





# Monitor Global de Emprendimiento (GEM)

Guatemala:

Reporte Nacional 2017-2018

Facultad de Ciencias Económicas Universidad Francisco Marroquín Centro de Emprendimiento Kirzner

## CONTENIDO

PREFACIO					
PATROCINADORES Y FUNDADORES DEL GEM					
EQUIPO NACIONAL DEL GEM	9				
RESUMEN EJECUTIVO					
INTRODUCCIÓN					
CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL DEL GEM					
a) Marco conceptual	15				
b)Fases del proceso emprendedor	16				
CAPÍTULO 2. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL					
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento	17				
b)Fases del proceso emprendedor					
c) Entorno donde se desarrolla el emprendimiento	25				
CAPÍTULO 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR GUATEMALTECO Y SUS					
NEGOCIOS	28				
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala	29				
b)Las fases del proceso emprendedor en Guatemala	33				
c) Características de los emprendedores	35				
1. Motivación: los emprendedores, emprenden porque identificaron una oportunidad.	36				
2. Género: los emprendedores, en su mayoría son hombres.	38				
3. Edad: la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 35 años de edad.	38				
4. Educación formal: la mitad de los emprendedores tiene diversificado o más educación.	39				
5. Estatus laboral: 2 de cada 3 emprendedores son auto empleados.	40				
d)Características de los negocios	41				
1. Inversión inicial: la mitad de los emprendimientos inician con menos de Q.5 mil.	41				
2. Ganancias: 1 de cada 4 emprendimientos tienen ganancias mensuales entre Q.2,500 y Q.5 m					
3. Actividad económica: 3 de cada 4 emprendimientos está orientado al consumo.	45				
4. Generación de empleo: 4 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo.	47				

	5.	Expectativas de generación de empleo: 3 de cada 4 emprendedores espera generar más	
	emp	pleos en los próximos 5 años.	48
	6.	Ubicación de los negocios: 6 de cada 10 emprendedores atiende en su mayoría a clientes de	<b>!</b>
	su c	omunidad, pueblo o aldea.	50
CAPÍ	TUI	LO 4. EL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO EN GUATEMALA	51
a) I	Encu	esta Nacional a Expertos	51
	1.	Apoyo financiero: la mayor oportunidad de financiamiento está en una institución financier	<b>a.</b> 52
	2.	Políticas de gobierno: no favorecen el emprendimiento.	54
	3.	Programas de gobierno: no hay suficientes esfuerzos para apoyar la actividad emprendedor	<b>a.</b> 56
	4. Educación y formación emprendedora: es adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en		
	los ı	niveles primario y secundario.	57
	5.	Transferencia de conocimientos y tecnología: una de las debilidades del ambiente	
	emp	orendedor en Guatemala.	59
	6.	Infraestructura comercial y profesional: ambiente propicio para la actividad emprendedora,	,
	exce	epto por la capacidad de pago.	60
	7.	Apertura del mercado interno: las empresas enfrentan dificultades para entrar a nuevos	
	mer	cados y los mercados no son dinámicos.	62
	8.	Infraestructura física: hay disponibilidad y acceso a servicios, pero la infraestructura física n	0
	es a	decuada.	63
	9.	Normas sociales y culturales: aún hace falta que las normas sociales y culturales apoyen la	
	acti	vidad emprendedora.	65
CON	CLU	JSIONES	66
BIBL	BIBLIOGRAFÍA 6		
ANE	ANEXOS		

#### **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 siete reportes nacionales de emprendimiento y varias investigaciones académicas, que se han convertido en referencia para diagnosticar la situación del emprendimiento en el país.

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, Korea Entrepreneurship Foundation y representantes de los Equipos Nacionales (54 países para el ciclo 2017-2018).

Para más información, visite www.gemconsortium.org

**Babson College** 



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

Para más información, visite www.babson.edu

Universidad 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 con 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 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

#### **Korea Entrepreneurship Foundation**



Es una entidad sin fines de lucro fundada en 2010 por un grupo de empresarios coreanos de micro, pequeñas y medianas empresas, con el propósito de promover el emprendimiento entre las generaciones más jóvenes. El objetivo principal de la Fundación es identificar y potencializar a jóvenes emprendedores, a través del desarrollo de programas de capacitación dirigidos a estudiantes (de primaria, básicos, diversificado y universidad) y público en general. Para promover el desarrollo del ecosistema emprendedor la Fundación ha dedicado recursos para desarrollar investigaciones en emprendimiento y establecer redes de trabajo a nivel internacional. En esa línea, el Monitor Global de Emprendimiento se realiza en Corea del Sur desde el 2014 gracias al patrocinio de la Fundación, que en 2017 se convirtió en un patrocinador global del GEM.

Para más información visite www.koef.or.kr

#### 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 2015-2018 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. Coautor 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.

#### Malú Monge

Inició su carrera profesional en el negocio familiar trabajando en diversas áreas del negocio. Ejerció el rol de Gerente de Categoría Jr. en Ferretería de la Construcción, siendo responsable del manejo de proveedores y categoría de recubrimientos importados de Europa, Sur América, Medio Oriente y el Caribe. Asistió a la dirección de las Carreras de Administración de Empresas y Emprendimiento de la Universidad Francisco Marroquín. Manejó cuentas clave en la categoría de accesorios para Guatemala, El Salvador y Honduras en Samsung Electronics. Es actualmente la Coordinadora del Centro de Emprendimiento Kirzner. Posee una Licenciatura en Administración Empresas con Especialidad en Marketing por la Universidad Francisco Marroquín.

#### **David Casasola**

Director de investigación del proyecto Monitor Global de Emprendimiento del equipo de Guatemala y catedrático en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín. También colabora como analista económico en el Centro de Investigaciones Económicas Nacionales. Durante más de 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**

#### ¿Qué es el GEM?

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, *Global Entrepreneurship Monitor*) es el esfuerzo organizado más grande para medir el emprendimiento a nivel mundial. El GEM mide la actividad emprendedora en cada país, identifica los principales factores que la explican, caracteriza el contexto institucional y cultural dentro del cual ocurre y compara estos resultados entre los países que participan del estudio. En el ciclo 2017-2018 participaron 54 países en la medición, siendo realizada en Guatemala por el Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín. Esta es la octava ocasión en el que Guatemala participa en el GEM.

El GEM utiliza dos instrumentos para medir la actividad emprendedora:

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

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

#### Guatemala en el contexto internacional

Guatemala posee la segunda Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) más alta del mundo (24.7%). Tres de las cuatro fases del proceso emprendedor (emprendimiento potencial -45.8%-, emprendimiento temprano -24.7%- y emprendimientos descontinuados -4.1%-) son superiores en Guatemala que en Latinoamérica y que en las tres categorías de países según etapa de desarrollo. Solo en los emprendimientos establecidos, los países basados en recursos (15.7%) tienen una proporción mayor que Guatemala (12.4%).

Respecto a las percepciones hacia el emprendimiento, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados en las distintas etapas de desarrollo, en Guatemala se considera el emprendimiento como una buena oportunidad para generar ingresos, tiene alto reconocimiento social pero poco reconocimiento en los medios de comunicación. En relación con las actitudes hacia el emprendimiento, en Guatemala todos los indicadores son mejores que en el resto: las personas ven más oportunidades de negocio; consideran que sí tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un negocio; y tienen el indicador más bajo de miedo al fracaso.

#### Características del emprendedor guatemalteco y sus negocios

Los emprendedores guatemaltecos en su mayoría son hombres (54%), la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 35 años de edad (49%), aunque de los no emprendedores, el 61% se encuentra en ese rango de edad. Es decir, existe una porción baja de emprendedores jóvenes en contraste con la cantidad de personas jóvenes en el país. La mitad de los emprendedores (51%) tiene el nivel de educación diversificado completo o más educación, las mismas características de la población no emprendedora. Hay un 6% de emprendedores que no tienen ningún grado de educación formal. 2 de cada 3 emprendedores son auto empleados y un 14%, además de ser emprendedor, tiene un trabajo de tiempo completo.

La mitad de los negocios de los emprendedores guatemaltecos (46%) comienzan con una inversión inicial menor a Q.5 mil. 3 de cada 4 (75%) están orientados al sector de consumo, 4 de cada 10 emprendimientos (43%) no generan ningún empleo y casi la totalidad de emprendimientos (95%) generan cinco empleos o menos. Sin embargo, tres de cada cuatro emprendedores tienen la esperanza de generar algún empleo adicional en los próximos cinco años. Los negocios son pequeños, pero el emprendedor guatemalteco es optimista y no pierde la esperanza de hacerlo crecer, aunque se enfrente a limitantes propios y del ambiente en el que opera.

#### El contexto en el que se desarrolla el emprendimiento

Los expertos encuestados consideran que la educación y formación emprendedora es adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en los niveles primario y secundario. La transferencia de conocimientos y tecnología es una de las debilidades del ambiente emprendedor en Guatemala. Las fuentes de financiamiento para la actividad emprendedora son escasas y el sector financiero guatemalteco es visto por los expertos encuestados como una de las restricciones para el emprendimiento. Por otra parte, las políticas de gobierno no favorecen el emprendimiento y se perciben como insuficientes los esfuerzos del gobierno para apoyar la actividad emprendedora a través del desarrollo de programas.

Existe un ambiente propicio para la actividad emprendedora respecto a la infraestructura comercial y profesional, excepto por la capacidad de pago. Hay disponibilidad, pero muchas barreras de acceso para los emprendedores. A nivel del mercado interno, existen barreras de entrada para acceder a nuevos mercados y los mercados no son dinámicos, lo cual representa un freno a la escalabilidad de los negocios. Hay disponibilidad y acceso a servicios, pero la infraestructura física no es la adecuada (únicamente el acceso a telecomunicaciones se percibe como adecuado), lo cual aumenta los costos. Aún hace falta que las normas sociales y culturales apoyen la actividad emprendedora.

Comparado con los demás países, solo en el área de educación técnica y superior Guatemala tiene un mejor puntaje, mientras que ocupa el último lugar en apoyo financiero a los emprendedores y en la prioridad a las políticas de gobierno. La apertura del mercado interno y los programas de gobierno para emprendedores también tienen puntuaciones bastante bajas que ubican al país entre los últimos. En general, el emprendedor y sus empresas se enfrentan a un ambiente poco propicio y no se observan esfuerzos suficientes para cambiar la situación en el corto plazo.

# GEM Guatemala Reporte 2017-2018 INTRODUCCIÓN

El GEM es el estudio sobre emprendimiento más importante a nivel mundial que logra describir la actividad emprendedora en sus diferentes fases a lo largo de 54 países. El estudio describe las características del emprendedor y sus negocios, los apoyos y las restricciones a la actividad emprendedora, la percepción de la sociedad hacia el emprendimiento y las características del ambiente en el que se desarrolla.

