



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

MONITOR GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO

PRESENTADO POR UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN

GUATEMALA 2016 - 2017



UFM
UNIVERSIDAD
FRANCISCO
MARROQUÍN

VERITAS • LIBERTAS • JUSTITIA

Kirzner
ENTREPRENEURSHIP
Center FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)

GUATEMALA:

REPORTE NACIONAL 2016-2017

*FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUIN*

Tabla de Contenidos

| | |
|---|----|
| Tabla de Contenidos..... | 3 |
| Prefacio | 5 |
| Patrocinadores y Fundadores del GEM..... | 7 |
| Equipo Nacional del GEM..... | 9 |
| Resumen Ejecutivo..... | 11 |
| 1. Introducción | 14 |
| 1.1 Marco Conceptual del Monitor Global de Emprendimiento -GEM- | 15 |
| 2. Principales resultados a nivel internacional | 18 |
| 3. Características de los emprendedores y de sus negocios..... | 25 |
| 3.1 Características de los Emprendedores | 28 |
| 3.1.1 Género..... | 29 |
| 3.1.2 Edad..... | 29 |
| 3.1.3 Educación Formal | 30 |
| 3.1.4 Estatus Laboral | 31 |
| 3.1.5 Trascendiendo generaciones | 32 |
| 3.2 Características de sus negocios | 33 |
| 3.2.1 Inversión Inicial | 33 |
| 3.2.2 Actividad Económica | 34 |
| 3.2.3 Generación de Empleo | 35 |
| 3.2.4 Ubicación de los negocios | 38 |
| 4. El Entorno para emprender en Guatemala | 40 |
| 4.1 Encuesta Nacional a Expertos | 40 |
| 4.2 Resultados de las principales áreas calificadas | 41 |
| 4.2.1 Sector financiero | 41 |
| 4.2.2 Políticas de gobierno | 42 |
| 4.2.3 Programas de gobierno | 44 |
| 4.2.4 Infraestructura comercial y profesional..... | 45 |
| 4.2.5 Apertura del mercado interno | 46 |
| 4.2.6 Acceso a infraestructura física | 48 |
| 5. Conclusiones | 50 |
| 6. Bibliografía | 52 |

| | |
|---|----|
| 7. Anexos..... | 54 |
| Anexo 1: Glosario | 54 |
| Anexo 2: Comparaciones Internacionales..... | 56 |
| a. Actitudes y percepciones | 59 |

Prefacio

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

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

Gracias a la elaboración del GEM, desde el 2009 se cuenta con información única para Guatemala, que permite conocer las características propias del emprendedor, de su negocio y de sus actitudes y percepciones de cara al entorno en donde desarrolla sus actividades. Esta información ha sido plasmada en la entrega de seis reportes nacionales de emprendimiento y varias investigaciones académicas, que se han convertido en referencia para diagnosticar la situación del emprendimiento en el país.

A lo largo de los seis elaborados, se muestra que en Guatemala existen altas tasas de emprendimiento potencial y en fases tempranas, pero existen caídas drásticas en la existencia de negocios que logran seguir operando más allá de 42 meses. Asimismo, la escala de los negocios, en términos de inversión inicial y generación de empleo, sigue siendo pequeña y el 73% opera sin ningún tipo de registro formal (ante el Registro Mercantil, Superintendencia de Administración Tributaria o Municipalidad).

Este perfil resulta contradictorio al reflexionar acerca del tipo de negocios que tienen la capacidad de cumplir con los marcos regulatorios existentes en el país para abrir, operar y cerrar un negocio. Ya que la complejidad regulatoria, los costos asociados con su cumplimiento y los tiempos de espera, son afrontables únicamente por empresas de gran tamaño, que en el caso de Guatemala son prácticamente inexistentes (99% de las empresas registradas son MIPYMES).

La sobrerregulación representa una barrera significativa para que los emprendedores puedan operar en la formalidad de la economía. Limitando sus posibilidades para alcanzar mayores escalas y generar ingresos más elevados. A diferencia de los reportes nacionales elaborados en años anteriores, el reporte correspondiente al ciclo 2016-2017 incluye una sección que busca evidenciar la necesidad de desregular y simplificar la normativa comercial, laboral y tributaria para los emprendedores en Guatemala.

A través de la entrega del presente reporte, buscamos seguir contribuyendo a la comprensión del fenómeno del emprendimiento y evidenciar la necesidad de desregular y simplificar las normativas existentes para hacer negocios. A través de una aproximación técnica y académica, presentamos insumos valiosos para que académicos, formadores de opinión y hacedores de política pública, utilicen el presente reporte como punto de partida, para hacer contribuciones beneficiosas para el país desde su esfera de influencia.

Mónica Río Nevado de Zelaya

Decano

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Francisco Marroquín

Patrocinadores y Fundadores del GEM

GERA

La Asociación Global de Investigación en Emprendimiento (GERA por sus siglas en inglés) es, para efectos de constitución y regulación, el ente que organiza y administra el proyecto GEM. GERA es una asociación formada por Babson College, Universidad del Desarrollo, Universidad Tun Abdul Razak, el Tecnológico de Monterrey y representantes de los Equipos Nacionales (65 países para el ciclo 2016-2017).

Babson College



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

Para más información, visite www.babson.edu

Universidad del Desarrollo



La Universidad del Desarrollo, UDD, es hoy en día una de las tres principales y prestigiosas universidades privadas en Chile. El proyecto fue conducido por renombrados líderes de la escena pública y privada del país. El éxito se ha logrado rápidamente, con únicamente 20 años de existencia, su rápido crecimiento se ha convertido en el principal matiz de esta universidad: el emprendimiento. EL MBA de la UDD está catalogado como uno de los mejores de Latinoamérica y también uno de los mejores en educación en emprendimiento, de acuerdo a la revista *América Economía* reconocimiento que nuevamente representa el espíritu emprendedor de la institución.

Para más información visite www.udd.cl

Universidad Tun Abdul Razak



El 21 de diciembre de 1998, la universidad fue inaugurada oficialmente por el hijo mayor de Tun Abdul Razak, el entonces Ministro de Educación de YB. Najib Tun Seri Dato 'Abdul Razak. La Universidad Tun Abdul Razak es una de las primeras universidades privadas fundadas en Malasia, con la visión de equipar a los futuros empresarios con herramientas y conocimientos especializados para sobrevivir y desenvolverse en el moderno clima económico competitivo de hoy. La Universidad Tun Abdul Razak aspira a ser una institución que produce grandes pensadores que se convertirán en los líderes exitosos y empresarios del mañana.

Para más información visite www.unirazak.edu.my

Tecnológico de Monterrey



Fue fundado en 1943, como una institución privada no lucrativa, gracias a la visión y compromiso de Don Eugenio Garza Sada y un grupo de emprendedores. El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey tiene como propósito ofrecer formación que transforma vidas.

TEC es un multi-campus internacional y una prestigiosa universidad con un modelo educativo de vanguardia, dirigido a transformar la vida y resolver los desafíos del siglo 21. Tiene 31 campus distribuidos en varias regiones de México, con alrededor de 90,000 estudiantes, 19 sitios internacionales y oficinas de enlace en 12 países, y más de 250 mil alumnos en México y alrededor del mundo.

Para más información visite www.itesm.mx

Universidad Francisco Marroquín



La misión de la Universidad Francisco Marroquín es la enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables. A lo largo de sus 40 años se ha caracterizado por brindar una experiencia formativa para aquellos con inquietud intelectual, espíritu emprendedor y apasionados por la excelencia. La realización de los estudios correspondientes al período 2015-2017 han sido realizados gracias al apoyo financiero de Templeton Foundation.

Para más información visite www.ufm.edu

Equipo Nacional del GEM

Mónica Zelaya

Mónica Río Nevado de Zelaya es Decana de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín, Director del Global Entrepreneurship Monitor para Guatemala, Consultor Senior de la compañía de consultoría internacional Franklin Covey desde 1995. Por más de 20 años se desarrolló como Director del Departamento de Administración de Empresas y Emprendimiento, fundadora de la carrera de Entrepreneurship, una propuesta de educación disruptiva para jóvenes emprendedores de alto potencial. Fundadora del Centro de Emprendimiento Kirzner en el 2008 y miembro del equipo de investigación del GEM Guatemala desde su inicio. Co-autor del libro Aprende y Emprende, un libro y proceso de educación que busca desarrollar el pensamiento emprendedor en alumnos jóvenes y sus maestros. Ha sido Revisor Técnico para varias editoriales dentro de las que se pueden mencionar McGraw Hill, Prentice y otras con las que también ha publicado casos en varios libros de texto, fue columnista en La República GT un diario digital de alta circulación. Conferencista y catedrática, por lo que fue reconocida con el Premio Robert Nozick. Posee un Doctorado en Economía.

Carolina Uribe

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

Susana García-Prendes

Coordinadora del Centro de Emprendimiento Kirzner de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín. El Centro promueve el conocimiento y la práctica del emprendimiento a través de educación, investigación y servicio y apoyo a la comunidad. Posee una Licenciatura en Administración de Empresas con Minor en Mercadeo de la Universidad Francisco Marroquín y MBA de ADEN Business School. Cuenta con una experiencia de alrededor de 10 años trabajando en el área de mercadeo de empresas multinacionales como Cadbury Adams, 3M y Whirlpool.

David Casasola

Director de investigación del proyecto Monitor Global de Emprendimiento del equipo de Guatemala y catedrático en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín. También colabora como analista económico en el Centro de Investigaciones Económicas Nacionales. Durante más de 8 años ha desarrollado estudios en temas relacionados con el emprendimiento en Guatemala y el mercado laboral. David tiene una licenciatura en economía por parte de la Universidad Francisco Marroquín y una maestría en economía por parte de la Universidad de Brandeis en Estados Unidos. Es ex becario de los programas: Fulbright, Guatefuturo e Impulso al Talento Académico -ITA-.

Resumen Ejecutivo

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM) es el esfuerzo organizado más grande a nivel mundial para la medición del emprendimiento. El GEM mide la actividad emprendedora en cada país, identifica los principales factores que la explican, caracteriza el contexto institucional y cultural dentro del cual ocurre y compara estos resultados entre los países que participan en el estudio. En el ciclo 2016-2017 participaron 65 países, siendo Guatemala representada por la Universidad Francisco Marroquín, quién a su vez recibió el apoyo de Templeton Foundation para llevar a cabo el estudio. Ésta es la séptima ocasión que Guatemala participa en la elaboración del Monitor Global de Emprendimiento.

El GEM se nutre de dos instrumentos de medición: la Encuesta Nacional sobre Participación y Actitudes hacia el Emprendimiento (*Adult Population Survey, APS*), que mide el emprendimiento en la población adulta; y la Encuesta Nacional de Expertos (*National Expert Survey, NES*), que captura las percepciones de expertos acerca de las características del entorno institucional y cultural en donde se desarrolla la actividad empresarial.

Guatemala en el contexto internacional. En los últimos años Guatemala ha destacado por las percepciones positivas que despierta el emprendimiento en la población adulta (18-64 años). Ocupando por tres años consecutivos el primer lugar en la valoración que genera el emprender como una ocupación deseable para generar ingresos. De todos los entrevistados, el 95% consideró que el poner un negocio es una forma deseable de ganarse la vida. A esta pregunta, el 63.7% de los entrevistados en los países latinoamericanos respondió de forma positiva y el 62.1% de los entrevistados en los países con un nivel de desarrollo parecido al de Guatemala contestó de forma positiva.

La Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) contabiliza las personas que están poniendo en marcha un negocio o son dueñas de uno que tiene menos de 3.5 años de existencia como proporción de la población adulta. En el año 2016 la TEA de Guatemala fue la novena más alta del mundo (de un total de 65 países) alcanzando una tasa de 20.1%. Dicha tasa es superior al promedio observado para países con una estructura económica similar (14.2%) y levemente superior al promedio observado en países latinoamericanos (18.8%). El 61% de estos emprendedores tempranos se encuentra en una etapa naciente. Estos emprendedores nacientes están en el proceso de poner en marcha su negocio y no han recibido aún ingresos del mismo.

Por otra parte, el 9.1 % de la población adulta tiene un negocio establecido. Es decir, un negocio que ha generado ingresos para su dueño durante más de 3.5 años. La tasa de emprendimientos establecidos es la mayor que Guatemala ha experimentado desde que se midió dicho indicador por primera vez en el 2009, superando inclusive a la del año pasado, que había sido la más elevada experimentada hasta ese momento (8.1%). Asimismo, el 2.5% de la población adulta afirmó haber discontinuado algún negocio en el último año. Este dato es 1.8 veces menor al promedio observado en países latinoamericanos.

El emprendedor guatemalteco. El emprendedor guatemalteco es joven: el 50% del total de la TEA tiene entre 18 y 34 años. Muchos emprendedores tienen poca educación formal: el 39.6% de la TEA no ha completado ni siquiera el nivel básico de educación. Una reducida minoría ha completado estudios universitarios (6.8%). El 43.5% de los emprendedores, además de atender su negocio, tienen un empleo a tiempo completo o parcial. Asimismo, los emprendimientos generan poco empleo, un 54% de ellos no está generando ningún empleo adicional al propio. Además, tienen poco capital en giro: un 60% de estos emprendedores tienen un capital en giro menor a los Q.10 mil. Estos bajos niveles de capitalización condicionan el tipo de actividades económicas a que se dedican estos negocios (las cuales son de bajo valor agregado) y su capacidad de afrontar los costos de ingresar y operar en la formalidad.

El contexto dentro del cual se desarrolla el emprendimiento. Según la Encuesta Nacional de Expertos (NES), más de dos terceras partes de los expertos entrevistados consideran que las políticas públicas no favorecen la creación de nuevas empresas ni su rápido crecimiento. En especial, la incertidumbre regulatoria y lo complicado de los trámites, así como la ausencia de programas de apoyo a las nuevas empresas o programas que favorezcan el crecimiento de las ya establecidas. El 93% de los entrevistados afirmó que estos programas no son efectivos y el 94% de ellos indicó que estos programas no constituyen una respuesta a las necesidades de los emprendedores.

La conclusión general de los expertos consultados de la NES es que el ambiente institucional y económico para los emprendedores, en Guatemala, es poco propicio. Únicamente las variables: acceso a financiamiento a través de endeudamiento, disponibilidad y acceso a las telecomunicación y acceso a servicios básicos, recibieron una valoración positiva.

Impacto del gobierno en el proceso emprendedor. La forma en que funciona el gobierno impacta negativamente el proceso emprendedor, ya que se vuelve complicado y costoso cumplir con la regulación para: registrar formalmente un negocio (el costo de registrar un negocio equivale al 82% de inversión con que un emprendedor promedio inicia su negocio), generar plazas formales de empleo (el pago de indemnización genera rigideces en el mercado laboral), exigir el cumplimiento de contratos (resolver una disputa comercial en las cortes de Guatemala requiere una espera promedio de tres años y nueve meses), exportar e importar productos (el costo de cumplir con los trámites de exportación e importación representa más del 50% de la inversión con que un emprendedor promedio inicia su negocio), entre otros.

Adicionalmente, una de las atribuciones que se le ha delegado al gobierno, que es la provisión de seguridad a la integridad física de la persona y su patrimonio, es algo que ha sido incapaz de proveer a cabalidad, situación que recienten los emprendedores de manera especial (el hecho de ser emprendedor incrementa la posibilidad de ser víctima de un crimen 1.6 veces más que una persona no emprendedora, el 64% de las personas que son víctimas de un delito

no lo denuncia, en su mayoría, porque no confían en las autoridades o no consideran que sirva de algo).

Las sobrerregulaciones e ineficiencias del gobierno se traducen al final del día en costos de operación para los emprendedores, generando tres grandes posibles consecuencias: 1. Los emprendedores trasladan los sobrecostos al precio final de su producto, castigando a los consumidores. 2. Los emprendedores ven reducidos sus márgenes de rentabilidad, hasta que los mismos son tan bajos que terminan siendo expulsados del mercado. 3. Es tan complejo y costoso operar en la formalidad, que los emprendedores terminan operando de manera informal, afrontando mayores limitaciones para hacer crecer su negocio. Sin duda alguna, el comprender que en Guatemala existen distintos tipos de emprendimientos, permitirá desarrollar regulaciones comerciales, laborales y fiscales más pertinentes, de tal forma que se generen las condiciones para que todos los emprendedores puedan derivar el máximo beneficio de operar en la formalidad de la economía.

1. Introducción

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés), es el estudio sobre emprendimiento más importante a nivel mundial que logra describir a lo largo de 65 economías la actividad empresarial a través de múltiples fases del proceso de negocio; las características, motivaciones y ambiciones de los emprendedores; la percepción de la sociedad hacia la actividad emprendedora; y la calidad de los ecosistemas de emprendimiento que moldean la actitud emprendedora.

Para el ciclo 2016-2017 el Monitor Global de Emprendimiento aglutinó 65 equipos alrededor del mundo. El estudio logra representar a todas las regiones geográficas, explicando el 85% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y el 70% de la población en el mundo (consultar Figura 1). Cada uno de los equipos es responsable de la aplicación de dos instrumentos en el país en el que se encuentra, que son los pilares elementales del estudio. El primero de ellos es la aplicación de la Encuesta Nacional sobre Participación y Actitudes hacia el Emprendimiento (*Adult Population Survey, APS por sus siglas en Inglés*), para medir el nivel de emprendimiento dentro de la población adulta; y el segundo, la aplicación de la Encuesta Nacional de Expertos (*National Expert Survey, NES por sus siglas en Inglés*) para observar los aspectos institucionales y del ecosistema emprendedor que tienen mayor incidencia en la actividad emprendedora.

