

Monitor Global De Emprendimiento

2024-2025

Monitor Global de Emprendimiento (GEM)

Guatemala:

Reporte Nacional 2024/2025

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

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

CONTENIDO

PREFACIO	6
PATROCINADORES Y FUNDADORES DEL GEM	8
EQUIPO NACIONAL DEL GEM	9
RESUMEN EJECUTIVO	11
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO 1. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL	
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento	18
b) Las fases del proceso emprendedor	21
c) Características de los negocios	25
d) El entorno en donde se desarrolla el emprendimiento	31
CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR GUATEMALTECO Y SUS NEGOCIOS	
a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala	35
b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala	37
c) Características de los emprendedores	39
1. Modelo a seguir: 4 de cada 10 emprendedores tuvieron padres que también lo fueron.	39
2. Sexo: 6 de cada 10 emprendedores son hombres.	40
3. Edad: 1 de cada 2 emprendedores tiene entre 18 y 34 años.	41
4. Educación formal: 6 de cada 10 emprendedores cuenta al menos con diversificado completo.	42
5. Importancia del emprendimiento: se emprende para generar ingresos para el hogar.	43

d)	Características de los negocios	44
1.	Inversión inicial: 6 de cada 10 emprendimientos inician con Q.10 mil o menos.	44
2.	Actividad económica: 2 de cada 3 emprendimientos está orientado al consumo.	46
3.	Generación de empleo: 1 de cada 2 emprendimientos genera al menos un empleo.	47
4.	Expectativas de generación de empleo: 9 de cada 10 emprendedores espera generar al menos un empleo en los próximos 5 años.	47
5.	Ubicación de los clientes: 3 de cada 4 emprendedores atiende en su mayoría a clientes de su comunidad o municipio.	48
6.	Registro del negocio: 6 de cada 10 emprendedores opera informalmente.	49
7.	Uso de recursos tecnológicos: 2 de cada 3 emprendedores usa las redes sociales para sus operaciones comerciales.	50

CAPÍTULO 3. EL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GUATEMALA

a)	Victimización y costo del delito	59
b)	Encuesta Nacional a Expertos	61
1.	Apoyo financiero: la mayor oportunidad de financiamiento está en familiares, amigos y otras personas conocidas.	63
2.	Políticas de gobierno: no favorecen el emprendimiento.	65
3.	Programas de gobierno: insuficientes esfuerzos para apoyar la actividad emprendedora.	67
4.	Educación y formación emprendedora: adecuada a nivel superior y vocacional, pero no en los niveles primario y secundario.	68
5.	Transferencia de conocimientos y tecnología: una de las debilidades del ecosistema emprendedor en Guatemala.	70
6.	Infraestructura comercial y profesional: ambiente propicio para la actividad emprendedora, excepto por la capacidad de pago.	71
7.	Apertura del mercado interno: los mercados no son dinámicos y hay dificultades para entrar a nuevos mercados.	72
8.	Infraestructura física: hay disponibilidad y acceso a servicios, pero la infraestructura física no es adecuada.	74
9.	Normas sociales y culturales: sí apoyan a la actividad emprendedora.	76

CONCLUSIONES 78

ANEXOS 81

PREFACIO

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, *Global Entrepreneurship Monitor*) es una herramienta que nos permite profundizar en el conocimiento de la actividad emprendedora en el país, conocer las características de los emprendedores, sus necesidades, sus limitantes, sus motivaciones y sus atributos individuales. En el mundo académico existe abundante literatura respecto al emprendimiento, con el GEM exploramos la realidad del emprendimiento en Guatemala. El presente reporte, refleja en cierta medida la esencia de los emprendedores que operan 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 fundamentado en la misión de esta casa de estudios: “Enseñar los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables”. Es la acción individual de esas personas libres y responsables, la que genera la actividad económica y el proceso de mercado. A través del GEM, que es un estudio que recaba la información directamente de los emprendedores, es posible comprender su acción individual, los desafíos que enfrentan, el entorno en el que se desarrollan y pensar sobre iniciativas que podrían potenciar su esfuerzo personal y transformarlo en un mayor crecimiento e impacto.

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 quince reportes nacionales de emprendimiento y varias investigaciones académicas, que se han convertido en referencia permanente para diagnosticar la situación del emprendimiento en el país. A través del GEM ha sido posible ubicar a Guatemala en el mapa del emprendimiento a nivel mundial, al contar con estadísticas comparables con otros países y regiones.

Sabemos que en Guatemala el emprendimiento resulta ser de gran relevancia para el desarrollo económico del país, generado tanto por la actividad de nuevas empresas, algunas de ellas de gran escala, como también por las actividades de pequeños emprendimientos que contribuyen al sostenimiento de un número importante de hogares.

Con la entrega del presente reporte, buscamos seguir contribuyendo a la comprensión del fenómeno del emprendimiento, evidenciar los desafíos (como la necesidad de simplificar las normativas existentes para hacer negocios o mejorar la seguridad en la que operan) y prevenir las iniciativas que al implementarse podrían impactar negativamente el proceso de mercado.

A través de una aproximación técnica y académica, presentamos insumos valiosos para que diversos actores utilicen el presente reporte como punto de partida para hacer contribuciones beneficiosas para el país desde su esfera de influencia. En esta edición, incluimos un breve contenido sobre la importancia y relevancia del uso de tecnología en los emprendimientos para escalar los negocios.

Mónica Río Nevado de Zelaya
Decana
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 el ente que organiza y administra el proyecto GEM. Es una asociación formada por Babson College y representantes de los Equipos Nacionales (56 países para el ciclo 2024-2025).

Para más información, visite www.gemconsortium.org

Babson College



BABSON

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 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 54 años se ha caracterizado por brindar una experiencia formativa para aquellos con inquietud intelectual, espíritu emprendedor y apasionados por la excelencia.

Para más información, visite www.ufm.edu

EQUIPO NACIONAL DEL GEM

Mónica de Zelaya

Doctor en Economía, Decana de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín. Directora del Global Entrepreneurship Monitor para Guatemala, Consultora Senior de la compañía de consultoría internacional Franklin Covey desde 1995. Por más de 20 años se desarrolló como directora 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. Coautora de los libros: “Aprende y Emprende,” un libro y proceso de educación que busca desarrollar el pensamiento emprendedor en alumnos jóvenes y sus maestros.

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 15 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).

Paola Bolaños

Es una profesional enfocada en el emprendimiento y el comercio internacional, con una sólida formación académica y experiencia práctica en la facilitación del crecimiento empresarial. Actualmente, se desempeña como Growth Facilitator en el Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín, donde proporciona herramientas y recursos para el desarrollo de empresas. Paola es graduada de la Universidad Francisco Marroquín, donde obtuvo su Licenciatura en Emprendimiento y Negocios en 2020. Además, ha adquirido diversas certificaciones, incluyendo Comercio Internacional y Agricultura de la FAO, y ha participado en programas de desarrollo personal y empresarial.

Elisa Hernández

Licenciada en Emprendimiento y Negocios por la Universidad Francisco Marroquín, donde actualmente se desempeña como Project Manager del Centro de Emprendimiento Kirzner (KEC). Cuenta con una sólida trayectoria en la gestión de proyectos, manejo de patrocinios y la creación de estrategias innovadoras, Elisa lidera los esfuerzos del centro en tres áreas clave: educación, investigación y conexiones empresariales. Ex becaria del programa Impulso al Talento Académico (ITA).

Walter Menchú

Asistente de investigación del proyecto Monitor Global de Emprendimiento del equipo de Guatemala. Investigador y analista en el Centro de Investigaciones Económicas Nacionales -CIEN- en los últimos 15 años y catedrático auxiliar en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Francisco Marroquín. Posee una Licenciatura en Administración de Empresas con especialidad en Finanzas por parte de la Universidad Francisco Marroquín. Ex becario del programa Impulso al Talento Académico (ITA).

María Lucrecia Monge de Rodríguez

Lidera Centro de Emprendimiento Kirzner en la UFM, donde impulsa proyectos que fortalecen el entorno emprendedor en Guatemala. Cuenta con experiencia en gestión de marcas, proyectos y cuentas clave, siempre con enfoque en innovación. Tiene una Maestría en Negocios con concentración en Emprendimiento y una Licenciatura en Administración de Empresas, ambas por la UFM.

RESUMEN EJECUTIVO

¿Qué es el GEM?

