



GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

EL EFECTO MULTIPLICADOR DEL EMPRENDIMIENTO

2017

UFM
UNIVERSIDAD
FRANCISCO
MARROQUÍN



UFM
UNIVERSIDAD
FRANCISCO
MARROQUÍN

VERITAS • LIBERTAS • JUSTITIA

Centro de
EMPRENDIMIENTO
Kirzner FACULTAD de CIENCIAS ECONÓMICAS

El efecto multiplicador del emprendimiento

Por Mónica Río Nevado de Zelaya¹

¹ Directora del GEM para Guatemala, Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y co-autora del libro Aprende y Emprende.

1. Introducción

El emprendimiento existe en toda sociedad y este cobra vida con la persona... el emprendedor. El emprendedor se encuentra en el centro del proceso de mercado; en el centro de las acciones que pasan en toda sociedad, comunidad o grupo de personas. Si la persona no eligiera actuar y emprender, no pasaría nada, solo sucederían movimientos de la naturaleza, y los seres humanos tendríamos que adecuarnos a las consecuencias.

El emprendedor es el motor del crecimiento y desarrollo en una sociedad. Es por eso que si buscamos que nuestra economía crezca, necesitamos más emprendedores para desarrollarnos y tener mejores oportunidades para el futuro. Y además, necesitamos que muchas personas tengan pensamiento de emprendedor, pues es un pensamiento que no ve límites, que quiere, que intenta, que actúa, que busca siempre mejorar, que se fija en los demás. Es a los demás a quienes sirve y que teniendo la energía de intentarlo muchas veces, aprende y hace ajustes para seguir actuando en el futuro.

En los estudios económicos sobre emprendimiento, típicamente se miden tres variables para identificar el impacto de un emprendedor. Estas variables responden a las siguientes preguntas:

- a. ¿Cuántos empleos nuevos crea ese emprendedor?
- b. ¿Cuántos impuestos paga?
- c. ¿Cuánto contribuye con el Producto Interno Bruto (PIB) del país?

Sin duda son variables interesantes, pero estas son escasas para explicar el impacto de un emprendedor en la sociedad. Para realizar el presente artículo se utilizaron de referencia principal dos estudios:

1. El estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es una investigación realizada a detalle sobre el emprendimiento en cada país; es el estudio más importante a nivel mundial sobre emprendimiento. El estudio consta de dos partes, la investigación cuantitativa (APS) y la cualitativa (NES), buscando representatividad estadísticamente significativa a nivel país.
2. The Ripple Effect of Entrepreneurship: una investigación cualitativa² realizada por varios años, con el objetivo de comprender lo que las personas que están alrededor de los emprendedores observan de su acción emprendedora y el impacto que genera. El propósito de la investigación es hacer visible esos efectos que genera el emprendimiento.

Estas investigaciones nos permiten conocer de manera amplia los elementos que debemos observar en cada emprendedor que conocemos. Analizando el impacto del emprendedor en la sociedad se hace evidente que el emprendedor está en el centro del proceso de mercado, actuando y satisfaciendo a los demás y generando desarrollo.

² Investigación cualitativa es un método de investigación que se basa en la interacción con personas, diálogos, grupos de discusión, entrevistas.