Figura 1: Países participantes en el ciclo 2016-2017, agrupados por región geográfica y etapa de desarrollo económico

| Región | Economías Basadas en Recursos | Economías Basadas en Eficiencia | Economías Basadas en Innovación |
|-----------------------------------|------------------------------------|--|--|
| África | Burkina Faso Camerún Senegal | Egipto Marruecos Sudáfrica | |
| Asia y Oceanía | India Irán Kazajistán | China Georgia Indonesia Jordania Líbano Malasia Arabia Saudita Tailandia Turquía | Australia Corea del Sur Hong Kong Israel Qatar Taiwán Emiratos Árabes Unidos |
| América Latina y el Caribe | | Argentina Belice Brasil Chile Colombia Ecuador El Salvador Guatemala Jamaica México | Puerto Rico |

| | | | |
|--------------------------|-------|---|---|
| | | Panamá Perú Uruguay | |
| Europa | Rusia | Bulgaria Croacia Hungría Letonia Macedonia Polonia Eslovaquia | Alemania Austria Chipre Eslovenia España Estonia Finlandia Francia Grecia Holanda Irlanda Italia Luxemburgo Portugal Suecia Suiza Reino Unido |
| América del Norte | | | Canadá Estados Unidos |

Fuente: Reporte Global, 2016-2017

1.1 Marco Conceptual del Monitor Global de Emprendimiento -GEM-

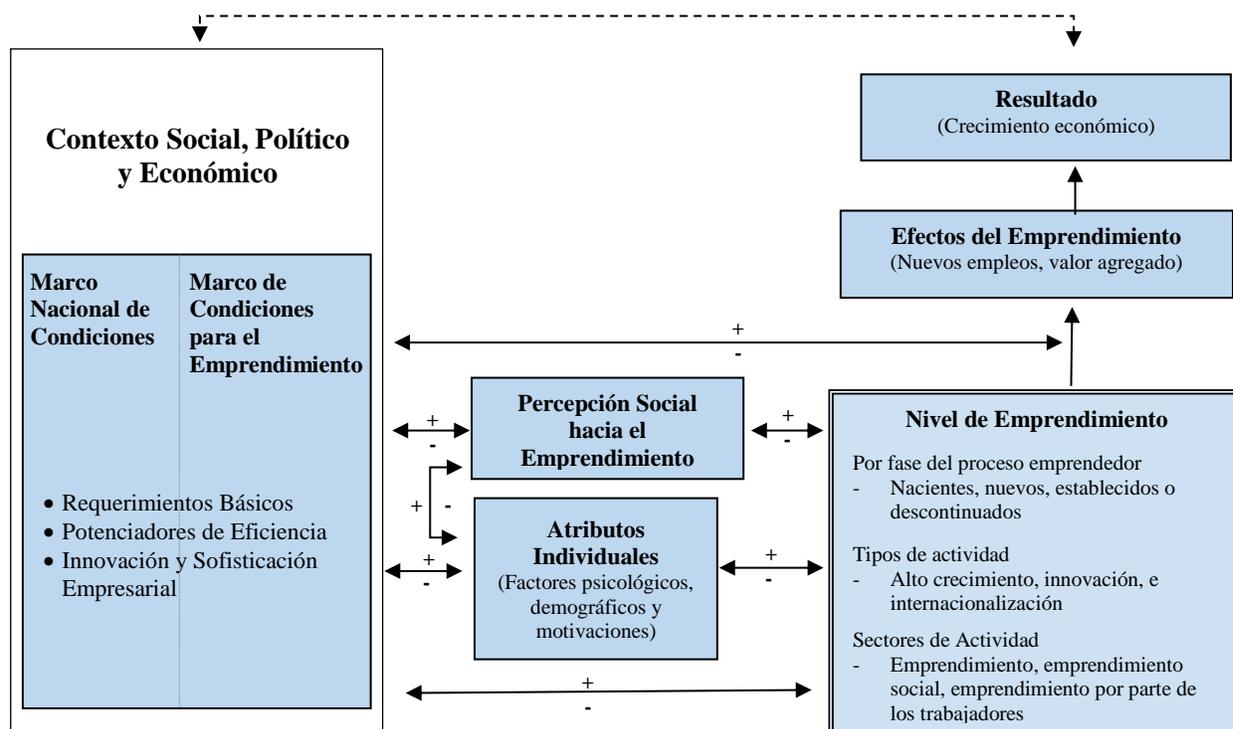
El Monitor Global de Emprendimiento (*GEM*, -Global Entrepreneurship Monitor-) identifica dentro de la actividad emprendedora a cualquier intento de poner en marcha un negocio, ya sea de forma individual o través de un grupo de personas, o a cualquier negocio que ya se encuentra funcionando. La metodología del GEM busca evaluar cómo varía el nivel de actividad emprendedora entre países, estudiando la relación entre el emprendimiento, el desarrollo económico y el nivel de prosperidad de los países. Reflexionando qué hace que algunos países tengan una mayor actividad emprendedora que otros y el impacto que dicha actividad genera sobre su desarrollo.

El GEM concibe el emprendimiento como un proceso en donde el emprendedor a través de un método de prueba y error, descubre nuevas formas de administrar y combinar recursos para poner en marcha un negocio. Al estudiar las características y contexto de los emprendimientos, se evalúa cómo el emprendedor logra generar las ganancias necesarias para que su negocio se mantenga operando a lo largo del tiempo. Un proceso que no únicamente depende de las características propias del emprendedor y su negocio, sino que depende del entorno en el cual opera.

El GEM consolida un marco conceptual que representa las características multifacéticas de la iniciativa emprendedora y su entorno. La Figura 2 muestra los componentes del Marco de Condiciones para el Emprendimiento (*EFC*, por sus siglas en inglés). Este marco conceptual ha sido diseñado para evaluar el contexto social, cultural, político y económico, y se subdivide en el Marco Nacional de Condiciones y el Marco de Condiciones para el Emprendimiento.

El primero considera los elementos que repercuten en el progreso de los países a través de tres fases del desarrollo económico (economías basadas en recursos, eficiencia o innovación), y el segundo conceptualiza los elementos que afectan de forma directa los niveles de emprendimiento.

Figura 2: Componentes del Marco de Condiciones para el Emprendimiento (EFC)



Fuente: Reporte Global 2016-2017

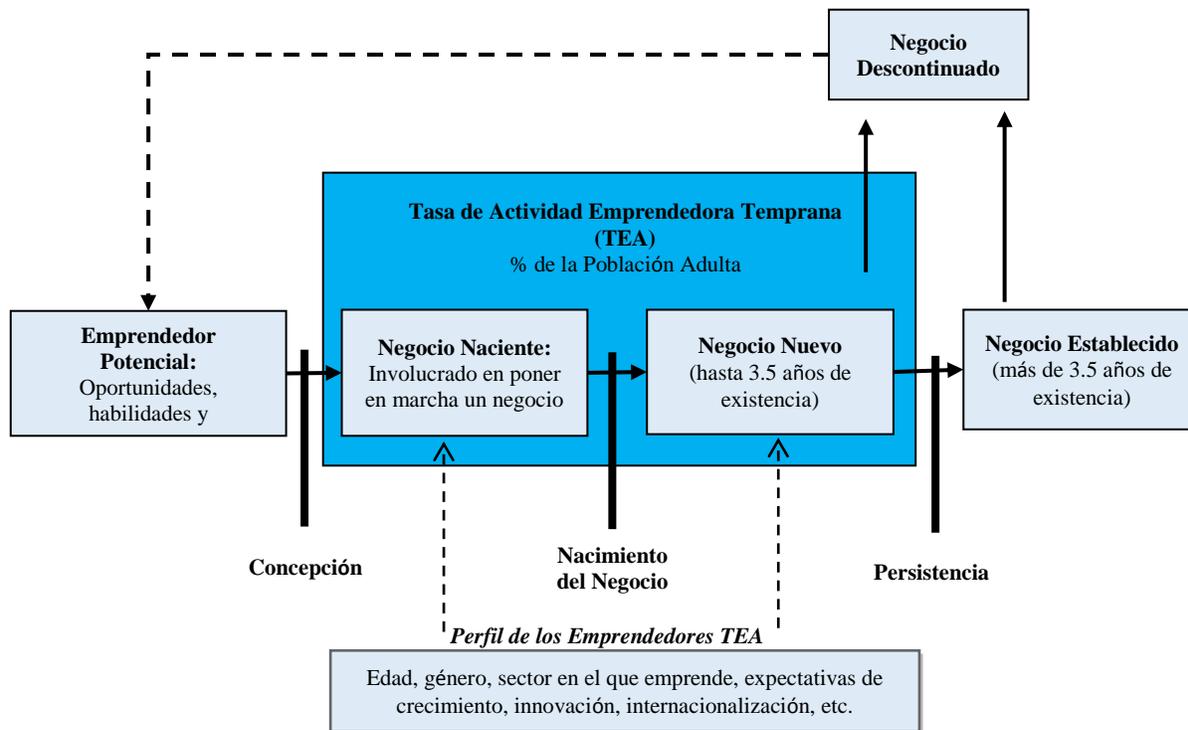
El Marco de Condiciones para el Emprendimiento considera variables como el acceso a financiamiento, los efectos y resultados de las políticas de gobierno, la eficacia de los programas de emprendimiento implementados por los gobiernos, los efectos de la educación, transferencia de investigación y desarrollo (I+D), la calidad de la infraestructura comercial y jurídica, la dinámica de los mercados internos, la eficacia de las regulaciones antimonopolio, y el efecto de las norma sociales y culturales.

Dentro de este marco de condiciones, el GEM también evalúa valores como el reconocimiento social hacia el emprendimiento, la percepción del emprendimiento como una buena carrera y el grado en que los medios de comunicación hablan de forma positiva acerca del emprendimiento. Al estudiar el emprendiendo de forma individual, el GEM también considera atributos que incluyen características demográficas (género, edad, estado civil, etc.), percepciones individuales (habilidades, percepción de oportunidades, intención de emprendimiento, miedo al fracaso, etc.), y los motivos para iniciar un negocio (necesidad vs. oportunidad).

El GEM explica la actividad emprendedora como un proceso continuo que incluye varias etapas (consultar Figura 3). La primera etapa es cuando un emprendedor concibe o tiene una idea de negocio que potencialmente puede convertirse en una oportunidad para generar ingresos. A esta fase del emprendimiento el GEM la llama emprendimiento potencial. Una vez la persona inicia a invertir recursos, dedicar esfuerzo y tiempo a actividades concretas para poner en marcha su negocio, el proyecto deja de ser sólo una idea y se convierte en un emprendimiento o negocio naciente. Cuando el negocio naciente ya genera ingresos mensuales constantes por un período de tiempo inferior a 42 meses, se le clasifica al emprendedor como propietario de un negocio nuevo. Finalmente, todos aquellos negocios que logran superar los 42 meses de operación y generación de ingresos se convierten en negocios establecidos y todos aquellos que no logran superar los 42 meses de ventas porque cierran, pasan a ser negocios descontinuados.

El principal indicador del emprendimiento para el GEM es la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana, conocida como TEA, siglas derivadas de su nombre en inglés (Total Entrepreneurship Activity). La TEA es una medida que agrega la actividad emprendedora en las etapas iniciales del proceso, es decir, la integración de los emprendimientos nacientes y propietarios o nuevos. Esta medida recoge la dinámica del proceso emprendedor por país y sirve para realizar comparaciones internacionales.

Figura 3: Marco Conceptual del Emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

El Monitor Global de Emprendimiento construye sus indicadores nutriendose de dos grandes fuentes de información: 1. La Encuesta a las Población Adulta, conocida como APS por su nombre en inglés (Adult Population Survey) y 2. La Encuesta Nacional a Expertos, conocida como NES por su nombre en inglés (National Population Survey). El APS es una encuesta que se realiza en los hogares guatemaltecos y busca caracterizar a los emprendedores y sus negocios. La NES es una encuesta que realizada a 36 expertos que califican las condiciones para emprender en el país. En los siguientes capítulos, se presentará un mayor detalle de la metodología para aplicar las encuestas del APS y la NES y de los principales resultados obtenidos.

2. Principales resultados a nivel internacional

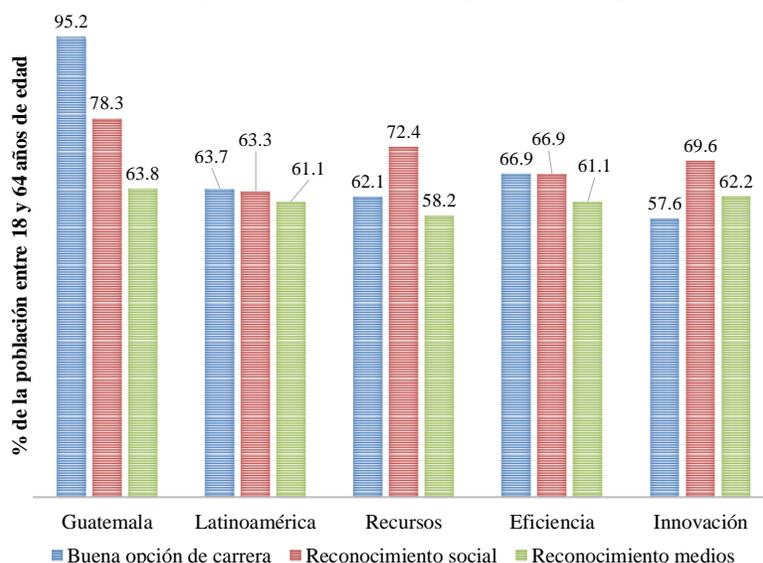
Las percepciones sociales hacia el emprendimiento muestran como la cultura, la historia, la política y el entorno para hacer negocios influyen en el espíritu empresarial. A lo largo de los países que participan en el estudio, el GEM evalúa tres elementos importantes que dan una primera aproximación acerca de cómo las percepciones sociales sobre el emprendimiento y el reconocimiento de la labor emprendedora están relacionadas con el nivel de emprendimiento de los países.

Los resultados recabados en el 2016 concluyen que en los países cuyo desarrollo es guiado por una mayor dependencia hacia actividades agrícolas y explotación de recursos naturales, el 62% de las personas entre 18 y 64 años consideran que emprender es una carrera deseable para generar ingresos. En estos países, la elección del emprendimiento como buena carrera es favorecida por la buena percepción que la sociedad tiene hacia la actividad emprendedora; ya que 72% de la población en estos países consideran que los emprendedores gozan de un buen estatus social.

En las economías basadas en eficiencia los resultados son similares, el 67% de la población adulta considera que el emprendimiento es una buena opción de carrera. Pero el indicador tiende a disminuir a medida que las economías avanzan en su desarrollo, y en el caso de países cuyas economías están basadas en la innovación, únicamente el 58% de la población adulta considera el emprendimiento como una buena opción de carrera (consultar Gráfica 1).

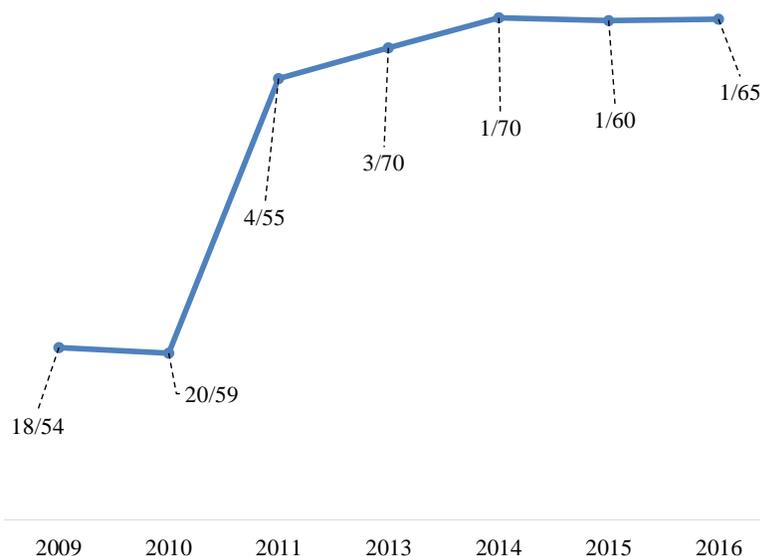
Los resultados de la región latinoamericana y caribeña son similares al de las economías basadas en eficiencia y explotación de recursos. En la región el 64% de la población adulta ve el emprendimiento como una buena opción de carrera. Guatemala alcanza el resultado más alto en cuanto a esta percepción, en el 2016 el 95.2% de los guatemaltecos entre 18 y 64 años consideraron el emprendimiento como una buena carrera. De los 65 países que participaron en el estudio, Guatemala es el país donde se observó un mayor porcentaje de población adulta que tiene una percepción positiva del emprendimiento como una buena opción de carrera. De hecho, en los últimos años el país ha alcanzado la primera posición en este indicador en relación a todos los países que han participado (ver Gráfica 2). Para tener acceso a los indicadores de emprendimiento por país consultar el Anexo 2.

Gráfica 1: Percepciones sociales respecto al emprendimiento



Fuente: APS, 2016

Gráfica 2: Evolución de la clasificación de Guatemala a nivel mundial del % de personas que consideran que emprender es una buena opción de carrera



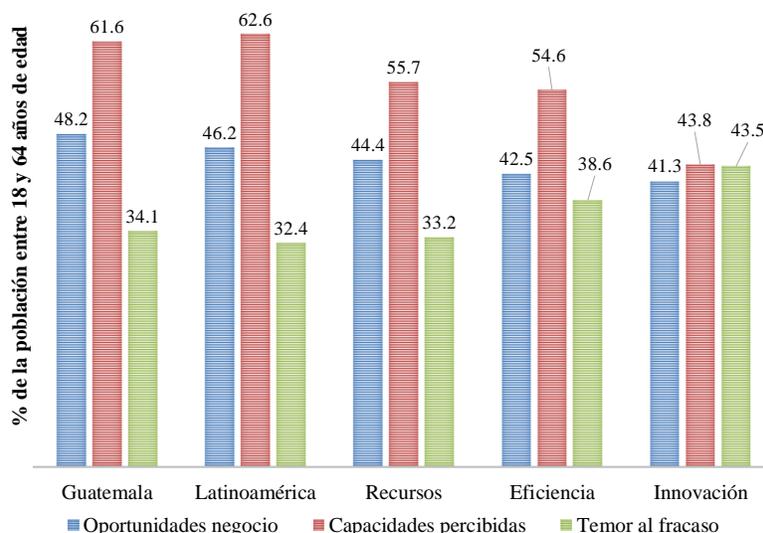
Fuente: APS, 2009-2016

La Gráfica 3 muestra los resultados de las actitudes de la población en general hacia el emprendimiento. El GEM evalúa la percepción que tiene la población adulta sobre las oportunidades de negocio, las habilidades para aprovecharla y la forma en que el temor a fracasar es una razón para hacerlo. Es posible observar que, en las economías basadas en recursos, un mayor número de personas perciben oportunidades de negocio en comparación a los países en otras etapas de desarrollo (eficiencia e innovación). Asimismo, un mayor

número de personas consideran tener las habilidades necesarias para aprovecharlas y el miedo al fracaso inhibe a una menor porción de la población para hacerlo.

