



UFM
UNIVERSIDAD
FRANCISCO
MARROQUÍN

VERITAS • LIBERTAS • JUSTITIA

Centro de 
EMPRENDIMIENTO
Kirzner FACULTAD de CIENCIAS ECONÓMICAS



Misión

Cultivar el conocimiento y promover el ejercicio del emprendimiento por medio de educación, investigación y desarrollo de conexiones.



EDUCACIÓN



Libro para
estudiantes
de colegios

Especialidad en Emprendimiento
Facultad de Ciencias Económicas



Conferencias con emprendedores
para estudiantes de la UFM

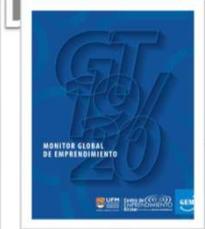
Cursos de Emprendimiento para
Facultades y Escuelas UFM



INVESTIGACIÓN



Vidas Emprendedoras





CONEXIÓN



Recursos y Herramientas Digitales
kec.ufm.edu



GEM 21/22

MONITOR GLOBAL DE EMPRENDIMIENTO



“Es el esfuerzo de investigación sobre emprendimiento más grande a nivel mundial, que describe al emprendedor, sus actitudes, características personales y del negocio y los desafíos del entorno”.



Monitor Global de Emprendimiento

2021-2022

- 23** → *Años consecutivos*
- 47** → *Países participantes*
- 12°** → *Participación de Guatemala*
- 2021** → *Información recopilada en junio*



Metodología



Instrumentos para recoger información

Encuesta a población adulta - APS



Representatividad a nivel nacional.



2,860 hogares encuestados, repartidos en los **22** departamentos del país (181 municipios). Haciendo un sobre muestreo especial en: **Ciudad de Guatemala, Ciudad de Quetzaltenango y Antigua Guatemala.**

Encuesta nacional de expertos - NES



Mide percepciones de expertos sobre el contexto en que se desarrolla el emprendimiento.

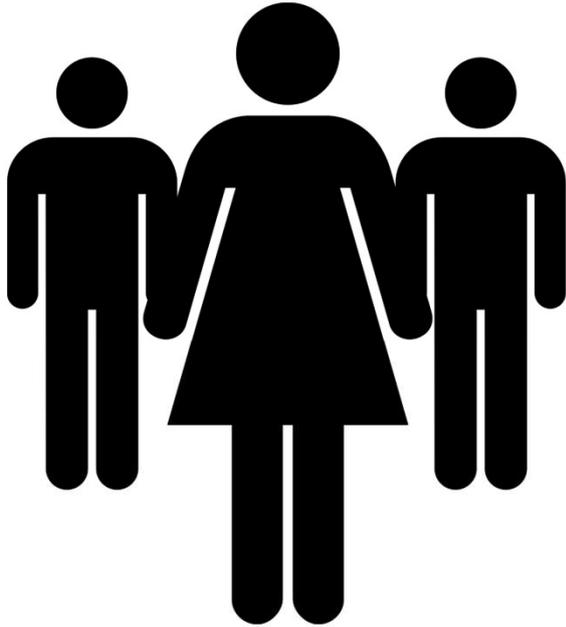


Entrevistadas directas a 36 expertos en nueve áreas específicas



Proceso para seleccionar hogares

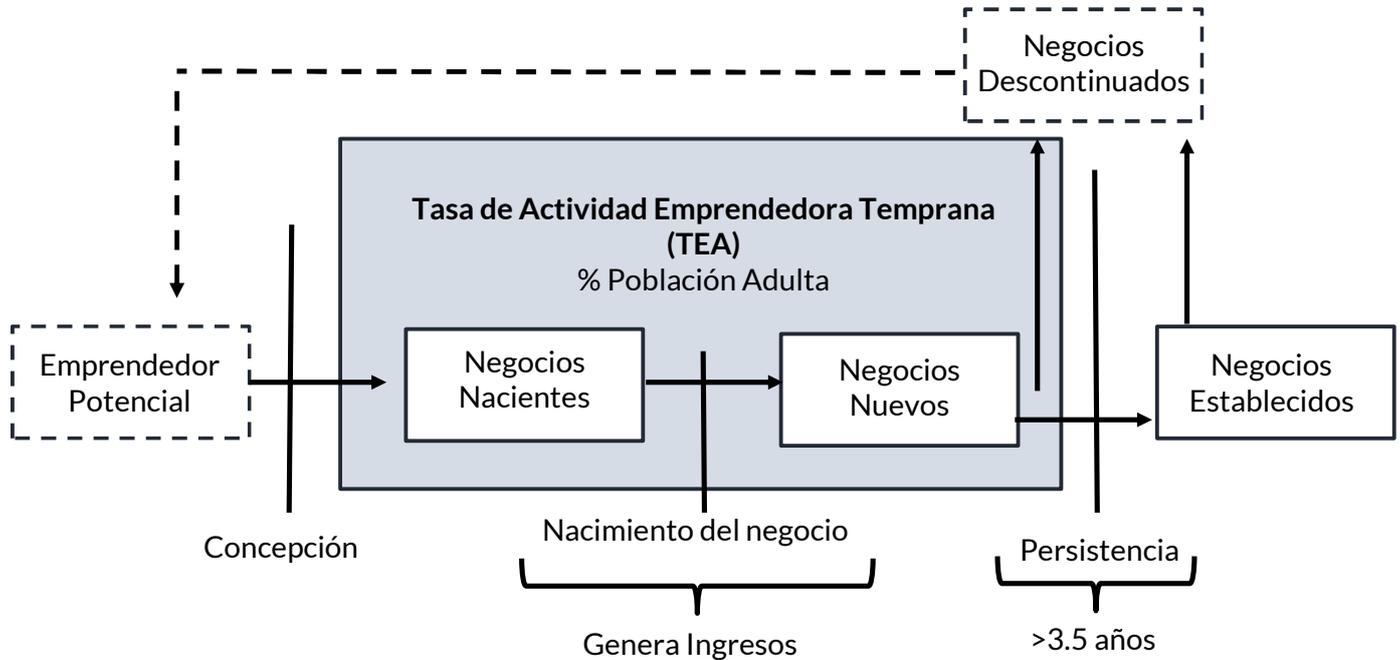




Emprendedor

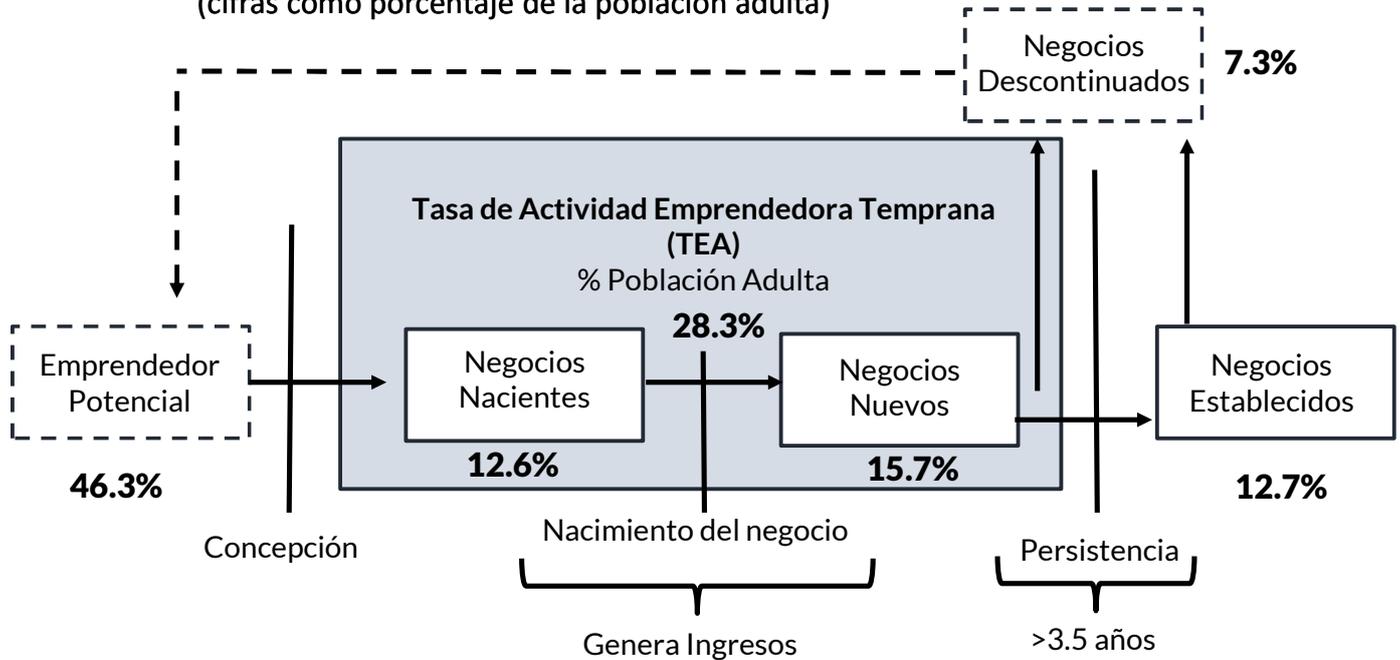
*Persona entre **18 y 64 años** de edad que es propietario y participa en la administración del negocio.*