2. El emprendimiento y su efecto multiplicador

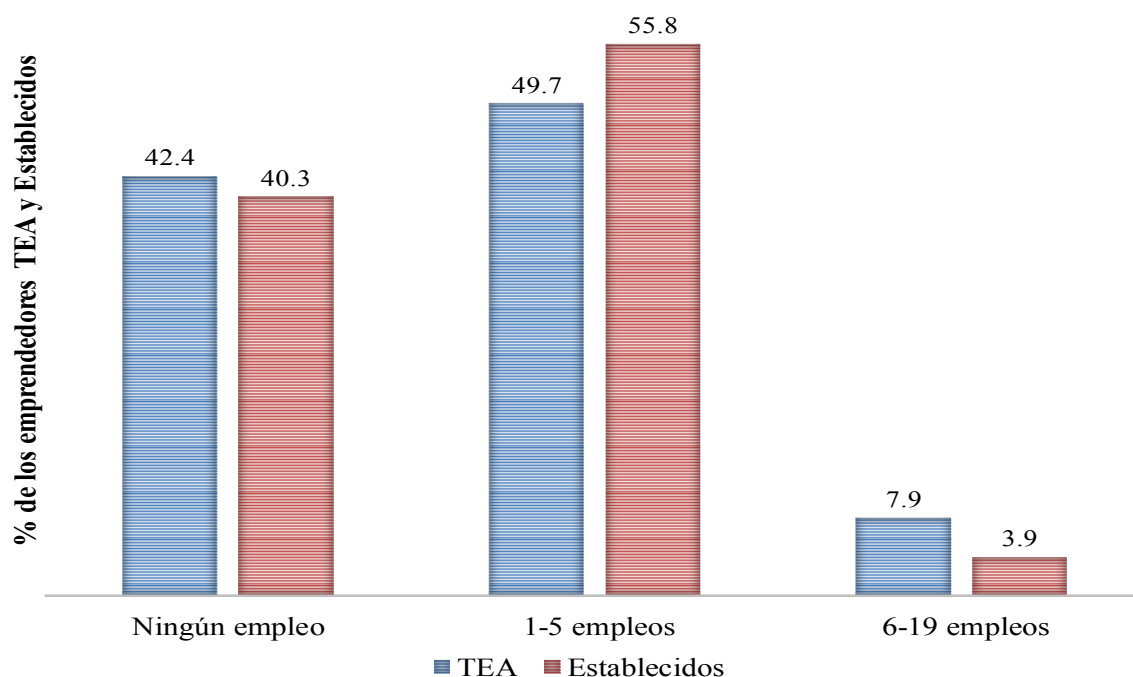
Empecemos el análisis de los emprendedores desde la perspectiva de las tres variables típicas: la generación de empleo, producto interno bruto e impuestos, variables que se analizan a continuación a partir de la información recopilada a través del Monitor Global de Emprendimiento -GEM por sus siglas en Inglés-.

2.1 El emprendimiento y la generación de empleo:

En primera instancia es relevante evaluar el impacto que tienen los emprendedores en el tema de empleo. Como veremos en la gráfica 1, en un país como Guatemala, los emprendedores en su mayoría producen empleo para sí mismos. Es por ello que el emprendimiento se asocia en muchos casos con autoempleo. Pero los números que impresionan son aquellos en los que se clasifican los emprendimientos por el número de empleos que generan, y se puede observar que un porcentaje muy pequeño, sólo 3.9% de los emprendedores establecidos (aquellos que tienen más de 42 meses de estar operando) tiene más de 5 empleados y 7.9% de los emprendedores en etapas tempranas (TEA³).

³ TEA: Emprendedores en etapa temprana, que tengan menos de 42 meses de operar, incluyendo emprendedores que ya han invertido recursos en el negocio aunque aún no haya empezado a vender (denominados como Nacientes) y emprendedores que ya han empezado a generar ingresos (denominados como Nuevos).