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, *Global Entrepreneurship Monitor*) es el esfuerzo de investigación sobre emprendimiento más grande y de mayor trayectoria a nivel mundial, que en el ciclo 2024/2025 cumplió veintiséis años de realizarse. El GEM mide la actividad emprendedora en cada país, identifica los principales factores que la explican, caracteriza el contexto institucional y cultural dentro del cual ocurre y compara estos resultados entre los países que participan en el estudio. En el ciclo 2024/2025 participaron 51 países en la medición de la actividad emprendedora y 56 países en la medición de las percepciones de expertos sobre el entorno para emprender. La medición es realizada desde el año 2009 en Guatemala por el Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín. Esta es la decimoquinta 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 (de 18 a 64 años); y
- 2) La Encuesta Nacional a Expertos (*National Expert Survey*, -NES-), una encuesta cualitativa 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.

Para que una persona sea clasificada como emprendedora, la metodología del GEM considera dos criterios fundamentales: que posea algún porcentaje de propiedad del negocio y que participe activamente en su gestión. A partir de esto, se establecen distintas categorías de emprendimiento, según el tiempo que el negocio lleve operando.

A continuación, se hace un resumen de los principales indicadores, los cuales se agrupan para su análisis en la Tabla 1.

Guatemala en el contexto internacional

Guatemala posee la sexta Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) más alta del mundo (23.7%) y la segunda Tasa de Emprendimiento Total (TEA +Establecidos) de Latinoamérica y El Caribe (37.9%). Tres de las cuatro fases del proceso emprendedor (emprendimiento potencial 46.4%; emprendimiento temprano 23.7%; y, emprendimiento establecido 14.2%) son superiores en Guatemala que en Latinoamérica y que en las tres categorías de países según su nivel de ingresos.

Respecto a las percepciones hacia el emprendimiento, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados según niveles de ingreso, en Guatemala se tiene la mayor proporción de personas que considera el emprendimiento como una buena opción para generar ingresos, el nivel de reconocimiento social de los emprendedores se encuentra en un punto medio entre el nivel observado en países de ingresos bajos y medios, y el reconocimiento de los emprendedores en los medios de comunicación es el más bajo en comparación con las otras categorías mencionadas.

En relación con las actitudes hacia el emprendimiento, Guatemala tiene un comportamiento superior al de los países de la región latinoamericana y a las tres categorías de países según su nivel de ingresos en cuanto a las oportunidades de negocio percibidas, y a la percepción de poseer los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para aprovecharlas. En cuanto al temor al fracaso como principal razón para no aprovechar la oportunidad de negocio identificada, Guatemala tiene una tasa inferior a la de las tres categorías de países según su nivel de ingresos, pero superior al promedio latinoamericano.

Respecto a la actividad económica, los emprendimientos en etapas tempranas en Guatemala tienen una mayor proporción en el sector de consumo que los países de Latinoamérica y de las tres categorías de países según su nivel de ingresos. La proporción de emprendimientos establecidos en el sector de consumo en Guatemala es inferior que en países de Latinoamérica y similar a la de los países de ingresos bajos. Por otra parte, tanto en países de Latinoamérica como en las tres categorías de países según su nivel de ingresos, la proporción de emprendedores que tienen clientes en el extranjero es mucho mayor que en Guatemala.

Las expectativas de generar seis o más empleos en los próximos cinco años son más altas en Guatemala, que en Latinoamérica y en las tres categorías de países según su nivel de ingresos. Asimismo, los emprendedores en Guatemala, más que en las tres categorías de países según su nivel de ingresos, creen que en los próximos tres años las herramientas de Inteligencia Artificial tendrán una gran importancia en sus negocios.

Características del emprendedor guatemalteco y sus negocios

Los emprendedores guatemaltecos en su mayoría son hombres (57.6%), y la mitad (47.9%) tienen entre 18 y 34 años de edad. Seis de cada diez (56.1%) tiene por lo menos un nivel de educación de diversificado completo, aunque uno de cada cuatro (23.7%) tiene un nivel educativo de primaria completa o no ha estudiado.

Seis de cada diez emprendedores guatemaltecos (59.4%) inician con una inversión inicial de Q.10 mil o menos; dos de cada tres (65.6%) tiene negocios orientados al sector de consumo; y, uno de cada dos (48.6%) generan al menos un empleo. En cuanto a las expectativas de generación de empleo, nueve de cada diez emprendedores (92.4%), tienen la esperanza de crear algún empleo adicional en los próximos cinco años. Los negocios principalmente atienden a clientes en mercados locales: tres de cada tres (75.6%) atiende a clientes en su comunidad o municipio; y, el 66.9% de los emprendimientos en fases tempranas opera de manera informal, pero a medida que los negocios superan los 3.5 años de operación la tasa de informalidad se reduce al 46.4%. Dos de cada tres emprendedores (65%) usa las redes sociales en sus operaciones comerciales diarias y cuatro de cada diez (43%) considera que la IA será muy importante en sus negocios en los próximos tres años.

El contexto en el que se desarrolla el emprendimiento

Los 36 expertos encuestados consideran que la educación y formación para el emprendimiento es adecuada a nivel superior y vocacional (5.9/10), pero no en los niveles primario y secundario (2.3/10), en donde hace falta reforzar el espíritu emprendedor, los principios de una economía de mercado y estimular la creatividad, autosuficiencia e iniciativa personal. También consideran que los conocimientos y las nuevas tecnologías no se transfieren desde los lugares donde se originan hacia las nuevas empresas o las empresas en crecimiento en Guatemala (3.0/10). Asimismo, que las fuentes de financiamiento para los emprendedores son escasas, que no hay políticas de gobierno favorables al emprendimiento, ni suficientes programas de gobierno para apoyar la actividad emprendedora.

Se considera que hay cierta disponibilidad de infraestructura comercial y profesional, pero los emprendedores carecen de capacidad de pago para contratar servicios especializados de consultoría, profesionales, legales y contables. A nivel interno, existen barreras de entrada para acceder a nuevos mercados, y los mercados no son dinámicos, pues no cambian drásticamente de un año a otro. Se considera que hay disponibilidad y acceso a servicios (en especial de telecomunicaciones: 6.0/10), pero la infraestructura física no es la adecuada, lo cual aumenta los costos de las empresas. Por último, se percibe que en el país las normas sociales y culturales sí apoyan la actividad emprendedora (5.4/10).

Comparado con los demás países, el mejor puntaje para Guatemala está en la categoría de educación y formación emprendedora en los niveles de educación técnica y superior, en donde se ubica en la posición 6 de 56 países. Por el contrario, en la categoría de apertura del mercado interno (dinamismo de los mercados de bienes y servicios) ocupa el último lugar (posición 56). En general, el emprendedor y sus negocios en Guatemala se enfrentan a un ambiente desafiante y cuentan con grandes restricciones que en otras economías ya han sido superadas.

Tabla 1: Principales indicadores del GEM

Percepciones y Actitudes hacia el Emprendimiento	% de adultos	Clasificación/51
Buena opción de carrera	93.9%	2/46*
Reconocimiento social	80.2%	20/45*
Reconocimiento en medios	60.9%	35/46*
Oportunidades de negocios	75.1%	4
Capacidades percibidas	79.3%	5
Temor al fracaso	42.5%	41
Fases del Proceso Emprendedor	% de adultos	Clasificación/51
Emprendimiento potencial	46.4%	5
Tasa de emprend. tempranos (TEA)	23.7%	6
Tasa de emprend. establecidos	14.2%	4
Tasa de emprendimiento total	37.9%	3
Tasa de emprend. descontinuados	5.6%	10
Características de los Negocios	% de emprendedores	Clasificación/51
Actividad económica TEA (consumo)	70.8%	8
Actividad económica emprend. establecidos (consumo)	55.4%	15
Expectativa de generación de empleo TEA (+6)	34.5%	40
Expectativa de generación de empleo TEA (+20)	2.3%**	10
Clientes en el extranjero TEA	1.7%	50
Clientes en el extranjero emprend. establecidos	2.8%	50
Importancia de la Inteligencia Artificial TEA	44.6%	7/50*
Importancia de la Inteligencia Artificial emprend. establecidos	40.1%	10/50*

Contexto en el que se Desarrolla el Emprendimiento	Calificación/10	Clasificación/56
Disponibilidad de financiamiento	3.0	53
Accesibilidad del financiamiento	3.2	52
Políticas de gobierno (prioridad)	2.0	54
Políticas de gobierno (burocracia)	3.2	50
Programas de gobierno	2.6	54
Educación primaria y secundaria	2.3	49
Educación superior y técnica	5.9	6
Transferencia de I+D	3.0	47
Infraest. comercial y profesional	4.7	39
Apertura de mercados internos (dinamismo)	3.3	56
Apertura a mercados internos (barreras de entrada)	3.3	53
Telecomunicaciones	6.0	40
Normas sociales y culturales	5.4	23

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

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

Fuente: Elaboración propia a partir de la APS y de la NES, 2024.