En el caso de Guatemala, el 48% de los guatemaltecos perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio. El 62% manifestó tener las habilidades y conocimientos necesarios para aprovecharlas; no obstante, el 34% no lo haría por miedo fracasar.

Gráfica 3: Actitudes frente al emprendimiento de la población en general



Fuente: APS, 2016

La Gráfica 4 muestra los indicadores del proceso de emprendimiento para diferentes economías clasificadas por su etapa de desarrollo económico. En el modelo conceptual del GEM, se considera al emprendimiento potencial como la primera etapa del proceso, dentro del estudio se clasifican como emprendedores potenciales a todas aquellas personas entre 18 y 64 años que tienen la intención de iniciar un negocio en los próximos tres años. La frecuencia de emprendedores potenciales es más alta en las economías basadas en recursos, de hecho, la tasa de emprendimiento potencial es 1.9 veces mayor a la de economías basadas en innovación. Los resultados del 2016 ubican a Guatemala con un nivel de emprendimiento potencial mayor al promedio que alcanza Latinoamérica y el grupo de economías en eficiencia (que es la etapa de desarrollo en la cual Guatemala se ubica).

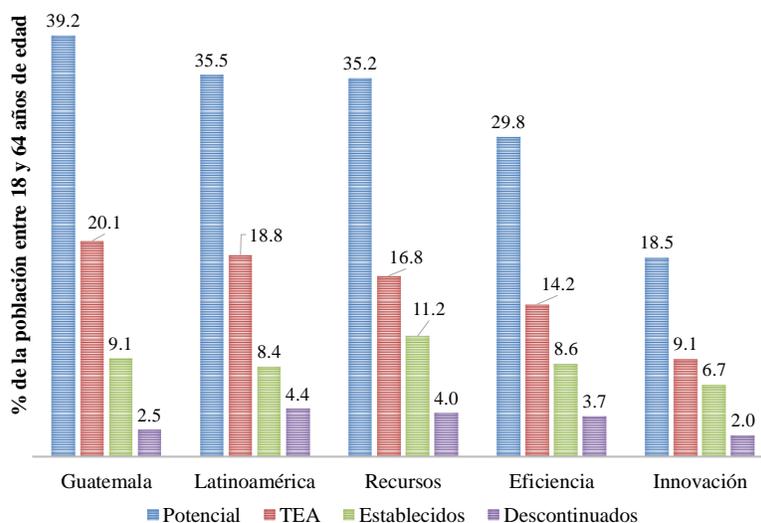
El segundo indicador del proceso es la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA), que concentra a todas las personas entre 18 y 64 años que están participando activamente en la creación de un nuevo negocio y a aquellas personas que son propietarios y administradores de un negocio que tiene menos de 42 meses de vida¹. Al igual que en el emprendimiento

¹Estudios realizados por la comunidad de investigación en emprendimiento han definido el corte de 42 meses como el “valle de la muerte”, debido a que los negocios que superan este período logran sobrevivir por un mayor período de tiempo (Reynolds, P.D., et al., 2005).

potencial, la frecuencia de emprendedores TEA es más alta en países con niveles de desarrollo económico más bajo, en Guatemala durante el último período se observa que la frecuencia de emprendedores TEA de 2 por cada 10 (20.1%) personas entre 18 y 64 años. En este indicador, en comparación a los 65 países que participaron en la medición de emprendimiento, Guatemala ocupó la posición número 9.

El tercer indicador del proceso es la tasa de negocios establecidos, que identifica a las personas entre 18 y 64 años que son propietarios y administradores de un negocio que tiene más de 42 meses de vida. En el 2016 el 9.1% de todos los entrevistados tenía un negocio establecido, en este indicador el país ocupa la posición 17 de 65 países. Finalmente, el cuarto indicador mide el porcentaje de personas que durante el último año han tomado la decisión de discontinuar su negocio. En este caso, la mayoría de los países reporta una tasa baja, en contraste con la tasa reportada en otras etapas del proceso de emprendimiento. En el caso de Guatemala, el país ocupa la posición 34 de 65 países.

Gráfica 4: Distintas etapas de la actividad emprendedora



Fuente: APS, 2016

A nivel regional, la TEA promedio más alta se encuentra en África y Latinoamérica. Burkina Faso este año registra la tasa de emprendimiento temprano más alta (33.5%), pero países como Marruecos reportan niveles del 5.6%. El mismo patrón se observa en Asia, en donde Líbano registra una TEA del 21.2% y Malasia una tasa del 4.7%, que resulta ser la más baja de esta región. Si bien, los niveles de desarrollo económico y la ubicación de los países según su región ayudan a explicar en cierta medida el desarrollo económico, las variaciones expuestas a través del GEM señalan que hay otras fuerzas en juego que influyen en la actividad empresarial, como el ecosistema o el entorno que rodean la actividad emprendedora.

La proporción de emprendedores TEA y Establecidos en Guatemala se mantiene dentro de los niveles observados en la región Latinoamericana. La Tabla 1 muestra el comportamiento que han tenido dichas proporciones desde el 2009, año en que el GEM inició a medir el nivel de emprendimiento en Guatemala. En el 2015 Guatemala registró la proporción de emprendedores establecidos más alta de su historia, 9.1% de la población adulta entre 18 y 64 de edad tiene un negocio que ha estado funcionando por más de 42 meses. Es importante tener en cuenta que estos negocios son los llevan más de tres años y medio de estar pagando sueldos, salarios y/o de retribuir ganancias a sus propietarios. Por ende, son negocios de los que se acumula un mayor impacto económico en comparación con los negocios que se encuentran en fases iniciales.

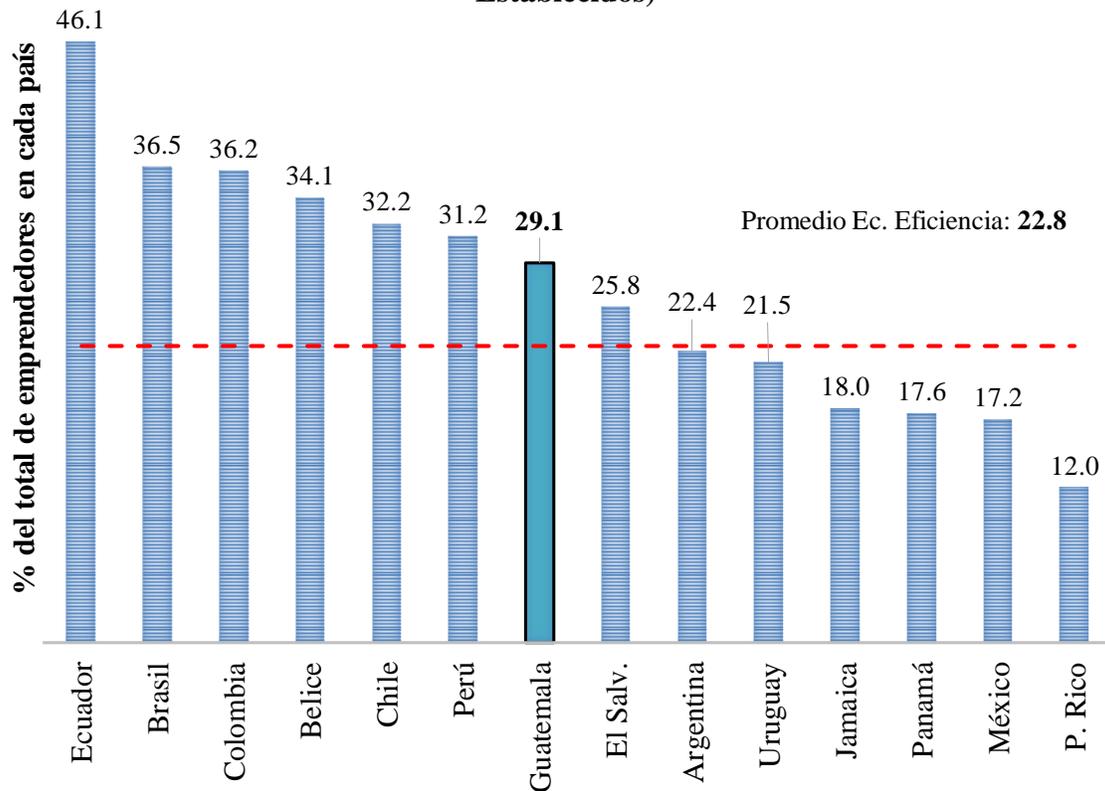
Tabla 1: Evolución de los principales indicadores de emprendimiento en Guatemala

| Indicador | 2009 | 2010 | 2011 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| TEA | 19.0 | 16.2 | 19.3 | 12.3 | 20.5 | 17.7 | 20.1 |
| Nacientes (% del total de la TEA) | 62.3 | 51.0 | 60.9 | 62.0 | 54.8 | 61.1 | 60.7 |
| Nuevos (% del total de la TEA) | 37.7 | 49.0 | 39.1 | 38.0 | 45.2 | 38.9 | 39.3 |
| Establecidos | 4.6 | 6.6 | 2.5 | 5.1 | 7.6 | 8.1 | 9.1 |

Fuente: APS, 2016

Una forma de dimensionar la presencia de emprendimiento en determinado país es sumando la proporción de emprendedores tipo TEA y emprendedores con negocios establecidos. Cuando se analiza la presencia de emprendimiento a nivel Latinoamericano, se encuentra que Ecuador es el país que registra una mayor proporción de emprendedores TEA y Establecidos. La Gráfica 5 muestra que el 46% de los ecuatorianos se encuentran en una etapa de emprendimiento temprano o son dueños de un negocio establecido. Guatemala ocupa la posición 7 de los 14 países latinoamericanos que participan en el estudio. Presentando un nivel de emprendimiento superior al nivel promedio de países que se encuentran en una etapa de desarrollo similar a la de Guatemala.

Gráfica 5: Nivel de emprendimiento total en Latinoamérica (emprendimientos TEA + Establecidos)

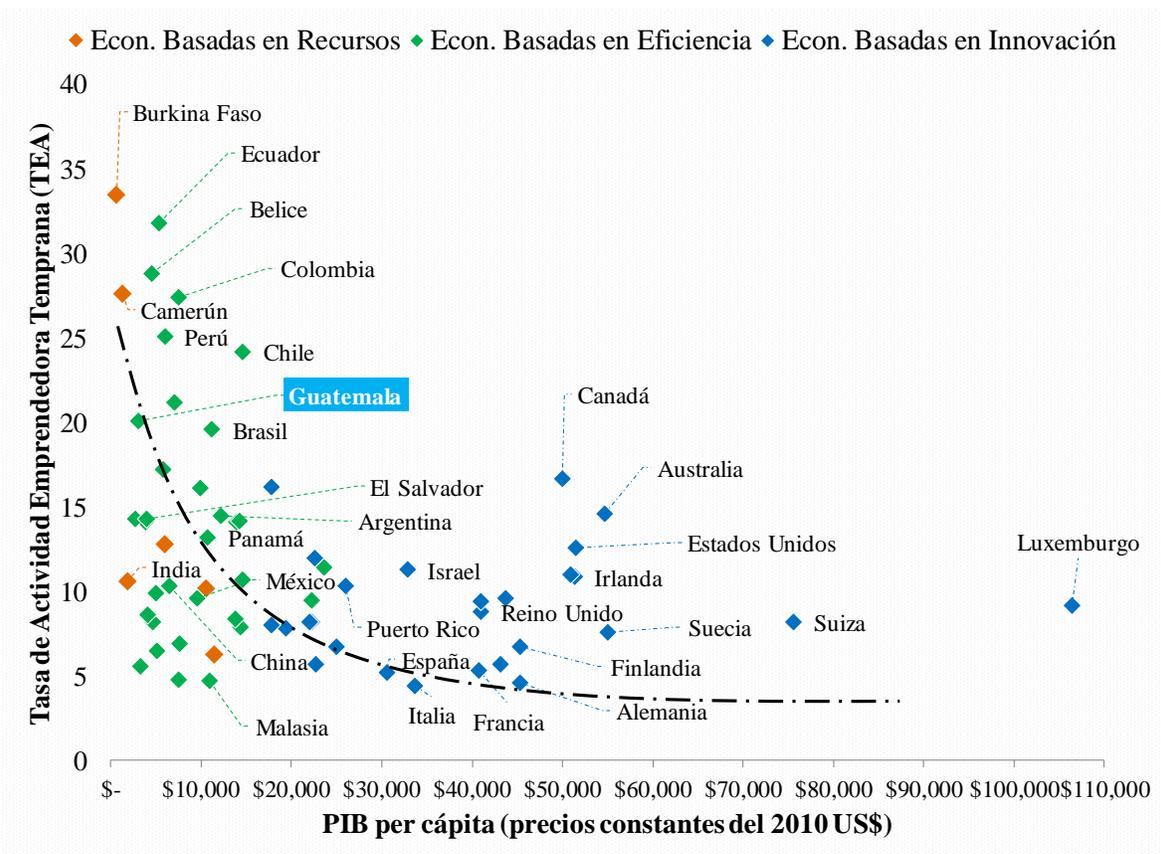


Fuente: APS, 2016

En la Gráfica 6, se representan las mediciones de la TEA para los 65 países participantes en el estudio y se relacionan con el PIB per cápita, expresado en paridad de poder adquisitivo. Esta correlación nos permite observar la evolución de los niveles de emprendimiento a medida que las economías avanzan en su senda de desarrollo. En términos generales, la gráfica refleja que las tasas más bajas de emprendimiento se encuentran en países con un PIB per cápita mayor, economías catalogadas según la metodología de Porter (2002) como basadas en innovación.

Mientras que países que basan sus economías en eficiencia y factores de producción experimentan mayores tasas de emprendimiento. En consecuencia, una mayor TEA no necesariamente refleja una posición privilegiada. De hecho, para los países con economías basadas en factores de producción, niveles elevados de emprendimiento son un reflejo del funcionamiento del mercado laboral. En donde no todas las personas interesadas en participar en el mercado laboral lo hacen y no existe un seguro de desempleo, lo cual impulsa a las personas a emprender por la necesidad de generar ingresos para subsistir económicamente.

Gráfica 6: Correlación entre la TEA y el PIB Per Cápita -US\$ 2010-



Fuente: Elaboración propia con datos del APS, 2016 y del Banco Mundial, 2016

3. Características de los emprendedores y de sus negocios

Para caracterizar a los emprendedores guatemaltecos y a sus negocios, el GEM utiliza una encuesta estandarizada a nivel internacional, dirigida a hogares, llamada Encuesta a la Población Adulta (APS por sus siglas en inglés, Adult Population Survey). La cual tiene un diseño estadístico que garantiza una representatividad a nivel nacional. Existe un especial cuidado detrás del diseño y aplicación de la encuesta, de tal forma, que los resultados obtenidos para Guatemala son perfectamente comparables con los resultados obtenidos por otros países participantes del estudio (consultar Recuadro 1).

Recuadro 1: Características generales del APS

Adult Population Survey (APS), es la encuesta que captura la información con la que se caracterizan los emprendimientos que llevan a cabo los habitantes en cada país. Los estándares estadísticos utilizados para el levantamiento de la encuesta garantizan que los resultados son representativos para población en general; asimismo permiten realizar una comparación entre los distintos países participantes.

En el caso de Guatemala para el ciclo 2016-2017, se entrevistaron 2,219 personas con edades comprendidas entre los 18 y 64 años, los cuales son representativos de la República de Guatemala y de sus departamentos. Para llegar a esta muestra, en primer lugar, se realizó una selección aleatoria de 179 municipios de los 338 existentes, utilizando un margen de error del 5% y un nivel de significancia del 5%. Utilizando los mapas elaborados por el INE, cada uno de los municipios seleccionados se dividió en nueve áreas. Asimismo, de esas nueve áreas se eligieron cinco áreas de forma aleatoria. Posteriormente se numeraron todas las casas existentes en estas cinco áreas seleccionadas, y para cada una de estas cinco áreas se eligieron 17 casas de manera aleatoria. Posteriormente, se visitaron 15,215 casas, buscando a la persona entre 18 y 64 años de edad cuyo cumpleaños estuviese más cerca, al momento de levantar la encuesta. Finalmente, se completaron 2,219 encuestas.

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

1. El 46.9% de los individuos son hombres y el 53.1% mujeres.
2. El 27.8% tiene edades comprendidas entre 18 y 24 años, el 29.8% entre 25 y 34 años, el 20.3% entre 35 y 44 años, el 13.2% entre 45 y 54 años, y el 8.9% entre 55 y 64 años.
3. El 6.3% no ha estudiado, el 13.8% posee primaria completa, el 7.3% posee básico completo, el 28.5% posee diversificado completo y el 4.9% posee universitario completo.
4. El 48% posee empleo, ya sea de tiempo parcial o completo, el 20% está auto empleado, el 17% se dedica a tareas domésticas, el 6% son estudiantes, el 7% está desempleado y el 2% está retirado.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos armonizada APS 2016

En la Gráfica 7 se observa el nivel de emprendimiento en Guatemala en las fases del proceso emprendedor. Según los datos obtenidos por el APS, en Guatemala existen fases de emprendimiento en las cuales Guatemala tiene uno de los niveles más altos del mundo. En las fases iniciales del proceso emprendedor, se observa que 39 de cada 100 guatemaltecos tienen una idea de negocio que desean emprender y que potencialmente puede convertirse en una actividad generadora de ingresos (ocupando Guatemala la posición 14 de 65 países).