El GEM fue fundado en 1997 y ha sido elaborado durante 19 años consecutivos desde el primer informe realizado en 1999. Los 54 países participantes en el ciclo 2017-2018 contribuyen al 86% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y representan el 68% de la población del mundo (ver detalles en el Anexo 2).

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

El GEM mide la actividad emprendedora agrupando a los países por región geográfica y según tres etapas de desarrollo: 1) economías basadas en recursos, 2) economías basadas en eficiencia y 3) economías basadas en innovación. El motivo de agrupar a los países en estas categorías es para evidenciar distintas dinámicas dentro de la actividad emprendedora acorde al grado de desarrollo del país y a nivel regional. Guatemala se incluye entre los países con economías basadas en eficiencia de la región de Latinoamérica y el Caribe.

En el primer capítulo se describe el marco conceptual utilizado por el GEM y las etapas de la actividad emprendedora. En el segundo capítulo se hace una comparación internacional de los principales indicadores de las dos encuestas con las que se recopila la información. En los capítulos 3 y 4 se describe a detalle los resultados de estas encuestas para el caso específico de Guatemala.

14

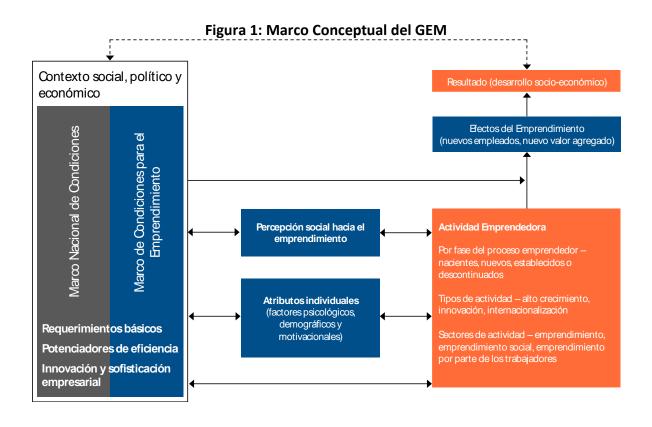
<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Esta clasificación se hace siguiendo la metodología de las etapas del desarrollo de los países utilizada en el Reporte Global de Competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial. Las economías que el Foro Económico Mundial clasifica como "en transición" de una etapa a otra, se clasifican en el GEM como pertenecientes a la etapa anterior.

### CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL DEL GEM

#### a) Marco conceptual

Los factores sociales, políticos y económicos influyen en la creación de negocios únicos y en los contextos empresariales. El marco conceptual del GEM supone que el crecimiento económico de un país es el resultado de la interdependencia entre las condiciones para el emprendimiento, los rasgos personales y las capacidades de los individuos para identificar y aprovechar las oportunidades.

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 y formación, la 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 (ver Figura 1).



Fuente: GEM, Reporte Global 2017-2018.

El GEM 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. También se consideran atributos individuales que incluyen características demográficas (género, edad, educación, etc.), percepciones individuales (habilidades, percepción de oportunidades, intención de emprendimiento, miedo al fracaso), y los motivos para iniciar un negocio (necesidad u oportunidad).

#### b) Fases del proceso emprendedor

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

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

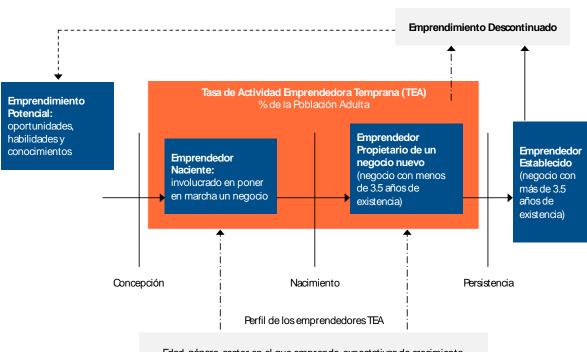


Figura 2: El proceso emprendedor y sus definiciones en el GEM

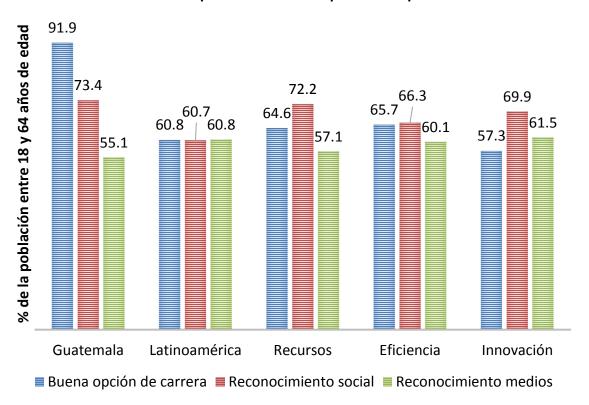
Edad, género, sector en el que emprende, expectativas de crecimiento, innovación, internacionalización, etc.

## CAPÍTULO 2. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL

#### a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento

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

Los datos recabados en 2017 indican que, en economías basadas en recursos, el 65% de las personas entre 18 y 64 años considera que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos. El porcentaje es similar en las economías basadas en eficiencia y disminuye a 57% en economías basadas en innovación. En países de Latinoamérica y El Caribe, el 61% de las personas hace esa afirmación, mientras que en Guatemala lo hace el 92%.



Gráfica 2.1: Percepciones sociales respecto al emprendimiento

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

En el caso del reconocimiento social, el 72% de las personas en países basados en recursos considera que los emprendedores gozan de buen estatus social, lo cual es inferior en el caso de las economías basadas en eficiencia (66%) e innovación (70%). En Latinoamérica y El Caribe, el 61% de las personas considera que los emprendedores gozan de buen estatus social y en Guatemala así lo señala el 73%.

Por último, el 57% de las personas en países basados en recursos, 60% de las personas en países basados en eficiencia y 62% en países basados en innovación dijeron que los emprendedores son reconocidos por los medios de comunicación. En Latinoamérica solo lo hizo el 61% y en Guatemala el 55% (ver Gráfica 2.1).

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

- En las economías basadas en la innovación existe un mayor costo de oportunidad de dedicarse a actividades emprendedoras. En Guatemala, se considera como una buena opción de carrera debido a la ausencia de otro tipo de oportunidades para generar ingresos (esta afirmación se confirma al observar los datos de las Gráficas 3.8 y 3.9 sobre los motivos por los cuales las personas emprenden).
- El reconocimiento social de los emprendedores es más alto en las economías basadas en recursos. En Latinoamérica el reconocimiento social de los emprendedores es el más bajo, aunque en Guatemala es ligeramente superior que en todas las otras clasificaciones.
- Los emprendedores son poco reconocidos en los medios de comunicación en economías basadas en recursos. El reconocimiento de los emprendedores en los medios de comunicación en Latinoamérica se encuentra al nivel de los países basados en eficiencia (medio). En Guatemala es inferior que en todas las otras clasificaciones.

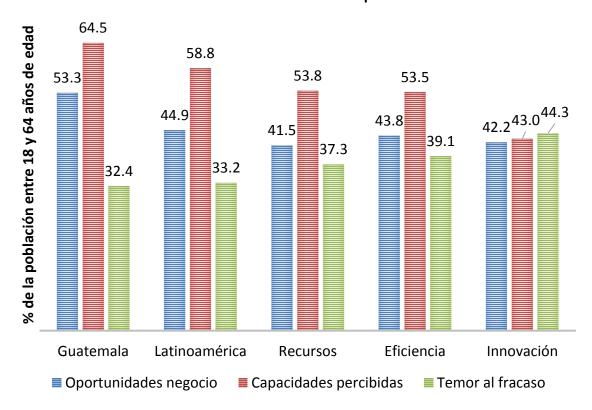
En resumen, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados en las distintas etapas de desarrollo, en Guatemala se considera el emprendimiento como una buena oportunidad para generar ingresos, el emprendimiento tiene alto reconocimiento social pero poco reconocimiento en los medios de comunicación.

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

En relación a las oportunidades de negocios, no existe una diferencia significativa en la población de los países según etapa de desarrollo, en donde alrededor del 42% de las personas percibe oportunidades para iniciar un negocio. El indicador para Latinoamérica sí es superior (45%), y para Guatemala es aún más alto (53%).

En las economías basadas en recursos y en eficiencia, 54% de las personas considera que tiene las capacidades para iniciar un nuevo negocio. El indicador se reduce al 43% para las economías basadas en innovación y es superior para los países de Latinoamérica (59%) y aún más para Guatemala (65%).

Respecto al temor al fracaso, este incrementa en la medida que se pasa de una economía basada en recursos (37%) a una basada en innovación (44%). En Latinoamérica es del 33%, y similar en Guatemala (32%).



Gráfica 2.2: Actitudes frente al emprendimiento

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

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

- No existe diferencia entre países según etapa de desarrollo respecto a la identificación de oportunidades de negocios. El indicador es más alto en Latinoamérica y para Guatemala en específico.
- En las economías basadas en la innovación una menor proporción de personas consideran que tienen las capacidades para abrir un nuevo negocio. El indicador es más alto en Latinoamérica y para Guatemala en específico.

• A medida que se pasa de una economía basada en recursos hacia una basada en innovación, el temor al fracaso incrementa. El indicador es más bajo en Latinoamérica y para Guatemala en específico.

En resumen, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados en las distintas etapas de desarrollo, en Guatemala todos los indicadores son mejores que en el resto: las personas ven más oportunidades de negocio; consideran que sí tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un negocio; y tienen el indicador más bajo de miedo al fracaso. Se tienen altas expectativas y probablemente se toman más riesgos.

#### b) Fases del proceso emprendedor

En la Gráfica 2.3 se muestran las distintas fases del proceso emprendedor. El emprendimiento potencial, la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) y los emprendimientos establecidos se reducen a medida que se pasa de una economía basada en recursos hacia una basada en innovación. Los emprendimientos descontinuados son alrededor del 4% para las economías basadas en recursos y eficiencia y del 2% para economías basadas en innovación.

El emprendimiento potencial en Latinoamérica (35%) es similar al de las economías basadas en recursos y en Guatemala es superior (46%).

La Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) es superior en Latinoamérica (19%) y en Guatemala (25%) que en las otras clasificaciones de países.

La proporción de los emprendimientos establecidos en Latinoamérica (8%) es similar al de las economías basadas en eficiencia y en Guatemala es superior (12%), aunque inferior al de las economías basadas en recursos (16%).