GEM Guatemala Reporte 2024/2025

INTRODUCCIÓN

El GEM es el estudio sobre emprendimiento más importante a nivel mundial que logra describir la actividad emprendedora en sus diferentes fases en 51 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 por profesores de la London Business School y de Babson College. En 2024, el GEM cumplió 26 años de realizarse de forma consecutiva desde el primer informe elaborado en 1999. En el ciclo 2024/2025 participaron 51 países en la medición de la actividad emprendedora y 56 países en la calificación del entorno para emprender (ver Anexo 1). 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 en cuatro regiones geográficas¹ (Asia; Europa y Norte América; Latinoamérica y El Caribe; y Oriente Medio y África), y tres niveles de ingresos (bajo, medio y alto). El motivo de agrupar a los países en estas categorías es para evidenciar distintas dinámicas dentro de la actividad emprendedora en las diferentes regiones del mundo y de acuerdo con los distintos niveles de ingreso en las economías. Guatemala se incluye entre los países de la región de Latinoamérica y el Caribe con ingresos medios.

En el primer capítulo de este informe se hace una comparación internacional de diferentes indicadores de las dos encuestas con las que se recopila la información; haciendo énfasis en la posición de los países de la región de Latinoamérica y El Caribe y en la posición de Guatemala respecto a los países de ingresos bajos, medios y altos. En el capítulo 2 se presentan las características del emprendedor guatemalteco y sus negocios, información extraída de la Encuesta a la Población Adulta (APS). Por último, en el capítulo 3, se presenta el análisis de la evaluación que los expertos hacen sobre el entorno en el que se desarrolla el emprendimiento en Guatemala, información extraída de la Encuesta Nacional a Expertos (NES).

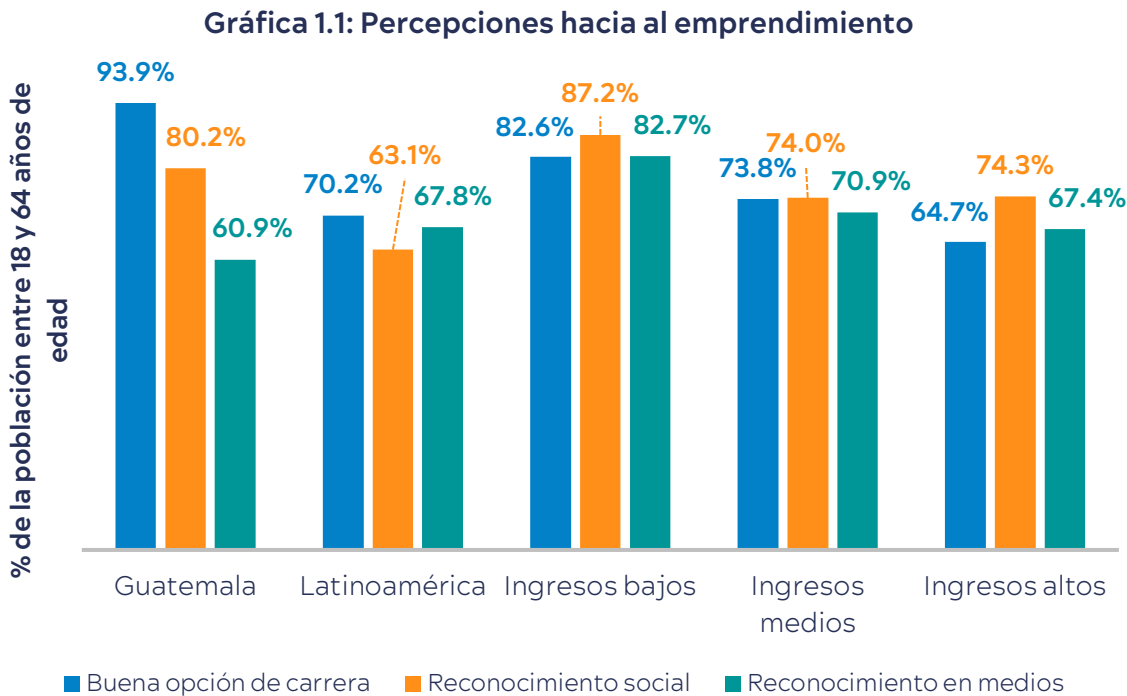
¹ La clasificación por región geográfica utilizada en el GEM es propia y trata de agrupar economías similares siguiendo parámetros utilizados por el Fondo Monetario Internacional -FMI- en el Índice de Competitividad Global. Por ejemplo, la agrupación de Europa y Norte América se hace para juntar economías con altos ingresos, y los países de África y Medio Oriente se agrupan en una sola región para tener una mayor representatividad de países para los distintos niveles de ingresos.

CAPÍTULO 1. EL EMPRENDIMIENTO A NIVEL INTERNACIONAL

a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento

Las **percepciones hacia el emprendimiento** influyen 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 2024 indican que, en los países de ingresos bajos (82.6%) y medios (73.8%), más que en países de ingresos altos (64.7%), se considera el emprendimiento como una **buena opción de carrera**. Latinoamérica y El Caribe (70.2%) se encuentra en un punto medio entre el nivel observado en países de ingresos medios y altos, mientras que en Guatemala (93.9%) la cifra es mayor que en todas las categorías antes mencionadas. Guatemala ocupa la posición 2/51 a nivel mundial.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

El **reconocimiento social** de los emprendedores es más alto en países de ingresos bajos (87.2%), que en países de ingresos medios (74.0%) y altos (74.3%). En Latinoamérica y El Caribe (63.1%) el reconocimiento social es más bajo que en las tres categorías antes mencionadas, mientras que Guatemala (80.2%) se encuentra en un punto medio entre el nivel observado en países de ingresos bajos y medios (ver Gráfica 1.1). Guatemala ocupa la posición 20/51 a nivel mundial.

Por último, el **reconocimiento de los emprendedores en los medios de comunicación** es más alto en los países de ingresos bajos (82.7%), que en los de ingresos medios (70.9%) y altos (67.4%). En Latinoamérica y El Caribe (67.8%) el reconocimiento en medios es similar al de la categoría de países de ingresos altos, mientras que, en Guatemala (60.9%) es menor que en todas las categorías antes mencionadas (ver Gráfica 1.1). Guatemala ocupa la posición 35/51 a nivel mundial.

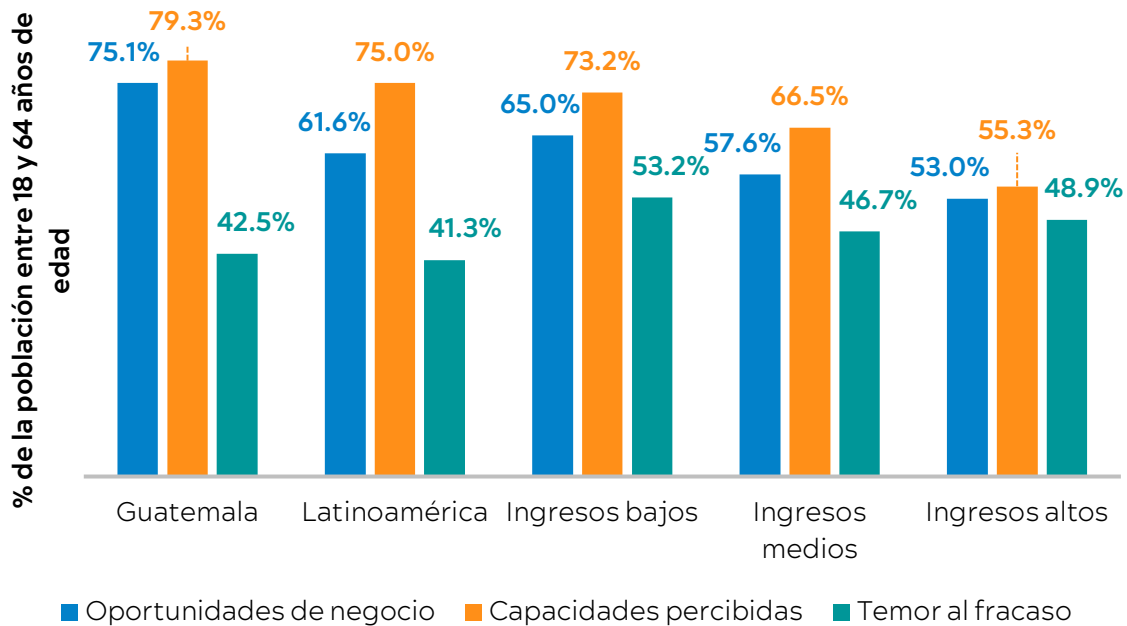
En resumen, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados según nivel de ingresos, en Guatemala se considera el emprendimiento como una buena oportunidad para generar ingresos, tiene un reconocimiento social ligeramente por arriba del promedio (posee la mayor valoración de los países de Latinoamérica y El Caribe), pero un bajo reconocimiento en los medios de comunicación.