El proceso del emprendimiento



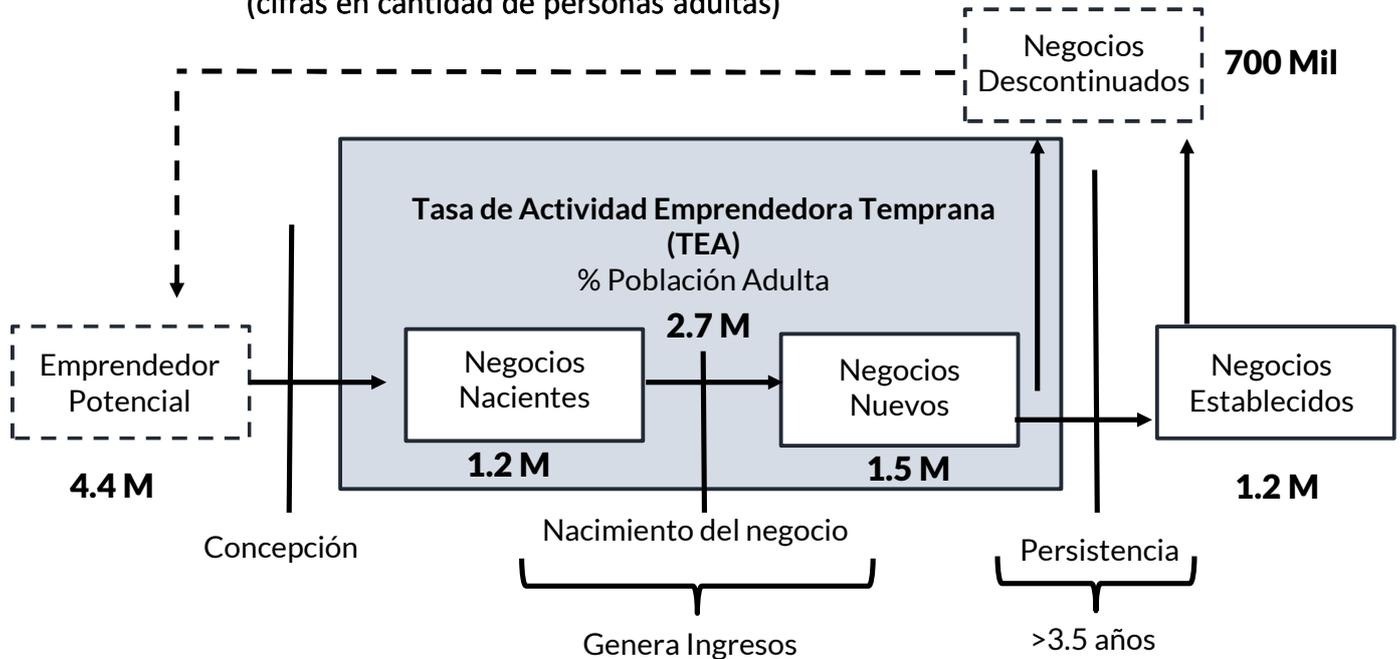
El proceso del emprendimiento

(cifras como porcentaje de la población adulta)



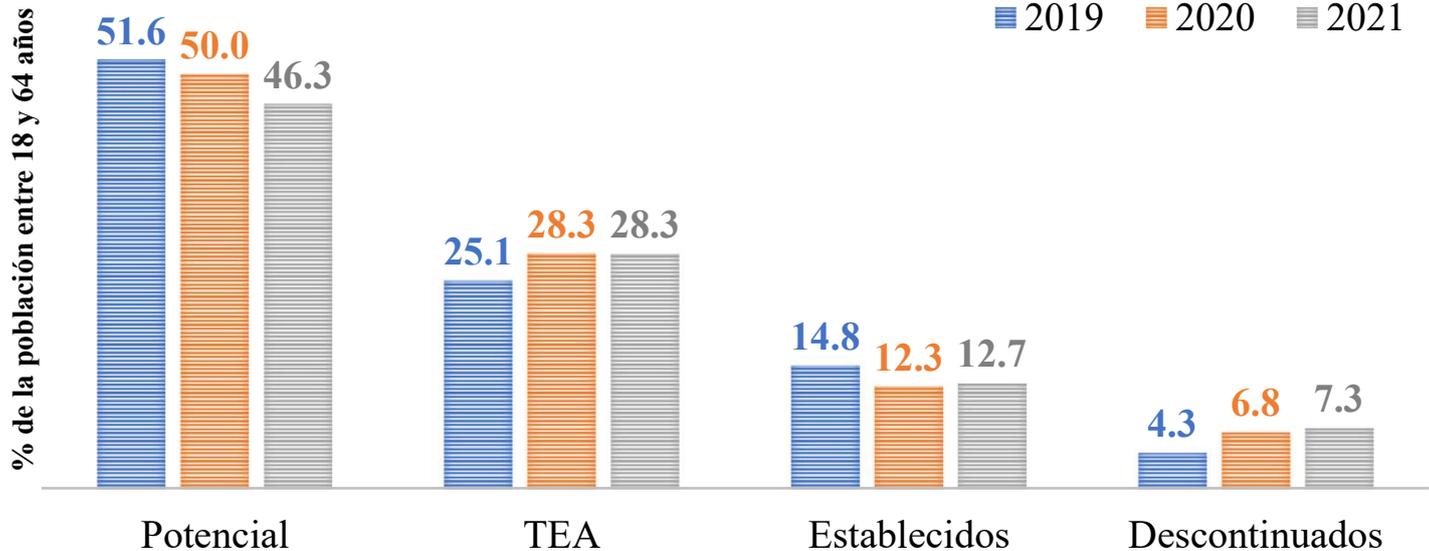
El proceso del emprendimiento

(cifras en cantidad de personas adultas)

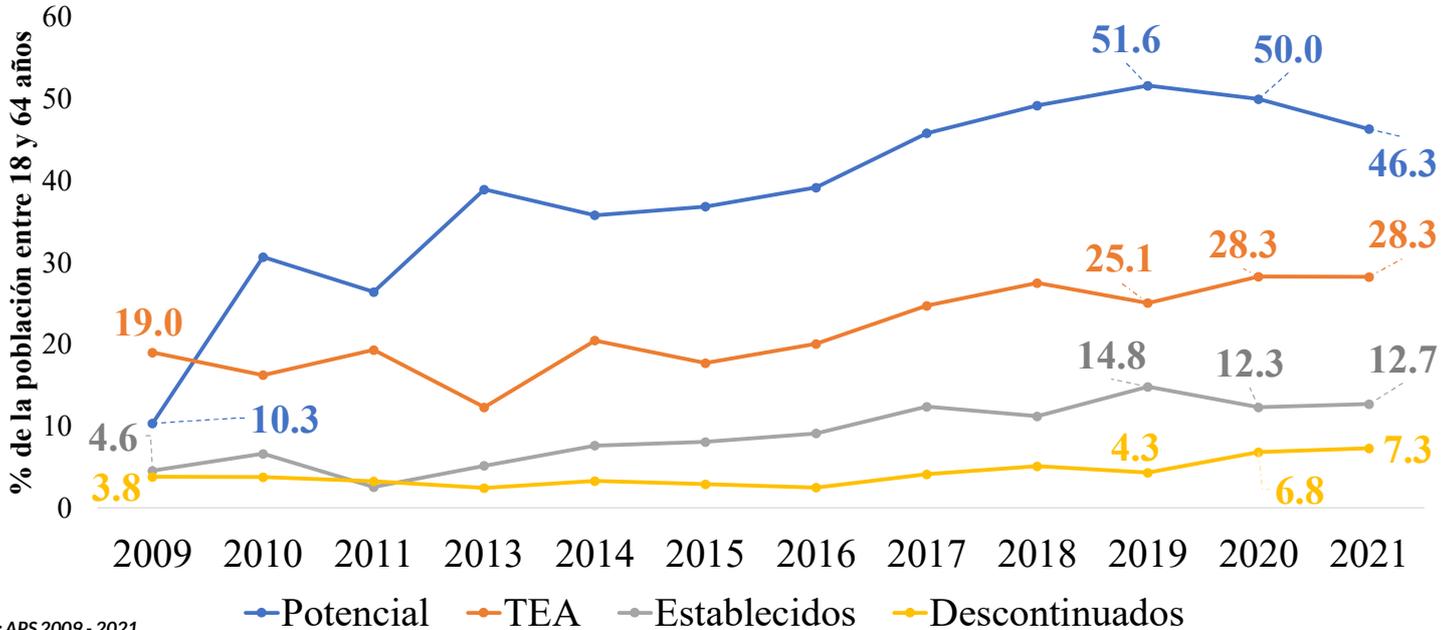


Proceso de emprendimiento en Guatemala

Fuente: APS 2019-2020



Evolución de Guatemala (2009-2021)