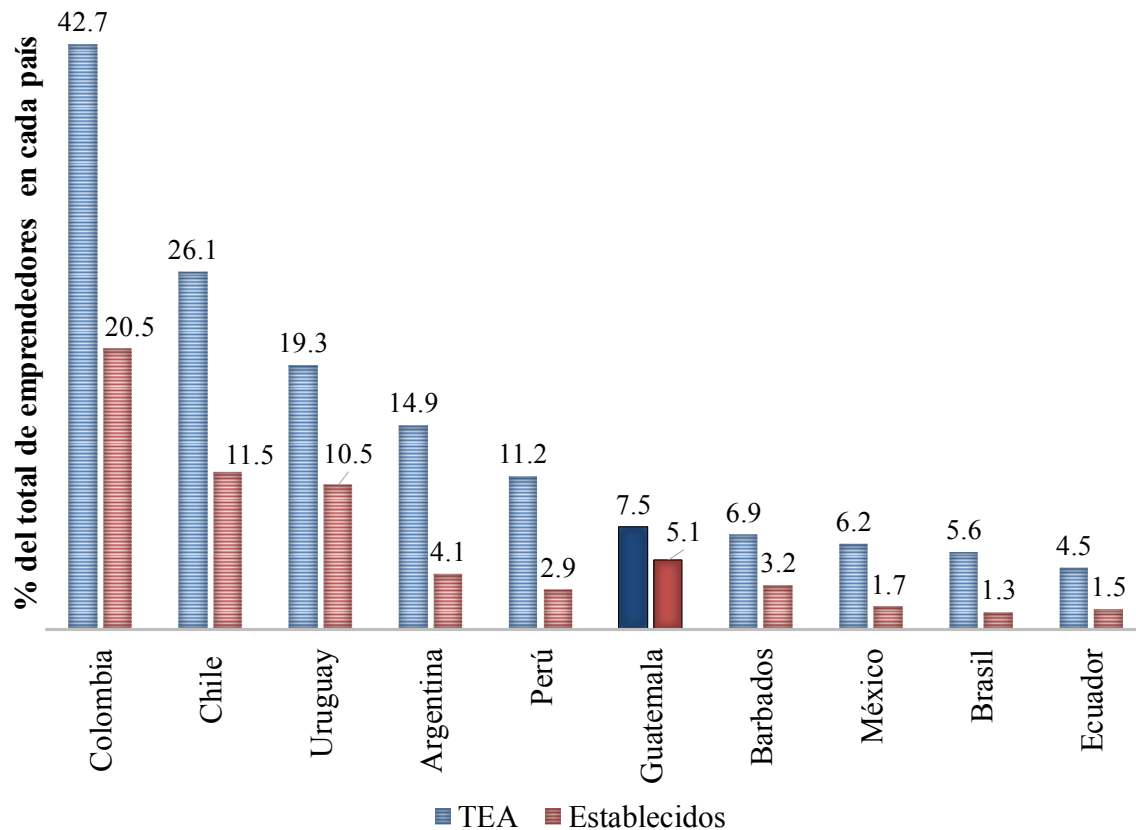
Gráfica 1: Empleo generado por los emprendedores de la TEA y Establecidos



Fuente: Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala 2015-2016

Asimismo, en la gráfica 2, se observa la expectativa de crecimiento que tienen los emprendedores desde la perspectiva del número de empleos generados en los próximos cinco años y se compara con otros países de la región latinoamericana. Nos damos cuenta que Guatemala tiene una baja tasa de expectativa de crecimiento en empleo. Situación que evidencia que la escala de operación (en término de empleos generados) que actualmente se observa en los negocios de los emprendedores, no sufrirá incrementos significativos en el mediano plazo.

Gráfica 2: % de los emprendedores TEA y establecidos de Latinoamérica que esperan generar 10 empleos en los próximos 5 años



Fuente: Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala 2015-2016

Esta velocidad de crecimiento es muy pequeña para la cantidad de empleos que son necesarios en el país. Cada vez que un nuevo partido político es electo para gobernar en el poder ejecutivo, se ha hecho la promesa electoral de crear más puestos de trabajo, algo que nunca se termina cumpliendo con los programas que se ponen en marcha. Algo que era de esperarse, ya que sabemos que los puestos de trabajo sólo pueden provenir de emprendimientos que perduran en el tiempo.

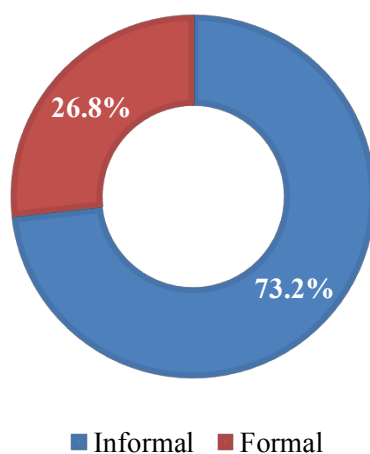
En Guatemala se gradúan más de 200,000⁴ jóvenes de nivel diversificado que se integran a la fuerza laboral y sólo se reporta la creación de 20,000⁵ empleos formales al año. Ese número de personas desempleadas se acumula año con año.

El impacto que generan los emprendedores en empleo del país es importante, pero definitivamente muy escaso para la velocidad a la que crece la población económicamente activa en el país.