En cuanto a las **actitudes ante el emprendimiento**, el GEM evalúa tres aspectos: 1) la percepción que tiene la población sobre las oportunidades de negocios; 2) las habilidades que consideran poseer para aprovechar la oportunidad de iniciar un nuevo negocio; y, 3) la forma en que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio.

Los datos muestran que en países de ingresos bajos (65.0%) existe una mayor proporción de personas que considera que habrá **buenas oportunidades de negocios**, que en países de ingresos medios (57.6%) y altos (53.0%). La proporción en Latinoamérica y El Caribe (61.6%) está en medio de la de países de ingresos bajos y medios, y en Guatemala (75.1%) es mayor que en todas las categorías antes mencionadas (ver Gráfica 1.2). Guatemala ocupa la posición 4/51 a nivel mundial.

La proporción de personas que considera tener las **capacidades para aprovechar las oportunidades de negocio** percibidas, es superior en países de ingresos bajos (73.2%), que en países de ingresos medios (66.5%) y altos (55.3%). La proporción en Latinoamérica y El Caribe (75.0%) es mayor que en las tres categorías anteriores, y la proporción en Guatemala (79.3%) es mayor que en todas las categorías antes mencionadas (ver Gráfica 1.2). Guatemala ocupa la posición 5/51 a nivel mundial.

Gráfica 1.2: Actitudes ante el emprendimiento



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

En los países de ingresos bajos (53.2%), más que en los países de ingresos medios (46.7%) y altos (48.9%), las personas consideran que el **temor al fracaso** puede ser un obstáculo para iniciar un negocio. El indicador en Latinoamérica y El Caribe (41.3%) y en Guatemala (42.5%) es menor comparado a los países agrupados según distintos niveles de ingresos. Guatemala ocupa la posición 41/51 a nivel mundial.

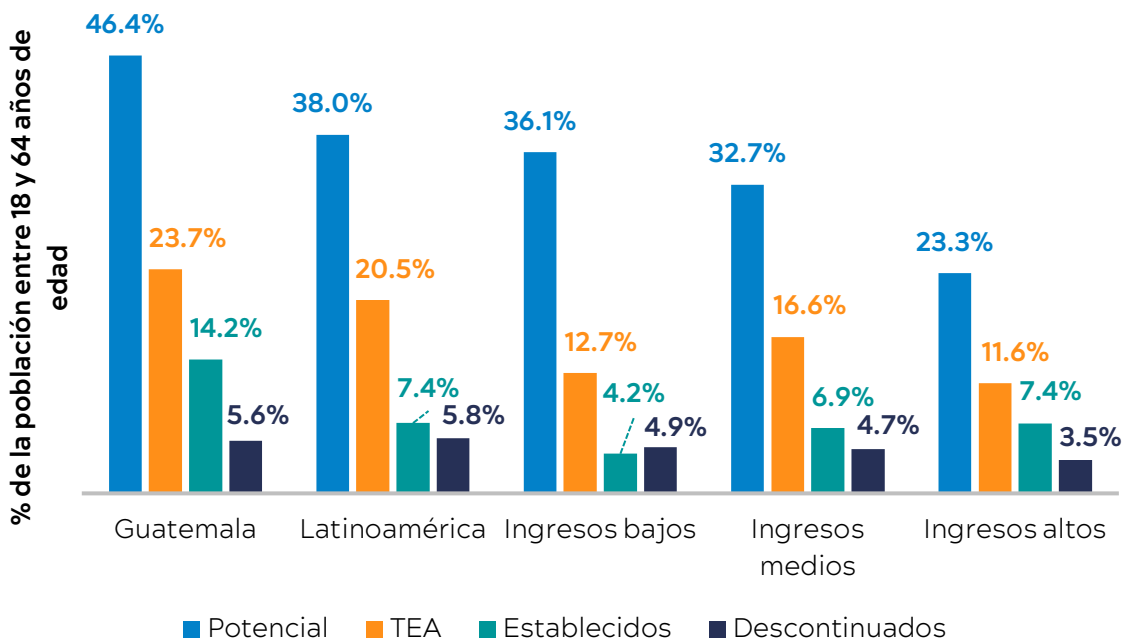
En resumen, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados en los distintos niveles de ingresos, en Guatemala las personas consideran: que existirán buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses en el lugar en donde viven; que tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para aprovechar las oportunidades que perciben; y, que el miedo al fracaso como razón para no aprovechar las oportunidades percibidas es bajo.

b) Las fases del proceso emprendedor

En la Gráfica 1.3 se muestran las distintas **fases del proceso emprendedor** (en el Anexo 2 se ofrece una descripción detallada de cada fase). La Tasa de **Emprendimiento Potencial** es mayor en los países de ingresos bajos (36.1%), que en los de ingresos medios (32.7%) y altos (23.3%). El mismo patrón sigue la Tasa de **Emprendimientos Descontinuados**: 4.9% en países de ingresos bajos; 4.7% en países de ingresos medios; y, 3.5% en países de ingresos altos. La Tasa de **Emprendimiento Establecido** sigue el patrón contrario: los países de ingresos altos tienen una tasa superior (7.4%), que los de ingresos medios (6.9%) y bajos (4.2%).

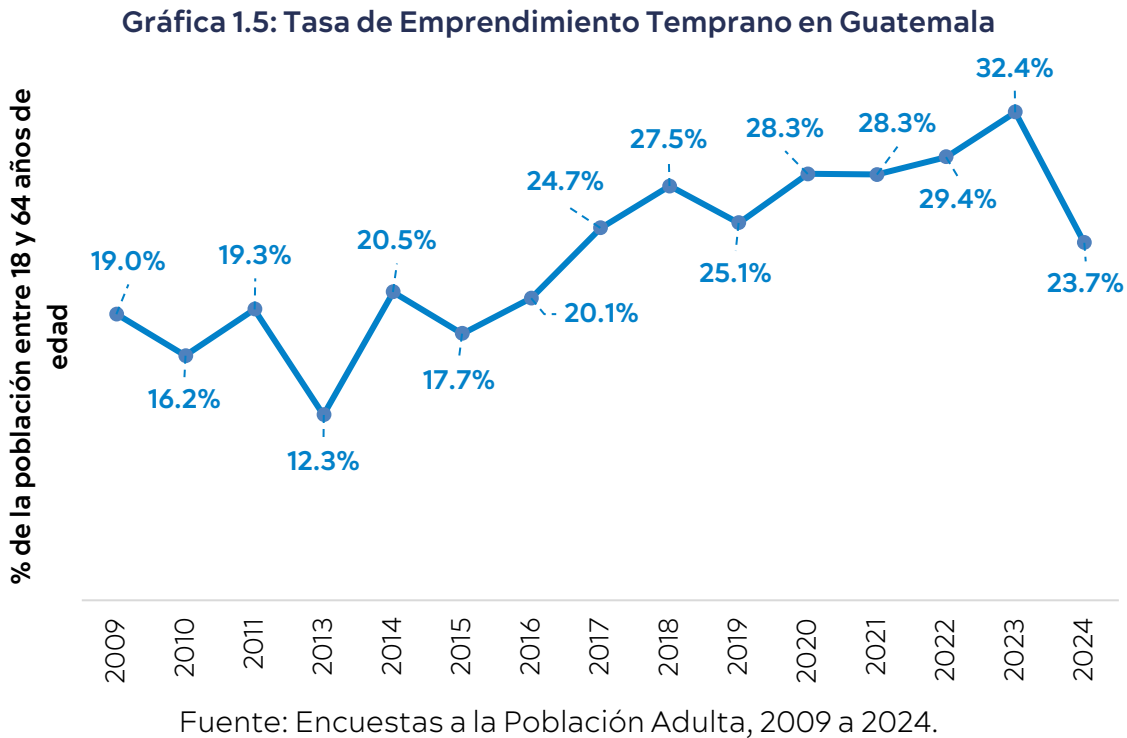
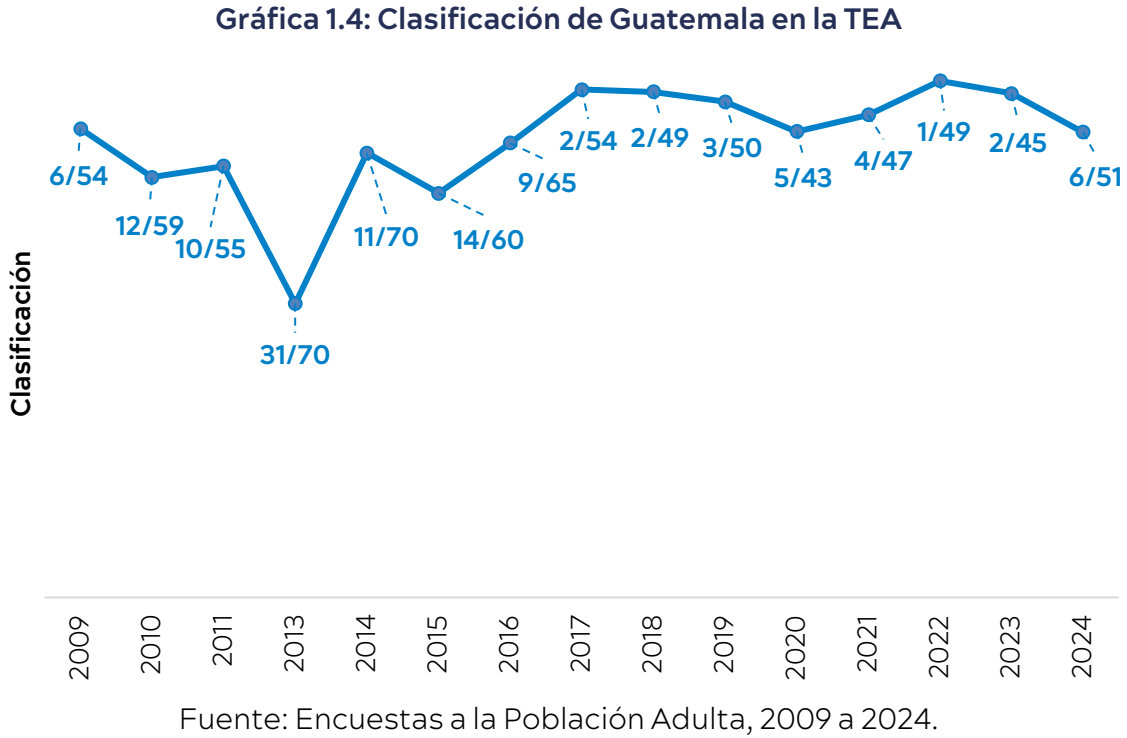
Por último, la Tasa de **Emprendimiento Temprano** (TEA) es mayor en los países de ingresos medios (16.6%), que en los de ingresos bajos (12.7%) y altos (11.6%). En Latinoamérica y El Caribe, todos los indicadores son superiores a las tres categorías de países agrupados según nivel de ingresos, con la excepción de la Tasa de Emprendimiento Establecido (7.4%), que es igual a la observada en los países de ingresos altos. En Guatemala, todos los indicadores son superiores a todas las categorías antes mencionadas, con la excepción de la Tasa de Emprendimientos Descontinuados (5.6%), que es inferior a la de Latinoamérica y El Caribe (5.8%).