Fuente: APS 2009 - 2021

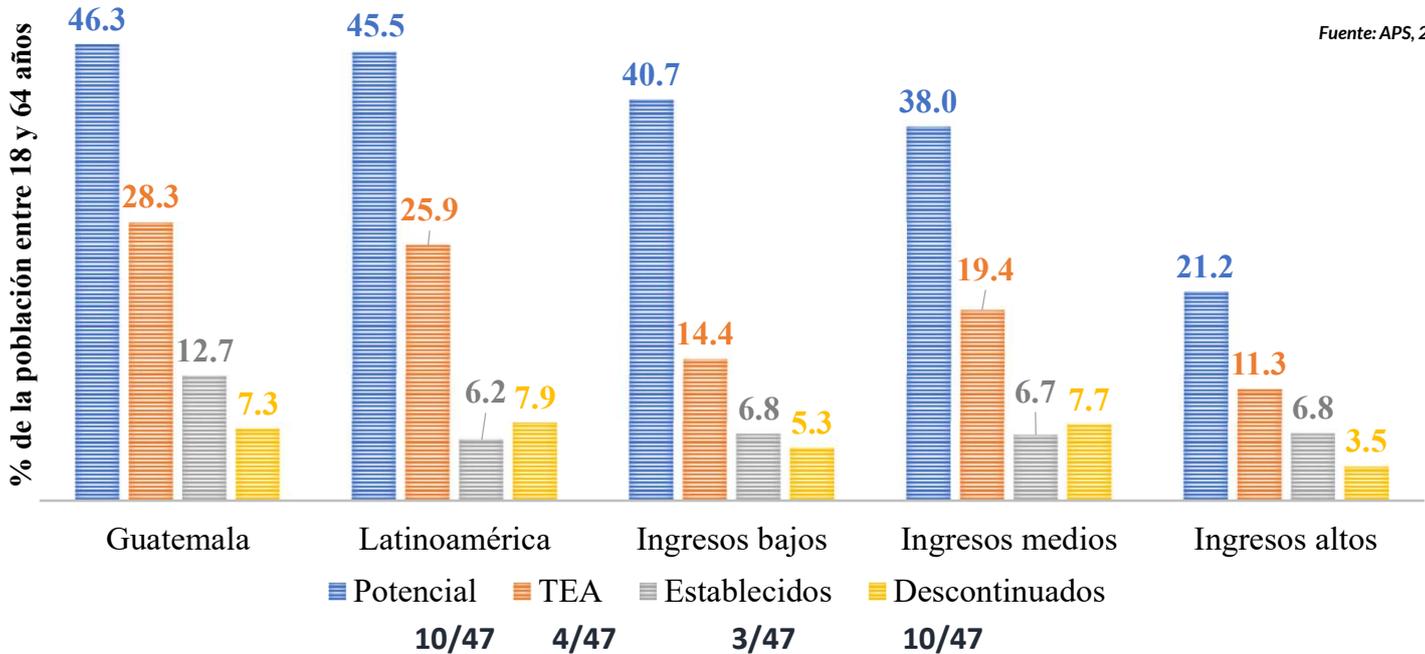


Resultados a nivel internacional

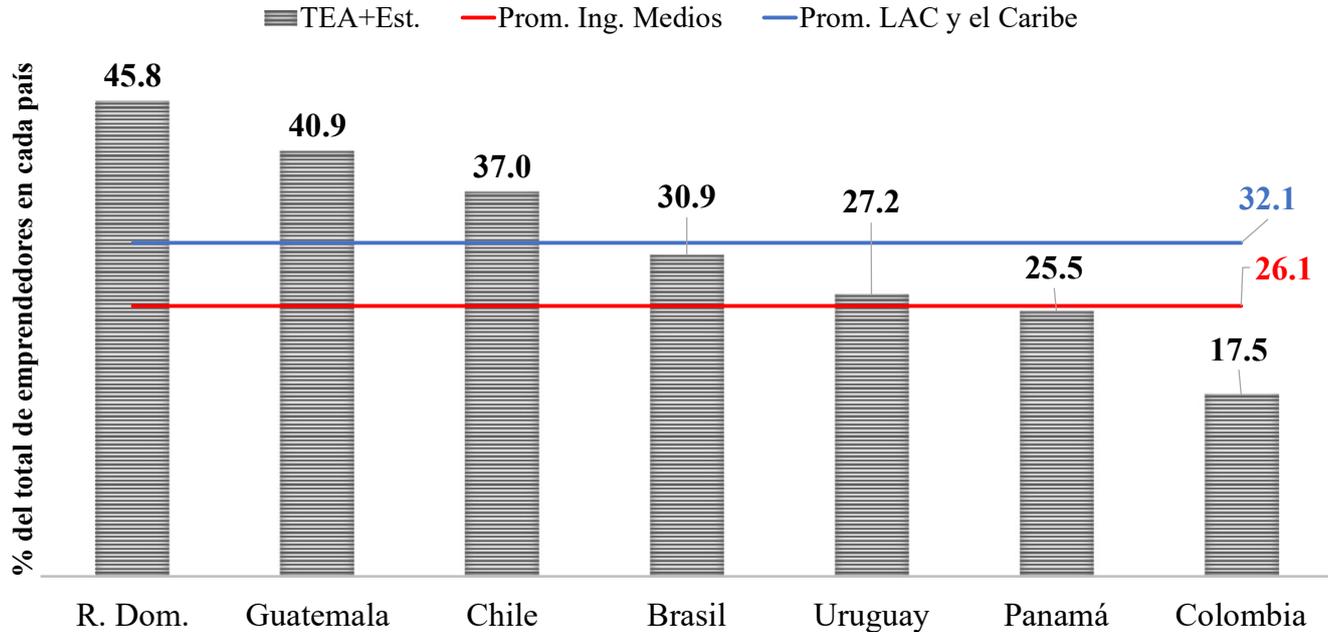


Proceso de emprendimiento

Fuente: APS, 2021



Actividad emprendedora total



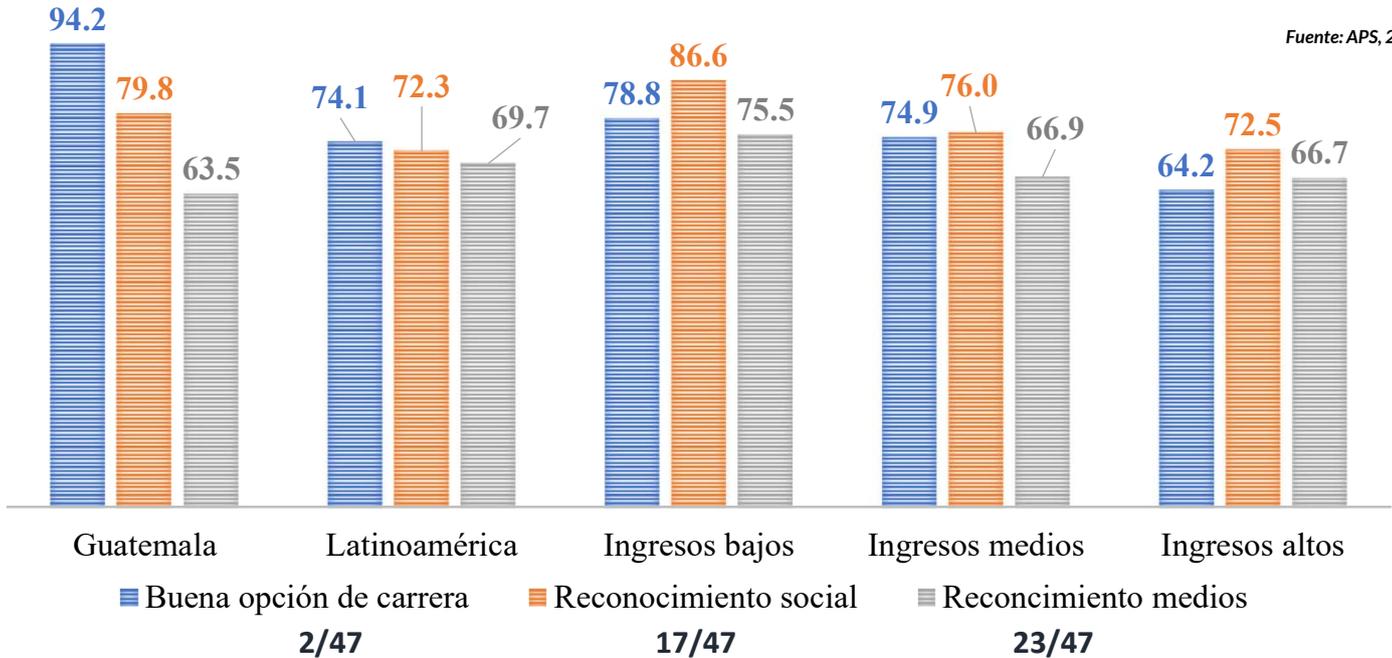
Fuente: APS, 2021



Percepciones Sociales

% de la población entre 18 y 64 años

Fuente: APS, 2021



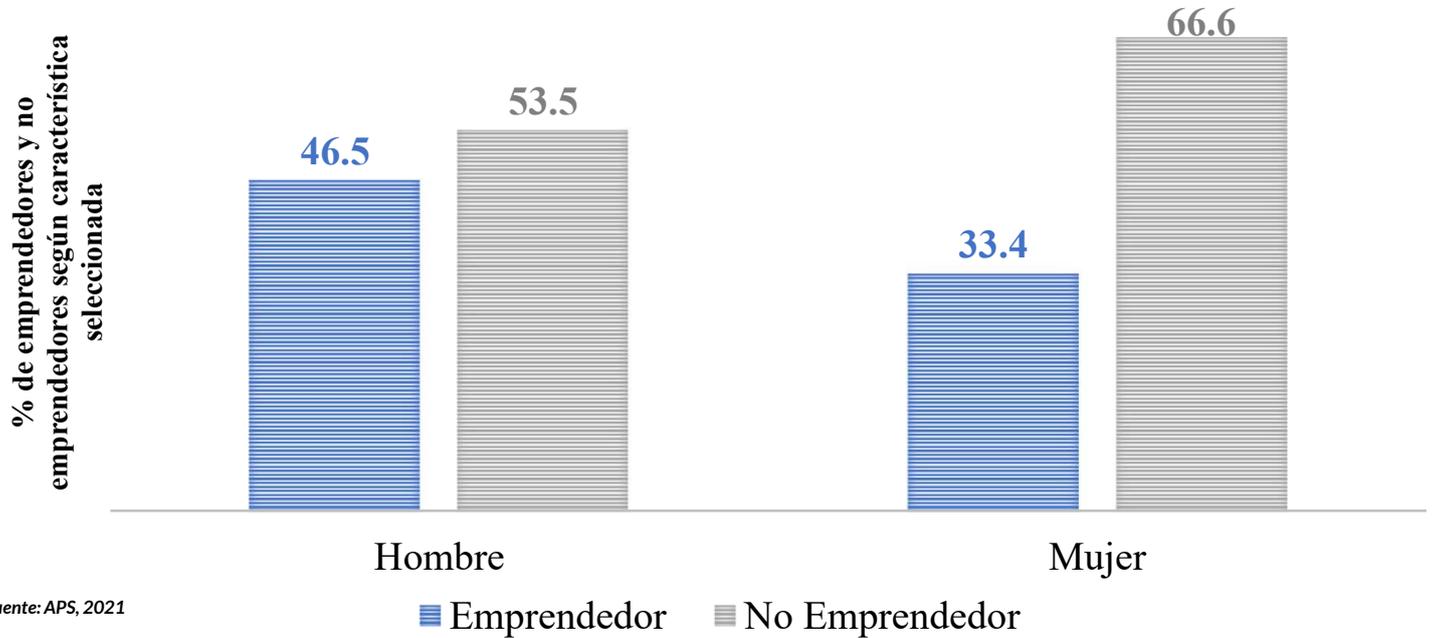