La tasa de emprendimientos descontinuados en Latinoamérica y Guatemala (4%) es similar al de los países basados en recursos y al de los basados en eficiencia y es superior que el de los basados en innovación (2%).

45.8 % de la población entre 18 y 64 años de edad 35.7 34.8 30.1 24.7 18.5 17.7 16.4<sub>15.7</sub> 14.9 12.4 9.0 7.1 8.9 8.3 4.1 3.9 3.8 3.8 2.3 Latinoamérica Eficiencia Innovación Guatemala Recursos **■** Establecidos Potencial **■ TEA** ■ Descontinuados

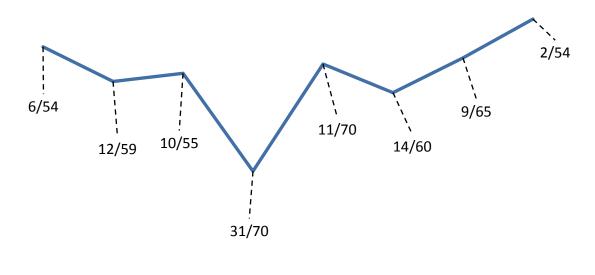
Gráfica 2.3: Fases del proceso emprendedor

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

En resumen, tres de las cuatro fases del proceso emprendedor (emprendimiento potencial, emprendimiento temprano y emprendimientos descontinuados) son superiores en Guatemala que en Latinoamérica y que en las tres categorías de países según etapa de desarrollo. Solo los emprendimientos establecidos en los países basados en recursos son mayores que los emprendimientos establecidos en Guatemala.

Guatemala, con una Tasa de Emprendimiento Temprano de 24.7% en 2017 fue el segundo país con la más TEA alta (solo detrás de Ecuador, 29.6%). Su posición en el ranking ha mejorado desde 2013 cuando ocupó el puesto 31 de 70.

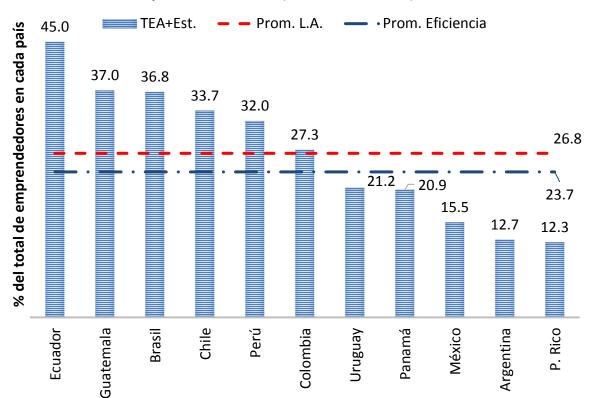
Gráfica 2.4: Evolución de la clasificación de Guatemala a nivel mundial en la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA)



2009 2010 2011 2013 2014 2015 2016 2017

Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2017.

Al agrupar los emprendimientos tempranos con los emprendimientos establecidos (TEA + establecidos), se obtiene el nivel de emprendimiento total de los países. En los países basados en eficiencia, grupo en el que se ubica a Guatemala, el 24% de la población está desarrollando algún emprendimiento. En Latinoamérica, el indicador es del 27%, y en Guatemala es el 37%. A nivel latinoamericano solo Ecuador (45%) tiene un nivel de emprendimiento mayor que Guatemala.

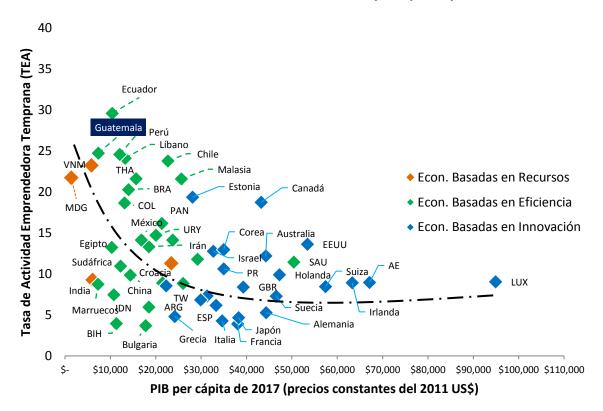


Gráfica 2.5: Emprendimiento total (TEA + establecidos) en Latinoamérica

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

En la Gráfica 2.6 se muestra la relación que existe entre el emprendimiento temprano (TEA) de los 54 países en los que se realizó el GEM en el ciclo 2017-2018 y su Producto Interno Bruto (PIB) per cápita expresado en paridad de poder adquisitivo (PPA). La gráfica muestra que, en términos generales, las tasas más bajas de emprendimiento temprano se encuentran en países con un PIB per cápita mayor, tal como de manera preliminar se afirmaba para la Gráfica 2.1: en las economías basadas en la innovación (que cuentan con un PIB per cápita más alto) existe un mayor costo de oportunidad de dedicarse a actividades emprendedoras.

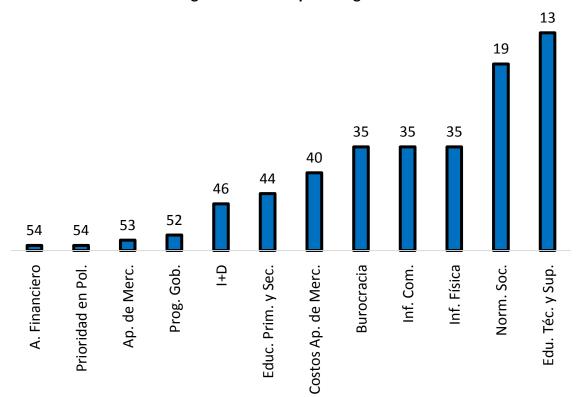
Gráfica 2.6: Correlación entre la TEA y PIB per cápita



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta a la Población Adulta, 2017 y del Banco Mundial, 2017.

#### c) Entorno donde se desarrolla el emprendimiento

En relación al ambiente en el que se desarrolla el emprendimiento, la posición de Guatemala en las doce categorías evaluadas por la Encuesta Nacional a Expertos (NES) se muestra en la Gráfica 2.7.<sup>2</sup> El país ocupa el último lugar en la categoría de apoyo financiero y en prioridad en políticas de gobierno. También ocupa los últimos lugares en apertura de mercado interno y en programas de gobierno. La categoría mejor evaluada es la de educación técnica y superior, en el puesto 13 de 54.



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

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

"Burocracia". Para ver las definiciones de cada una de las 9 categorías, consultar el capítulo 4.

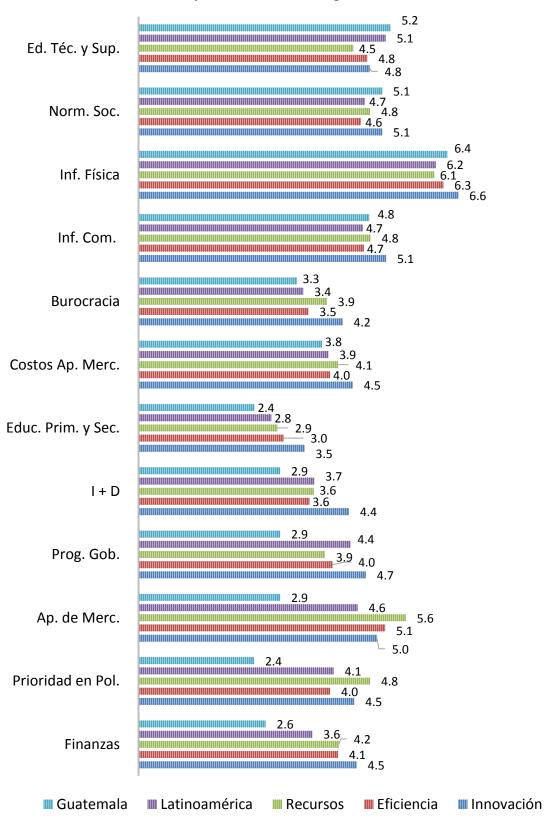
<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> La NES evalúa 9 categorías, sin embargo, en estas gráficas la categoría de "Educación y formación emprendedora" se sub divide en "Educación primaria y secundaria" y "Educación técnica y superior". La

categoría de "Apertura del mercado interno" se subdivide en "Apertura de mercado" y "Costos de apertura de mercado". También la categoría de "Políticas de gobierno" se subdivide en "Prioridad en políticas" y "Purocracia". Para ver las definiciones de cada una de las 0 categorías, consultar el capítulo 4

En la Gráfica 2.8 se compara la puntuación promedio obtenida por Guatemala en cada una de las 12 categorías, contra la puntuación promedio de los países de Latinoamérica y con las tres categorías de países según etapa de desarrollo. Lo observado en esa gráfica se resume así:

- La categoría de educación técnica y superior es la única en la que Guatemala sale mejor evaluada que los países de Latinoamérica y las otras tres agrupaciones de países.
- En normas sociales y en infraestructura física, es superior a los países de Latinoamérica y a los países basados en Recursos y en Eficiencia, e igual a los países basados en Innovación.
- En infraestructura comercial y profesional es superior a los países de Latinoamérica y a los países basados en Recursos, igual a los países basados en Eficiencia e inferior a los países pasados en Innovación.
- En las categorías de burocracia, costos de apertura de mercado, educación primaria y secundaria, transferencia de conocimiento y tecnología (I+D), programas de gobierno, apertura de mercado, prioridad en políticas de gobierno y apoyo financiero; Guatemala tiene un puntaje inferior que el promedio de los países de Latinoamérica y de los países agrupados en las tres categorías según etapa de desarrollo.

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



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

## CAPÍTULO 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR GUATEMALTECO Y SUS NEGOCIOS

El GEM caracteriza a los emprendedores guatemaltecos y sus negocios a través de la Encuesta a la Población Adulta (APS, por sus siglas en inglés, *Adult Population Survey*). La APS es una encuesta estandarizada a nivel internacional, dirigida a hogares y con un diseño estadístico que garantiza la representatividad de los datos a nivel nacional. La encuesta del reporte nacional 2017-2018 además de la representatividad nacional, tiene representatividad para tres ciudades: Guatemala, Quetzaltenango y Antigua Guatemala. Los resultados obtenidos a nivel nacional en esta encuesta son comparables con los resultados de los demás países que participan en el GEM (consultar Recuadro 1).