Gráfica 1.3: Fases del proceso emprendedor



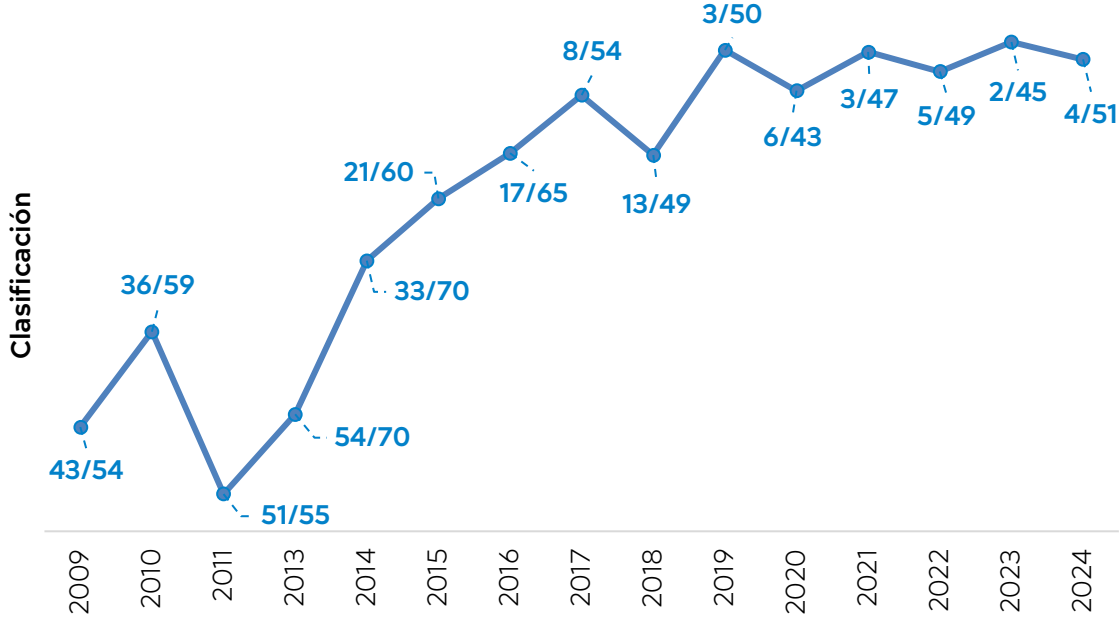
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

En el año 2024, Guatemala fue el sexto país con la Tasa de **Emprendimiento Temprano** más alta, de un total de 51 analizados. La posición de Guatemala en la clasificación, es la más baja en los últimos ocho años (2017-2024). La TEA pasó de 32.4% en 2023 a 23.7% en 2024.



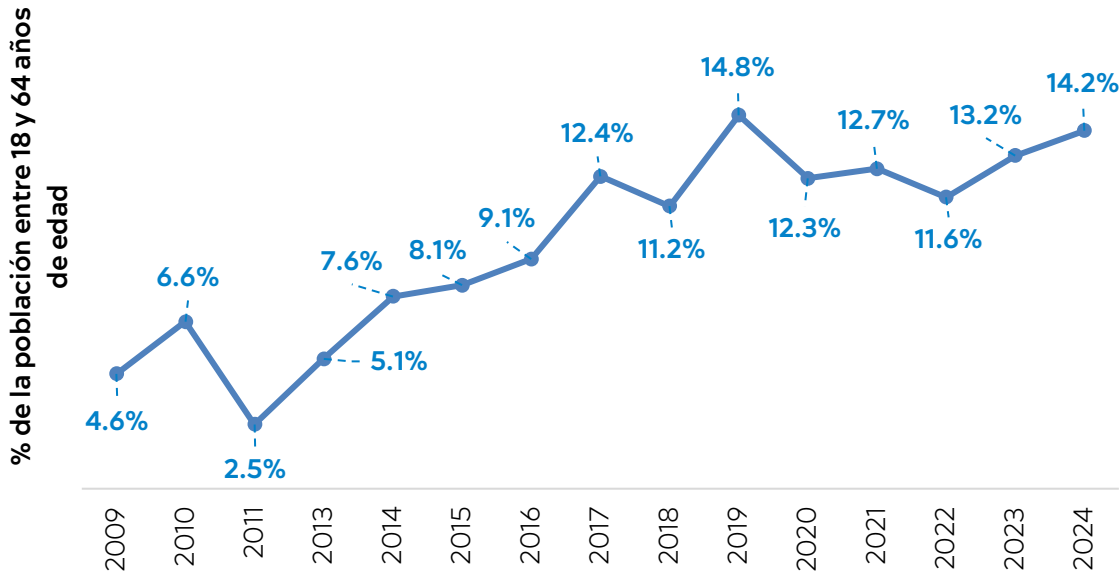
Lo contrario sucedió con la Tasa de **Emprendimientos Establecidos**. En el año 2024, Guatemala fue el cuarto país con la tasa más alta; posición similar a la obtenida en los últimos seis años (2019-2024). Este indicador aumentó de 13.2% en 2023 a 14.2% en 2024, la segunda cifra histórica más alta en el país, solo por detrás de la del año 2019 (14.8%).

Gráfica 1.6: Clasificación de Guatemala en Tasa de Emprendimientos Establecidos



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2024.