Resultados para Guatemala



Características de los emprendedores

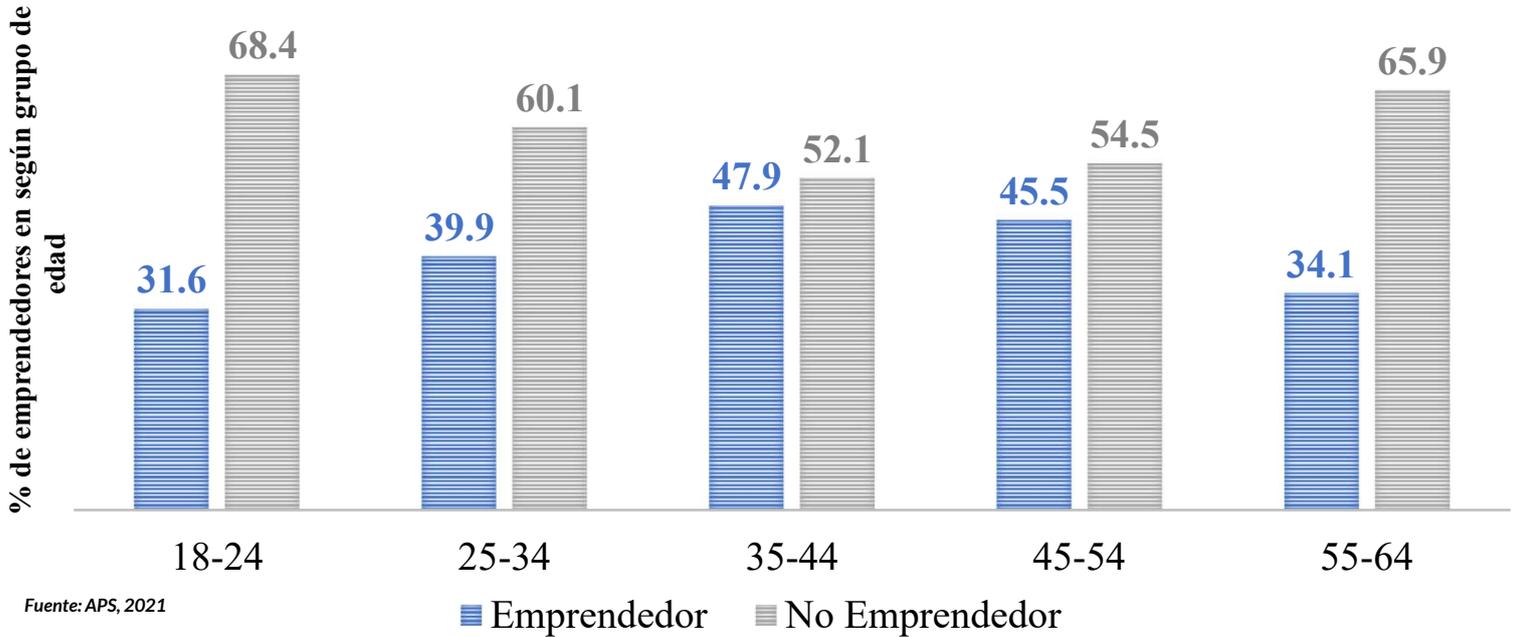


Sexo



Fuente: APS, 2021

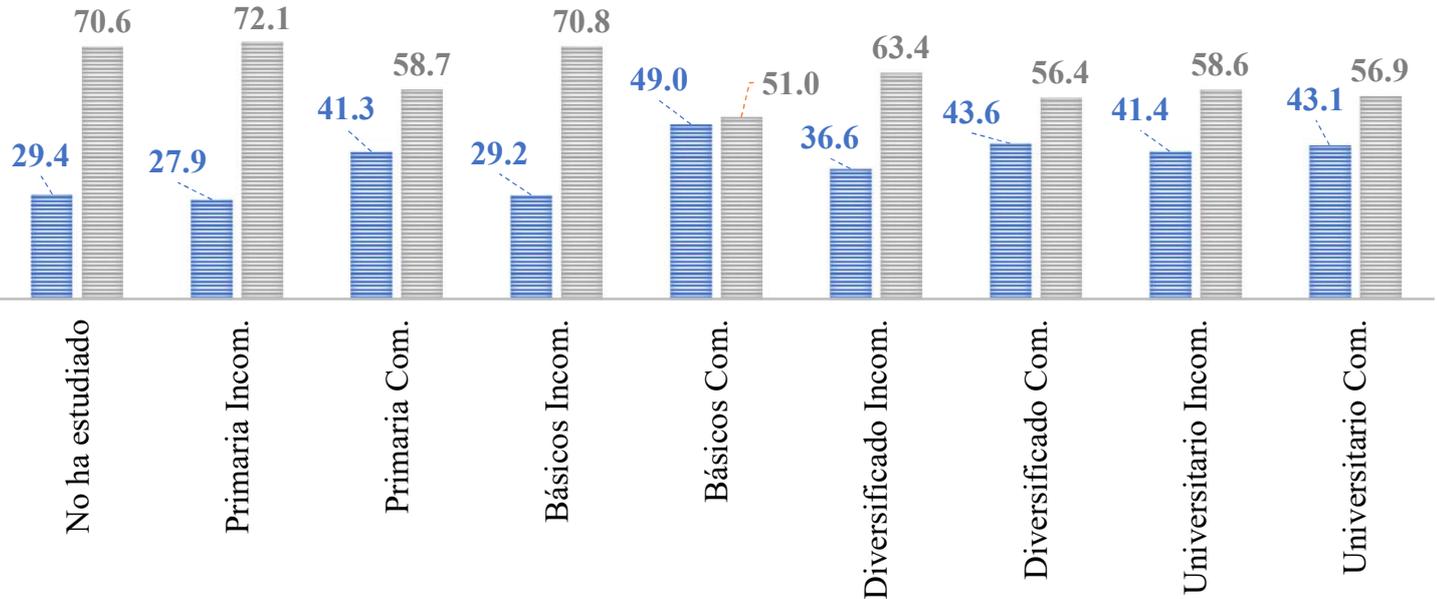
Edad



Fuente: APS, 2021

Escolaridad

% de emprendedores y no emprendedores

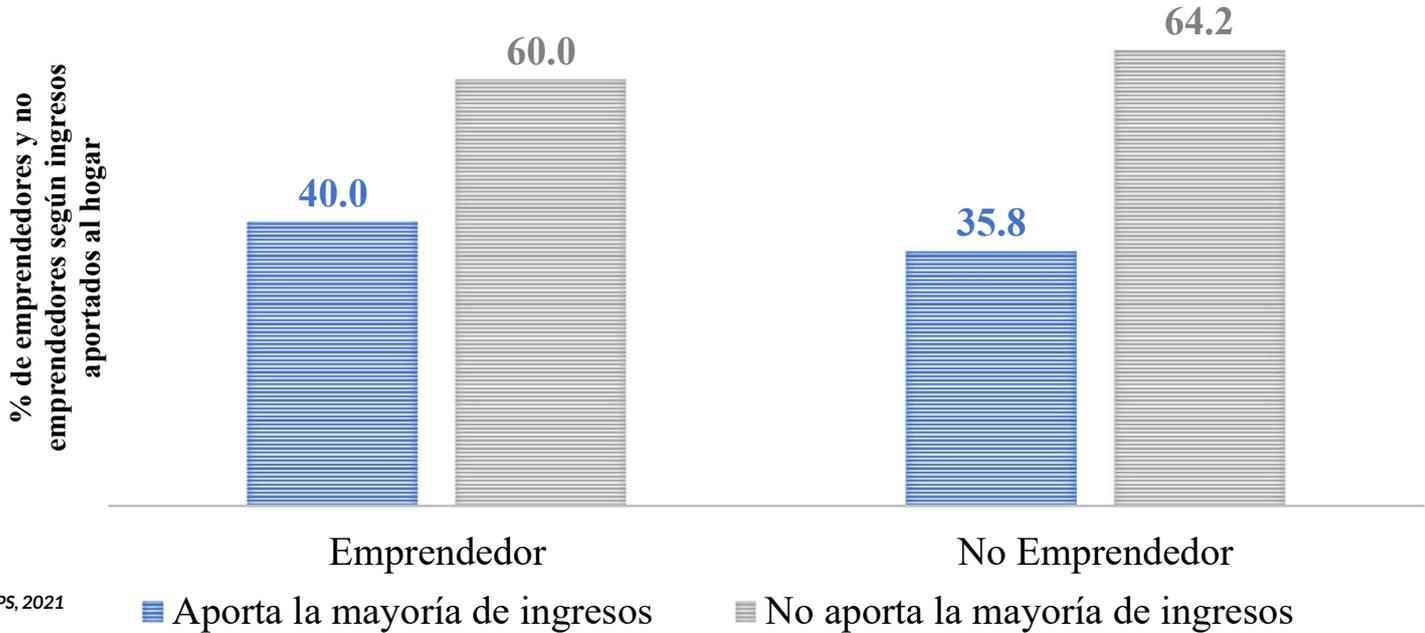


Fuente: APS, 2021

■ Emprendedor ■ No Emprendedor



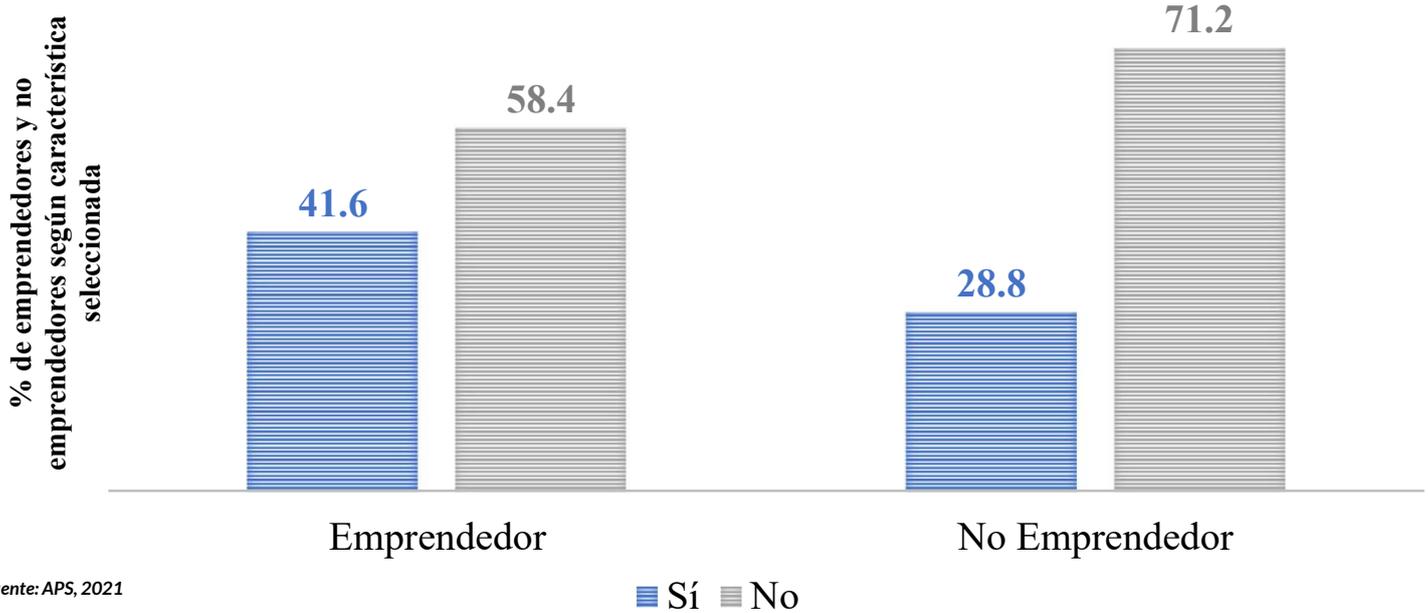
¿Aporta la mayoría de ingresos al hogar?