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

En el caso de Guatemala para el ciclo 2017-2018, se entrevistaron 2,650 personas con edades comprendidas entre los 18 y 64 años, los cuales son representativos de la República de Guatemala y de las ciudades de: Guatemala, Quetzaltenango y Antigua Guatemala. Para llegar a esta muestra, se realizó una selección aleatoria de 179 municipios de los 340 existentes, utilizando un margen de error del 5% y un nivel de significancia del 5%. Utilizando los mapas elaborados por el INE, cada uno de los municipios seleccionados se dividió en nueve áreas. Asimismo, de esas nueve áreas se eligieron cinco áreas de forma aleatoria. Posteriormente se numeraron todas las casas existentes en estas cinco áreas seleccionadas, y para cada una de estas cinco áreas se eligieron 17 casas de manera aleatoria. Posteriormente, se visitaron 16,818 casas, buscando a la persona entre 18 y 64 años cuyo cumpleaños estuviese más cerca, al momento de levantar la encuesta. Finalmente, se completaron 2,650 encuestas.

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

- 1. El 47.6% de las personas son hombres y 52.4% mujeres.
- 2. El 27.6% tiene edades comprendidas entre 18 y 24 años, 29.5% entre 25 y 34 años, 20.8% entre 35 y 44 años, 13.1% entre 45 y 54 años, y 9% entre 55 y 64 años.
- 3. El 6.4% no ha estudiado, 13.4% posee primaria completa, 5.7% posee básico completo, 28.6% posee diversificado completo y 7.5% posee universitario completo.
- 4. El 38% posee empleo, ya sea de tiempo parcial o completo, 26% está auto empleado, 17% se dedica a tareas domésticas, 11% son estudiantes, 7% está desempleado y 2% está retirado o incapacitado para trabajar.

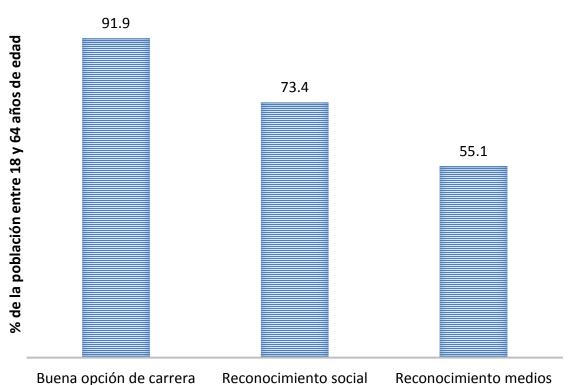
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos armonizada APS 2017.

Antes de entrar a detallar las características del emprendedor guatemalteco y sus negocios, es necesario visualizar otros datos recopilados en la Encuesta a la Población Adulta (APS). A continuación, se describen las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala, las fases del proceso emprendedor y cómo estas han evolucionado a través del tiempo.

#### a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala

En Guatemala, 9 de cada 10 personas (92%) creen que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos, tres de cada cuatro personas (73%) consideran que los emprendedores gozan de buen estatus social y solo poco más de la (55%) considera que los emprendedores son reconocidos por los medios de comunicación.

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



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

El patrón de que: a) un alto porcentaje de personas ha considerado que el emprendimiento es una buena opción de carrera, b) una menor proporción de personas consideran que el emprendimiento goza de reconocimiento social, y c) aún una menor proporción considera que el emprendimiento goza el reconocimiento en los medios de comunicación, se ha mantenido en el periodo 2009-2017 (ver Gráfica 3.2).

Con el transcurso del tiempo, principalmente desde el año 2011, han aumentado las personas que afirman que el emprendimiento es una buena opción de carrera y que el emprendimiento goza de reconocimiento social (se observa una pequeña reducción para los últimos dos años). El reconocimiento del emprendimiento en medios de comunicación ha fluctuado en el periodo, alcanzando el punto más bajo en 2010 (44%).

(% del total de la población entre 18 y 64 años de edad) 95.6% 91.9% % de la población entre 18 y 64 años de edad 79.8% 77.0% 73.4% 66.9% 55.1% 65.0% 43.8% 2009 2010 2011 2013 2014 2015 2016 2017 Buena opción de carrera Rec. social —Rec. medios

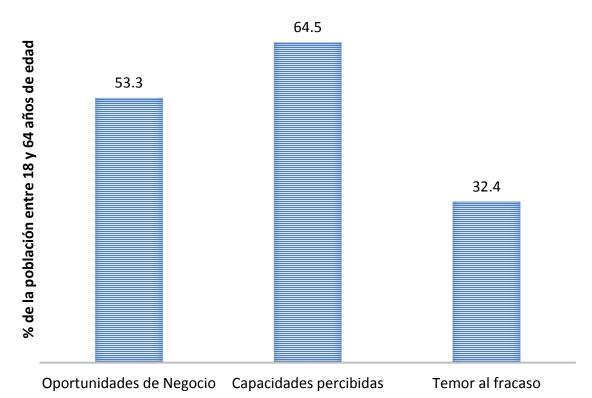
Gráfica 3.2: Percepciones hacia el emprendimiento en Guatemala, 2009 a 2017

Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2017.

Al comparar los datos de 2009 con los de 2017, se tiene que la proporción de personas que cree que el emprendimiento es una buena opción de carrera aumentó 19% entre 2009 y 2017, quienes afirman que el emprendedor goza de reconocimiento social aumentaron 10%, mientras que quienes señalan que el emprendedor goza de reconocimiento en los medios de comunicación bajaron 15% en el mismo periodo.

En el año 2017, la mitad de las personas (53%) considera que en un futuro cercano habrá buenas oportunidades de negocios, 2 de cada 3 personas (65%) considera que posee las habilidades para aprovechar la oportunidad de iniciar un negocio nuevo y solo 1 de cada 3 personas (32%) considera que el miedo a fracasar puede ser un obstáculo para poner en marcha un negocio.

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

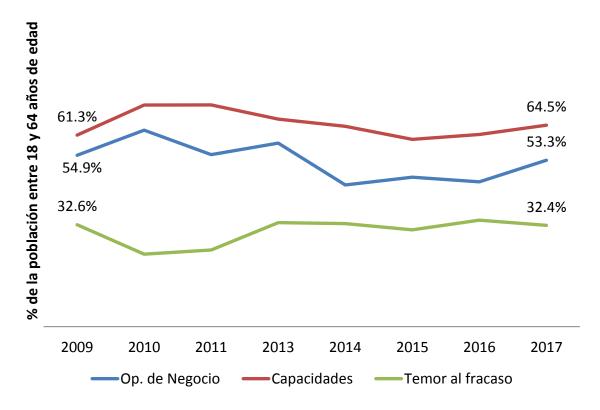


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

El patrón de que: a) un alto porcentaje de personas cree tener las habilidades para aprovechar la oportunidad de iniciar un negocio nuevo, b) una menor proporción de personas considera que habrá una oportunidad de negocio en un futuro cercano, y c) aún una menor proporción cree que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio, se ha mantenido en el periodo 2009-2017 (ver Gráfica 3.4).

En el periodo 2011-2014 se observó un aumento de las personas que afirmaban que el temor al fracaso podría ser un obstáculo, y una reducción en las personas que consideraban que habría oportunidades de negocios nuevos y que creían tener las habilidades para aprovechar la oportunidad de iniciar un negocio. En los últimos años, desde el año 2014, las proporciones se han mantenido sin mostrar cambios significativos y se encuentran en un nivel similar a lo registrado en el año 2009.

Gráfica 3.4: Actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala, 2009 a 2017 (% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2017.

#### b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala

En la Gráfica 3.5 se observa el nivel de emprendimiento en Guatemala en las fases del proceso emprendedor. Según los datos obtenidos por la encuesta, 46 de cada 100 guatemaltecos tienen una idea de negocio que desean emprender y que potencialmente puede convertirse en una actividad generadora de ingresos. Este indicador es conocido como emprendimiento potencial, ideas que las personas tienen de negocios.

Potenciales

45.8

24.7

12.4

4.1

Potenciales

TEA

Establecidos

Descontinuados

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

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

En la fase de emprendimiento temprano se encuentra 25 de cada 100 guatemaltecos. La Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA, por sus siglas en inglés, *Total early-stage Entrepreneurial Activity*) la componen emprendedores con negocios que tienen menos de 3.5 años de antigüedad. La TEA se divide en dos:

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

En la actualidad poco más de la mitad (56%) de los emprendedores de la TEA son emprendedores nacientes: tienen un negocio del que todavía no perciben ingresos.

44%
56%
Nacientes Nuevos

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

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

Asimismo, la encuesta revela que 12 de cada 100 guatemaltecos tienen un negocio que les ha estado generando ingresos por más de 3.5 años. Estos se consideran emprendimientos establecidos.

Finalmente, la última etapa del proceso emprendedor es la del cierre del negocio por diversos motivos (venta, cierre definitivo, etc.). Para el ciclo 2017-2018, se encontró que en los últimos doce meses 4 de cada 100 personas entrevistadas había cerrado un negocio. Estos son los emprendimientos descontinuados.

Con el transcurso del tiempo, desde que en 2009 se inició a medir la actividad emprendedora en Guatemala, se observa que los emprendedores potenciales pasaron del 10% al 46%, es decir, existe un mayor interés en las personas en convertirse en emprendedores; la tasa de emprendimiento temprano pasó de 19% al 25%; lo cual significa que las personas no solo están pensando en emprender sino lo están haciendo en las etapas tempranas, lo cual al final se refleja en que los emprendimientos establecidos pasaron del 5% al 12% de la población. Los emprendimientos descontinuados se han mantenido cerca del 4%.

45.8% % de la población entre 18 y 64 años de edad 24.7% 19.0% 12.4% **-** 10.3% 4.6% 4.1% 3.8% 2009 2010 2011 2013 2014 2015 2016 2017 Potenciales -TEA Establecidos Descontinuados

Gráfica 3.7: Fases del proceso emprendedor en Guatemala, 2009 a 2017 (% del total de la población entre 18 y 64 años de edad)

Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009-2017.

Al comparar los datos de 2009 con los de 2017, se tiene que la tasa de emprendedores potenciales aumentó 343% entre 2009 y 2017, y la tasa de emprendimientos establecidos creció 172% en el mismo periodo.

#### c) Características de los emprendedores

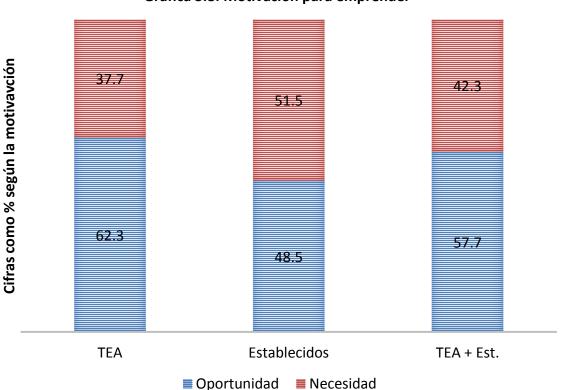
La definición de "emprendedor" comprende a las personas que se encuentran en las etapas de emprendimiento temprano y emprendimientos establecidos. En Guatemala, un

37% de las personas entrevistadas es emprendedor. De éstos, un 12% tienen emprendimientos establecidos (con más de 3.5 de generar ingresos), 11% son emprendedores propietarios (tienen menos de 3.5 años de generar ingresos) y 14% son emprendedores nacientes (aún no generan ingresos).

