010.125.1.129>
- Evans, D. S., & Jovanovic, B. (1989). An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. *Journal of Political Economy*, 97(4), 808–827.
<https://doi.org/10.1086/261629>
- Fairlie, R. W., & Fossen, F. M. (2019). *Opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation* (NBER Working Paper No. 26377). National Bureau of Economic Research.
<https://www.nber.org/papers/w26377>
- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., & Miranda, J. (2013). Who creates jobs? Small versus large versus young. *Review of Economics and Statistics*, 95(2), 347–361.
https://doi.org/10.1162/REST_a_00288
- Herrendorf, B., Rogerson, R., & Valentinyi, Á. (2014). Growth and structural transformation. In P. Aghion & S. N. Durlauf (Eds.), *Handbook of Economic Growth* (Vol. 2, pp. 855–941). Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/B978-0-444-53540-5.00006-9>
- Hopp, C., Minarikova, D., & Speil, A. (2019). A chip off the old block? How parent–child interactions affect the intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00130.
<https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00130>
- Köpke, U., & Schmitt-Rodermund, E. (2025). Why more males? Differences in entrepreneurial intentions of male and female university students and graduates. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 15, 23.
<https://doi.org/10.1007/s40497-025-00439-2>
- Lévesque, M., & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177–194.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.04.003>
- Liang, J., Wang, H., & Lazear, E. P. (2014). *Demographics and entrepreneurship* (NBER Working Paper No. 20506). National Bureau of Economic Research.
<https://www.nber.org/papers/w20506>

- Lim, W. M., Bansal, S., Kumar, S., Singh, S., & Nangia, P. (2024). Necessity entrepreneurship: A journey from unemployment to self-employment. *Global Business and Organizational Excellence*, 43(6), 41–58.
<https://doi.org/10.1002/joe.22256>
- Lindquist, M. J., Sol, J., & Van Praag, M. (2015). Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? *Journal of Labor Economics*, 33(2), 269–296.
<https://doi.org/10.1086/678493>
- Maloney, W. F. (2004). Informality revisited. *World Development*, 32(7), 1159–1178.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2004.01.008>
- Mayer, J. (2001). *Technology diffusion, human capital and economic growth in developing countries*. (UNCTAD Discussion Paper No. 154). UNCTAD.
https://unctad.org/system/files/official-document/dp_154.en.pdf
- Melitz, M. J. (2003). The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695–1725.
<https://doi.org/10.1111/1468-0262.00467>
- Nelson, R. R., & Phelps, E. S. (1966). Investment in humans, technological diffusion, and economic growth. *American Economic Review*, 56(1/2), 69–75.
<https://www.jstor.org/stable/1821269>
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*.
<https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Parker, S. C., & van Praag, C. M. (2006). Schooling, capital constraints, and entrepreneurial performance: The endogenous triangle. *Journal of Business & Economic Statistics*, 24(4), 416–431.
<https://doi.org/10.1198/073500106000000215>
- Poschke, M. (2013). Entrepreneurs out of necessity: A snapshot. *Applied Economics Letters*, 20(7), 658–663.
<https://doi.org/10.1080/13504851.2012.727968>
- Reynolds, P. D. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 24(4), 359–364.
<https://doi.org/10.1007/s11187-005-0692-x>

- Richard, T., Muldoon, J., & Lee, Y. (2025). The confluence of gender and entrepreneurship: Moving research forward by embracing parallel research streams. *Journal of Small Business Strategy*, 35(3), 106–122.
<https://doi.org/10.53703/001c.143464>
- Rotnitsky, I., Ukrop, S., Yavich, R., & Davidovitch, N. (2023). Gender differences in entrepreneurship studies. *The European Educational Researcher*, 7, 31–52.
<https://doi.org/10.31757/euer.712>
- Universidad Francisco Marroquín. (2026). *Mujeres emprendedoras en Guatemala: GEM 2024–2025* [Presentación de Canva]. Canva.
<https://canva.link/t8mgg1ixcwwbw20>
- van der Sluis, J., van Praag, M., & Vijverberg, W. (2008). Education and entrepreneurship: Selection and performance—A review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, 22(5), 795–841.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-6419.2008.00550.x>
- Winborg, J., & Landström, H. (2001). Financial bootstrapping in small businesses: Examining small business managers’ resource acquisition behaviors. *Journal of Business Venturing*, 16(3), 235–254.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00055-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00055-5)
- World Bank. (2016). *World Development Report 2016: Digital Dividends*.
<https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0671-1>
- Zelekha, Y., & Kavé, G. (2022). Entrepreneurial tendency across the adult lifespan. *PLoS ONE*, 17(2), e0262856.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262856>



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
gem@ufm.edu
gem.ufm.edu