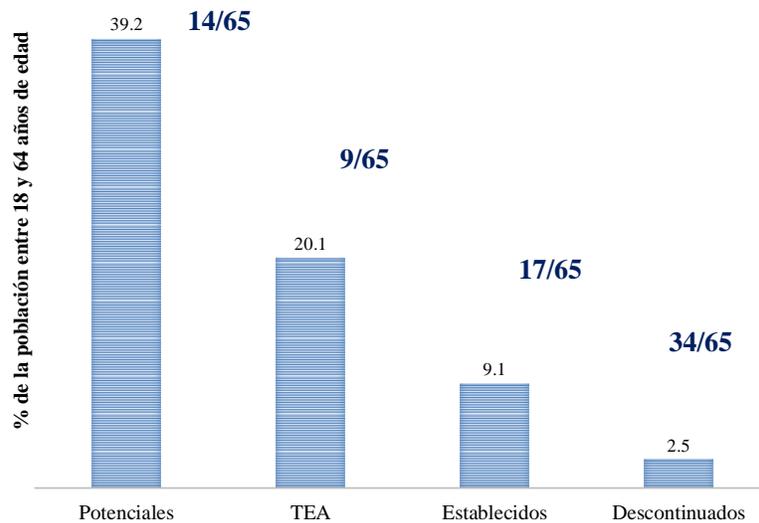
En la siguiente fase del proceso emprendedor se encuentra que 20 de cada 100 guatemaltecos están emprendiendo negocios en una fase temprana (el negocio no ha estado generando ingresos para el dueño por más de 42 meses). Al indicador que mide la porción de emprendedores que se encuentra en esta etapa se le conoce como tasa de emprendimiento temprano (de aquí en adelante se le llamará TEA, por sus siglas en inglés: Total early-stage Entrepreneurial Activity). Indicador de gran interés, ya que los negocios en esta etapa se encuentran en un punto en donde son más susceptibles a las características del entorno en donde operan, ya que el mismo puede ser conducente y facilitar su crecimiento, o puede ser un factor que limita la operación del mismo. Para el ciclo 2016-2017, Guatemala ocupó la posición 9 de 65 países, siendo una vez más un país con elevados niveles de emprendimiento en fases tempranas.

Asimismo, 9 de cada 100 guatemaltecos tienen un negocio que les ha estado generando ingresos por más de 42 meses (ocupando Guatemala la posición 17 de 65 países). Como se puede apreciar en la Tabla 1, a partir del 2013 Guatemala ha experimentado cierto crecimiento en el comportamiento de este indicador. Si se compara la tasa de emprendimientos establecidos del 2011 (2.5%) con la del 2016 (9.1%), se encuentra que la misma ha crecido a un ritmo promedio anual del 72.8%.

Al reflexionar el comportamiento que tienen los emprendimientos desde una fase potencial hasta una fase establecida (generando ingresos por más de 42 meses), se encuentra una tendencia hacia la baja. A medida que se mide la proporción de guatemaltecos con negocios en etapas más consolidadas de funcionamiento, la proporción cae drásticamente de un año a otro. Si bien, este es un comportamiento usual dentro del proceso emprendedor en otros países (consultar Anexo 2), Guatemala presenta caídas alrededor del 50% de una etapa de emprendimiento a otra. El desafío es asegurarse que dichas caídas son un reflejo de la retroalimentación que los consumidores le dan a los negocios, y no el resultado de un entorno para emprender tan poco amigable que disminuye la posibilidad de sobrevivir a una gran porción de emprendedores con negocios en fases tempranas.

Finalmente, la última etapa del proceso emprendedor es la del cierre del negocio. Para el ciclo 2016-2017, se encontró que en los últimos doce meses casi 3 de cada 100 personas había cerrado un negocio. Ubicando a Guatemala en la posición 34 de los 65 países.

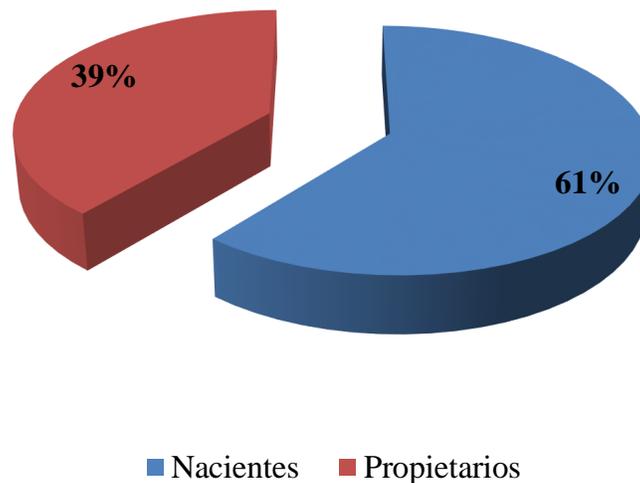
Gráfica 7: El proceso de emprendimiento en Guatemala (% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)



Fuente: APS, 2016

La tasa de emprendimiento temprano, TEA por sus siglas en inglés, puede descomponerse en dos: 1. La tasa de emprendedores nacientes, que son negocios que no han generado ingresos para sus dueños. 2. La tasa emprendedores propietarios, que son negocios que han generado ingresos a sus dueños, pero lo han hecho por menos de 42 meses. Si se analiza la composición de la TEA, tal y como lo muestra la Gráfica 8, se puede observar que la actividad emprendedora en Guatemala tiene una clara orientación hacia emprendedores nacientes (61%). Es decir, en la actualidad 6 de cada 10 emprendedores de la TEA tienen un negocio del cual todavía no perciben ingresos.

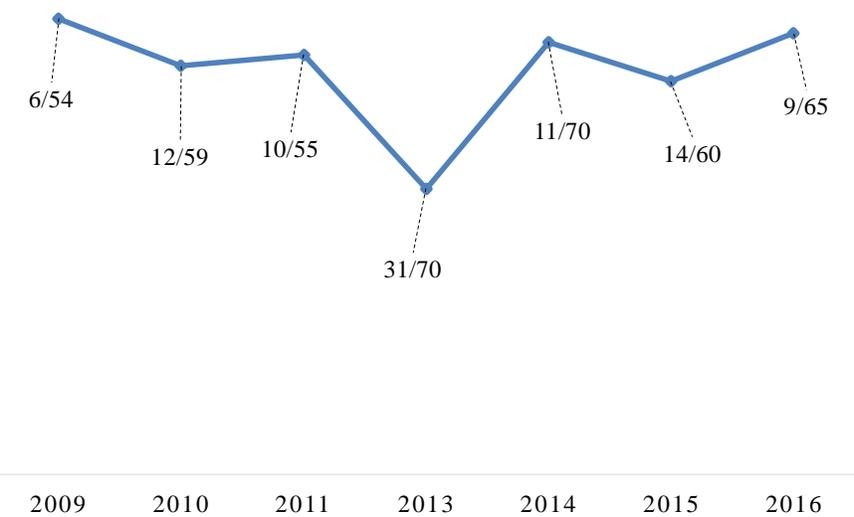
Gráfica 8: Composición de los emprendedores que forman parte de la TEA



Fuente: APS, 2016

Como se mencionó anteriormente, si se compara la TEA de Guatemala con otros países, resulta que nuestro país posee uno de los niveles de emprendimiento temprano más altos en el mundo, ocupando en el ciclo 2016-2017 el puesto número 9 de 65 países. A excepción del 2013, en todos los años que en Guatemala se ha medido el emprendimiento, el país se ha consolidado como uno de los países en donde una mayor proporción de su población adulta es dueña y administra un negocio en una etapa de operación bastante temprana. En la Gráfica 9 se puede apreciar la forma en que se ha comportado la clasificación de Guatemala año con año, en relación al total de países que han participado.

Gráfica 9: Evolución de la clasificación de Guatemala a nivel mundial en la tasa de emprendimiento temprano (TEA)



Fuente: APS, 2016

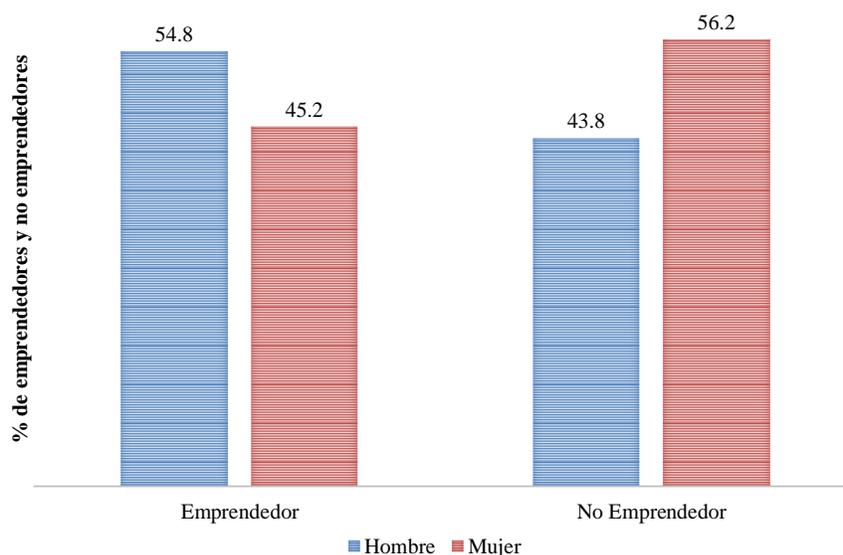
3.1 Características de los Emprendedores

Después de contrastar los indicadores generales de emprendimiento de Guatemala con el resto de países que participaron en el ciclo 2016-2017, es importante conocer con más detalle el perfil de los emprendedores guatemaltecos y de sus negocios. En la presente subsección se analizarán las principales características de los emprendedores en Guatemala. Para ello, se le llamará “emprendedor” a aquellas personas con negocios en etapas tempranas de operación (TEA) y en etapas establecidas (han generado ingresos para sus dueños por más de 42 meses). La categoría “no emprendedor” se ha construido por complemento, es decir, son todas las personas que no han sido ubicadas dentro del grupo de emprendedores.

3.1.1 Género

Al contrastar el género de la población emprendedora con el de la no emprendedora, se encuentra que dentro del grupo de emprendedores más de la mitad son hombres (54.8%). Una tendencia contraria se encuentra al analizar la composición del género dentro del grupo no emprendedor, en donde la mayoría son mujeres (56.2%). Para el ciclo 2016-2017 se acentúa la tendencia que se había encontrado en ciclos anteriores, en donde existe una participación, estadísticamente significativa (con un nivel de significancia del 1%), en la proporción de hombres que emprenden. (consultar Gráfica 10).

Gráfica 10: Comparación entre el género de los emprendedores y no emprendedores



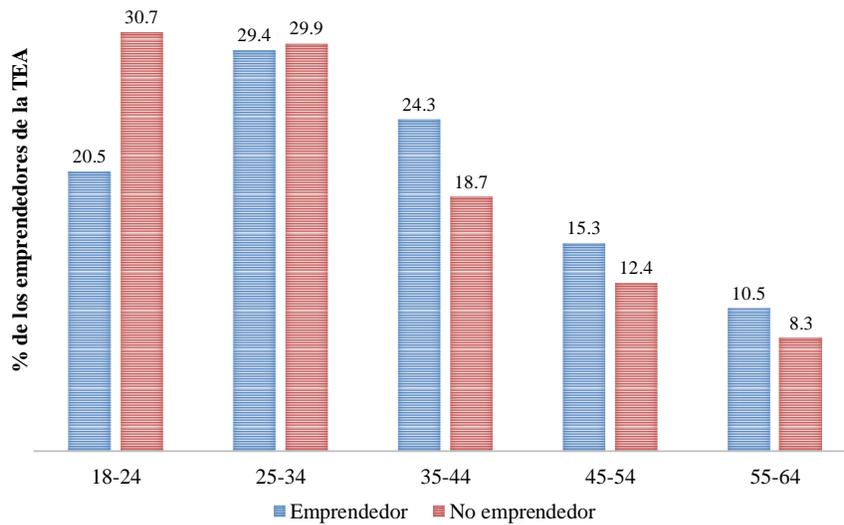
Fuente: APS, 2016

En el Reporte Nacional publicado en el 2012 (GEM, 2012) se analizaron los desafíos particulares que afrontaban las mujeres para poder emprender. El acceso a servicios para el cuidado de sus hijos y una mayor conectividad entre mercados son aspectos que claramente restringen la compatibilidad entre el emprendimiento femenino y otros roles que desempeña la mujer dentro de la sociedad. La ausencia de iniciativas que liberen dichas restricciones podría explicar, en parte, la leve caída que han experimentado las mujeres dentro del grupo de emprendedores.

3.1.2 Edad

Guatemala es un país en donde más de la mitad de su población es joven. Otra característica que presentan los emprendedores identificados dentro del estudio es su juventud. Más de la mitad del total de emprendedores tiene menos de 34 años. Sin embargo, la juventud no es una característica propia de los emprendedores guatemaltecos sino de la población en general (consultar Gráfica 11).

Gráfica 11: Comparación entre la edad de los emprendedores y no emprendedores

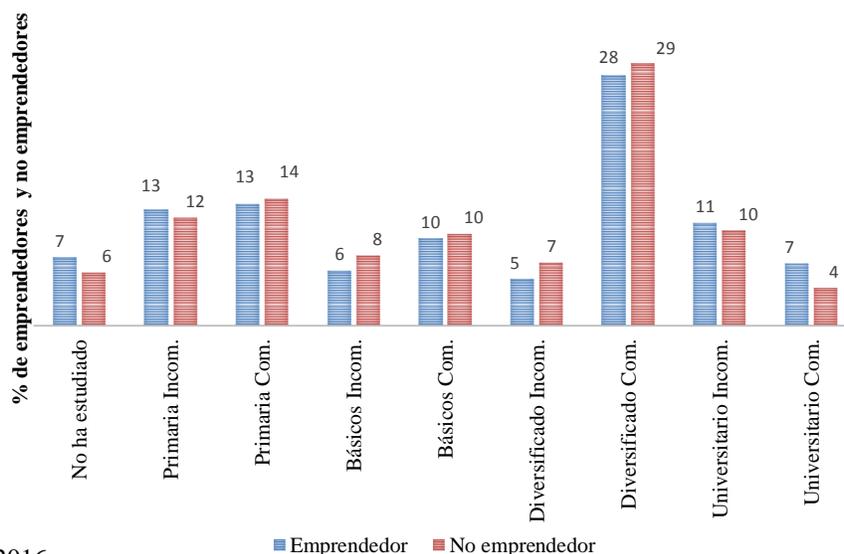


Fuente: APS, 2016

3.1.3 Educación Formal

En la Gráfica 10 se compara el nivel educativo de los emprendedores con los no emprendedores. En dicha gráfica se aprecia una concentración particular de entrevistados (tanto emprendedores como no emprendedores) con un nivel educativo de diversificado completo. Aunque el 40% de emprendedores tiene un nivel educativo superior a diversificado completo, también existe un grupo de emprendedores con un nivel educativo inferior a los seis años promedio de educación formal. Situación que refleja la necesidad de atención diferenciada que necesitarán los emprendedores al momento de recibir cualquier apoyo técnico, según sus niveles de educación.

Gráfica 12: Comparación entre el nivel educativo de los emprendedores y no emprendedores



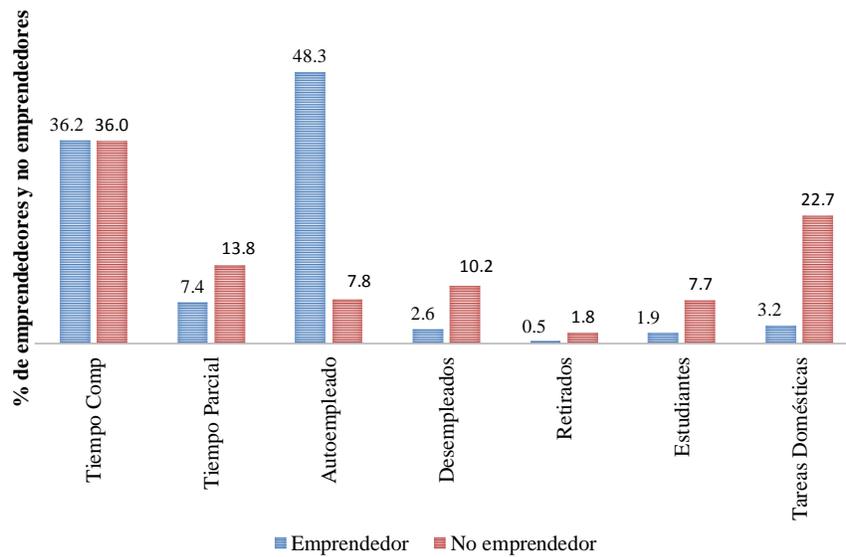
Fuente: APS, 2016

3.1.4 Estatus Laboral

Sólo en principio se puede decir que el emprendedor guatemalteco tiene múltiples ocupaciones, como se ha establecido en ediciones anteriores de este reporte (Consultar Gráfica 11). El 23.5% de los emprendedores, además de administrar su negocio, tiene un trabajo remunerado de tiempo completo; un 10% tienen un trabajo remunerado de tiempo parcial; y un 6.7% se considera desempleado. Sin embargo, la mayoría de los emprendedores, un 50.9%, está dedicado al autoempleo o trabaja por cuenta propia, de forma directa, en unidades económicas (un comercio, un oficio o un negocio) de su propiedad, que las dirige, gestiona y que obtiene ingresos de las mismas. En otras palabras, el emprendimiento es para el emprendedor una alternativa para generar ingresos cuando no le es posible, o no desea, encontrar un empleo en relación de dependencia.