En esta sección se describen 5 características principales que describen al emprendedor: motivación, género, edad, educación y estatus laboral. Lo que se concluye es que en Guatemala la mayoría de emprendedores emprenden por oportunidad, son hombres, la mitad tiene menos de 35 años de edad, la mitad tienen al menos el ciclo de educación diversificada completo y 2 de cada 3 emprendedores son auto empleados.

#### 1. Motivación: los emprendedores, emprenden porque identificaron una oportunidad.

El 62% de los emprendedores en etapas tempranas emprende por oportunidad, siendo esa la razón para el 49% para los emprendimientos establecidos y considerados en conjunto, el 58%. El resto emprendió porque no tenía mejores opciones de trabajo.



**Gráfica 3.8: Motivación para emprender** 

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

De los emprendedores que lo hacen por buscar una oportunidad, el 41% lo hace para ganar independencia, una proporción similar lo hace para aumentar sus ingresos (40%) y el 19% lo hace para mantener los ingresos que tiene. Es decir, aunque la mayoría dijo que tiene el negocio por una oportunidad que identificó, un alto porcentaje (59%) lo hace para mejorar o mantener sus ingresos, lo cual en el fondo es una necesidad.

17.9 18.8 21.4 Cifras como % según la motivavción 41.1 40.3 38.4 41.1 40.8 40.3 TEA Establecidos TEA + Est. Ganar Independencia ■ Aumentar ingresos ■ Mantener ingresos

Gráfica 3.9: Tipo de oportunidad perseguidas por los emprendedores

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

Del total de emprendedores 54% son hombres y 46% mujeres, mientras que los no emprendedores el 44% son hombres y 56% mujeres.

Emprendedor

Emprendedor

No Emprendedor

Gráfica 3.10: Comparación entre el género de los emprendedores y no emprendedores

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

#### 3. Edad: la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 35 años de edad.

La mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 35 años de edad (49%); aunque de los no emprendedores, el 61% se encuentra en ese rango de edad. Es decir, existe una sub representación de emprendedores jóvenes según las características de la población. La mayor proporción de emprendedores se encuentra entre los 25 y 34 años de edad (29%), pero para los no emprendedores, la mayor proporción se encuentra entre los 18 y 24 años (32%).

31.5 % de emprendedores y no emprendedores 29.9 28.7 25.2 20.6 18.4 17.3 10.7 9.4 8.2 18-24 25-34 35-44 45-54 55-64 **■** Emprendedor ■ No emprendedor

Gráfica 3.11: Comparación entre la edad de los emprendedores y no emprendedores

### 4. Educación formal: la mitad de los emprendedores tiene diversificado o más educación.

La mitad de los emprendedores (51%) tiene el nivel diversificado completo o más educación. Los porcentajes no difieren en los no emprendedores. Llama la atención que hay un 6% de emprendedores que no tienen ningún grado de educación formal, una proporción similar a los no emprendedores.

% de emprendedores y no emprendedores 28.7 28.3 14.514.1 12.7<sub>11.2</sub><sub>9.7</sub> 10.6 11.0 10.3 8.5 4.1 5.8 6.2 6.5 5.3 5.9 6.3 No ha estudiado Primaria Com. Diversificado Incom. Diversificado Com. Primaria Incom. Básicos Incom. Básicos Com. Universitario Incom. Universitario Com.

Gráfica 3.12: Comparación entre el nivel educativo de los emprendedores y no emprendedores

■ No emprendedor

#### 5. Estatus laboral: 2 de cada 3 emprendedores son auto empleados.

**■** Emprendedor

Dos tercios de los emprendedores (64%) son auto empleados, mientras que un 14% son empleados a tiempo completo. De los no emprendedores, un tercio son trabajadores de tiempo completo (31%) y un porcentaje similar (28%) se dedica a tareas domésticas.

64.1 % de emprendedeores y no emprendedores 30.5 28.3 15.4 14.1 11.1 9.0 8.5 6.7 3.7 3.3 2.5 2.5 0.3 Autoempleado Desempleados **Estudiantes** Tareas Domésticas Tiempo Comp. **Tiempo Parcial** Retirados/Incap. Emprendedor ■ No emprendedor

Gráfica 3.13: Comparación entre el estatus laboral de los emprendedores y no emprendedores

#### d) Características de los negocios

En esta sección se describen 6 características de los negocios de los emprendedores: inversión inicial, ganancias, actividad económica, generación de empleo, expectativas de generación de empleo y ubicación de los negocios. Lo que se concluye es que la mitad de los negocios tuvieron una inversión inicial menor a Q.5 mil, 3 de cada 4 están orientados al sector de consumo, 4 de cada 10 no generan ningún empleo, 3 de cada 4 tienen expectativas de generar más empleos en los próximos 5 años y 6 de cada 10 atienden en su mayoría a clientes de su comunidad, pueblo o aldea.

#### 1. Inversión inicial: la mitad de los emprendimientos inician con menos de Q.5 mil.

El 54% de los emprendimientos establecidos iniciaron con una inversión menor a Q.5 mil. El porcentaje es el 42% en el caso de los emprendimientos tempranos y del 46% de los emprendimientos totales (TEA + establecidos).

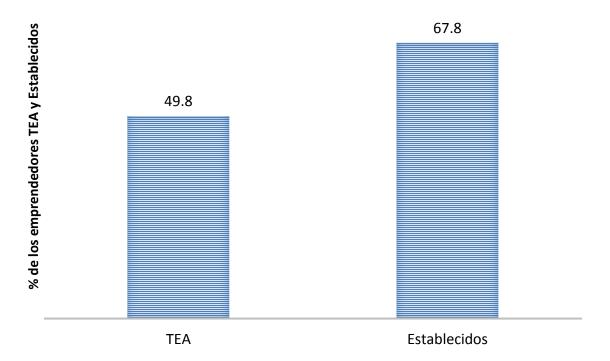
Tabla 1: Inversión al iniciar el negocio

	TEA	Establecidos	TEA + Establecidos
Rangos de inversión inicial	Frecuencia simple	Frecuencia simple	Frecuencia simple
Menos de Q1,000	13.5	22.1	16.3
Entre Q1,001 y Q5,000	28.5	31.7	29.5
Entre Q5,001 y Q10,000	14.5	9.6	13.0
Entre Q10,001 y Q25,000	20.2	17.6	19.3
Entre Q20,000 y Q50,000	12.7	11.2	12.2
Entre Q50,000 y Q100,000	7.4	3.5	6.2
Más de Q100,000	3.2	4.2	3.5

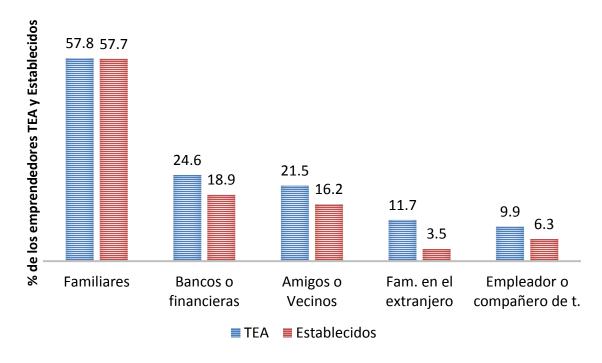
Estos datos hay que analizarlos a la luz de los de las Gráficas 3.14 y 3.15, en donde se observa que la mitad de los emprendimientos tempranos (49.8%) y 2 de cada 3 emprendimientos establecidos (67.8%) fueron financiados exclusivamente con fondos propios del emprendedor. Lo cual explicaría la razón de por qué los montos iniciales de inversión suelen ser bajos.

De quienes no financiaron el emprendimiento con capital propio, el 58% obtuvo los recursos por medio de sus familiares (tanto en el caso de los emprendimientos tempranos como en los emprendimientos establecidos) y solo 1 de cada 4 de los emprendimientos tempranos (24.6%) y 1 de cada 5 de los emprendimientos establecidos (18.9%) que no se financiaron con fondos propios, se financiaron a través de préstamos con instituciones financieras.

Gráfica 3.14: Emprendimientos que se financiaron con fondos propios



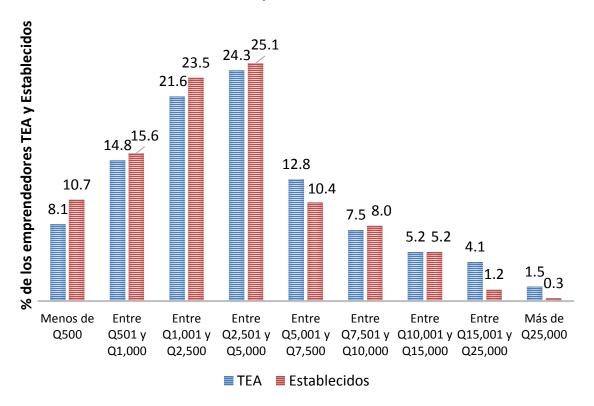
Gráfica 3.15: Origen del financiamiento que no fue con fondos propios



### 2. Ganancias: 1 de cada 4 emprendimientos tienen ganancias mensuales entre Q.2,500 y Q.5 mil.

Aún cuando alrededor de la mitad de emprendimientos inician con una inversión menor a Q.5 mil (como se mostró en la Tabla 1), uno de cada 4 emprendimientos establecidos tiene ganancias mensuales entre Q.2 mil 501 y Q.5 mil.

Gráfica 3.16: Ganancias esperadas (TEA) y ganancias obtenidas (establecidos) por los emprendedores



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

El 55.5% de los emprendimientos tempranos proyecta tener ganancias mayores a Q.2,500 mensuales, pero solo el 50.2% de los emprendimientos establecidos está obteniendo ganancias superiores a dicha cantidad.

#### 3. Actividad económica: 3 de cada 4 emprendimientos está orientado al consumo.

Tres de cada 4 emprendimientos tempranos (75%) están orientados al sector de consumo, cifra similar (70%) reportan los emprendimientos establecidos. Los negocios orientados al consumo incluyen ventas al detalle como: panaderías, tiendas de barrio, librerías, ventas de comida, ventas de ropa, y ventas de fruta y verdura (ver Tabla 2). En las actividades de transformación hay una mayor proporción en lo emprendimientos establecidos (27%) que en los emprendimientos tempranos (16%), y en el sector servicios hay una mayor proporción en los emprendimientos tempranos (8%) que en los establecidos (3%).