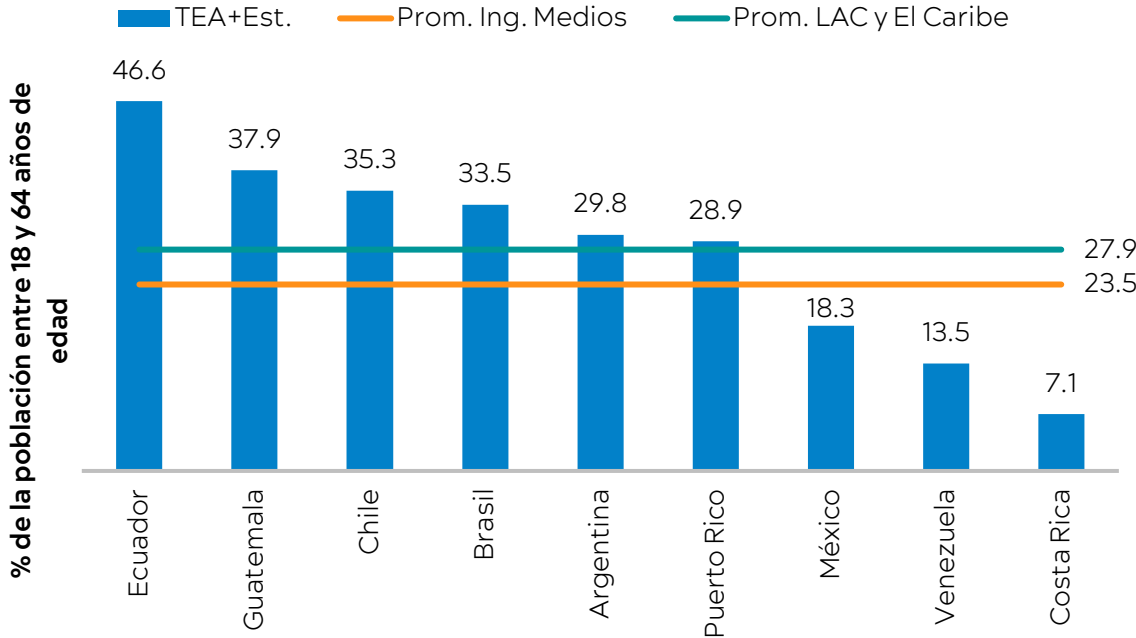
Gráfica 1.7: Tasa de Emprendimientos Establecidos en Guatemala



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2024.

Al agrupar los emprendimientos tempranos con los emprendimientos establecidos (TEA + Establecidos), se obtiene el nivel de **Emprendimiento Total** de los países. En los países de ingresos medios, categoría a la que pertenece Guatemala, el 23.5% de su población adulta (18-64 años) está desarrollando algún emprendimiento. En países de Latinoamérica y El Caribe, la proporción es superior (27.9%); y, en Guatemala es 37.9%; siendo el segundo país con el mayor nivel de emprendimiento total en la región de Latinoamérica y El Caribe, y el tercero a nivel mundial.²

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



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Llama la atención que cinco de siete países de Latinoamérica y El Caribe que participaron en el estudio tanto en 2023 como en 2024, redujeron su nivel de emprendimiento total³. Solo Brasil (+3.0%) y Puerto Rico (+0.3%) lo aumentaron; mientras que Venezuela (-13.6%), Ecuador (-10.0%) y Guatemala (-7.7%), son los que registraron las reducciones más grandes.

² Ecuador (46.6%) tiene la tasa más alta, y Arabia Saudita (45.8%) la segunda.
³ Argentina y Costa Rica participaron en 2024 pero no en 2023; mientras que Panamá, Uruguay y Colombia participaron en 2023 pero no en 2024.

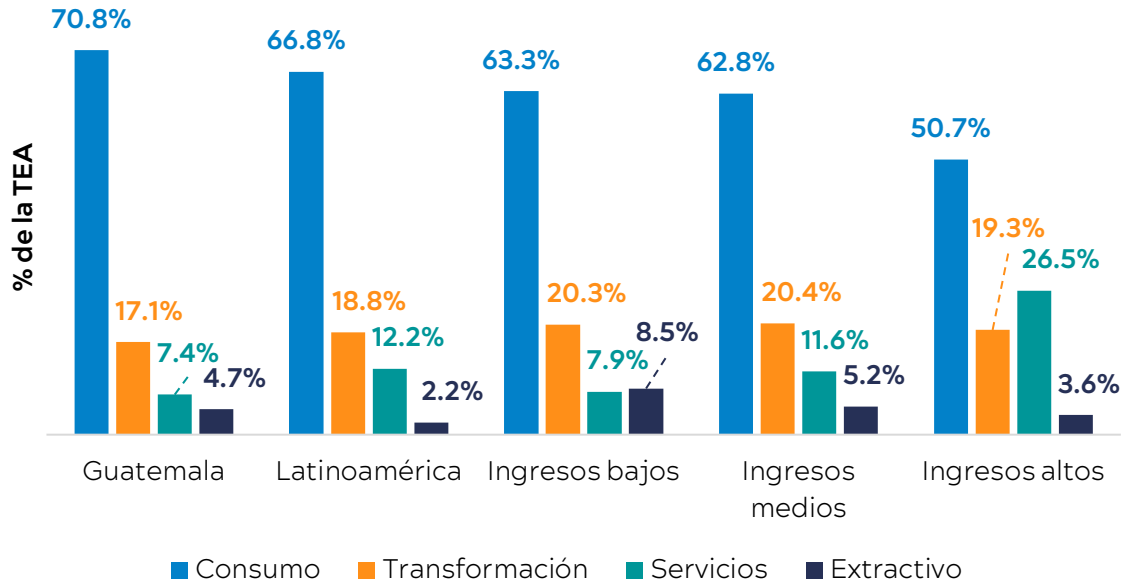
c) Características de los negocios

En todas las agrupaciones de países, y en ambas fases del emprendimiento (TEA y Establecidos), la **actividad económica** principal de los negocios es el sector consumo; aunque la brecha entre los emprendimientos que se dedican al sector consumo y los otros sectores, es mayor en los Emprendimientos Tempranos que en los Emprendimientos Establecidos (ver Gráfica 1.9 y Gráfica 1.10).

En el caso de los Emprendimientos Tempranos (ver Gráfica 1.9):

- La proporción de negocios en el sector **consumo** cae a medida que los ingresos de los países aumentan. El 63.3% de los negocios en los países de ingresos bajos, el 62.8% de los negocios en países de ingresos medios y el 50.7% de los negocios en países de ingresos altos están en el sector consumo. En la región de Latinoamérica y El Caribe (66.8%), y en Guatemala (70.8%), la proporción de negocios en el sector consumo es mayor que en todas las categorías antes mencionadas.
- Los negocios en el sector de **transformación** son de alrededor del 20% del total en los países agrupados en las tres categorías de ingresos. En Latinoamérica y El Caribe, y en Guatemala, las proporciones son menores: 18.8% y 17.1%, respectivamente.
- La proporción de negocios en el sector de **servicios** aumenta a medida que los ingresos de los países aumentan. El 7.9% de los negocios en los países de ingresos bajos, el 11.6% de los negocios en países de ingresos medios y el 26.5% de los negocios en países de ingresos altos están en el sector de servicios. En el caso de los países de ingresos altos, el sector servicios es la segunda categoría más frecuente en los emprendimientos tempranos, mientras que, en los otros países, son los negocios en el sector transformación.
- En todas las categorías, los negocios en el sector **extractivo** tienen la menor proporción del total, excepto en el caso de los negocios en países de ingresos bajos en donde superan a los negocios en el sector servicios. La proporción de negocios en el sector extractivo cae a medida que los ingresos de los países aumentan: El 8.5% de los negocios en los países de ingresos bajos, el 5.2% de los negocios en países de ingresos medios y el 3.6% de los negocios en países de ingresos altos están en el sector extractivo. En la región de Latinoamérica y El Caribe solo el 2.2% de los negocios están en el sector extractivo, mientras que, Guatemala (4.7%) se ubica en un punto intermedio entre los países de ingresos medios y los países de ingresos altos.