Es prácticamente imposible analizar el fenómeno del emprendimiento sin analizar el mercado laboral. Ya que detrás de las decisiones del emprendedor, siempre existe la posibilidad de emplearse en calidad de asalariado en vez de seguir operando su negocio. Sin embargo, la ausencia de oportunidades de empleo formal en el país influye en que cada año más personas se dediquen a poner en marcha un negocio como estrategia para generar o complementar ingresos.

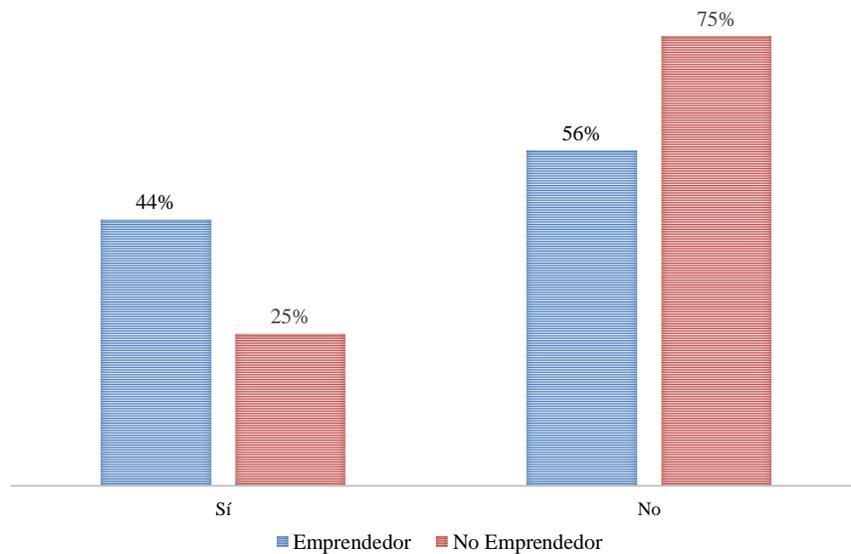
Gráfica 13: Comparación entre el estatus laboral de los emprendedores y no emprendedores



Fuente: APS, 2016

3.1.5 Trascendiendo generaciones

Gráfica 14: Porcentaje de emprendedores y no emprendedores cuyos padres tenían un negocio



Fuente: APS, 2016

3.2 Características de sus negocios

Tan importante como conocer el perfil del emprendedor es conocer el tipo de negocio que estos emprenden. En Guatemala los negocios que se emprenden son relativamente pequeños, de bajo alcance, orientados al consumo, que generan poco empleo y con poca expectativa de crecimiento. Éstas son características de la mayoría de negocio, sin embargo, dentro de los datos existe una minoría de negocios que tienen características completamente opuestas. Que operan en sectores que agregan mayor valor, que han requerido de una cuantiosa inversión inicial para establecerse y generan hasta 19 plazas de trabajo.

Reconocer la situación actual de la mayoría de los emprendedores, permite matizar las expectativas del impacto que la actividad emprendedora puede tener en el país a nivel macroeconómico. Por otro lado, el que actualmente existan más de dos millones de guatemaltecos que son dueños y administran un negocio, tiene un impacto particular dentro del hogar del emprendedor, aunque su negocio sea de pequeña escala y tenga limitadas expectativas de crecimiento.

3.2.1 Inversión Inicial

En Guatemala el 45.2% de los negocios se inician con una inversión menor a Q10,000.00 (consultar Tabla 2). Por ser negocios que requieren poca inversión inicial, se puede inferir que son de pequeña escala y que tienden a involucrarse en actividades económicas en donde no se requiere de procesos productivos de alto valor agregado. En actividades en donde no se requieren altas inversiones en tecnología o la contratación de mano de obra calificada.

Tabla 2: Inversión inicial requerida o realizada para iniciar el negocio (las cifras representan las frecuencias acumuladas en cada intervalo de inversión)

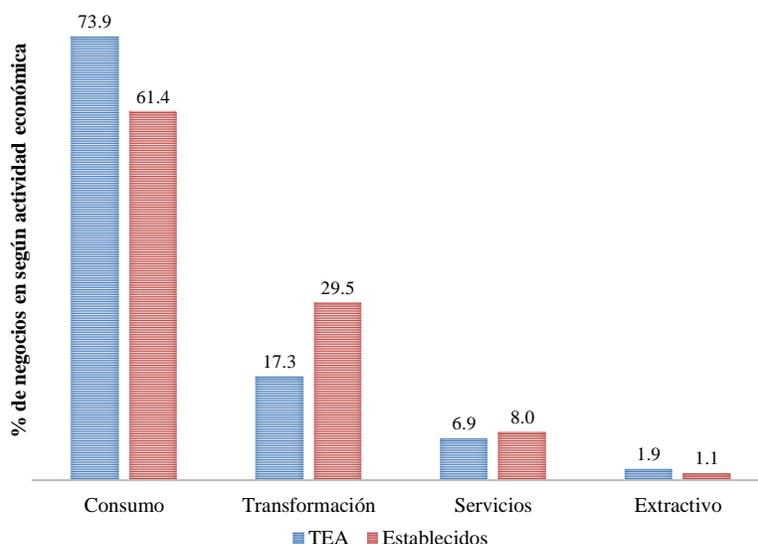
| Rangos de inversión inicial | TEA | Establecidos |
|-------------------------------|----------------------|----------------------|
| | Frecuencia Acumulada | Frecuencia Acumulada |
| Menos de Q1,000 | 5.8 | 23.3 |
| Entre Q1,001 y Q5,000 | 27.8 | 55.3 |
| Entre Q5,001 y Q10,000 | 45.2 | 67.3 |
| Entre Q10,001 y Q25,000 | 69.1 | 84.2 |
| Entre Q20,000 y Q50,000 | 85.3 | 94.7 |
| Entre Q50,000 y Q100,000 | 95.8 | 98.9 |
| Más de Q100,000 | 100.0 | 100.0 |

Fuente: APS, 2016

3.2.2 Actividad Económica

La gran mayoría de negocios, un 73.9%, están orientados al sector de consumo (consultar Gráfica 12). En esta actividad económica se incluye principalmente ventas al detalle como: panaderías, tiendas de barrio, librerías, ventas de comida, ventas de ropa, ventas de frutas y verduras (consultar Tabla 3). El tipo de actividad económica al que están enfocados la mayoría de los negocios en Guatemala es consecuencia directa de otros elementos, algunos de ellos descritos anteriormente, como la baja inversión inicial y el bajo nivel educativo de los emprendedores para concebir, diseñar e implementar negocios en sectores de alto potencial de crecimiento.

Gráfica 15: Negocios TEA y Establecidos según actividad económica



Fuente: APS, 2016

Tabla 3: Negocios ubicados dentro de cada actividad económica

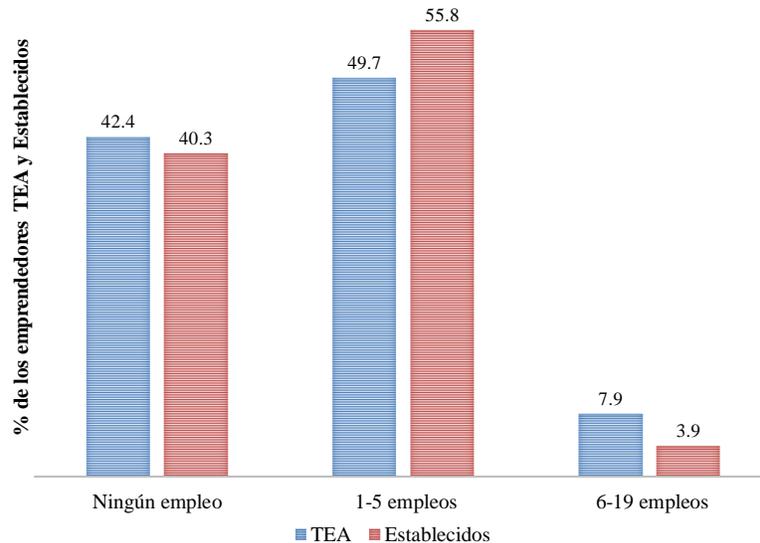
| Clasificación | Negocios considerados |
|--------------------------------|--|
| Orientado al Consumo | Ventas al detalle, ventas de comida, venta de ropa, venta de fruta y verdura. |
| Transformación | Talleres de mecánica, zapatería, artesanías, sastrerías, herrería, construcción, carpintería, molino |
| Servicios para Empresas | Mantenimiento de computadoras, servicios contables, fotocopias, publicidad, asesoría jurídica |
| Extractivo | Granja de animales, manejo forestal, pesca, arenera. |

Fuente: APS, 2016

3.2.3 Generación de Empleo

La generación de empleo es uno de los indicadores utilizados para medir la escala del negocio y su impacto económico. Si bien, la generación de puestos de trabajo está ligado a la inversión inicial para establecer el negocio y al sector económico en donde el mismo opera. Existen otros elementos que inciden sobre la escala que logra alcanzar el negocio, uno de ellos es el marco regulatorio y otro es el clima de inseguridad bajo el cual operan. Como se puede observar en la Gráfica 13, el 92.1% de los emprendimientos generan menos de 5 puestos de trabajo, en los que muy probablemente se emplea el mismo emprendedor y miembros de su familia más cercana. 7.9% de los negocios TEA y 3.9% de los negocios establecidos generan entre 6 y 19 empleos. Como se mencionó al inicio del presente capítulo, aunque la mayoría de los negocios identificados tiene una escala pequeña, es posible identificar minorías con un comportamiento dinámico.

Gráfica 16: Comparación del empleo generado actualmente por los emprendedores TEA y Establecidos

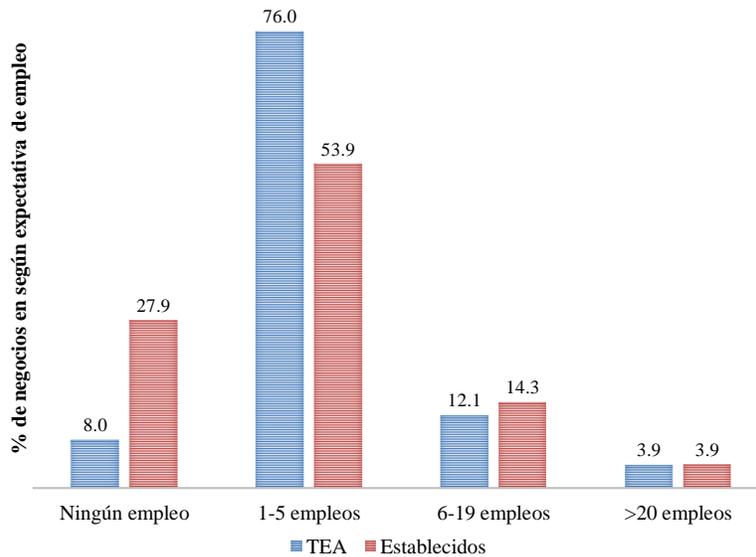


Fuente: APS, 2016

La baja generación de empleo podría ser una característica propia de negocios que llevan poco tiempo de estar funcionando, como el caso de los emprendedores de la TEA. Por lo que se podría esperar que, con el tiempo, este tipo de negocios puedan crecer y generar más empleo. Sin embargo, cuando se le pregunta al emprendedor sobre sus expectativas de crecimiento y generación de empleo a cinco años, los datos no muestran tanto dinamismo. El 84% de los emprendedores piensa que su negocio va a genera entre 0 y 5 puestos de trabajo, es decir que el mismo emprendedor no visualiza su negocio como una opción de crecimiento y mejora en los ingresos, sino que piensa que se mantendrá con las mismas características que tiene actualmente (consultar Gráfica 14). Es importante destacar también que 14 de cada 100 emprendedores establecidos espera que su negocio genere más de 6 empleos en los próximos cinco años, y 4 de cada 100 espera generar más de 20 empleos dentro de cinco años.

Por otro lado, los datos de la Gráfica 14 confirman que existe una diferencia estadísticamente significativa entre la expectativa de generación de empleo de los emprendedores TEA y los establecidos. Los emprendedores establecidos tienen una mayor expectativa de no generación de empleo en los próximos 5 años que los emprendedores TEA. Asimismo, más emprendedores TEA esperan generar entre 1 y 5 puestos de trabajo en los próximos 5 años que los emprendedores establecidos.

Gráfica 17: Comparación de la expectativa de generación de empleo dentro de 5 años

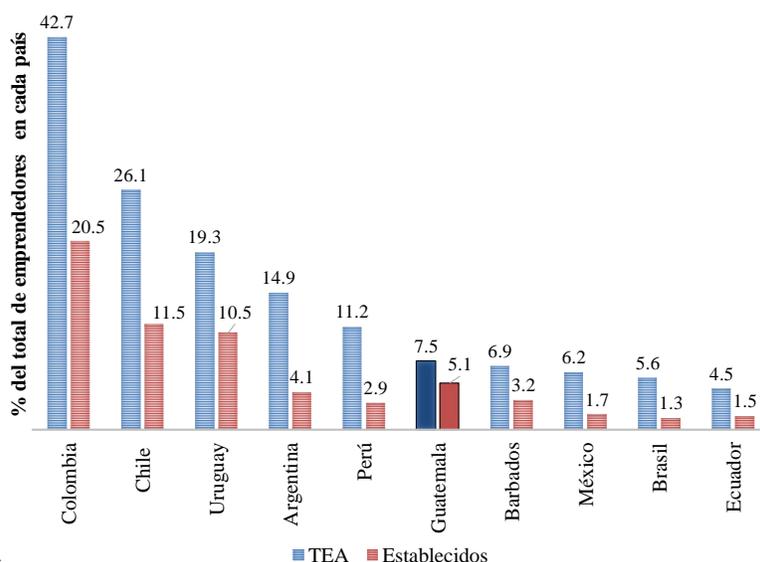


Fuente: APS, 2016

Si se compara la expectativa de generación de empleo de los emprendedores guatemaltecos con el resto de países de América Latina, se puede observar que los emprendedores de ciertos países Latinoamericanos tienen una mayor expectativa de generación de empleo que los emprendedores guatemaltecos. En la Gráfica 15 se puede observar que solamente 7.5 de cada 100 emprendedores en Guatemala espera generar más de 10 empleos en los próximos 5 años, cuando en países como Colombia, casi 43 de cada 100 emprendedores considera que está emprendiendo negocios que pueden generar más de 10 puestos de trabajo, es decir que tienen mejores expectativas de crecimiento. Las expectativas de generación de empleo de emprendedores en países como Barbados, México, Brasil y Ecuador son aún menores que las expectativas de generación de empleo de los guatemaltecos.

Por otro lado, en la Gráfica 15 se confirma que los emprendedores TEA tienden a tener mejores expectativas de generación de empleo que los emprendedores establecidos. Un patrón que en este caso se repite a nivel internacional.

Gráfica 18: Emprendedores en Latinoamérica que esperan generar 10 empleos o más dentro de 5 años



Fuente: APS, 2016

3.2.4 Ubicación de los negocios

Una característica importante de los negocios es el mercado que atienden. Si un negocio encuentra nichos internacionales para vender sus productos, eso tiene impacto en su facturación, generación de empleo y estándares mínimos de calidad, así como mayor expectativa de crecimiento y desarrollo. De esta cuenta, según el APS 2015, los negocios en Guatemala atienden casi exclusivamente el mercado doméstico (ver Tabla 4). Un 52% de los negocios atienden mercados en su propia comunidad, pueblo o aldea; y un 22.8% atienden mercados en su propio municipio.

Tabla 4: Ubicación de los clientes de los emprendedores TEA y Establecidos

| ¿En dónde se ubican la mayoría de sus clientes? | TEA | Establecidos |
|---|-------------|--------------|
| En mi comunidad, pueblo, aldea | 52.0 | 46.6 |
| En mi municipio | 22.8 | 25.9 |
| En otro municipio de mi departamento | 3.3 | 4.2 |
| En mi Departamento | 9.0 | 11.6 |
| En otro departamento | 2.6 | 3.7 |
| En toda Guatemala | 9.7 | 7.4 |

| | | |
|-----------------|-----|-----|
| En otros países | 0.5 | 0.5 |
|-----------------|-----|-----|

Fuente: APS, 2016

Se podría pensar que los negocios que se encuentran en las primeras fases del proceso emprendedor no tengan aún las capacidades operativas para atender grandes pedidos de mercados internacionales. Sin embargo, la evidencia estadística del APS 2015 refleja que en Guatemala casi ningún negocio atiende mercados internacionales, ni siquiera cuando estos negocios han logrado consolidarse y son de los pocos negocios que logran sobrevivir por más de 42 meses. Esto implica que en Guatemala hay muy pocos negocios y empresas que están conectados a cadenas internacionales de comercio, valor y productividad, lo que implica que pocos emprendedores se enfrentan a la competencia internacional, a las exigencias de mercados más competitivos, a las complicaciones y complejidades que implican los procesos de exportación en fronteras y aduanas, a las estrategias de comercialización internacional y las operaciones de logística internacional.

La baja escala que tienen los emprendimientos en Guatemala y sus expectativas de crecimiento no se explican únicamente por patrones presentes en las características sociodemográficas de los emprendedores y en ciertas características de los mismos negocios. La actividad emprendedora se lleva a cabo dentro de un entorno, que puede ser más o menos conducente para promover el desarrollo de los negocios. En la siguiente sección, se analiza el entorno en el cual operan los emprendedores guatemaltecos.