Gráfica 3.17: Emprendimientos tempranos (TEA) y emprendimientos establecidos según actividad económica

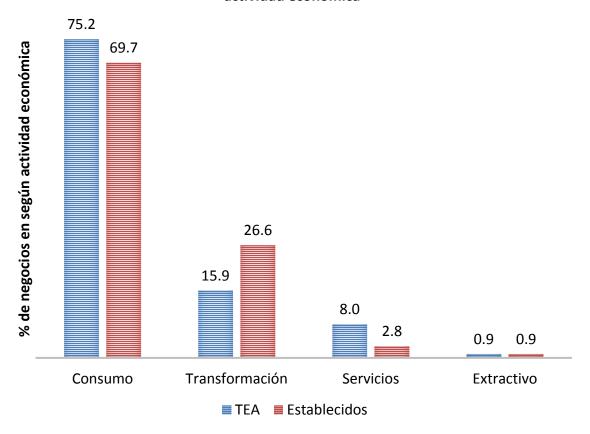


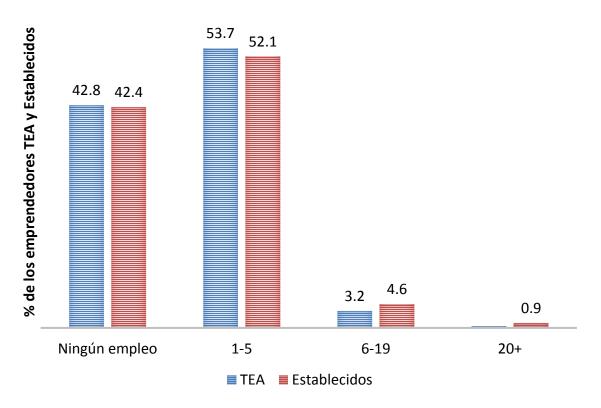
Tabla 2: Tipo de negocios en cada actividad económica

Clasificación	Negocios considerados	
Orientado al Consumo	Ventas al detalle, ventas de comida, ventas de ropa, ventas 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, elaboración de piedrín.	

#### 4. Generación de empleo: 4 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo.

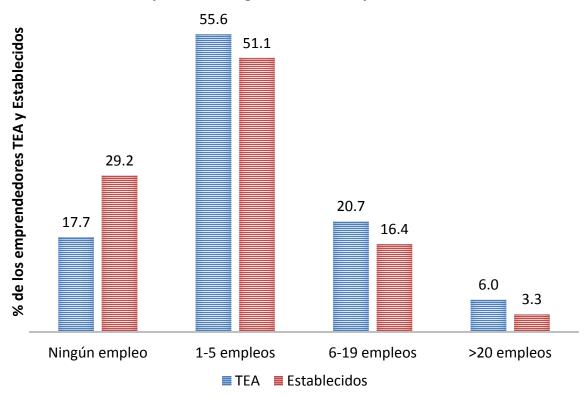
Cuatro de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo (43%) y casi la totalidad de emprendimientos (95%) generan cinco empleos o menos. El hecho de que no haya diferencias significativas entre los empleos generados por los emprendimientos tempranos y los emprendimientos establecidos significa que a pesar que los negocios llevan 3.5 años generando ingresos, estos no han sido escalados, no han ampliado operaciones, con lo cual no ha habido necesidad de contratar más empleados.

Gráfica 3.18: Empleos generados por los emprendimientos tempranos (TEA) y los emprendimientos establecidos



## 5. Expectativas de generación de empleo: 3 de cada 4 emprendedores espera generar más empleos en los próximos 5 años.

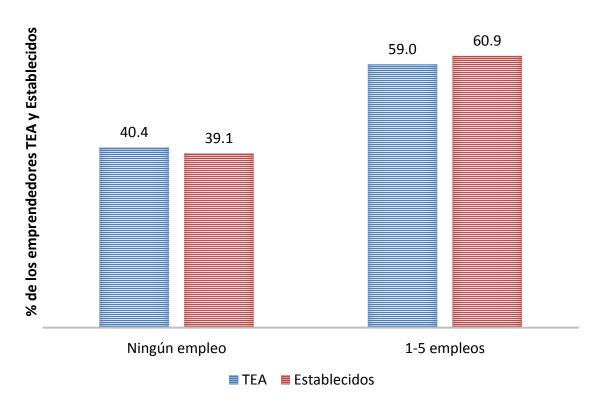
Cuando se les preguntó a los emprendedores sobre sus expectativas de generación de empleo en los siguientes 5 años, más de la mitad de los emprendimientos tempranos (56%) y de los establecidos (51%) dijo que esperaba generar de uno a cinco empleos adicionales. Por otra parte, casi un tercio (29%) de los emprendimientos establecidos y el 18% de los emprendimientos tempranos dijo que no generaría ningún empleo adicional.



Gráfica 3.19: Expectativas de generación de empleo dentro de cinco años

Del total de emprendedores que espera generar de uno a cinco empleos en los siguientes cinco años, el 60% de los nuevos empleos los generarán empresas que actualmente tienen entre uno y cinco empleados y el restante 40% empresas que actualmente no generan ningún empleo.

Gráfica 3.20: Expectativa de generación de uno a cinco empleos según la cantidad actual de empleos generados



## 6. Ubicación de los negocios: 6 de cada 10 emprendedores atiende en su mayoría a clientes de su comunidad, pueblo o aldea.

El 60% de los emprendedores atiende en su mayoría a clientes de mercados locales cercanos: su comunidad, pueblo o aldea. Otro 18% atiende a clientes ubicados en el mismo municipio del emprendedor. Menos del 1% del total de emprendimientos exporta, aunque existe diferencia entre emprendimientos tempranos (0.3%) y emprendimientos establecidos (1.7%).

Tabla 3: Ubicación de los clientes de los emprendedores

¿En dónde se ubican la mayoría de sus			
clientes?	TEA	Establecidos	TEA + Est.
En mi comunidad, pueblo, aldea	61.2	57.6	60.0
En mi municipio	17.5	18.6	17.9
En otro municipio de mi departamento	3.2	4.7	3.7
En mi Departamento	8.1	8.0	8.1
En otro departamento	2.9	2.2	2.7
En toda Guatemala	6.8	7.2	7.0
En otros países	0.3	1.7	0.7

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2017.

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

# CAPÍTULO 4. EL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO EN GUATEMALA

#### a) Encuesta Nacional a Expertos

La Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés, *National Expert Survey*) es el instrumento utilizado para conocer la percepción de expertos en materia de emprendimiento, sobre el ambiente en el que se desarrolla la actividad emprendedora. La encuesta registra opiniones sobre si es fácil o difícil hacer nuevos negocios en Guatemala y sobre si consideran propicio el ambiente de emprendimiento en el país.

La encuesta se realiza a 36 personas, agrupadas en sub grupos de 4 integrantes, los cuales son catalogados como expertos en materia de emprendimiento. En la encuesta los expertos califican 9 áreas (consultar Recuadro 2). En la selección de los 36 encuestados, se toman en cuenta que por lo menos un encuestado en cada sub grupo sea emprendedor, y que los encuestados tengan experiencia en el sector público y privado.

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

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

A través de la NES se sondea el contexto institucional en el que se desarrolla la actividad emprendedora y cuáles aspectos influyen de manera decisiva sobre las condiciones para emprender. La encuesta recoge información cualitativa que se transforma en información cuantitativa para su análisis. En el análisis cuantitativo no debe olvidarse que el origen de la información es cualitativo.

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

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

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

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

El sector financiero guatemalteco es visto por los expertos encuestados, como una de las restricciones para el emprendimiento. Especialmente para los emprendedores pequeños quienes no llenan los requisitos de una solicitud tradicional de crédito.

Las fuentes de financiamiento para la actividad emprendedora, según la percepción de los expertos, son escasas. La afirmación con la que más de acuerdo estuvieron los expertos encuestados es que existen suficientes fuentes de financiamiento procedentes de entidades financieras, aunque la proporción es bastante baja (uno de cada tres expertos encuestados, 34%)<sup>3</sup>. Solo el 13% de los encuestados en la NES considera que los emprendedores disponen de suficiente capital propio para financiarse.<sup>4</sup>

Los expertos creen que es poco probable que existan otras opciones de financiamiento como capital de riesgo, ángeles inversores, inversores informales o a través del crowfunding, lo cual llama a atender esta necesidad y promover el desarrollo de estos tipos de financiamiento. Por otra parte, el financiamiento a través de la venta de acciones en la bolsa de valores o de subsidios de gobierno es inexistente, lo cual demuestra que el mercado de capitales y el apoyo financiero desde el gobierno no es una opción para los emprendedores guatemaltecos.

 Deuda
 66%
 34%

 Capital propio
 88%
 13%

 Crowdfunding
 91%
 9%

 Inv. informales
 92%
 8%

 Ángeles Inv.
 94%
 6%

 Capital de riesgo
 97%
 5

 Subsidios
 100%
 100%

 Bolsa de valores
 100%
 100%

Gráfica 4.1: Apoyo financiero para negocios nuevos y en crecimiento

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

■ En desacuerdo □ De acuerdo

<sup>4</sup> Esto debe compararse con la Gráfica 3.14 en donde se muestra que la mitad o más de la mitad de los emprendedores se financia con fondos propios, pero que esto mismo es un limitante para el capital con el que inicia la mitad de las empresas, el cual es menor a Q.5 mil según la Tabla 1.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Alguna disponibilidad existe, aunque el acceso es bajo. Solo 1 de cada 4 de los emprendimientos tempranos (24.6%) y 1 de cada 5 establecidos (18.9%) que no se financiaron con fondos propios, se financiaron a través de préstamos con instituciones financieras, como se muestra en la Gráfica 3.15.

Dada esta condición, no es de extrañar que la mitad de los negocios tengan inversiones iniciales de menos de Q.5 mil (ver Tabla 1); que 3 de cada 4 negocios se dediquen a actividades relacionadas al consumo (ver Gráfica 3.17), en donde se requieren bajas inversiones; y que 4 de cada 10 emprendimientos no generen ningún empleo (ver Gráfica 3.18).

Por otra parte, que el endeudamiento sea la principal opción de financiamiento de los emprendedores podría ser consecuencia de la baja sofisticación de los emprendimientos. Formas de financiamiento como ángeles inversores o capital de riesgo requiere de ideas innovadoras de negocios.