2.2 El emprendimiento y su impacto en el PIB y en el monto de impuestos recaudados:

Cuando hablamos de empleos o de impuestos, estamos hablando de emprendimientos que se encuentran operando formalmente. Es importante mencionar que se observa en la investigación del GEM que el 73.2% de los emprendedores, como lo indica la gráfica 3, son emprendimientos informales.

Gráfica 3: % de los emprendedores, (TEA+establecidos) que operan informalmente



Fuente: Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala 2015-2016

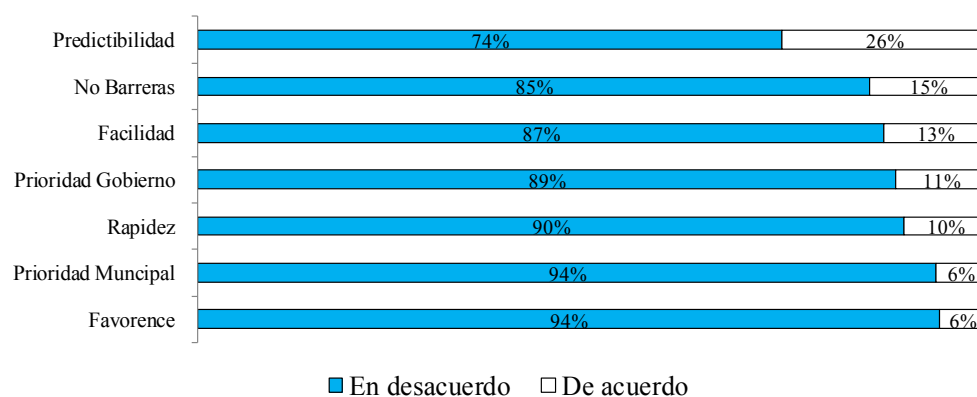
⁴ Datos del Mineduc Guatemala citados en Reporte GEM Guatemala 2014-2015.

⁵ Datos del IGSS citados en Reporte GEM Guatemala 2014-2015.

La gran pregunta de por qué estos emprendimientos son informales, está claramente conectada con el alto costo de ingresar y operar en la formalidad. Que no se limita al costo de registrarse, a los pasos a seguir y a los impuestos que hay que pagar, sino a lo complicado de hacer estos trámites y mantenerse en ese estatus de “formal”.

En el estudio cualitativo del GEM observamos las mayores limitaciones para crecer que identifican expertos entrevistados en el estudio en la sección NES⁶ así al analizar la calificación que dan los expertos en la categoría de políticas gubernamentales, se pide que mencionen si están de acuerdo o en desacuerdo que la política de cada tema apoya el emprendimiento (de acuerdo) o lo limita (desacuerdo), consultar gráfica 4.

Gráfica 4: Evaluación de las Políticas de Gobierno por parte de los expertos



Fuente: Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala 2015-2016

Es por ello que en el estudio del GEM, Guatemala ocupa la posición 43 de 60 países en cuanto al impacto que tienen las políticas gubernamentales al facilitar o no limitar el proceso emprendedor. Guatemala se encuentra dentro de las últimas 20

⁶ National Expert Survey, sección del estudio cualitativo que se realiza a expertos del país en 9 áreas diferentes.

posiciones del estudio. Es decir, de acuerdo a los expertos entrevistados, las políticas gubernamentales limitan o no facilitan la acción emprendedora en Guatemala (ver tabla 1).

Tabla 1: Ranquin de la valoración de políticas gubernamentales

NES 2015	Clasificación Mundial
Guatemala	43
Colombia	41
México	35
Latinoamérica	39
Mejor Clasificación (Suiza)	1
Peor Clasificación (Argentina)	60

Fuente: Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala 2015-2016

Emprendimiento formal o no, lo cierto es que está identificado en el GEM que más de 2 millones de hogares tienen ingresos para vivir gracias a la actividad emprendedora.

Después de observar los elementos destacados anteriormente, vemos con claridad que para medir el impacto de los emprendedores en la sociedad es necesario ampliar el análisis más allá de los impuestos que pagan (habiendo tanto emprendimiento informal), los empleos que generan (siendo negocios tan pequeños) y su contribución al PIB (que es prácticamente invisible en el tamaño de emprendimiento que predomina en la población guatemalteca, según deja ver el estudio). Se necesitan más variables para analizar el impacto del emprendimiento pues tal y como lo evidencia la tabla 2, la mayoría de los emprendimientos de Guatemala han sido iniciados con una inversión inicial baja, lo cual tiene grandes implicaciones sobre su escala de operación.