4. El Entorno para emprender en Guatemala

4.1 Encuesta Nacional a Expertos

La Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés) es el instrumento utilizado para conocer la percepción de expertos en materia de emprendimiento, sobre el ecosistema emprendedor. Para esto, la NES registra opiniones sobre si es fácil o difícil hacer nuevos negocios en Guatemala y sobre si consideran propicio el ambiente de emprendimiento del país.

La NES se administra a 36 personas catalogadas como expertos en materia de emprendimiento, pidiéndoles que a través del cuestionario califiquen 9 áreas en específico (consultar Recuadro 2). Para seleccionar este grupo de 36 encuestados, se toman en cuenta tres aspectos:

1. Por lo menos un entrevistado en cada área debe ser un emprendedor.
2. Hay un balance en el género de los entrevistados (en función a la participación real de cada género en las 9 áreas).
3. La experiencia de los entrevistados debe ser tanto dentro del sector público como el privado.

Recuadro 2: 9 Categorías de la actividad emprendedora analizada por la NES

1. **Sector financiero.** La disponibilidad de recursos financieros para la creación de empresas nuevas y en crecimiento determina la capacidad de emprender en un país. En mercados financieros más estrechos y aquellos en los cuales existen menores posibilidades de crédito se espera que las actividades de creación de emprendimientos de alto crecimiento sean menores que países con mercados financieros más desarrollados.
2. **Políticas de Gobierno.** En la medida que la regulación económica del gobierno no introduzca mayores desincentivos a la creación de nuevas empresas, ni 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 la actividad emprendedora a través de programas directos, a nivel municipal o nacional, que apoyen la creación de empresas nuevas y el crecimiento de las ya establecida. La calidad y eficiencia de estos programas afecta el nivel de actividad emprendedora en un país.
4. **Educación y capacitación.** El capital humano específico necesario para emprender, iniciar y dirigir negocios afecta la creación de nuevas empresas de rápido crecimiento.
5. **Transferencia de I+D.** La cantidad de investigación y desarrollo que se transfiera efectivamente a las firmas de una economía permite la adaptación de nuevos procesos y productos en una economía y la innovación de nuevos bienes y servicios. Ambos determinan una mayor cantidad de actividad emprendedora en un país.
6. **Infraestructura comercial y profesional.** La calidad y cantidad de servicios comerciales, contables y legales disponibles influye sobre la propensión a crear negocios, elevar su persistencia y mejorar su productividad operativa.
7. **Apertura del mercado interno.** En la medida que los marcos regulatorios sean flexibles a nuevas prácticas comerciales y productivas, mayor oportunidad habrá para el establecimiento de nuevas empresas de rápido crecimiento que puedan competir contra las ya establecidas. El mayor grado de competencia está alineado con una mayor actividad emprendedora.

8. **Acceso a infraestructura física.** Los recursos físicos existentes, tales como servicios públicos, transporte, comunicaciones, entre otros, reducen costos de transacción y facilitan el establecimiento de nuevos negocios de rápido crecimiento.
9. **Normas sociales y culturales.** El contexto cultural tiene poderosa influencia sobre los incentivos que premian o castigan el emprendimiento a nivel social.

Fuente: GEM, 2012

4.2 Resultados de las principales áreas calificadas

A continuación, se analizan seis de las nueve áreas calificadas por los expertos, las mismas fueron seleccionadas según la información que pueden aportar para abordar la última sección, en donde se identifican las principales restricciones que afrontan los emprendedores, causadas por excesos de regulación por parte del gobierno.

4.2.1 Sector financiero

En esta sección se pregunta acerca del tipo de financiamiento disponible para empresas nuevas y en crecimiento. La pregunta central de esta sección se refiere a la existencia de suficientes fuentes de financiamiento, para empresas nuevas y en crecimiento, de las siguientes formas:

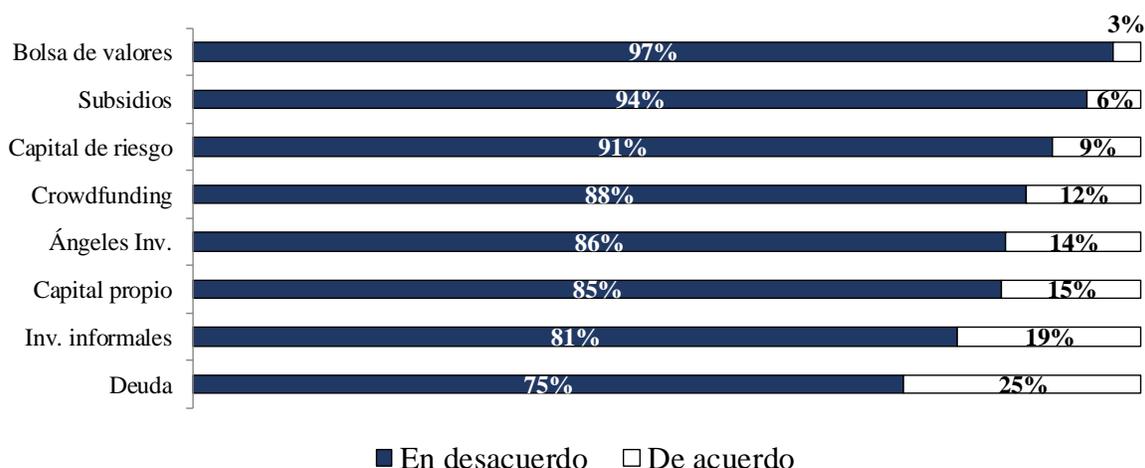
- **(Inversores informales)** financiamiento mediante aportes de capital por parte de amigos y familiares, compañeros de trabajo y otros conocidos.
- **(Deuda)** financiamiento mediante endeudamiento.
- **(Capital Propio)** financiamiento a través de capital propio.
- **(Ángeles Inversores)** financiamiento a través de ángeles inversores.
- **(Crowdfunding)** financiamiento a través de financiamiento colectivo.
- **(Subsidios)** subsidios por parte del Gobierno.
- **(Capital de Riesgo)** financiamiento mediante capital de riesgo (*venture capital*).
- **IPO:** financiamiento mediante colocación acciones en la bolsa de valores (IPO).

El sector financiero guatemalteco, bancario y no bancario, es visto por los expertos de la NES, como poco propicio para el emprendimiento, especialmente aquel de pequeña escala, que no tiene como respaldar una solicitud tradicional de crédito. Los resultados obtenidos reflejan la percepción que, si un guatemalteco quiere iniciar un negocio, es más fácil que el financiamiento lo obtenga a través de una institución financiera (25%).

Por el contrario, como se observa en la Gráfica 19, los expertos no creen que sea fácil acceder a financiamiento por otras vías. Únicamente el 3% considera que se puede acceder a financiamiento a través de la Bolsa de Valores Nacional, 12% percibe posible obtener recursos financieros por medio de “*crowdfunding*”, 6% a través de subsidios y 19% a través de inversionistas informales (familiares, amigos, compañeros de trabajo y similares). Esto se relaciona con un mercado financiero: 1) altamente regulado; 2) que apuesta por aquellas empresas que tienen un bajo nivel de riesgo; 3) que apoya a empresas que tienen todas las

garantías hipotecarias o fiduciarias que requieren los bancos; y, 4) que solo trabaja con empresas formales. Además, mecanismos como los inversionistas ángeles y el “crowdfunding”, están poco desarrollados en Guatemala y los existentes atienden un nicho de emprendedores con un mayor grado de sofisticación.

Gráfica 19: Evaluación del sector financiero



Fuente: NES, 2016

4.2.2 Políticas de gobierno

En esta sección se explora el papel de las políticas de gobierno para favorecer el emprendimiento en las siguientes áreas:

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

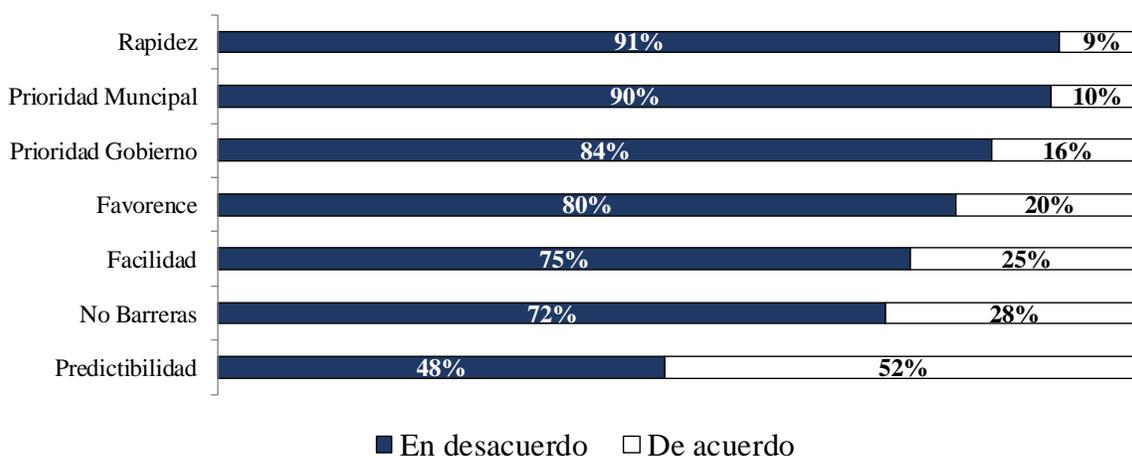
La percepción de los expertos de la NES, sobre las políticas de gobierno, es negativa en todas sus áreas. Los expertos no confían en que el marco institucional y político de Guatemala sea propicio para el emprendimiento. La variable mejor evaluada fue la de predictibilidad, con un 52%. Ello puede deberse a que las leyes y regulaciones públicas cambian lentamente. Ello

puede deberse a lo costoso, para los políticos, de formular iniciativas de ley, promoverlas en el Congreso de la República y llegar al proceso de aprobación o veto.

Un 28% de los expertos creen que los impuestos y tasas no son una barrera para el emprendimiento. Pero, el restante 72% sí cree que lo son. Ello muestra que los impuestos a las empresas, que en Guatemala son similares al promedio de los países de la Organización para el Desarrollo y la Cooperación Económica (OECD, por sus siglas en inglés), son percibidos como una limitante para el emprendimiento.

De los expertos, 25% considera que hay facilidad para hacer negocios y 75% que no. Esta relativa facilidad es más verdadera para empresas ubicadas en la ciudad capital y/o que tienen el capital suficiente para cumplir con todos los requisitos de la formalidad. Pero, la relativa lejanía o la ausencia del Estado en el interior del país, incrementa los costos relativos de formalización y transacción, para las empresas que no están en la Ciudad de Guatemala.

Gráfica 20: Evaluación de las Políticas de Gobierno



Fuente: NES, 2016

La percepción mayoritaria de los expertos (84%) es que el emprendimiento no es una prioridad para el gobierno. Esto puede verse en términos del gasto público, que en su mayor parte se destina a educación, salud, seguridad ciudadana e infraestructura. Las entidades de emprendimiento dentro del Ministerio de Economía, como el Programa Nacional de Competitividad, Invest in Guatemala y aquellas enfocadas en la micro, pequeña y mediana empresa, no son las más relevantes, en términos de presupuesto, para el país.

El 91% de los entrevistados no cree que el Estado sea rápido en los procesos de apertura de empresas. Aquí surge el mismo problema que con la facilidad en el cumplimiento de los requisitos de la formalidad: hay un Estado ausente en la mayor parte del Territorio Nacional y es difícil para las empresas emergentes, especialmente las más pequeñas, puedan los costos de cumplir con la ley, y de hacerlo en una forma expedita (esto se abordará en la siguiente sección).

La mayoría de entrevistados (9%) no percibe que el emprendimiento sea una prioridad a nivel municipal. Esto puede deberse, parcialmente, al poco margen de decisión, en materia de política económica, que tienen los alcaldes en Guatemala. Un ejemplo de esto fue la posibilidad de aumentar la capacidad de los alcaldes de decidir la política salarial de su municipio, por medio de la iniciativa Ley de Salarios Diferenciados, en 2015. Ésta facultaba a los alcaldes a favorecer parques industriales y salarios diferenciados en sus municipalidades. Y lo que se evidenció fue que: la posibilidad de controlar su política salarial estuvo directamente relacionada con un aumento en el interés de ciertos alcaldes, de generar políticas de desarrollo económico para su municipio.

El factor peor evaluado por los expertos de la NES, dentro del área de Políticas Gubernamentales, fue el del apoyo del Estado a las nuevas empresas. La mayoría, el 80% de los entrevistados, respondió que el Estado no favorece a las nuevas empresas.

4.2.3 Programas de gobierno

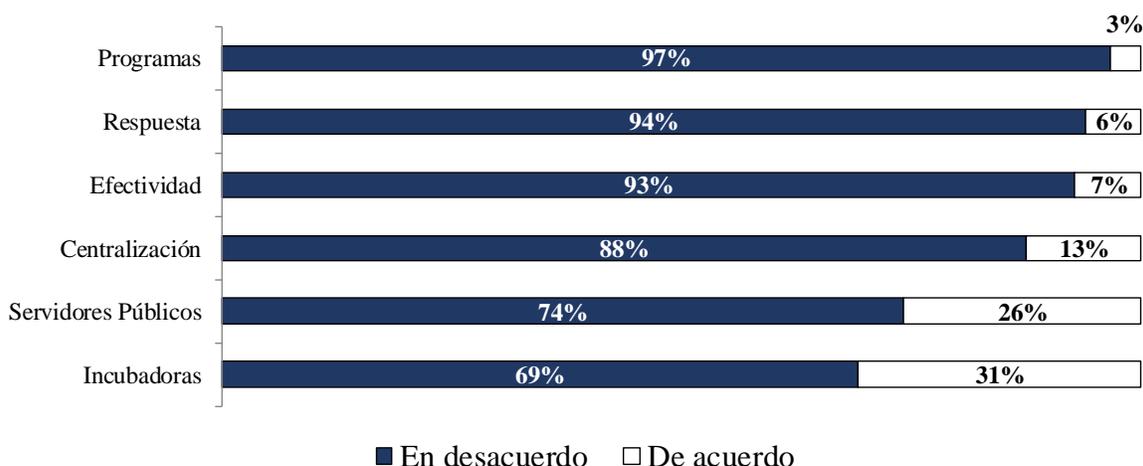
El papel de la política pública en la promoción del emprendimiento ha sido un tema largamente debatido. No existe un claro consenso acerca del papel de las intervenciones del gobierno a nivel microeconómico en este sentido. Cuando se carece de un marco que promueva los incentivos correctos, muchos de estos esfuerzos terminan siendo intentos fallidos en la promoción del emprendimiento. Desde esta óptica, esta sección de la encuesta analiza la efectividad de distintos tipos de programas de gobierno que generalmente se utilizan para promover el emprendimiento. Los programas que se abordan en esta sección son las siguientes:

- **(Centralización)** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener un amplio rango de asistencia del Gobierno poniéndose en contacto con un solo organismo público.
- **(Incubadoras)** Los parques científicos e incubadoras de negocios aportan apoyo efectivo a empresas nuevas y en crecimiento.
- **(Programas)** Existe un número adecuado de programas de Gobierno que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.
- **(Servidores públicos)** Los funcionarios públicos que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a empresas nuevas y en crecimiento, son competentes y eficaces.
- **(Respuesta)** Casi todo aquel que necesite ayuda de un programa del gobierno para una empresa nueva o en crecimiento, encuentra respuesta a sus necesidades.
- **(Efectividad)** Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.

Los programas, al igual que las políticas de gobierno, obtuvieron una baja calificación. Un consenso unánime se centró en resaltar la falta de efectividad en los programas gubernamentales. Ineficiencia que es percibida en un 74% por la falta de competencia de

funcionarios públicos; y en un 94% por la ausencia de respuestas a las necesidades de los emprendedores. Los expertos califican a los programas de gobierno como limitados. Describiendo, los pocos existentes, como no funcionales para los emprendedores (consultar Gráfica 21).

Gráfica 21: Evaluación de los Programas de Gobierno



Fuente: NES, 2016

4.2.4 Infraestructura comercial y profesional

Si se juzga el emprendimiento desde la perspectiva del descubrimiento y aprovechamiento de oportunidades de negocios, se entiende mejor el papel que juega la infraestructura comercial y profesional en el proceso. La disponibilidad de proveedores y subcontratistas que puedan apoyar a las empresas nuevas en su actividad emprendedora es de suma importancia sobre todo en la etapa de crecimiento. A medida que las economías se desarrollan y sus mercados se tornan más competitivos, la necesidad de este tipo de infraestructura se hace más notoria. Esta encuesta evalúa el acceso a servicios profesionales y bancarios, así como la capacidad de pago y facilidad para acceder a proveedores. En concreto, los temas que se evalúan son:

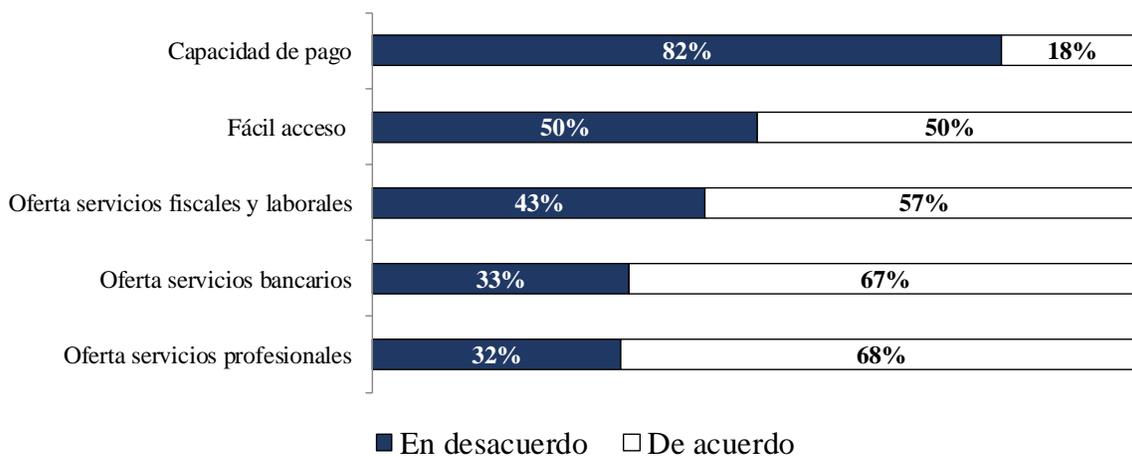
- **(Oferta de proveedores)** Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.
- **(Capacidad pago proveedores)** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar el costo de proveedores, consultores y subcontratistas.
- **(Fácil acceso a proveedores)** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.
- **(Acceso a servicios profesionales)** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos servicios profesionales legales y contables.