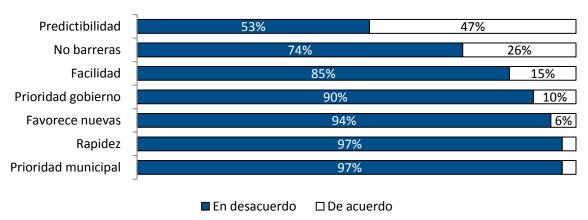
#### 2. Políticas de gobierno: no favorecen el emprendimiento.

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

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

En opinión de los expertos, en general, las políticas de gobierno no favorecen el emprendimiento. La variable mejor evaluada fue la de predictibilidad: casi la mitad de los expertos entrevistados opinó que sí hay predictibilidad sobre los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales. Por otra parte, 3 de cada 4 expertos creen que los impuestos y la tasas constituyen una barrera para las empresas nuevas y en crecimiento, y la gran mayoría dijo que: no hay facilidad para cumplir los trámites burocráticos y obtener licencias, no hay prioridad del gobierno central ni del municipal para el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento, los trámites administrativos y legales son muy tardados y no se favorece a las empresas nuevas.

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



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

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

Esto ayuda a entender por qué 4 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo (ver Gráfica 3.18), y que casi un tercio (29%) de los emprendimientos establecidos y el 18% de los emprendimientos tempranos no tienen expectativas de generar ningún empleo adicional en los próximos 5 años (ver Gráfica 3.19). En resumen, los emprendimientos son de pequeña escala y no hay mucha expectativa de hacer crecer el negocio si se toman en cuenta las políticas de gobierno.

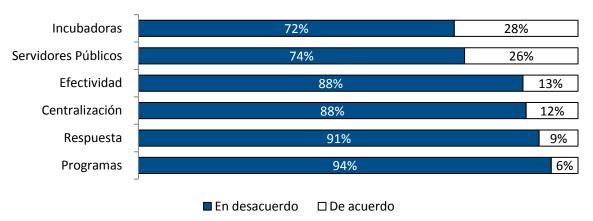
### 3. Programas de gobierno: no hay suficientes esfuerzos para apoyar la actividad emprendedora.

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

- **Centralización.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener 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 el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.
- **Efectividad.** Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.

Según la percepción de los expertos, los programas de gobierno no están apoyando la actividad emprendedora. La categoría mejor evaluada es la de las incubadoras, aunque solo un 28% de los expertos encuestados considera que las incubadoras de negocios aportan apoyo efectivo. La siguiente mejor categoría evaluada es la de los servidores públicos: solo el 26% de los expertos considera que los funcionarios que trabajan en agencias que apoyan a empresas nuevas y en crecimiento son competentes y eficaces. Las otras categorías tienen porcentaje bastante bajos de respuestas afirmativas: la centralización, la cantidad y la efectividad de los programas; y la respuesta a las necesidades de los emprendedores.

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



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

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

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

- **Iniciativa.** La educación a nivel primario y secundario estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.
- **Principios.** La educación a nivel primario y secundario, provee la instrucción adecuada acerca de los principios de una economía de mercado.
- **Espíritu.** La educación a nivel primario y secundario, le presta suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.
- **Enseñanza superior.** Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad, para la creación de empresas y su crecimiento.
- **Gestión.** El nivel de la educación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de empresas y su crecimiento.
- Vocacional. Los sistemas de educación vocacional y profesional proveen una preparación adecuada y de calidad para la creación de empresas y su crecimiento.

La mayoría de los expertos encuestados está de acuerdo en que la educación para la creación de empresas es adecuada, tanto a nivel de la enseñanza superior, para la gestión de empresas y a nivel vocacional; no así, en el nivel primario y secundario, en donde los expertos, casi en su totalidad opinan que no se promueve la iniciativa personal, no se enseñan los principios de una economía de mercado ni el espíritu empresarial para la creación de empresas.

Gestión 35% 65% Superior 42% 58% Vocacional 57% 43% Iniciativa 91% Espíritu 97% **Principios** 100% ■ En desacuerdo ☐ De acuerdo

Gráfica 4.4: Educación y formación en temas de emprendimiento

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

Los hallazgos anteriores son importantes de resaltar, dado que como se pudo observar en la Gráfica 3.12, tres de cada cuatro emprendedores (78%) solo tienen educación formal del nivel diversificado o menos, con lo cual, su expectativa de desarrollar habilidades empresariales está en la formación vocacional o de gestión de empresas a la que puedan acceder, la cual podría ser muy limitada en aquellos casos en los que las personas no cumplen los requisitos mínimos de formación, como la primaria completa, lo cual es la situación del 17% de los emprendedores, según la Gráfica 3.12 (suma de las personas que no han estudiado y que tienen la primaria incompleta).

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

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

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

En opinión de los expertos encuestados, la transferencia de conocimientos y tecnología es una de las debilidades del ambiente emprendedor en Guatemala. La categoría con la que más están de acuerdo los encuestados es la del entorno para innovar (ver Gráfica 4.5). Uno de cada 3 encuestados está de acuerdo con que la ciencia y tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global. Aunque esto no se ve reflejado en la actividad económica a la que se dedican la mayoría de los negocios en Guatemala, pues como se muestra en la Gráfica 3.17, 3 de cada 4 negocios se dedican a actividades relacionadas al consumo y solo 8% de los emprendimientos tempranos y 3% de los establecidos se dedican a la prestación de servicios, categoría en la que probablemente se clasificarían las empresas de alto contenido tecnológico.

Las demás categorías, se perciben por los expertos como inexistentes: la transferencia de tecnología hacia las empresas es escasa, las empresas no tienen capacidad de pago para costearse las nuevas tecnologías (tomar en cuenta que la mitad de los emprendimientos tuvo una inversión inicial menor a Q.5 mil, según la Tabla 1, y existe poco acceso a préstamos con instituciones financieras según las Gráficas 4.1, 3.14 y 3.15), no hay apoyo para que los científicos puedan comercializar sus ideas, no existen

subsidios para adquirir nuevas tecnologías (ni subsidios en general, como se muestra en la Gráfica 4.1), ni igualdad de acceso a las nuevas investigaciones entre las empresas establecidas y las nuevas.

Entorno para innovar 67% 33% Transferencia 85% 15% Capacidad de pago 88% 13% Apoyo comercial 88% 13% Subsidios 91% 9% Igualdad de acceso 93% 7% ■ En desacuerdo ☐ De acuerdo

Gráfica 4.5: Transferencia de conocimientos y tecnología

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

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

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

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

Con un amplio margen, la mayoría de los expertos encuestados consideran que las empresas tienen acceso fácil a buenos servicios bancarios y que sí existen suficientes

proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento (ver Gráfica 4.6).

Por otra parte, menos de la mitad de los expertos considera que existe acceso a servicios profesionales legales y contables y que las empresas tienen acceso fácil a buenos proveedores, consultores y subcontratistas. La única afirmación mal evaluada es la de la capacidad de pago. Solo el 16% de los expertos considera que las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar el costo de proveedores, consultores y subcontratistas.

Acceso a servicios bancarios 26% 74% Oferta de proveedores 38% 63% Acceso a servicios profesionales 56% 44% Acceso a proveedores 56% 44% Capacidad de pago 84% 16% ■ En desacuerdo ☐ De acuerdo

Gráfica 4.6: Infraestructura comercial y profesional

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

Los datos anteriores pueden parecer contradictorios, pues, aunque 3 de cada 4 encuestados (74%) considera que es fácil el acceso a los servicios bancarios, lo más probable es que los emprendedores no logren tener acceso debido a que no reúnen los requisitos para ser beneficiados con financiamiento para sus empresas, como se mostró en las Gráfica 4.1, 3.14 y 3.15. Lo que se aprecia es que sí hay disponibilidad, pero muchas barreras de acceso para los emprendedores, siendo las principales la capacidad de pago y el llenar los requisitos para los servicios bancarios formales.

Es en este contexto en el que toma relevancia el papel de la educación que poseen los emprendedores, en concreto en temas contables, administrativos y de procesos legales a cumplir como forma de sustituir la contratación de servicios personales específicos. Esta sustitución podría darse parcialmente si el emprendedor se encuentra en el 22% de los que tienen algunos estudios universitarios (suponiendo que los estudios universitarios los haya realizado en administración de empresas o en una materia similar, ver Gráfica 3.12), logra acceder a algún tipo de capacitación en gestión empresarial, o tiene acceso al sistema de educación vocacional y profesional. Aún así, hay temas específicos que solo a través de la contratación de algún proveedor, consultor o sub contratista podrá realizar, principalmente aquellos relacionados con el cumplimiento de los requisitos necesarios para que una empresa

se considere formal, por ejemplo, requisitos tributarios y de legislación laboral (esto último, en caso de tener más de 5 empleados, característica que tiene solamente el 3% de los emprendimientos tempranos y el 5% de los emprendimientos establecidos, según la Gráfica 3.18).

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

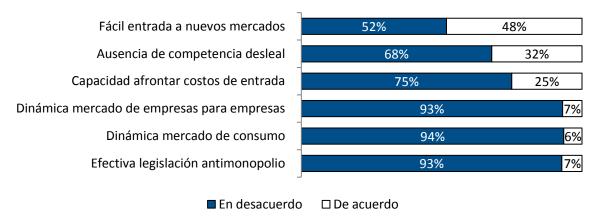
### 7. Apertura del mercado interno: las empresas enfrentan dificultades para entrar a nuevos mercados y los mercados no son dinámicos.

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

- **Dinámica mercado de consumo.** Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un año a otro.
- **Dinámica mercado de empresas para empresas.** Los mercados de bienes y servicios de empresas para empresas (*business to business*) cambian drásticamente de un año a otro.
- **Fácil entrada a nuevos mercados.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.
- Capacidad afrontar costos de entrada. Las empresas nuevas y en crecimiento pueden afrontar los costos de entrar al mercado.
- Ausencia de competencia desleal. Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por empresas establecidas.
- **Efectiva legislación antimonopolio.** La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.

Solo la mitad de los expertos (48%) opinaron que existe facilidad de entrada a nuevos mercados, 2 de cada 3 afirman que hay competencia desleal (68%) y 3 de cada 4 (75%) dice que las empresas no pueden afrontar los costos de entrar al mercado. La amplia mayoría de los expertos dijeron que los mercados de consumo y de empresas para empresas no son dinámicos.

Gráfica 4.7: Apertura del mercado interno



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

Los anteriores datos sobre las barreras para la entrada a nuevos mercados explicarían por qué, aunque el 46% de guatemaltecos tienen ideas de negocios (emprendimiento potencial), solo 25% de guatemaltecos tienen emprendimientos tempranos y 12% de guatemaltecos logran emprendimientos establecidos (ver Gráfica 3.5).