Fuente: APS, 2021



¿Tenían sus padres un negocio?



Fuente: APS, 2021



Características de los negocios



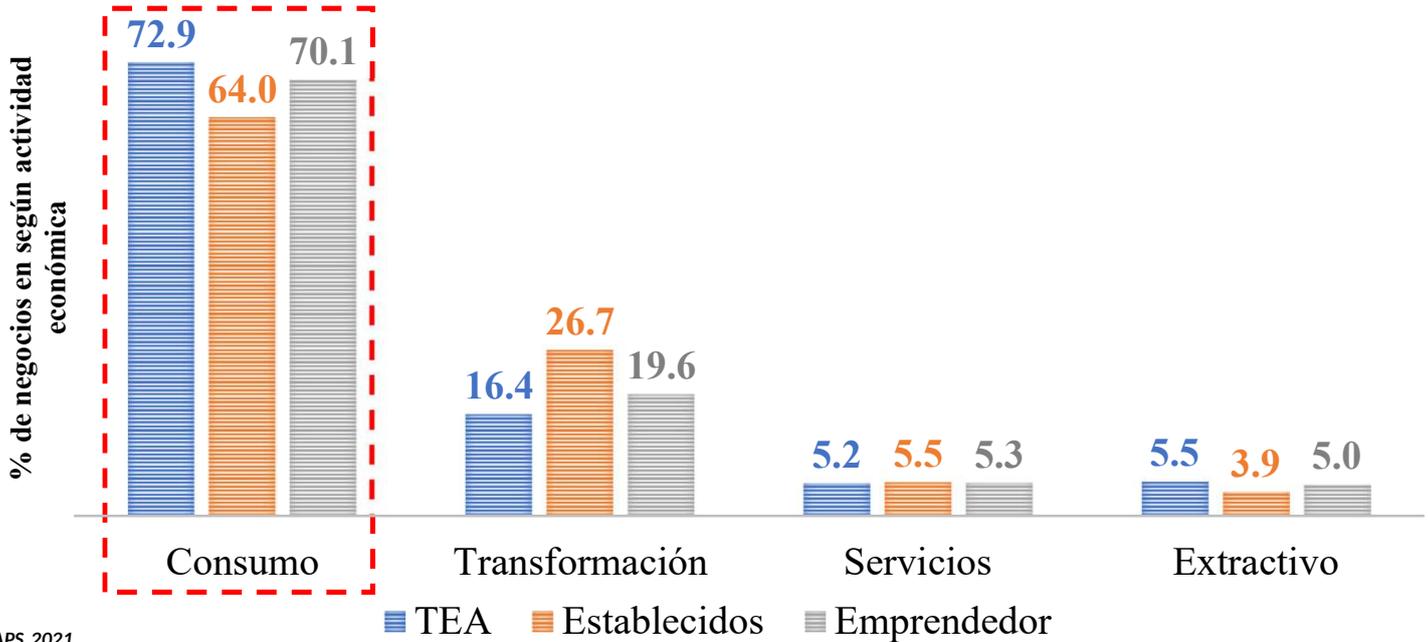
Inversión Inicial

Rangos de inversión inicial	TEA	Establecidos	Emprendimientos en general
	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa
Menos de Q1,000	12.3	15.0	13.1
Entre Q1,001 y Q5,000	29.2	29.9	29.4
Entre Q5,001 y Q10,000	18.3	18.1	18.2
Entre Q10,001 y Q25,000	18.4	15.2	17.5
Entre Q25,000 y Q50,000	11.0	11.8	11.2
Entre Q50,000 y Q100,000	8.3	7.6	8.1
Más de Q100,000	2.6	2.4	2.5

Fuente: APS, 2021



Actividad económica



Fuente: APS, 2021

Tipos de negocios

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

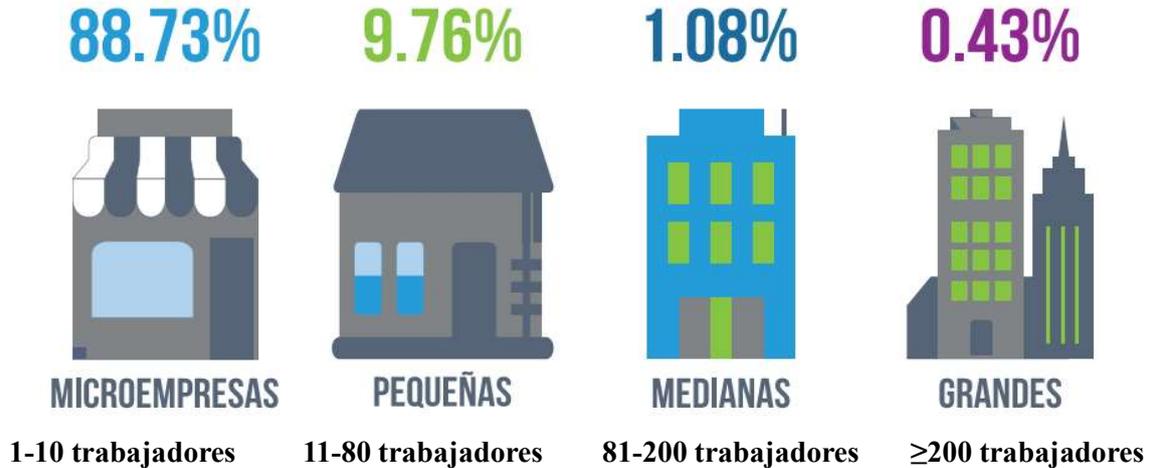
Fuente: APS, 2021



Emprendimiento de gran escala: ¿Un sueño posible?

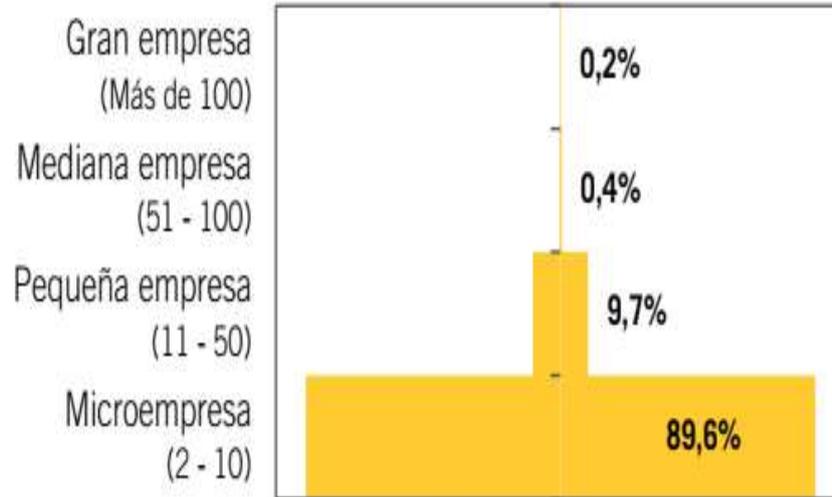


Participación de empresas por tamaño en Guatemala



Fuente: Ilustración tomada del Sistema Nacional de Información MIPYME Guatemala (2017)

Participación de empresas por tamaño en América Latina



Fuente: Ilustración tomada de [OIT \(2015\)](#)

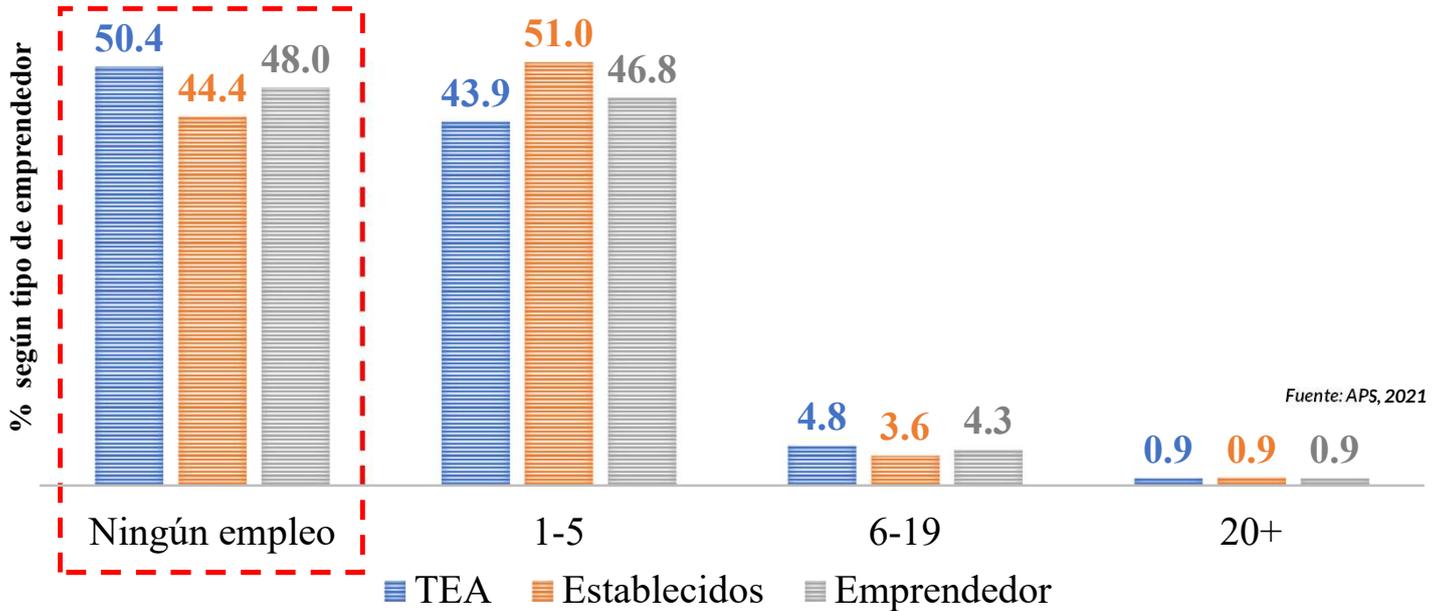
Participación de empresas por tamaño en países desarrollados