Gráfica 1.9: Emprendimientos Tempranos (TEA) según actividad económica



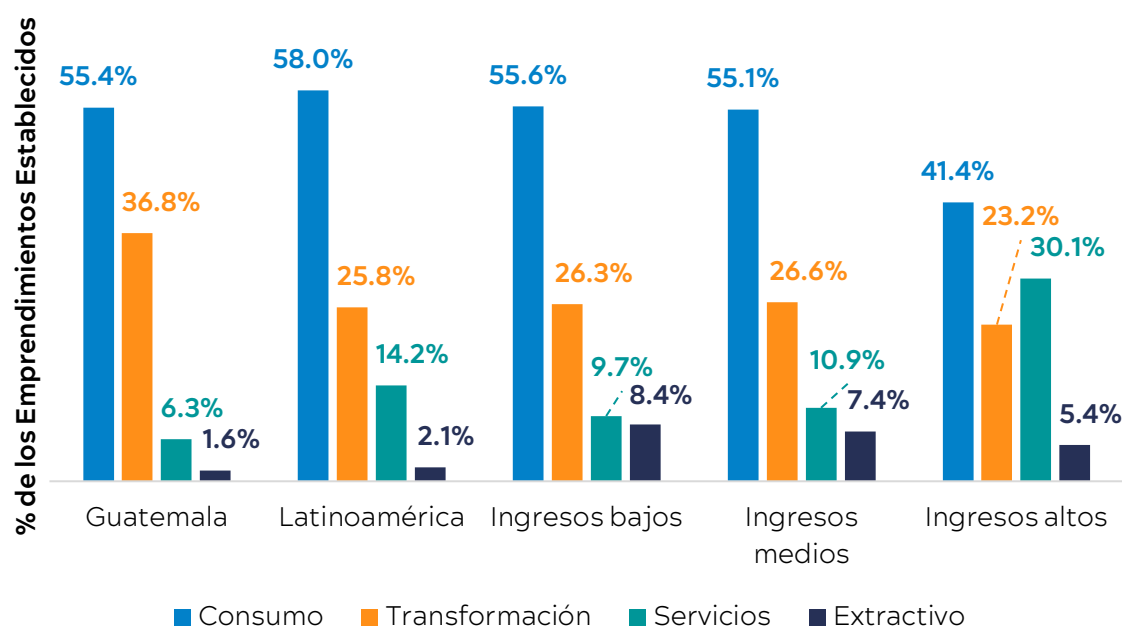
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

En el caso de los Emprendimientos Establecidos (ver Gráfica 1.10):

- La proporción de negocios en el sector **consumo** cae a medida que los ingresos de los países aumentan. El 55.6% de los negocios en los países de ingresos bajos, el 55.1% de los negocios en países de ingresos medios y el 41.4% de los negocios en países de ingresos altos están en el sector consumo. En la región de Latinoamérica y El Caribe (58.0%), la proporción es mayor que en todas las categorías antes mencionadas, y en Guatemala (55.4%), la proporción es similar que en los países de ingresos bajos.
- Los negocios en el sector de **transformación** son de un poco más del 26% del total en los países e ingresos bajos y en los países de ingresos medios. La proporción cae al 23.2% en los países de ingresos altos. En Latinoamérica y El Caribe (25.8%), la proporción es menor que en todas las categorías antes mencionadas; mientras que, en Guatemala (36.8%), la proporción es mayor que en todas las categorías antes mencionadas.
- La proporción de negocios en el sector de **servicios** aumenta a medida que los ingresos de los países aumentan. El 9.7% de los negocios en los países de ingresos bajos, el 10.9% de los negocios en países de ingresos medios y el 30.1% de los negocios en países de ingresos altos están en el sector de servicios. La historia se repite al igual que en el caso de los Emprendimientos Tempranos: En los países de ingresos altos, el sector servicios es la segunda categoría más frecuente en los Emprendimientos Establecidos, mientras que, en los otros países, son los negocios en el sector transformación.

- En todas las categorías, los negocios en el sector **extractivo** tienen la menor proporción del total. La proporción de negocios en el sector extractivo cae a medida que los ingresos de los países aumentan: El 8.4% de los negocios en los países de ingresos bajos, el 7.4% de los negocios en países de ingresos medios y el 5.4% de los negocios en países de ingresos altos están en el sector extractivo. En la región de Latinoamérica y El Caribe (2.1%), y en Guatemala (1.6%), la proporción es menor que en todas las categorías antes mencionadas.

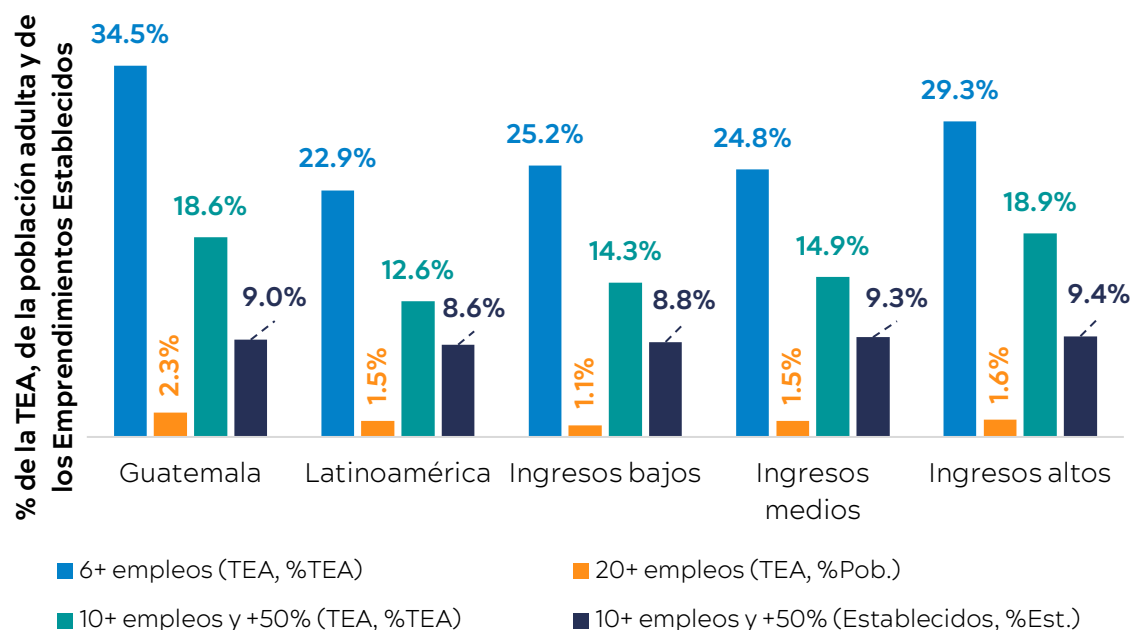
Gráfica 1.10: Emprendimientos Establecidos según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Respecto a las **expectativas de generación de empleo**; en los países de ingresos altos (29.3% de la TEA), más que en los países de ingresos medios (24.8%) y bajos (25.2%), los emprendedores en etapas tempranas esperan generar **seis o más empleos** en los próximos cinco años. La expectativa de generación de cinco o más empleos en Latinoamérica y El Caribe (22.9%) es menor que en todas las categorías antes mencionadas; mientras que, en Guatemala (34.5%) es mayor que en todas las categorías antes mencionadas. Asimismo, la expectativa de los emprendedores en etapas tempranas de generar **20 o más empleos** en los próximos 5 años es mayor en los países de ingresos altos (1.6% de la población adulta), que en los países de ingresos medios (1.5%) y bajos (1.1%). La proporción en Latinoamérica y El Caribe (1.5%) es igual a la de los países de ingresos medios, y la proporción en Guatemala (2.3%) es mayor que en todas las categorías antes mencionadas (ver Gráfica 1.11).

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



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

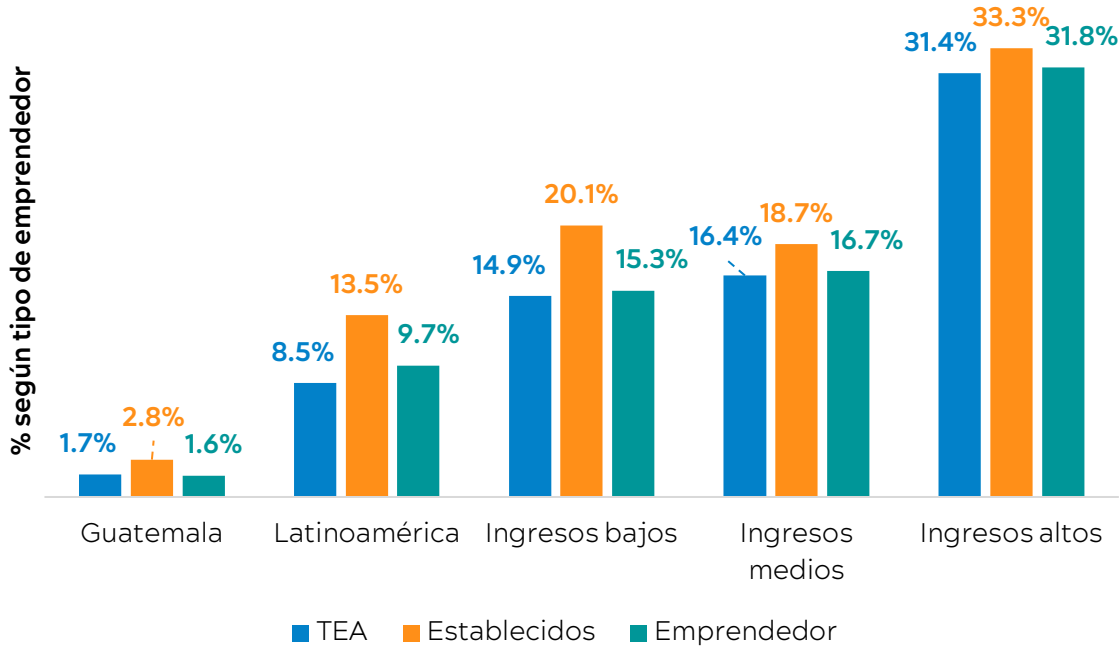
Por último, se puede agregar un análisis sobre **altas expectativas de generación de empleo**. Estas se definen como aquellos emprendedores (TEA y Establecidos) que esperan generar diez o más empleos en los próximos cinco años, pero, además, este incremento representa un aumento porcentual de al menos 50% de los empleos que generan ahora. Los datos muestran que, los emprendimientos en etapas tempranas más que los emprendimientos establecidos, tienen altas expectativas de generación de empleo.