- **(Acceso a servicios bancarios)** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas de cheques, compra y venta de divisas, cartas de crédito y similares).

Los expertos han colocado a la estructura comercial y profesional en una posición mejor respecto a las otras áreas evaluadas. El 50% coincidió que es fácil acceder a servicios bancarios. Un 68% de los expertos también señaló que existe suficiente oferta y fácil acceso a proveedores.

Sin embargo, en contraposición a la tendencia de los anteriores resultados, un 82% de los expertos indicó que las empresas, nuevas y en crecimiento, no pueden realizar pagos a acreedores y consultores. Lo anterior indica que, aunque la oferta es disponible, los precios de estos servicios resultan caros con relación al giro del negocio. En este sentido, el emprendimiento es de magnitudes insuficientes para acceder a la contratación de capital humano calificado. En otros casos, perciben como alto el costo de oportunidad de cumplir con la regulación a través del uso de la infraestructura profesional disponible, arrojando como consecuencia la informalidad. Los resultados se exponen en la siguiente gráfica.

Gráfica 22: Evaluación de la infraestructura comercial y profesional



Fuente: NES, 2016

4.2.5 Apertura del mercado interno

La apertura del mercado interno es un buen indicador del potencial que existe para la actividad emprendedora dentro de un país. Esta apertura es la que permite crear nuevos negocios y generar procesos de creación de valor en el mercado para innovar. Por el contrario, cuando existen restricciones para operar, la actividad emprendedora tiende a ser menor y de corta duración. Más aun, poca apertura al mercado interno constituye un freno a la innovación y a la creación de empresas de rápido crecimiento. La NES mide dos aspectos de las condiciones de mercado interno: las barreras de entrada al mercado y el grado de dinamismo del mercado. Para medir esto se pregunta acerca de la capacidad para ingresar a

nuevos mercados y los costos de hacerlo, así como el ambiente competitivo en donde se desarrolla la actividad. Para medir el dinamismo del mercado interno se realiza un análisis sobre la dinámica de los bienes de consumo y de los servicios de tipo empresas para empresas (B2B). Las preguntas que se evalúan en esta sección son las siguientes:

- **(Capacidad de ingresar a otros mercados)** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.
- **(Afrontar costos de ingresar a otros mercados)** 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.
- **(Efectividad legislación antimonopolio)** La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.
- **(Dinámica mercado de consumo)** Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro.
- **(Dinámica mercado de empresas para empresas)** Los mercados de bienes y servicios de empresas para empresas (*business to business*) cambian drásticamente de un año a otro.

La facilidad de entrada en un mercado conlleva consigo la posibilidad de mayor competitividad y eficiencia. Sin embargo, en Guatemala, según la percepción de los expertos la apertura del mercado se encuentra limitada. Un 79% de los entrevistados consideró que no existe efectividad en legislación antimonopolio. Unido a lo anterior, un 87% indica que existe competencia desleal. Un 75% considera que los costos de ingresar a nuevos mercados son altos y que las empresas no pueden afrontarlos. Así mismo, un 65% opina que las empresas nuevas o nacientes no pueden ingresar con facilidad a nuevos mercados. La falta de acceso a los mercados aumenta el potencial de riesgo de los negocios nacientes, acrecentando su probabilidad de fracaso. Las limitaciones existentes al mercado interno también explican, junto con otros factores, porque los negocios que logran establecerse, son por mucho, menores a los nacientes.

Gráfica 23: Evaluación de la apertura al mercado interno



Fuente: NES, 2016

La anterior gráfica refleja que los expertos consideran que no existe dinamismo en el mercado. Esta inexistencia es percibida en un 75% en el mercado de empresas para empresas; y en un 77% en los mercados de consumo. Lo anterior implicaría, que los negocios son poco innovadores, y que el esfuerzo por lograr el crecimiento no es una prioridad. Mercados con poco dinamismo se encuentran asociados con actividades relacionadas con el comercio y producción de productos de escaso valor.

4.2.6 Acceso a infraestructura física

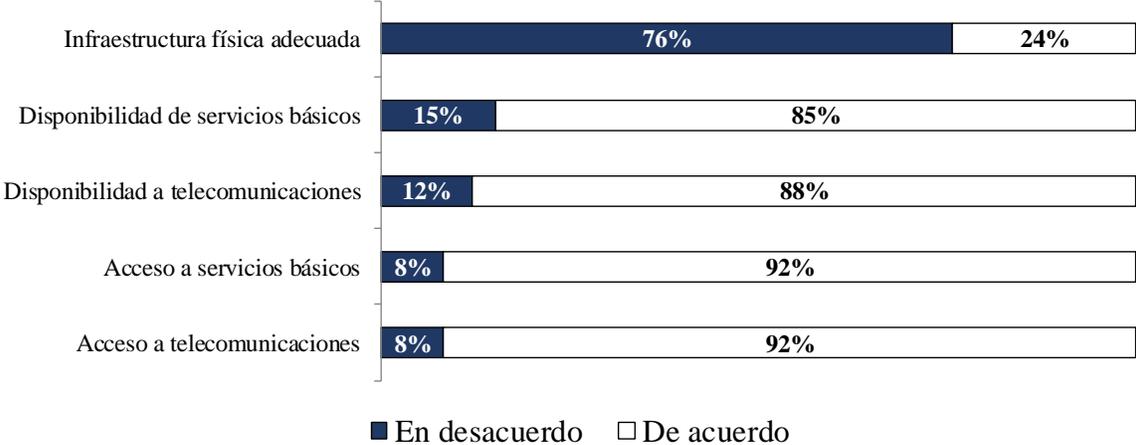
Las preguntas que evalúa la NES en esta sección son las siguientes:

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

En el caso de las telecomunicaciones, un 92% de los expertos consultados consideran que no es excesivamente caro acceder a servicios de telecomunicaciones, mientras que otro 88% creen que las nuevas empresas puedan proveerse de servicios de telecomunicaciones en menos de una semana. Esto muestra una percepción positiva, con respecto a la facilidad de acceder a Internet y telefonía.

Con respecto a los servicios básicos: un 92% cree que es fácil acceder a éstos y un 85% considera que existe una oferta adecuada. En este aspecto juega un papel la diferencia entre municipalidades con más y menos recursos y las urbanas y rurales. En el caso de las áreas rurales, el acceso y disponibilidad de servicios básicos puede ser más difícil de encontrar y de acceder para las empresas nuevas y nacientes. Ello debido a que las municipalidades de las áreas rurales cuentan con menos recursos económicos y humanos para echar a andar proyectos para la provisión de estos servicios.

Gráfica 24: Evaluación de las condiciones de la infraestructura física



Fuente: NES, 2016

El 76% de los expertos entrevistados opina que la infraestructura física del país es insuficiente para apoyar a los emprendedores. Este problema es más importante en las áreas rurales del país, especialmente las que no están dedicadas a productos de exportación, sino a producción de bienes de consumo local. Ello incrementa los costos de transporte de los emprendedores, pero también la disponibilidad de potenciales mercados a los cuales acceder.

5. Conclusiones

Desde el 2009 Guatemala ha contado con mediciones continuas y estandarizadas de la actividad emprendedora. A través de dichas mediciones ha sido posible conocer las características de los emprendedores y de los negocios que los mismos establecen. Las cuales no han cambiado drásticamente a lo largo del tiempo. Los datos recabados en a través de la encuesta a la Población Adulta (APS), reflejan que Guatemala es un país en donde la población tiene una percepción positiva del emprendimiento. De 60 países que participaron en el estudio, Guatemala ocupa la primera posición en la apreciación del emprendimiento como buena opción de carrera, ocupa el décimo lugar en cuanto al reconocimiento que poseen los emprendedores dentro de la sociedad y ocupa el noveno lugar en el reconocimiento que los medios de comunicación le dan a los emprendedores.

Las percepciones positivas que posee el emprendimiento aunado a las escasas oportunidades de empleo formal que existen en el país, en parte podría explicar, el hecho de que en Guatemala existan altos niveles de emprendimiento, especialmente en fases iniciales. De 60 países Guatemala ocupa la posición 10 en cuanto al emprendimiento potencial y ocupa la posición 14 en cuanto al emprendimiento temprano (TEA). A pesar de que la tasa de negocios establecidos alcanzó una cifra récord, comparada con otros países, Guatemala ocupó la posición 22 en la prevalencia de negocios establecidos.

A pesar de las percepciones tan positivas que el emprendimiento despierta en la población guatemalteca y de las elevadas tasas de emprendimiento. La mayoría de los negocios que se desarrollan en Guatemala tienen bajos niveles de capitalización, se concentran en actividades económicas en donde no agregan mucho valor y tienen una capacidad limitada para generar empleo. Muchas de estas características, están fuertemente ligadas a las características sociodemográficas de los emprendedores. En donde la poca experiencia, los bajos niveles de educación y la urgencia de generar ingresos, podrían explicar muchas decisiones detrás del establecimiento del negocio. Sin embargo, existen otras características en el entorno en el cual operan los emprendedores que limitan su desarrollo y crecimiento potencial. La mayoría de las características del entorno para emprender se analizan a través de la Encuesta Nacional a Expertos (NES).

La conclusión general de los expertos consultados de la NES es que el ambiente institucional y económico para los emprendedores, en Guatemala, es poco propicio. Únicamente las variables de acceso a financiamiento informal, de disponibilidad de telecomunicación y de acceso a servicios básicos, fueron evaluadas más positiva, que negativamente. Ello hace sentido para una economía altamente informal, alrededor del 70% de la población económicamente activa, en un mercado en que el sector de las telecomunicaciones es privado y relativamente competitivo y dentro de un contexto de provisión de servicios públicos, como agua, electricidad e infraestructura vial, que se perciben como disponibles para la sociedad.

Lo que los expertos observan con mayor preocupación es una sociedad culturalmente conservadora, colectivista y adversa al riesgo; un gobierno central y municipal poco interesado en el emprendimiento económico; y un sistema financiero restringido.

Al comparar estos datos con los de otros países de la región latinoamericana se evidencia que, los guatemaltecos se perciben mal con respecto a ellos mismos. Pero, también, que otros países de la región perciben que sus condiciones para emprender de mejor forma que Guatemala.

6. Bibliografía

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

INE. (2010). *Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos*. Guatemala: INE.
Journal of Political Economy, 98, pp. 893-921.

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

7. Anexos

Anexo 1: Glosario

| Medición | Descripción |
|---|---|
| Actitudes Emprendedoras y Percepciones | |
| Oportunidades percibidas | Porcentaje de población de 18 a 64 años que miran buenas oportunidades de iniciar un negocio en el área donde vive. |
| Capacidades percibidas | Porcentaje de población de 18 a 64 años que cree que tiene las habilidades y el conocimiento para iniciar un negocio. |
| Miedo al Fracaso | Porcentaje de población de 18 a 64 años que percibe oportunidades positivas para emprender un negocio, pero el miedo al fracaso los impide a iniciar su empresa. |
| Intención emprendedora | Porcentaje de población de 18 a 64 años (excluyendo los individuos en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que espera iniciar un negocio en tres años. |
| Emprendimiento como una elección de carrera profesional | Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con la afirmación que en su país la mayor parte de los individuos consideran que es positivo iniciar un negocio. |
| Emprendimiento que genera un estatus destacable | Porcentaje de población de 18 a 64 años que están de acuerdo que emprendimientos exitosos son retribuidos con un estatus destacable. |
| Atención del emprendimiento en los medios de comunicación | Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con que en su país uno encuentra en los medios de comunicación historias de emprendedores exitosos en nuevos negocios. |
| Actividad Emprendedora | |
| Tasa de Emprendedores Nacientes | Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son un emprendedor naciente, i.e., están activamente involucrados en el inicio de una empresa que les pertenece o son socios; empresas que todavía no han |

| Medición | Descripción |
|--|--|
| | pagado salarios, sueldos o alguna compensación a los dueños por un período de tres meses máximo. |
| Tasa de Propietarios de Nuevas Empresas | Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de una nueva empresa, i.e., son dueños y administran un negocio propio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por un periodo menor a 42 meses. |
| Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) | Porcentaje de población de 18 a 64 años que son tanto un emprendedor naciente o el propietario de una nueva empresa. |
| Tasa de Propietarios de Negocios Establecidos | Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de negocios establecidos, i.e., son dueños y administran un negocio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por más de 42 meses. |
| Tasa de Descontinuación de Negocios | Porcentaje de población de 18 a 64 años que ha descontinuado un negocio en los últimos 12 meses, ya sea por medio de venderlo, cerrarlo o algún otro medio que modifique la relación de dueño y administrador del negocio. |
| Actividad Emprendedora Dirigida por la Necesidad: Prevalencia Relativa | Porcentaje de individuos en la actividad de emprendimiento temprana que están involucrados porque no tienen otra opción de trabajar. |
| Actividad Emprendedora Dirigida por la Innovación | Porcentaje de individuos en la actividad de emprendimiento temprana que (i) afirman ser inducidos por oportunidades de negocios más que por la falta de opción laboral (ii) que indican el principal motivo para aprovechar esta oportunidad es ser independiente o incrementar sus capacidades de ingreso más que mantener sus niveles actuales de ingreso. |
| | |
| Aspiraciones Emprendedoras | |
| Tasa de Expectativas de Elevados Niveles de Crecimiento en la Etapa de Emprendimiento Temprano | Porcentaje de población de 18 a 64 años que son tanto emprendedores nacientes o dueños de nuevas empresas que esperan emplear por lo menos a 20 trabajadores en los próximos cinco años. |

| Medición | Descripción |
|--|--|
| Tasa de Expectativas de Elevados Niveles de Crecimiento en la Etapa de Emprendimiento Temprano: prevalencia relativa | Porcentaje de la población en la etapa de emprendimiento temprano que son tanto emprendedores nacientes o dueños de nuevas empresas que esperan emplear por lo menos a 20 trabajadores en los próximos cinco años. |
| Tasa de Emprendimiento Orientado a Nuevos productos: prevalencia relativa | Porcentaje de la población en la etapa de emprendimiento temprano que indican que sus productos o servicios son nuevos para los consumidores o que no existen muchos negocios ofreciendo el mismo producto o servicio actualmente. |
| Tasa de Emprendimiento Orientado a la Actividad Internacional. | Porcentaje de la población en la etapa de emprendimiento temprano con más del 25% de sus ventas realizadas por consumidores internacionales. |

Anexo 2: Comparaciones Internacionales

El análisis de los indicadores internacionales de acuerdo a la región a la que pertenece cada país se presenta en la Tabla 6. Comparado con el resto de países del Continente Americano, la Tasa de emprendimiento temprano de Guatemala se encuentra levemente por debajo del promedio.