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

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

Fuente: Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala 2015-2016

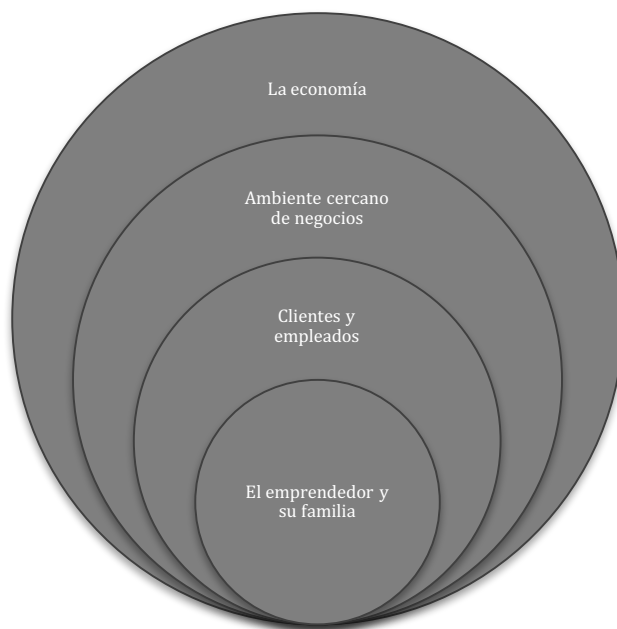
2.3 El efecto multiplicador:

Se hace necesario entonces aproximarse a los emprendedores y su entorno, y documentar mediante métodos cualitativos cuáles son otras áreas de impacto que genera el emprendedor al actuar, dando mayor amplitud en el análisis y teniendo más claridad para ver el “Efecto expansivo del emprendimiento” (usando como base la investigación realizada bajo el título: *The Ripple Effect of Entrepreneurship*).

En dichas investigaciones, para poder ampliar la visión del impacto del emprendedor, fue necesario identificar en quiénes impactaba su acción emprendedora. Este análisis nos permite comprender que el impacto es acumulativo y produce lo que en esta investigación se llama “las olas del efecto multiplicador”, donde podemos ver que impacta a muchas personas en cadena. Es importante mencionar que dichas olas fueron las mencionadas continuamente por las personas que se encuentran en el

entorno del emprendedor, quienes fueron la fuente de información en el estudio citado anteriormente. Las olas del efecto multiplicador se encuentran en orden los grupos en los que impactan, tal y como se puede apreciar en la ilustración 1.

Ilustración 1: Grupos de impacto sobre los que el emprendedor genera incidencia



Fuente: Elaboración propia

Dentro de las áreas de impacto más mencionadas, se resaltan 3 de ellas, nombrando a los emprendedores como: agentes de prosperidad, generadores de bienestar y multiplicadores de conocimiento. En esto consiste su “*Ripple Effect*” o “Efecto Expansivo”.

2.4 El emprendedor como agente de prosperidad:

En realidad, la más importante de todas estas contribuciones está relacionada con la creación de ganancias o de riqueza. Como dice Charles G. Koch en su libro *Buenas ganancias*, en el que explica que buenas ganancias es: “crear valor superior para los

clientes con menos recursos que lo que otros usan, y actuando siempre con integridad y dentro de la ley. Esas buenas ganancias solo pueden venir si el emprendedor o la empresa está creando o agregando valor a los individuos en una la sociedad". Esa es la única forma en que puede permanecer en el tiempo

El impacto que empieza a tener el emprendedor en la sociedad lo hace generando ganancias o creando valor pues crea más riqueza de lo que había antes. Esa riqueza se reinvierte en otros productos, servicios, negocios y entonces fluye a través del proceso de mercado. Los emprendedores se vuelven agentes de prosperidad al ir generando bienestar en primera instancia para sus clientes.