Países	1-9 trabajadores	10-19 trabajadores	20-49 trabajadores	49-249 trabajadores	≥250 trabajadores
Alemania	47.23%	12.69%	6.87%	31.58%	1.63%
Estados Unidos	78.51%	10.50%	6.94%	3.32%	0.74%
España	62.22%	5.99%	4.55%	26.84%	0.40%
Francia	64.95%	4.10%	2.66%	27.79%	0.50%
Israel	80.62%	7.87%	6.11%	4.59%	0.81%
Italia	81.94%	10.32%	5.09%	2.28%	0.37%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OCDE y Statistics of U.S. Businesses. Datos disponibles en: <https://bit.ly/3aWqOzc> <https://bit.ly/3mM5u2f>



Empleo generado



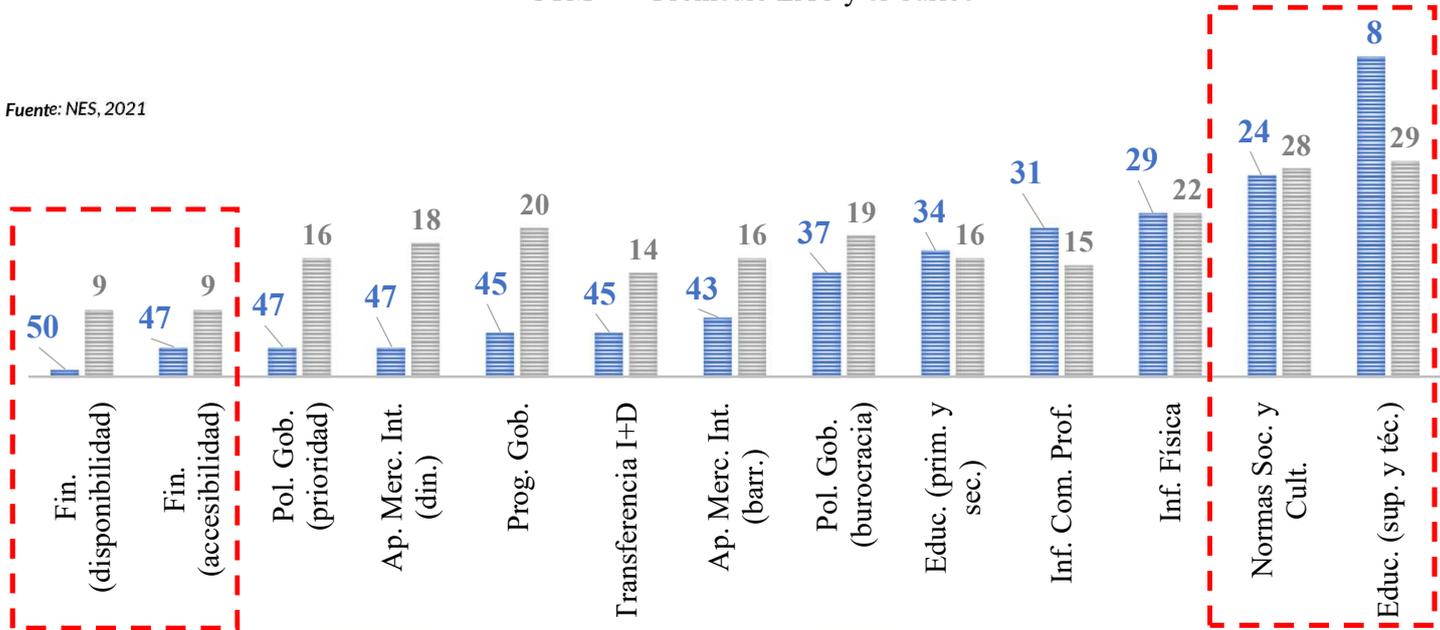
¿Cuáles son los desafíos para aumentar la escala?



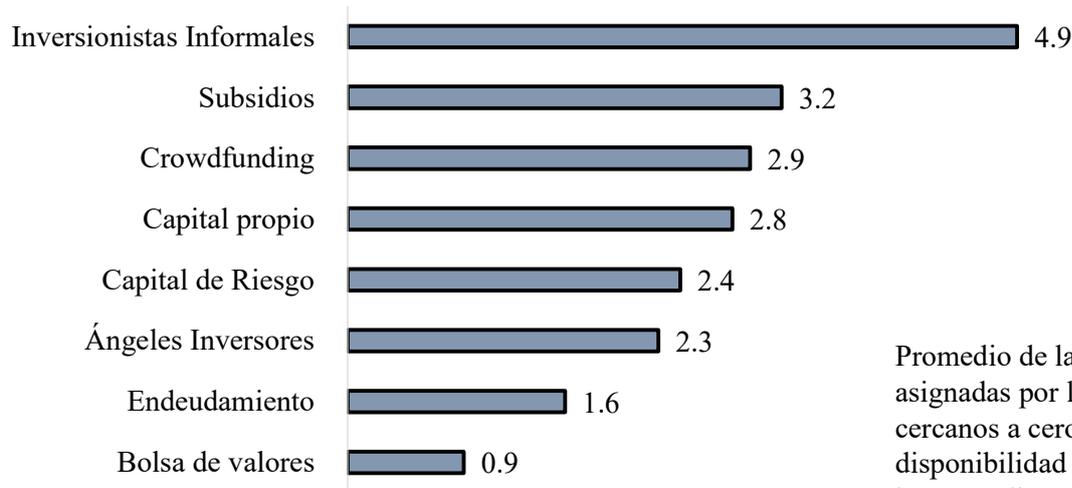
Posición global de Guatemala

■ GTM ■ Promedio LAC y el Caribe

Fuente: NES, 2021



Se percibe poca disponibilidad de fuentes de financiamiento

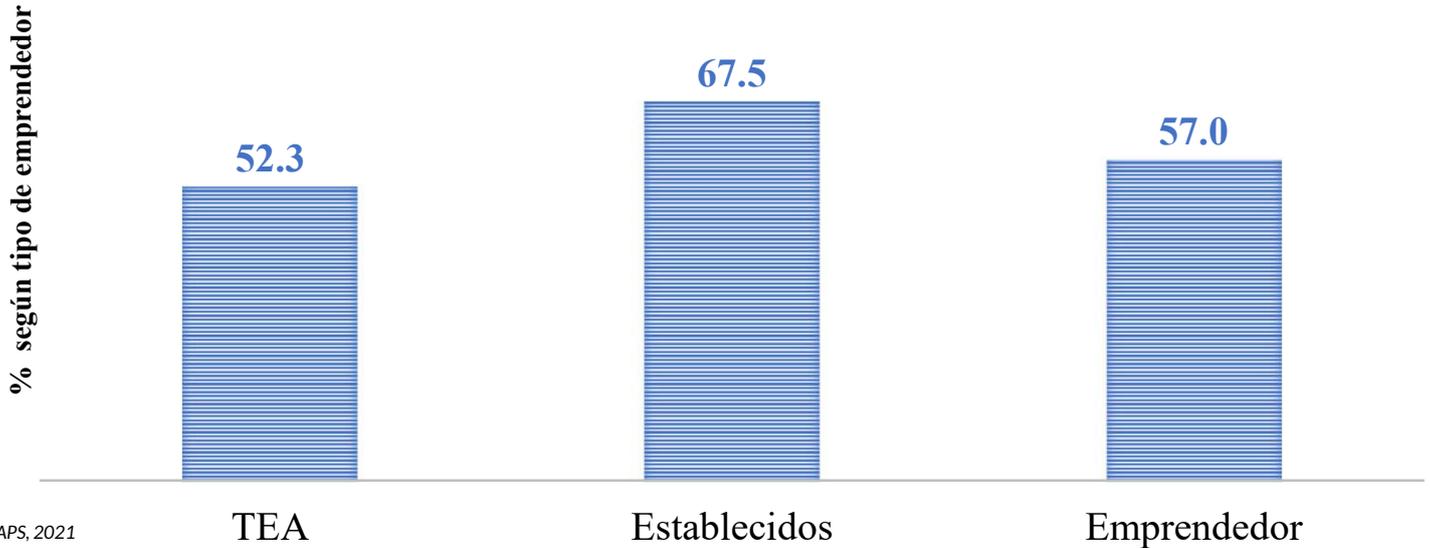


Promedio de las 36 calificaciones asignadas por los expertos. Valores cercanos a cero indican poca disponibilidad y cercanos a diez indican bastante disponibilidad