Tabla 5: Actividad emprendedora en los 60 países participantes en el GEM, según ubicación geográfica

| | Tasa de emprendimiento naciente | Tasa de propietarios de negocios nuevos | Tasa de emprendimiento temprano (TEA) | Tasa de propietarios de negocios establecidos | Tasa de negocios descontinuados | Impulsados por necesidad (% de TEA) | Impulsados por la oportunidad de mejora (% de TEA) |
|------------------------|---------------------------------|---|---------------------------------------|---|---------------------------------|-------------------------------------|--|
| África | | | | | | | |
| Botsuana | 23.0 | 11.9 | 33.2 | 4.6 | 14.7 | 35.6 | 61.9 |
| Burkina Faso | 19.7 | 11.2 | 29.8 | 27.8 | 8.1 | 27.5 | 72.0 |
| Camerún | 16.5 | 10.0 | 25.4 | 12.8 | 9.0 | 29.8 | 64.1 |
| Egipto | 4.0 | 3.4 | 7.4 | 2.9 | 6.6 | 42.4 | 57.3 |
| Marruecos | 1.3 | 3.2 | 4.4 | 5.2 | 2.2 | 28.4 | 69.2 |
| Senegal | 24.9 | 15.0 | 38.6 | 18.8 | 13.3 | 27.1 | 71.8 |
| Sudáfrica | 5.5 | 3.8 | 9.2 | 3.4 | 4.8 | 33.2 | 65.7 |
| Túnez | 5.4 | 4.9 | 10.1 | 5.0 | 7.2 | 18.0 | 79.3 |
| <i>Promedio simple</i> | 12.5 | 7.9 | 19.8 | 10.1 | 8.3 | 30.2 | 67.7 |
| Asia y Oceanía | | | | | | | |
| Australia | 7.3 | 5.8 | 12.8 | 8.7 | 4.5 | 12.7 | 85.1 |

| | Tasa de emprendimiento naciente | Tasa de propietarios de negocios nuevos | Tasa de emprendimiento temprano (TEA) | Tasa de propietarios de negocios establecidos | Tasa de negocios descontinuados | Impulsados por necesidad (% de TEA) | Impulsados por la oportunidad de mejora (% de TEA) |
|----------------------------|---------------------------------|---|---------------------------------------|---|---------------------------------|-------------------------------------|--|
| China | 6.8 | 6.3 | 12.8 | 3.1 | 2.7 | 34.7 | 64.3 |
| India | 7.7 | 3.2 | 10.8 | 5.5 | 2.3 | 18.9 | 78.7 |
| Indonesia | 6.1 | 12.1 | 17.7 | 17.1 | 3.7 | 19.0 | 80.3 |
| Irán | 7.9 | 5.3 | 12.9 | 14.0 | 6.7 | 28.8 | 67.5 |
| Israel | 8.4 | 3.7 | 11.8 | 3.9 | 4.6 | 12.4 | 79.4 |
| Kazajistán | 8.0 | 3.2 | 11.0 | 2.4 | 3.1 | 27.5 | 68.9 |
| Core del Sur | 5.0 | 4.3 | 9.3 | 7.0 | 2.0 | 24.4 | 74.6 |
| Líbano | 10.8 | 20.4 | 30.1 | 18.0 | 10.6 | 27.4 | 72.3 |
| Malasia | 0.8 | 2.3 | 2.9 | 4.8 | 1.1 | 13.7 | 86.3 |
| Filipinas | 7.6 | 10.1 | 17.2 | 7.3 | 12.2 | 25.6 | 73.7 |
| Taiwan | 2.5 | 4.8 | 7.3 | 9.6 | 3.8 | 14.9 | 85.1 |
| Tailandia | 4.5 | 9.5 | 13.7 | 24.6 | 3.4 | 17.2 | 81.2 |
| Vietnam | 1.0 | 12.7 | 13.7 | 19.6 | 3.7 | 37.4 | 62.6 |
| Promedio simple | 6.0 | 7.4 | 13.1 | 10.4 | 4.6 | 22.5 | 75.7 |
| América y El Caribe | | | | | | | |
| Argentina | 11.7 | 6.3 | 17.7 | 9.5 | 6.3 | 29.8 | 67.4 |
| Barbados | 11.5 | 10.7 | 21.0 | 14.1 | 3.8 | 15.2 | 80.8 |
| Brasil | 6.7 | 14.9 | 21.0 | 18.9 | 6.7 | 42.9 | 56.5 |
| Canadá | 9.7 | 5.5 | 14.7 | 8.8 | 5.0 | 13.5 | 81.1 |
| Chile | 16.5 | 9.8 | 25.9 | 8.2 | 8.5 | 25.3 | 67.4 |
| Colombia | 15.6 | 7.5 | 22.7 | 5.2 | 7.2 | 33.3 | 65.6 |
| Ecuador | 25.9 | 9.8 | 33.6 | 17.4 | 8.3 | 30.6 | 68.8 |
| Estados Unidos | 8.3 | 4.0 | 11.9 | 7.3 | 3.6 | 14.3 | 82.2 |
| Guatemala | 10.8 | 7.6 | 17.7 | 8.1 | 4.0 | 45.8 | 53.5 |
| México | 16.2 | 5.0 | 21.0 | 6.9 | 6.4 | 18.9 | 78.9 |
| Panamá | 5.2 | 7.7 | 12.8 | 4.2 | 2.2 | 45.3 | 52.0 |
| Perú | 17.8 | 4.9 | 22.2 | 6.6 | 8.8 | 25.2 | 72.9 |
| Puerto Rico | 6.6 | 1.9 | 8.5 | 1.4 | 0.9 | 25.1 | 73.7 |
| Uruguay | 10.6 | 3.8 | 14.3 | 2.1 | 4.7 | 18.2 | 80.6 |
| Promedio simple | 12.4 | 7.1 | 18.9 | 8.5 | 5.5 | 27.4 | 70.1 |
| Europa | | | | | | | |
| Bélgica | 4.5 | 2.0 | 6.2 | 3.8 | 1.9 | 27.5 | 60.2 |
| Bulgaria | 2.0 | 1.5 | 3.5 | 5.4 | 1.4 | 33.4 | 66.6 |
| Croacia | 5.1 | 2.6 | 7.7 | 2.8 | 2.9 | 40.1 | 59.2 |

| | Tasa de emprendimiento naciente | Tasa de propietarios de negocios nuevos | Tasa de emprendimiento temprano (TEA) | Tasa de propietarios de negocios establecidos | Tasa de negocios descontinuados | Impulsados por necesidad (% de TEA) | Impulsados por la oportunidad de mejora (% de TEA) |
|------------------------|---------------------------------|---|---------------------------------------|---|---------------------------------|-------------------------------------|--|
| Estonia | 8.7 | 4.7 | 13.1 | 7.7 | 2.0 | 13.7 | 84.8 |
| Finlandia | 4.0 | 2.8 | 6.6 | 10.2 | 2.7 | 15.0 | 80.4 |
| Alemania | 2.8 | 1.9 | 4.7 | 4.8 | 1.8 | 17.1 | 80.2 |
| Grecia | 3.9 | 2.8 | 6.7 | 13.1 | 3.4 | 22.3 | 75.4 |
| Hungría | 5.3 | 2.7 | 7.9 | 6.5 | 2.8 | 23.2 | 71.6 |
| Irlanda | 6.5 | 3.0 | 9.3 | 5.6 | 3.1 | 19.3 | 79.8 |
| Italia | 3.2 | 1.7 | 4.9 | 4.5 | 1.9 | 18.7 | 74.7 |
| Letonia | 8.6 | 6.0 | 14.1 | 9.6 | 3.4 | 17.1 | 80.5 |
| Luxemburgo | 7.1 | 3.2 | 10.2 | 3.3 | 4.2 | 9.3 | 86.2 |
| Macedonia | 3.0 | 3.1 | 6.1 | 5.9 | 2.3 | 52.1 | 42.1 |
| Holanda | 4.3 | 3.0 | 7.2 | 9.9 | 2.1 | 14.7 | 81.8 |
| Noruega | 2.3 | 3.3 | 5.7 | 6.5 | 1.6 | 10.6 | 81.5 |
| Polonia | 5.7 | 3.5 | 9.2 | 5.9 | 2.7 | 28.1 | 69.3 |
| Portugal | 5.6 | 4.0 | 9.5 | 7.0 | 3.2 | 24.5 | 73.8 |
| Rumania | 6.1 | 5.1 | 10.8 | 7.5 | 3.3 | 27.5 | 69.3 |
| Eslovaquia | 6.5 | 3.4 | 9.6 | 5.7 | 5.4 | 31.1 | 68.4 |
| Eslovenia | 3.2 | 2.8 | 5.9 | 4.2 | 1.8 | 23.7 | 73.0 |
| España | 2.1 | 3.6 | 5.7 | 7.7 | 1.6 | 24.8 | 73.5 |
| Suecia | 4.8 | 2.6 | 7.2 | 5.2 | 2.7 | 9.2 | 76.7 |
| Suiza | 4.6 | 2.8 | 7.3 | 11.3 | 1.7 | 10.1 | 85.4 |
| Reino Unido | 4.0 | 2.9 | 6.9 | 5.3 | 2.3 | 23.9 | 74.3 |
| Promedio simple | 4.8 | 3.1 | 7.8 | 6.6 | 2.6 | 22.4 | 73.7 |

Fuente: Reporte Global, 2015-2016

Las definiciones de estas tasas se encuentran descritas en el Glosario incluido en el Anexo 1.

En cuanto a la distinción entre emprendimiento por necesidad o por oportunidad, los valores de emprendimiento por necesidad en Guatemala son mayores al promedio del grupo de países del Continente Americano e inclusive del valor promedio del Continente Africano. Dado el nivel relativo de desarrollo de Guatemala y sus niveles de pobreza, es muy difícil hacer una distinción clara y tajante entre oportunidad y necesidad. El límite entre ambas medidas es tan difuso que hay que tener mucha precaución al momento de comparar los valores nacionales con los promedios internacionales. En todo caso, es claro que, en países como Guatemala, dado los bajos niveles de ingresos de las personas adultas, independientemente de la división entre oportunidad y necesidad, la mayor parte del emprendimiento tiene su origen en la necesidad de complementar los ingresos familiares. Una motivación que difiere mucho de lo

que se considera un emprendimiento impulsado por la innovación, la eficiencia o el uso del conocimiento.

a. Actitudes y percepciones

Otro de los elementos conceptuales del modelo GEM son las actitudes y percepciones de la sociedad respecto del emprendimiento. La Tabla 7 recoge los resultados de un conjunto de indicadores de este tipo para los países participantes en el estudio. Los resultados para Guatemala son bastante cercanos al promedio para las economías basadas en factores primarios. A pesar de los limitantes a la actividad emprendedora y la corta vida que parecen tener los emprendedores en este tipo de economías, llama la atención el hecho que en Guatemala la mayoría de los emprendedores perciban la existencia de oportunidades para su actividad y crean tener las habilidades necesarias para esta actividad. Aun aceptando la confusión entre necesidad y oportunidad y el bajo nivel de educación de la población, resulta alentador que la mayoría de emprendedores se crean capaces de realizar su labor y perciban oportunidades para ellos. Además, a pesar de las limitaciones, la gran mayoría no le tiene tanto miedo al fracaso.

Tabla 6: Actitudes y percepciones de los emprendedores en los 60 países participantes en el GEM 2015, según su ubicación geográfica

| | Oportunidades percibidas | Habilidades percibidas | Miedo al fracaso* | Intención emprendedora** | Como opción de carrera | Reconocimiento social | Reconocimiento por parte de los medios |
|------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------|--|
| África | | | | | | | |
| Botsuana | 57.8 | 74.1 | 18.9 | 61.9 | 70.1 | 82.0 | 76.2 |
| Burkina Faso | 58.1 | 78.0 | 17.9 | 45.9 | 73.8 | 83.4 | 67.3 |
| Camerún | 60.7 | 73.1 | 23.9 | 33.1 | 61.1 | 64.8 | 64.5 |
| Egipto | 46.1 | 41.5 | 29.5 | 36.8 | 73.6 | 79.6 | 58.5 |
| Marruecos | 34.3 | 47.6 | 41.1 | 30.2 | 70.6 | 54.6 | 52.2 |
| Senegal | 69.9 | 89.0 | 15.9 | 66.6 | - | - | - |
| Sudáfrica | 40.9 | 45.4 | 30.3 | 10.9 | 73.8 | 76.1 | 72.2 |
| Túnez | 48.8 | 59.9 | 40.3 | 28.8 | 71.1 | 72.1 | 48.3 |
| <i>Promedio simple</i> | 52.1 | 63.6 | 27.2 | 39.3 | 70.6 | 73.2 | 62.8 |
| Asia y Oceanía | | | | | | | |
| Australia | 48.9 | 48.2 | 41.7 | 14.4 | 56.4 | 70.1 | 72.3 |
| China | 31.7 | 27.4 | 40.0 | 19.5 | 65.9 | 77.6 | 77.2 |

| | Oportunidades percibidas | Habilidades percibidas | Miedo al fracaso* | Intención emprendedora** | Como opción de carrera | Reconocimiento social | Reconocimiento por parte de los medios |
|----------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------|--|
| India | 37.8 | 37.8 | 44.0 | 9.2 | 39.3 | 46.6 | 39.4 |
| Indonesia | 49.9 | 65.3 | 39.5 | 27.5 | 74.4 | 81.4 | 79.4 |
| Irán | 40.3 | 62.0 | 38.1 | 35.0 | 56.3 | 82.3 | 58.3 |
| Israel | 55.5 | 41.6 | 47.8 | 21.6 | 64.5 | 86.2 | 54.8 |
| Kazajistán | 48.7 | 52.1 | 75.4 | 17.5 | 76.9 | 83.9 | 80.0 |
| Core del Sur | 14.4 | 27.4 | 38.1 | 6.6 | 38.0 | 53.5 | 61.5 |
| Líbano | 45.7 | 69.8 | 17.4 | 44.0 | - | - | - |
| Malasia | 28.2 | 27.8 | 27.1 | 5.6 | 39.3 | 51.0 | 63.9 |
| Filipinas | 53.8 | 69.0 | 36.5 | 37.1 | 74.6 | 76.2 | 81.5 |
| Taiwan | 30.2 | 25.4 | 43.8 | 26.1 | 74.0 | 62.7 | 85.6 |
| Tailandia | 41.0 | 46.2 | 46.6 | 16.7 | 71.5 | 69.4 | 72.5 |
| Vietnam | 56.8 | 56.8 | 45.6 | 22.3 | 73.3 | 75.8 | 73.5 |
| Promedio simple | 41.6 | 46.9 | 41.5 | 21.6 | 61.9 | 70.5 | 69.2 |
| América y El Caribe | | | | | | | |
| Argentina | 45.9 | 61.6 | 25.8 | 29.1 | 62.1 | 52.9 | 66.7 |
| Barbados | 55.0 | 75.0 | 14.7 | 21.6 | 69.6 | 69.8 | 61.6 |
| Brasil | 42.4 | 58.3 | 44.7 | 24.4 | 77.7 | 80.1 | 69.6 |
| Canadá | 53.2 | 50.5 | 39.5 | 11.6 | | | |
| Chile | 57.4 | 65.7 | 28.1 | 50.0 | 69.6 | 64.9 | 60.4 |
| Colombia | 58.3 | 59.5 | 33.2 | 48.2 | 72.3 | 69.8 | 71.7 |
| Ecuador | 52.7 | 72.2 | 28.6 | 46.3 | 61.6 | 67.1 | 77.3 |
| Estados Unidos | 46.6 | 55.7 | 29.4 | 12.4 | | | |
| Guatemala | 47.9 | 60.0 | 31.0 | 36.9 | 95.6 | 79.8 | 60.6 |
| México | 44.7 | 45.8 | 36.4 | 13.7 | 49.3 | 52.0 | 40.5 |

| | Oportunidades percibidas | Habilidades percibidas | Miedo al fracaso* | Intención emprendedora** | Como opción de carrera | Reconocimiento social | Reconocimiento por parte de los medios |
|------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------|--|
| Panamá | 46.5 | 49.4 | 23.1 | 13.9 | - | - | - |
| Perú | 51.4 | 65.3 | 25.5 | 38.6 | 72.3 | 69.7 | 68.1 |
| Puerto Rico | 25.0 | 50.4 | 17.7 | 11.1 | 16.7 | 47.6 | 68.1 |
| Uruguay | 39.2 | 61.0 | 24.4 | 25.4 | 58.8 | 56.7 | 59.9 |
| <i>Promedio simple</i> | 47.6 | 59.3 | 28.7 | 27.4 | 64.1 | 64.6 | 64.0 |
| Europa | | | | | | | |
| Bélgica | 40.3 | 31.9 | 48.5 | 10.9 | 54.2 | 54.5 | 54.7 |
| Bulgaria | 15.8 | 35.2 | 33.3 | 5.3 | 57.5 | 71.5 | 49.3 |
| Croacia | 22.3 | 47.5 | 34.4 | 17.2 | 61.5 | 42.3 | 47.5 |
| Estonia | 51.4 | 44.0 | 39.3 | 16.7 | 53.4 | 62.6 | 49.1 |
| Finlandia | 48.6 | 37.4 | 32.6 | 10.9 | 33.2 | 84.9 | 68.1 |
| Alemania | 38.3 | 36.2 | 42.3 | 7.2 | 50.8 | 75.7 | 49.8 |
| Grecia | 14.2 | 46.8 | 46.9 | 8.3 | 60.9 | 67.8 | 38.0 |
| Hungría | 25.3 | 38.7 | 41.8 | 14.8 | 48.4 | 68.4 | 33.4 |
| Irlanda | 39.4 | 45.0 | 40.9 | 14.6 | 52.6 | 80.3 | 67.4 |
| Italia | 25.7 | 30.5 | 57.5 | 8.2 | 60.9 | 69.0 | 48.5 |
| Letonia | 34.7 | 49.1 | 38.6 | 22.2 | 57.5 | 58.2 | 54.8 |
| Luxemburgo | 48.2 | 44.0 | 42.6 | 13.5 | 44.1 | 68.8 | 44.0 |
| Macedonia | 37.8 | 54.4 | 34.3 | 23.3 | 67.1 | 57.1 | 71.1 |
| Holanda | 48.4 | 40.6 | 33.2 | 9.4 | 79.2 | 64.5 | 57.7 |
| Noruega | 68.9 | 30.8 | 33.4 | 4.8 | - | - | - |
| Polonia | 32.9 | 55.9 | 47.8 | 20.0 | 60.5 | 55.7 | 51.5 |
| Portugal | 28.1 | 48.9 | 40.8 | 16.2 | 63.4 | 62.9 | 71.6 |
| Rumania | 33.3 | 46.3 | 40.5 | 29.0 | 72.4 | 75.1 | 67.4 |

| | Oportunidades percibidas | Habilidades percibidas | Miedo al fracaso* | Intención emprendedora** | Como opción de carrera | Reconocimiento social | Reconocimiento por parte de los medios |
|------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------|-----------------------|--|
| Eslovaquia | 26.4 | 52.4 | 33.7 | 15.7 | 50.8 | 64.2 | 54.0 |
| Eslovenia | 20.5 | 48.6 | 32.4 | 9.1 | 53.7 | 70.0 | 60.3 |
| España | 26.0 | 45.3 | 39.2 | 5.6 | 53.2 | 48.4 | 46.9 |
| Suecia | 70.2 | 36.7 | 36.5 | 8.4 | 52.7 | 69.8 | 61.3 |
| Suiza | 41.8 | 44.0 | 33.8 | 7.0 | 40.0 | 66.5 | 59.5 |
| Reino Unido | 41.6 | 43.6 | 34.9 | 8.2 | 57.8 | 79.2 | 61.1 |
| Promedio simple | 36.7 | 43.1 | 39.1 | 12.8 | 55.9 | 66.0 | 55.1 |

Fuente: Reporte Global, 2015-2016

Las definiciones de estas tasas se encuentran descritas en el Glosario incluido en el Anexo 1.

* *Denominador: población entre 18-64 años que perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio;*

** *Denominador: población entre 18-64 años que no participa en actividades emprendedoras*



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR



Kirzner
ENTREPRENEURSHIP
Center FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Nuestra misión 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
6 Calle final, zona 10
Guatemala, Guatemala 01010

economia@ufm.edu | kec@ufm.edu
teléfonos 2338 7723 y 2338 7724
fce.ufm.edu

gem.ufm.edu