En las investigaciones realizadas se observa que en aquellas industrias o comunidades en donde inicia un emprendedor actuando y desarrollando negocio, empieza a generarse un imán para nuevas inversiones, el interés de otros por arrancar negocios similares, otros emprendedores que ven la oportunidad de crear negocios de productos complementarios o ser sus proveedores.

Es clásico ver por ejemplo que en aldeas donde empiezan a haber negocios nuevos surgen otras empresas como librerías, farmacias, ventas de electrodomésticos. O cuando inició la industria de los call centers, iniciaron empresas especializadas en instalación de oficinas modulares, software especializado, escuelas de inglés y otras. Además, claro, de competidores que iniciaron en esta industria, más de 25 empresas, call centers internos y este impacto alcanzó toda la región centroamericana.

2.5 El emprendedor como generador de bienestar:

Cuando hablamos de generador de bienestar, se encuentra su impacto en el bienestar de sí mismo y su familia, pues al generar ganancias pueden vivir mejor invirtiendo en la compra de bienes o contratación de servicios que mejoran la calidad de vida suya y de sus familias. Por ejemplo, acceso a educación para los hijos o más años de escolaridad, servicios de salud (médicos y medicinas), tener en su hogar servicios básicos como agua, luz, drenajes, o tener televisión, servicio de cable, electrodomésticos. O en el caso de emprendedores que ya viven en hogares con más infraestructura y recursos, les da acceso a servicios internacionales de salud y educación.

Producen además bienestar en sus empleados, al darles un ingreso económico que les permite crecer con más libertad. En el caso de los call centers, el primer emprendedor que inició en esta industria, el cual fue parte del estudio realizado, sabe que el ingreso promedio de sus empleados de primera línea, supera en al menos un 50% o más, el ingreso de los padres de esos empleados. Dando con ello acceso a mejor educación o a seguir su educación universitaria, a compra de bienes de capital sencillos como vehículo, computadoras, teléfonos celulares y otros.

También generan bienestar en los clientes, en forma de mayor productividad o satisfacción en cada uno de ellos, quienes por sentirse bien atendidos regresan y continúan una relación comercial con la empresa o la marca.

Por ejemplo, un emprendedor que fue parte del estudio, que actualmente tiene una pequeña tienda de barrio, fue el primero que tuvo refrigeradora en la aldea, y gracias a él las personas podían comer productos refrigerados. Incluso se le ocurrió vender productos en unidades más pequeñas, por ejemplo la leche por vaso, en vez de por litro. Y gracias a su acción emprendedora, varias decenas de niños de la aldea pudieron tomar leche mientras crecían.

Por ejemplo, en la industria mencionada arriba de call centers, el precio y la calidad del servicio que prestaba esa primera empresa instalada en Guatemala atrajo a muchas otras empresas de la industria en Guatemala a poner operaciones localmente, dando así un mejor servicio a un mejor precio a sus clientes, y también aumentando el bienestar para un mayor número de personas que se relacionan con la industria, empleados, proveedores y otras organizaciones que se ven directamente relacionados con dicho emprendimiento.

2.6 El emprendedor como multiplicador de conocimiento:

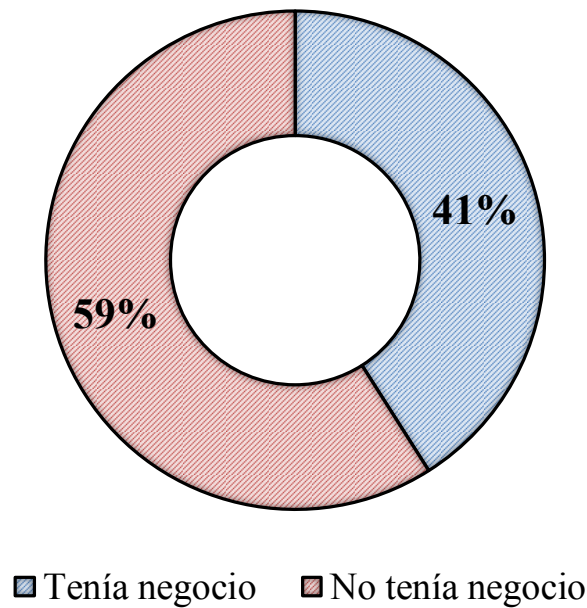
Para que una persona pueda constituirse como emprendedor necesita desarrollar una capacidad de aprender y desaprender continuamente. Los mercados se mueven continuamente hoy en día y por ello es necesario seguir aprendiendo. Ese conocimiento está disperso en la sociedad⁷ y es por ello que el emprendedor necesita mantener activa su capacidad de aprender. Pero para que este aprendizaje tenga efecto en su negocio,