La falta de dinamismo de los mercados tendría explicación en las características de las empresas: 3 de cada 4 emprendimientos atienden al sector consumo, que por lo general son negocios de poca innovación y 4 de cada 10 emprendimientos no generan ningún empleo debido a que son pequeños negocios que no han logrado crecer (ver Gráficas 3.17 y 3.18).

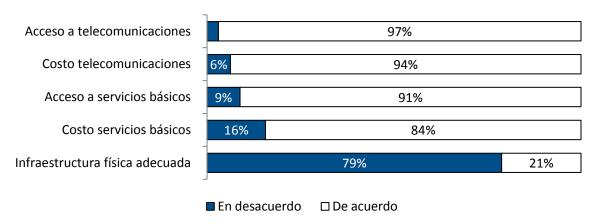
### 8. Infraestructura física: hay disponibilidad y acceso a servicios, pero la infraestructura física no es adecuada.

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

- Infraestructura física adecuada. La infraestructura física (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.
- Costo telecomunicaciones. Para una empresa nueva o en crecimiento NO es excesivamente caro acceder a servicios de telecomunicación (teléfono, internet, etc.)
- Acceso a telecomunicaciones. Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicación en aproximadamente una semana (teléfono, internet, etc.).

- Costo servicios básicos. Las empresas nuevas y en crecimiento pueden afrontar los costos de los servicios básicos (agua, electricidad, alcantarillado, etc.).
- Acceso a servicios básicos. Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.

Los encuestados opinan que una empresa puede proveerse servicios de telecomunicación en una semana (97%) y de servicios básicos en aproximadamente un mes (91%). También consideran que el costo de estos servicios no es excesivamente caro. Por otra parte, 4 de cada 5 entrevistados (79%) considera que la infraestructura física no es de apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.



Gráfica 4.8: Infraestructura física

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

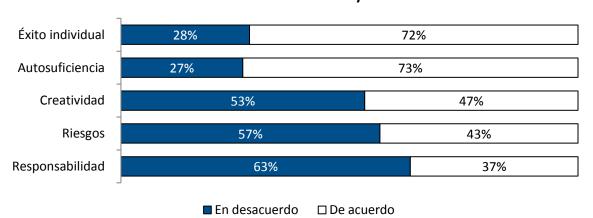
Del lado de la infraestructura, se puede decir que esta es una restricción para empresas que necesitan transportar sus productos a distintas áreas geográficas. Esto es un desincentivo para negocios que podrían escalar sus operaciones para atender un área más amplia, pero debido del incremento sustancial en sus costos por las malas condiciones de la infraestructura, ya no se les hace rentable ampliar su alcance, con lo cual, resulta que el 60% de los emprendimientos atienen únicamente a clientes en la comunidad, pueblo o aldea (ver Tabla 3) y las empresas con más de 5 empleados son la excepción en Guatemala, como se vio en la Gráfica 3.18.

### 9. Normas sociales y culturales: aún hace falta que las normas sociales y culturales apoyen la actividad emprendedora.

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

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

Tres de cada 4 expertos encuestados dijeron que las normas sociales y culturales apoyan el éxito individual, la autosuficiencia, autonomía e iniciativa personal. Por otra parte, menos de la mitad dijo que las normas sociales y culturales apoyan la creatividad, la innovación y la toma de riesgos empresariales. La característica peor evaluada fue la de responsabilidad. Casi solo 1 de cada 3 encuestados (37%) dijo que las normas sociales y culturales enfatizan la responsabilidad individual.



**Gráfica 4.9: Normas sociales y culturales** 

Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2017.

#### **CONCLUSIONES**

Los datos del GEM muestran que Guatemala es un país en donde **4.5 millones** de personas perciben oportunidades de negocio y **2.9 millones** consideran tener las habilidades para iniciarlos. Actualmente **2 millones** de guatemaltecos generan ingresos emprendiendo un negocio. A pesar de los altos niveles de emprendimiento que se reportan en el país, los negocios que se desarrollan son de baja escala. Más de la mitad se inicia con una inversión inicial inferior a **ocho mil Quetzales** y generan en promedio **1.2 empleos**. Asimismo, casi **3** de cada **4** negocios pertenece al **sector económico del consumo** y una proporción similar atiende clientes que se ubican en la comunidad o municipio en donde vive el emprendedor. Las características anteriormente mencionadas han estado presentes en los emprendedores desde **2009**, año en que se realizaron mediciones por primera vez. Esta situación merece una reflexión acerca de las condiciones en el país que les impiden a los negocios aumentar su escala a lo largo del tiempo, dentro de las cuales podemos destacar:

- Limitadas oportunidades de empleo formal: el emprendimiento se está convirtiendo en una alternativa para generar ingresos para aquellas personas que no encuentran oportunidades en el mercado laboral formal y no se arriesgan a migrar ilegalmente a los Estados Unidos. Por lo tanto, emprender no es una apuesta de largo plazo, sino una estrategia para generar ingresos mientras "sale algo mejor". En 2017, de 6.7 millones de personas que participan en el mercado laboral guatemalteco, únicamente 1.3 millones tenían un empleo formal (relación de dependencia en donde se le reconocen todos los beneficios laborales que establece la ley).
- La mayoría de los negocios no se registra: El 73.2% de los emprendedores no ha registrado su negocio y no lo hace porque no ven beneficios (37%) y porque nadie más lo hace (32%). Operar en la informalidad reduce las posibilidades de que el negocio crezca, ya que impide que acceda al mercado financiero formal y que exporte sus productos y servicios al extranjero.
- Limitado acceso a infraestructura: Más del 50% de los clientes de los emprendedores se ubica en su comunidad, pueblo o aldea. Únicamente el 9% tiene clientes en otros departamentos del país. La limitada conectividad que tienen los emprendedores entre aldeas, municipios y departamentos, restringe el mercado al que tienen la posibilidad de servir. El 80% de los expertos que calificaron las condiciones para emprender en Guatemala (en la Encuesta Nacional de Expertos, NES por sus siglas en inglés) considera que la Infraestructura Física es inadecuada para promover el desarrollo de nuevos negocios y el crecimiento de los establecidos.

- Productos financieros poco sofisticados: Los expertos entrevistados en NES consideran que en Guatemala son limitadas las fuentes de financiamiento para los negocios nuevos. Siendo el endeudamiento bancario (34%) y el capital propio (13%) las fuentes calificadas como más accesibles. Fuentes de financiamiento como Ángeles Inversionistas (6%), Capital de Riesgo (3%), y Bolsa de Valores (0%) se perciben como poco accesibles para dar apoyo a negocios nuevos y en crecimiento. Al ordenar la calificación de los expertos de los 54 países que participaron en el estudio, se encuentra que en esta categoría Guatemala es el país peor calificado.
- La inseguridad sigue afectando a los emprendedores: El simple hecho de ser un emprendedor hace que las personas tengan una mayor probabilidad de ser víctimas de robo o asalto. Un emprendedor es asaltado 1.2 veces más que un guatemalteco no emprendedor. Cuando un emprendedor es víctima de un crimen, el costo de ese lamentable incidente representa equivale al 31.3% de la inversión con la que más de la mitad arrancó su negocio. La inseguridad desincentiva que los emprendedores hagan visibles sus negocios y provoca que aquellos que cobran notoriedad deban destinar recursos para protegerse.

El esfuerzo que se ha realizado para contar con mediciones estandarizadas de emprendimiento para Guatemala desde 2009 es enorme. El mismo ha permitido desarrollar una mayor comprensión del fenómeno (consultar los estudios especializados que se han producido <a href="https://gem.ufm.edu/publicaciones/">https://gem.ufm.edu/publicaciones/</a>) e incidir sobre las percepciones sociales. Desde 2014 hasta la fecha Guatemala ha ocupado el primer lugar como el país en donde el emprender un negocio es la opción más deseable para generar ingresos, en 2009 Guatemala ocupaba la posición 18 de 54 países evaluados. No obstante, es tiempo de reflexionar acerca de los siguientes pasos a tomar para que no solo la cantidad de emprendimientos crezcan en Guatemala, sino que su escala también lo haga.

#### **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.

#### **ANEXOS**

ANEXO 1. Glosario

Medición	Descripción
Actitudes Emprendedoras y Percepo	
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.
A -42-23- 3 T 3- 3	
Actividad Emprendedora	D 1 11 1/2 1 10 64 7
Tasa de Emprendedores Nacientes	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son un emprendedor naciente, i.e., están activamente involucrados en el inicio de una empresa que les pertenece o son socios; empresas que todavía no han pagado salarios, sueldos o alguna compensación a los dueños por un período de tres meses máximo.
Tasa de Propietarios de Nuevas Empresas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de una nueva empresa, i.e., son dueños y administran un negocio propio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por un periodo menor a 42 meses.
Tasa de 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	Porcentaje de población de 18 a 64 años que ha

Medición	Descripción
Negocios	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.
	<u> </u>
Aspiraciones Emprendedoras	
Tasa de Expectativas de Elevados Niveles de Crecimiento en la Etapa de Emprendimiento Temprano	Porcentaje de población de 18 a 64 años que son tanto emprendedores nacientes o dueños de nuevas empresas que esperan emplear por lo menos a 20 trabajadores en los próximos cinco años.
Tasa de Expectativas de Elevados Niveles de Crecimiento en la Etapa de Emprendimiento Temprano: prevalencia relativa	Porcentaje de la población en la etapa de emprendimiento temprano que son tanto emprendedores nacientes o dueños de nuevas empresas que esperan emplear por lo menos a 20 trabajadores en los próximos cinco años.
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. Países participantes en el GEM 2017-2018

# Países participantes en el ciclo 2017-2018, agrupados por región geográfica y etapa de desarrollo económico

Región	Economías basadas en recursos	Economías basadas en eficiencia	Economías basadas en innovación
África	Madagascar	Egipto, Marruecos, Sudáfrica	
Asia y Oceanía	India, Irán (eficiencia WEF), Kazajistán (transición), Vietnam	China, Indonesia, Líbano (transición), Malasia (transición), Arabia Saudita (transición), Tailandia	Australia, Israel, Qatar, Corea del Sur, Taiwán, Emiratos Árabes Unidos, Japón
Latinoamérica y el Caribe		Argentina (transición), Brasil, Chile (transición), Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá (transición), Perú, Uruguay (transición)	Puerto Rico (no WEF)
Europa		Bulgaria, Bosnia y Herzegovina, Croacia (transición), Letonia (transición), Polonia, (transición), Eslovaquia (transición)	Chipre, Estonia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Eslovenia, España, Suecia, Suiza, Reino Unido
Norte América			Canadá, Estados Unidos

Fuente: GEM, Reporte Global 2017-2018.