Fuente: NES, 2021



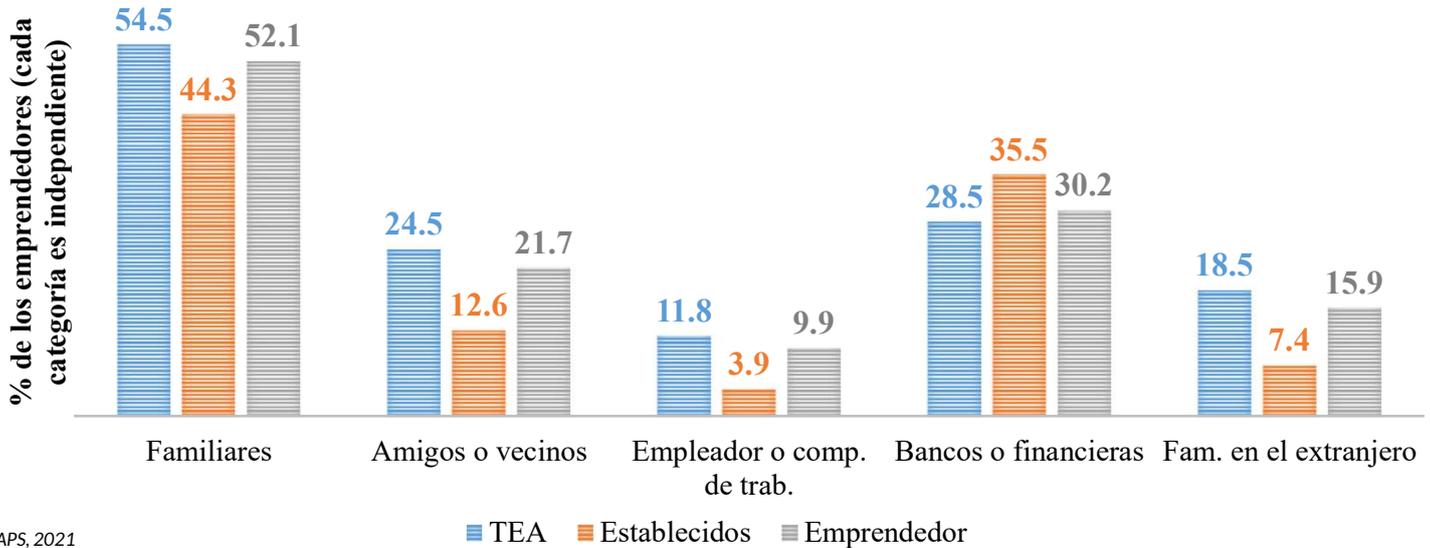
% de emprendimientos que se financiaron con fondos propios



Fuente: APS, 2021

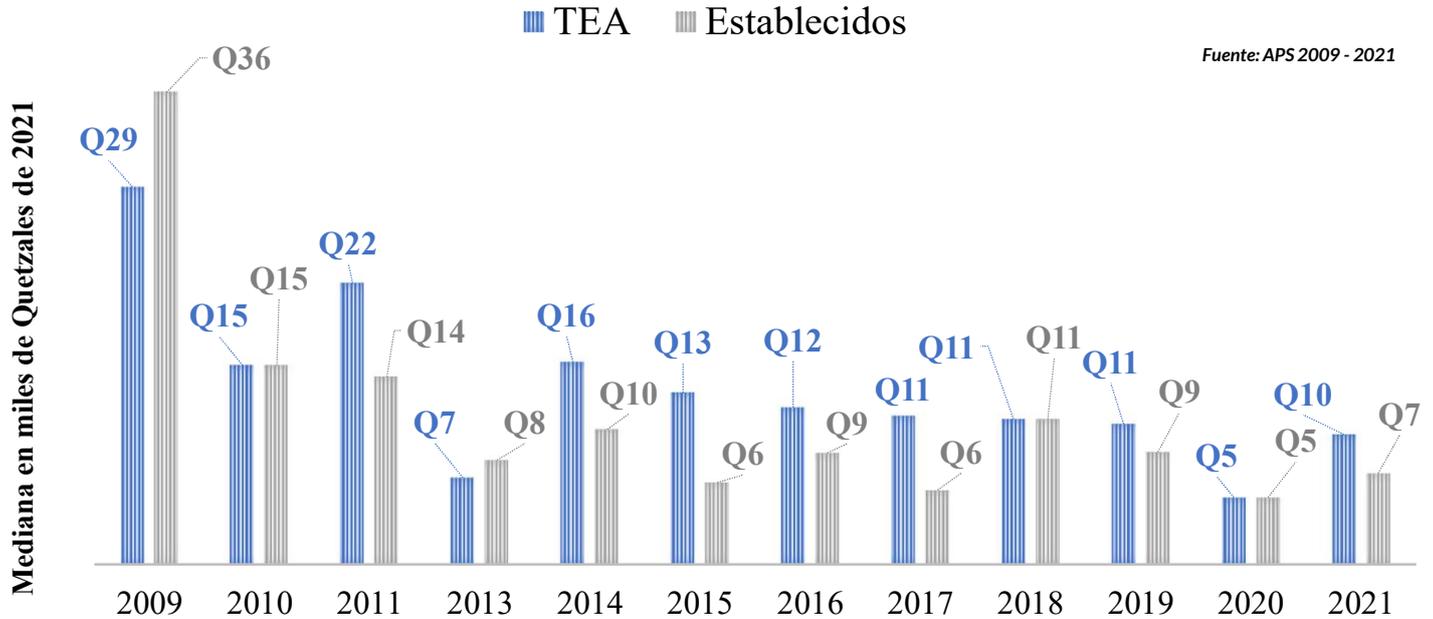


Origen del financiamiento que no fue por fondos propios



Fuente: APS, 2021

Mediana inversión inicial histórica



Se emprende por la urgencia de generar ingresos

Motivación para emprender (cada categoría es independiente) cifras en %	2020		2021	
	TEA	Establecidos	TEA	Establecidos
Hacer una diferencia en el mundo	47.25	41.85	50.75	48.36
Crear riqueza	26.88	21.96	38.8	43.26
Continuar con la tradición familiar	34.93	41.88	33.8	40.28
Sobrevivir debido a la escasez de empleo	76.26	77.53	72.56	70.34

Fuente: APS 2020-2021



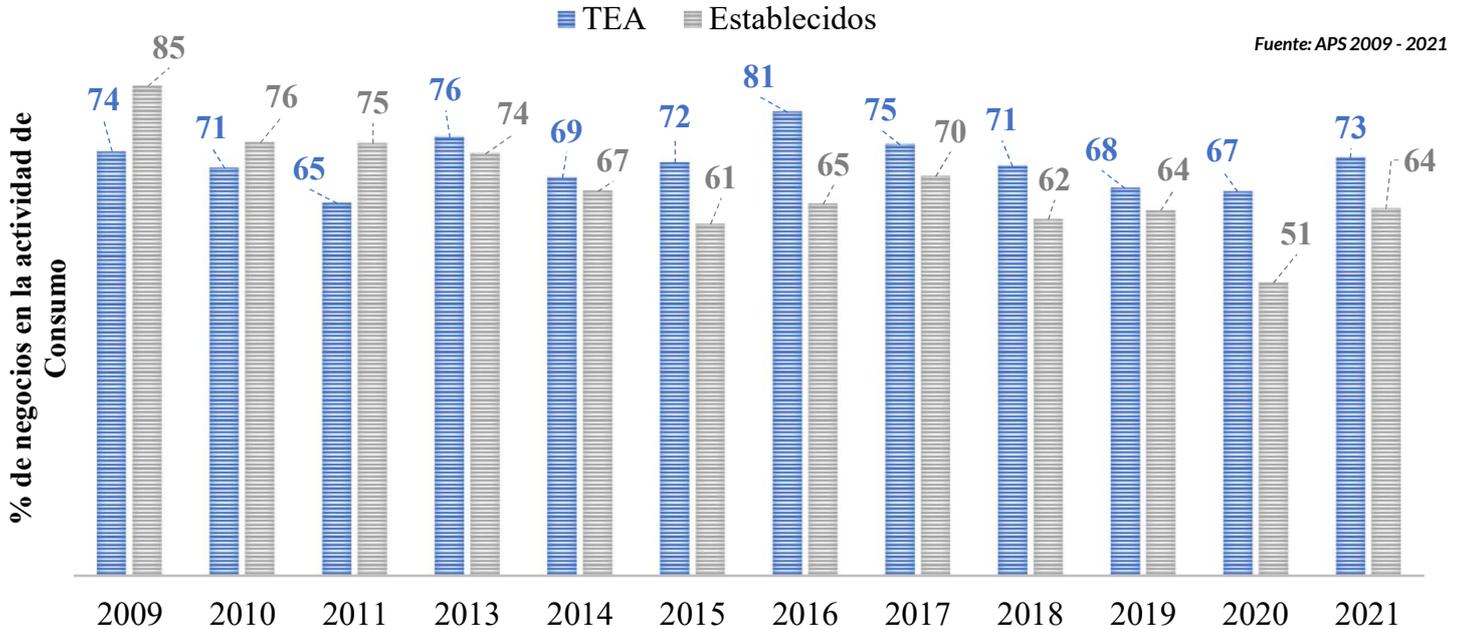
Se crean productos y servicios poco novedosos

¿Sus clientes perciben novedoso el producto o servicio que ofrecen? cifras en %	TEA	Establecidos	Emprendedores
No	64.3	73.2	66.8
Sí, para las personas de mi municipio	31.0	22.2	28.6
Sí, para las personas de mi país	3.0	2.9	2.9
Sí, para el mundo	1.6	1.6	1.6