⁷ Hayek menciona el término del uso del conocimiento en sociedad. Las observaciones de emprendedores aprendiendo de su entorno nos recuerdan constantemente este concepto, enfatizando que nadie es dueño de ese conocimiento y que tampoco es estático, sino que está en continuo movimiento y está disperso en la sociedad.

también lo debe enseñar. Nos referimos a la enseñanza que hace continuamente a su propia familia por las cosas que descubre y está ansioso de compartir con sus seres queridos, a sus empleados quienes serán los primeros en aplicar ese nuevo conocimiento adquirido, a sus clientes como parte del proceso que le permitirá tener mayores beneficios de lo que compra y generar fidelidad con el emprendedor que le provee de un producto o servicio, a sus proveedores que para hacer mejor su labor el emprendedor les enseña y les exige para seguirles comprando, y por qué no decirlo también a sus propios competidores, quienes saldrán beneficiados de los nuevos descubrimientos de su competencia y que intencionalmente o sin intención enseñará a otros y ayudará a evolucionar el conocimiento en la industria simplemente al tomar acciones en su propio emprendimiento.

Por ejemplo, muchos emprendedores en el estudio aprendieron de sus padres. Muchos carpinteros, lancheros, agricultores, comerciantes que se identificaron en el estudio aprendieron de sus propios padres. El GEM valida esta información al encontrar que más del 50% de los emprendedores son hijos de emprendedores.

Gráfica 5: % de emprendedores cuyos padres tenían o no un negocio distinto



Fuente: Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala 2015-2016

Y como menciona uno de los ejemplos de la investigación, la fábrica de cerámica en uno de los pueblos del Lago de Atitlán de Guatemala, el primer dueño aprendió de un emprendedor del extranjero que estaba viviendo retirado en ese pueblo. Y así empezó la primera fábrica, hoy existe un número grande de fábricas de cerámica que exportan volúmenes importantes además de sus ventas locales, y muchas de ellas son de empleados de esa primera fábrica que aprendieron gracias al emprendedor.

Analizando varios de los ejemplos a los que se tuvo acceso en la investigación cualitativa *The Ripple Effect of Entrepreneurship*, ayuda a hacer visible que los emprendedores no sólo crean puestos de trabajo, pagan impuestos y aumentan el PIB del país, sino que su impacto es mucho mayor empujando siempre hacia el crecimiento y el desarrollo siendo activos generadores del cambio.

De esta forma se busca que, al identificar a un emprendedor, podamos analizar en quiénes ha impactado y de qué forma. Y buscar evidencias de cómo su efecto expansivo ayuda a crear crecimiento, prosperidad y desarrollo. Y hace evidente que necesitamos más emprendedores en Guatemala y en el mundo.

3. Conclusiones

1. Los emprendedores en Guatemala desarrollan actividades en su mayoría informales.
2. Sus emprendimientos arrancan con volúmenes de inversión bajos, en su mayoría por debajo de Q10,000.
3. Son generadores de pocos empleos, menos de 5. Y sus expectativas de crecimiento en puestos de trabajo a más de 5 años no llegan a 10 empleados por emprendimiento.
4. Hay un espacio de oportunidad para investigar a profundidad las consecuencias y efectos que genera la acción emprendedora.
5. Ese impacto que genera el emprendedor en la sociedad es necesario para la economía, aunque muchos de los efectos no están claramente identificados y medidos.
6. El emprendedor genera impacto en distintos grupos de personas además de sí mismo y su futuro, y en cada uno de ellos tiene un efecto positivo.
7. Toda acción emprendedora genera un efecto multiplicador.
8. Los tres efectos que se miden comúnmente de la actividad emprendedora son empleos que genera, impuestos que paga y contribución al PIB.