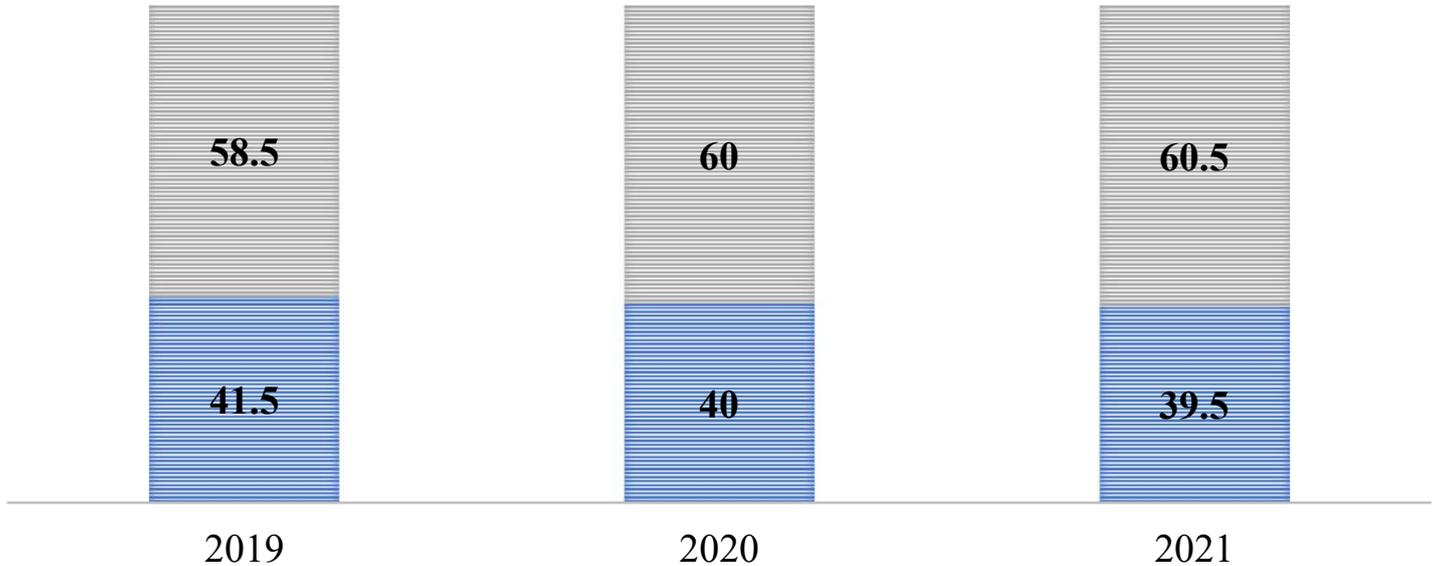
Fuente: APS 2021



En actividades de rápido inicio



Que no se formalizan



Fuente: APS 2019-2021

■ Formal ■ Informal



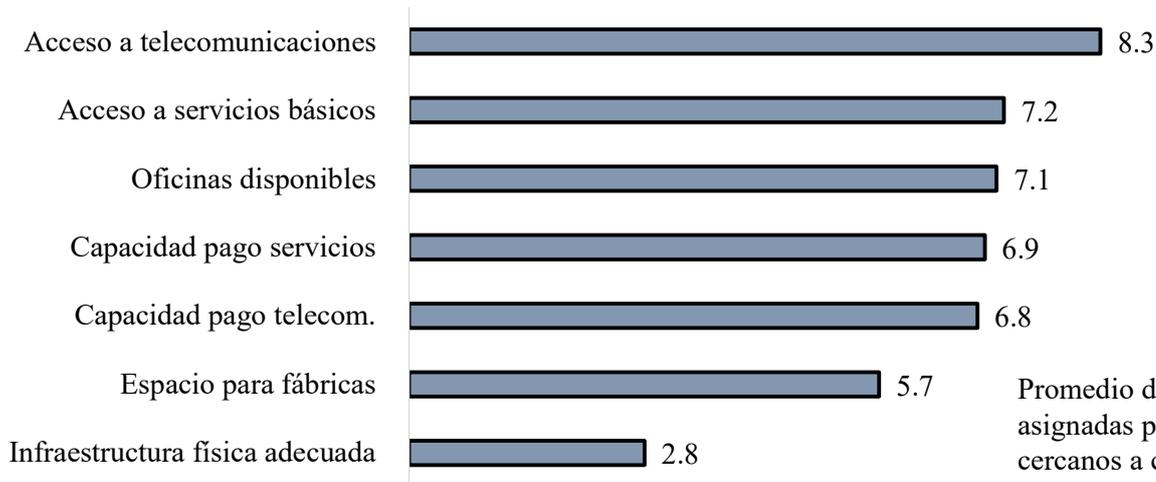
¿Por qué no se formaliza?

Razón	2019	2020	2021
No ve el beneficio de hacerlo	44.1	42.4	39.9
Es caro el cumplimiento	17.8	16.1	19.8
No sabe cómo hacerlo	17.6	20.4	16.8
Nadie lo hace	9.2	8.9	6.2
Los trámites son complicados	5.7	5.7	6.6
Toma tiempo	5.6	6.5	10.6

Fuente: APS 2019-2021



No se percibe que la infraestructura física apoye a los negocios nuevos



Promedio de las 36 calificaciones asignadas por los expertos. Valores cercanos a cero indican una valoración negativa y cercanos a diez positiva

Fuente: NES, 2021



Índice de desempeño logístico

País	General	Aduanas	Infraestructura	Envíos internacionales	Competencia	Seguimiento	Puntualidad
Alemania	4.19 (1)	4.09 (1)	4.38 (1)	3.83 (4)	4.26 (1)	4.22 (1)	4.4 (1)
Chile	3.28 (40)	3.23 (33)	3.09 (45)	3.24 (37)	3.09 (47)	3.3 (39)	3.73 (37)
Panamá	3.26 (41)	2.95 (44)	3.14 (42)	3.35 (33)	3.2 (38)	3.25 (43)	3.63 (42)
Costa Rica	2.74 (74)	2.5 (88)	2.45 (97)	2.79 (77)	2.67 (81)	2.88 (65)	3.09 (92)
El Salvador	2.66 (88)	2.4 (105)	2.31 (113)	2.79 (76)	2.67 (82)	2.63 (94)	3.1 (88)
Honduras	2.56 (106)	2.3 (123)	2.32 (112)	2.66 (97)	2.6 (91)	2.61 (97)	2.85 (121)
Nicaragua	2.56 (108)	2.52 (84)	2.44 (99)	2.54 (111)	2.55 (98)	2.49 (115)	2.77 (129)
Guatemala	2.51 (115)	2.35 (116)	2.27 (118)	2.46 (126)	2.35 (125)	2.49 (117)	3.1 (89)
Bolivia	2.36 (136)	2.24 (134)	2.16 (138)	2.48 (122)	2.21 (146)	2.29 (140)	2.75 (131)
Haiti	2.02 (166)	1.96 (159)	1.81 (165)	1.98 (167)	2.02 (164)	1.96 (164)	2.37 (163)
Somalia	2 (167)	1.81 (165)	1.69 (167)	2.24 (152)	2.07 (161)	1.94 (165)	2.18 (167)

5 es la calificación máxima, se evaluaron 167 países en 2018

Fuente: Elaboración propia a partir de información del Banco Mundial disponible en: <https://bit.ly/3xsfym2>



Ubicación de los clientes

¿En dónde se ubican la mayoría de sus clientes?	TEA	Establecidos	Emprendedores
En mi comunidad, pueblo, aldea	48.7	51.9	49.6
En mi municipio	35.5	28.7	33.6
En otro municipio de mi departamento	3.5	6.2	4.3
En mi departamento	4.8	5.9	5.1
En otro departamento	2.6	2.9	2.7
En toda Guatemala	4.5	3.4	4.2
En otros países	0.5	1.1	0.7

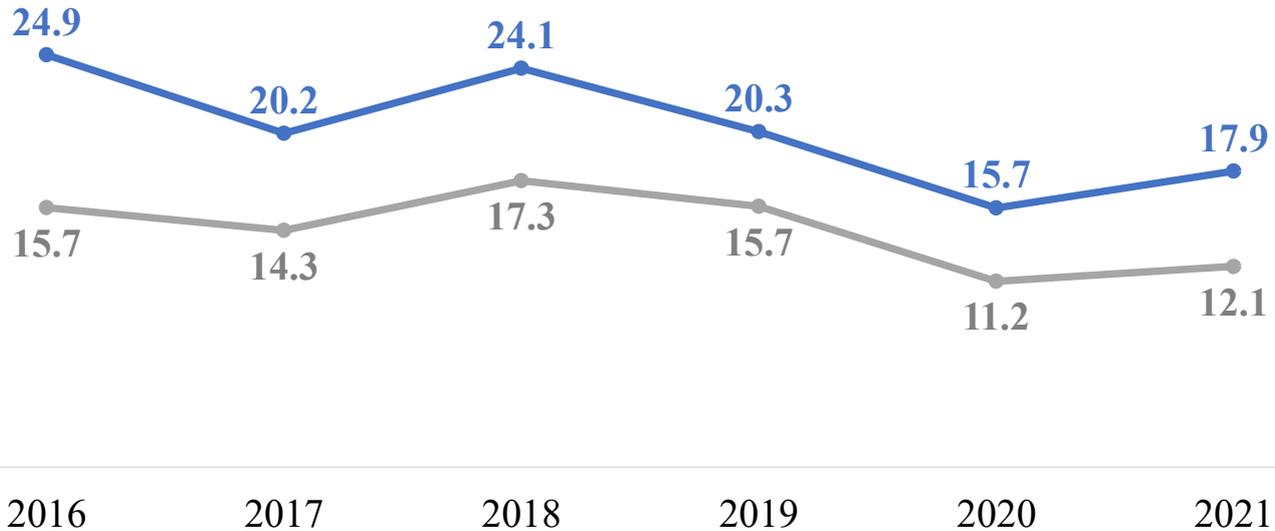
Fuente: APS 2021



Sí ha sido víctima de algún delito

● Emprendedor ● No Emprendedor

Fuente: APS 2016-2021



Costo del delito

Fuente: APS 2021

Categoría	Costo promedio de los delitos	Mediana del costo de los delitos
Emprendedor	Q. 8,315.7	Q. 2,000
No emprendedor	Q. 3,282.1	Q. 1,000



Conclusiones



- ✓ **2.7 millones** de guatemaltecos generan ingresos al emprender un negocio.
- ✓ De **47** países analizados el país tiene la **cuarta** y **tercera** tasa más alta de emprendimientos TEA y establecidos.
- ✓ En 2021 se mantuvieron las tasas de emprendimiento observadas durante la pandemia.
- ✓ Los emprendedores tienen características que se han mantenido similares en los últimos años:
 - **46.5%** son hombres.
 - **47.9%** de los adultos entre 35-44 años son emprendedores.
 - **43.1%** de las personas que terminaron la universidad son emprendedoras.



- ✓ Sus negocios también tienen características que se han mantenido similares en los últimos años:
 - **42.5%** se inician con inversiones inferiores a Q5,000.
 - **70.1%** se dedica a actividades de consumo.
 - **48%** no genera ningún empleo.
 - **60.5%** no se formaliza.
- ✓ En 2015 el **88.7%** de las empresas registradas en Guatemala eran microempresas (1-10 trabajadores), algo similar ocurre en otras regiones y países.
 - Latinoamérica (89.6%), Italia (81.9%), Israel (80.6%), Estados Unidos (78.5%), entre otros.

- ✓ Existen características en el entorno que le dificultan a los negocios de los emprendedores ganar escala:
- Fuentes de financiamiento poco sofisticadas y accesibles para distintos perfiles de emprendedores.
 - La urgencia de generar ingresos promueve la creación de negocios que generan ingresos de manera rápida, pero se ubican en nichos en donde es complejo ganar escala.
 - Conocer y operar en la formalidad se sigue percibiendo caro, complejo y poco atractivo.
 - La infraestructura del país no hace más competitivos a los emprendedores.
 - Los emprendedores son más propensos a ser víctimas de un delito.