9. El concepto de efecto multiplicador permite señalar diferentes áreas de impacto del emprendedor, que muchas veces son invisibles.
10. La definición de efecto multiplicador facilita el análisis de cada emprendedor y permite identificar a su alrededor áreas específicas de impacto.
11. El emprendedor es un agente de prosperidad, generador de bienestar y multiplicador de conocimiento.
12. En las investigaciones utilizadas de base para este artículo, se evidencian efectos positivos y negativos del emprendimiento, pero las consecuencias positivas sobrepasan por mucho las negativas identificadas.
13. Como mencionaría Bastiat, este concepto de efecto multiplicador del emprendimiento nos permite hacer visible lo invisible ampliando el análisis que podemos hacer de la actividad emprendedora y su impacto en la sociedad.
14. El mercado evoluciona y sirve a los individuos porque el emprendedor usa sus habilidades y conocimiento para crear en forma destructiva, observando alerta las oportunidades y moviéndose rápido a la acción.

4. Bibliografía

- a. GEM Research for Guatemala 2011, 2015-2016
 - b. The Ripple Effect of Entrepreneurship, Mónica Río Nevado de Zelaya, 2016.
1. Baumol, William J. (1986). Productivity Growth, Convergence, and Welfare: What the Long-Run Data Show. *American Economic Review*, 76.
 2. Boettke, Peter J. (2012). Living Economics: Yesterday, today and tomorrow. *Man as Machine*. United States: The Independent Institute with the collaboration of Universidad Francisco Marroquín.
 3. Boettke, Peter J., and Christopher J. Coyne (2003). Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence? *Advances in Austrian Economics*, 6, 67–87.
 4. Boettke, Peter J., and Sautet, Frederic. (2011). The Genius of Mises and the Brilliance of Kirzner. *GMU Working paper in economics*, 11-05, 32-41.
 5. Cantillon, Richard. (1931). *Essai sur la nature du commerce en général*, edited and translated by H. Higgs. London, England: Macmillan.
 6. Casson, Mark. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Totowa, United States: Barnes & Noble.
 7. Davenport, Herny. (1914). *Economics of Enterprise*. New York, United States: Macmillan.
 8. Huerta de Soto, Jesús. (1992). *Socialismo, Cálculo Económico y función empresarial*. Madrid, España: Unión Editorial.
 9. Kirzner, Israel M. (1973). *Competition & Entrepreneurship*. Chicago, United States: University of Chicago Press.
 10. Kirzner, Israel. (1979) Perception, Opportunity, and Profit, 166-167. Chicago, United States: University of Chicago Press.
 11. Kirzner, Israel.(1982) *Uncertainty, Discovery, and Human Action: A Study of the Entrepreneurial Profile in the Misesian System*. Lexington, United States: Lexington books.
 12. Kirzner, Israel M. (2008). *The Alert and Creative Entrepreneur: A Clarification*. Stockholm, Sweeden: Research Institute of Industrial Economics.
 13. Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala 2015 – 2016 (2016), Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Francisco Marroquín.

14. Peter G. Klein & Michael L. Cook. (2006). T.W. Schultz and the Human-Capital Approach to Entrepreneurship. *Review of Agricultural Economics, Agricultural and Applied Economics Association*, vol. 28(3), 344-350.
15. Klein, Peter. (2008). Opportunity Discovery, Entrepreneurial Action and Economic Organization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2. 175-190.
16. Knight, F.H. (1921). Risk, Uncertainty and Profit. New York, United States: Houghton Mifflin.
17. Mises, Ludwig Von. (1951). Profit and Loss, South-Holland. Illinois, United States: Consumers-Producers Economic Service.
18. Powell, Benjamin. (2008). Making Poor Nations Rich: Entrepreneurship and the Process of Economic Development. The Independent Institute. California, United States: Stanford University Press.
19. Schumpeter, Joseph A. (1934) The Theory of Economic Development, translated by R. Opie from the 2nd German edition [1926]. Cambridge, United States: Harvard University Press.
20. Smith, Adam. (1776). An inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Indianapolis, U.S.A.: Liberty Fund.
21. Storr, Virgil. (2008). The Market as a Social Space: On the Meaningful Extra-Economic Conversations that Can Occur in markets. *Review of Austrian Economics* 21, No. 2-3. 135-150.