En los países de ingresos altos (18.9%), más que en los países de ingresos medios (14.9%) y bajos (14.3%), los emprendedores en etapas tempranas tienen altas expectativas de generación de empleo. La expectativa en Latinoamérica y El Caribe (12.6%) es menor que en todas las categorías antes mencionadas; mientras que, en Guatemala (18.6%) es similar a la de los países de ingresos altos.

Por otra parte, en los países de ingresos altos (9.4%) y medios (9.3%), más que en los países de ingresos bajos (8.8%), los emprendedores establecidos tienen altas expectativas de generación de empleo. La expectativa en Latinoamérica y El Caribe (8.6%) es menor que en todas las categorías antes mencionadas; mientras que, Guatemala (9.0%) se encuentra en un punto medio entre el nivel observado en países de ingresos bajos y medios.

La proporción de emprendedores con **clientes en el extranjero** es mayor en los emprendimientos establecidos que en los emprendimientos en etapas tempranas. En los países de ingresos altos (31.8%), más que en los países de ingresos medios (16.7%) y bajos (15.3%), los emprendedores tienen clientes en el extranjero. La proporción en Latinoamérica y El Caribe (9.7%) y en Guatemala (1.6%) es menor que en todas las categorías antes mencionadas.

Gráfica 1.12: Emprendedores con clientes en el extranjero



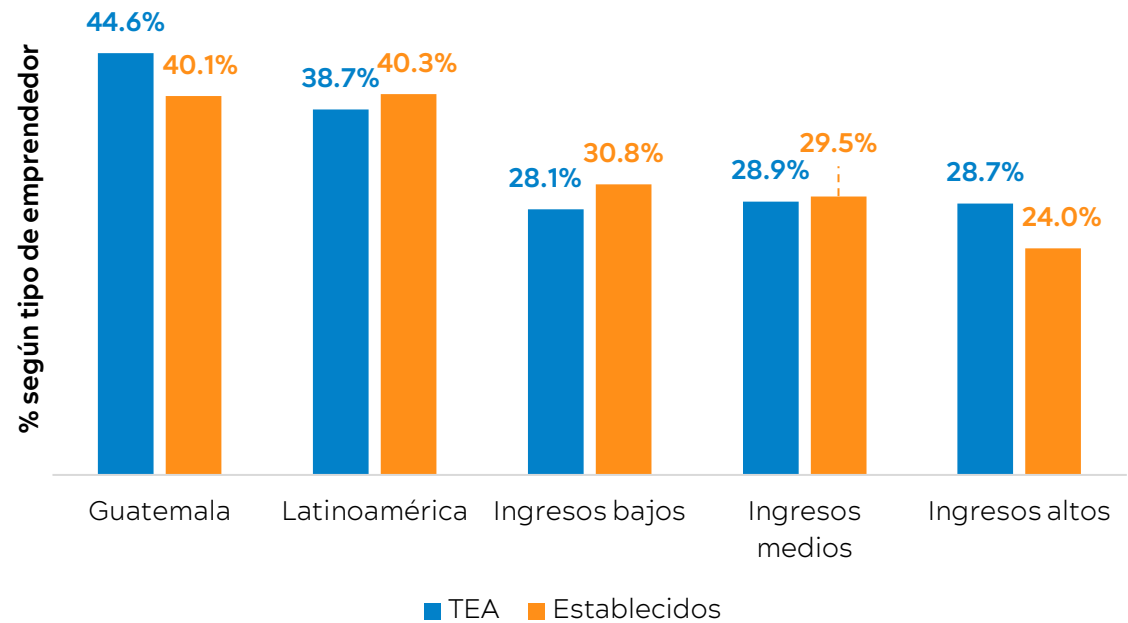
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

El uso de **inteligencia artificial** en los negocios todavía es incipiente. En los próximos tres años se espera que sea importante, más en los emprendimientos en etapas tempranas, que, en emprendimientos establecidos en los países de ingresos altos, en países de Latinoamérica y El Caribe, y en Guatemala. En los países de ingresos bajos y medios, la expectativa es mayor en los emprendimientos establecidos (ver Gráfica 1.13).

Los emprendedores en etapas tempranas en los países de ingresos medios (28.9%), más que en los de ingresos altos (28.7%) y bajos (28.1%) consideran que las herramientas de inteligencia artificial tendrán una gran importancia en su negocio en los próximos tres años. Las expectativas en Latinoamérica y El Caribe (38.7%), y en Guatemala (44.6%) son mayores que en todas las categorías antes mencionadas (ver Gráfica 1.13).

Los emprendedores establecidos en los países de ingresos bajos (30.8%) y medios (29.5%), más que en los de ingresos altos (24.0%) consideran que las herramientas de inteligencia artificial tendrán una gran importancia en su negocio en los próximos tres años. Las expectativas en Latinoamérica y El Caribe (40.3%), y en Guatemala (40.1%) son mayores que en todas las categorías antes mencionadas.

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

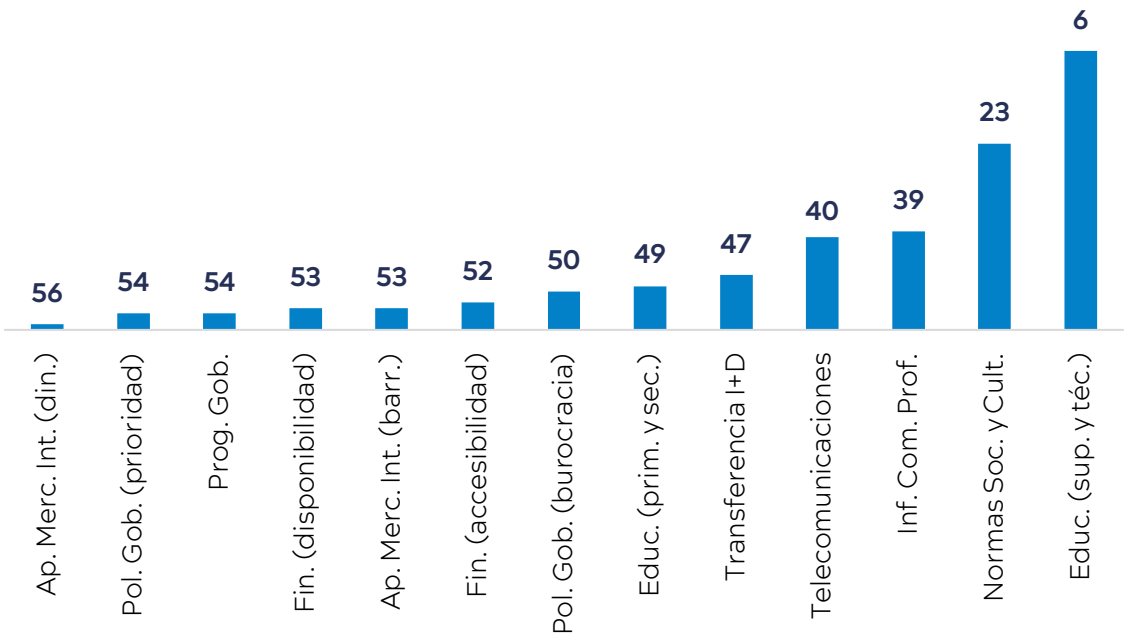


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

d) El entorno en donde se desarrolla el emprendimiento

En relación con el ambiente en el que se desarrolla el emprendimiento, la posición de Guatemala en las trece áreas evaluadas por la Encuesta Nacional a Expertos (NES) se muestra en la Gráfica 1.14.⁴ El país ocupa el último lugar⁵ en el área de apertura del mercado interno (dinamismo de los mercados de bienes y servicios). Solo en dos categorías el país se clasifica en la mitad superior de los países evaluados. El área mejor evaluada por los expertos entrevistados es la de educación y formación emprendedora en los niveles de educación técnica y superior, en donde el país ocupa el puesto 6 de 56. La segunda área mejor evaluada es la de las normas sociales y culturales respecto a la actividad emprendedora, en donde el país ocupa el puesto 23 de 56.

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



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

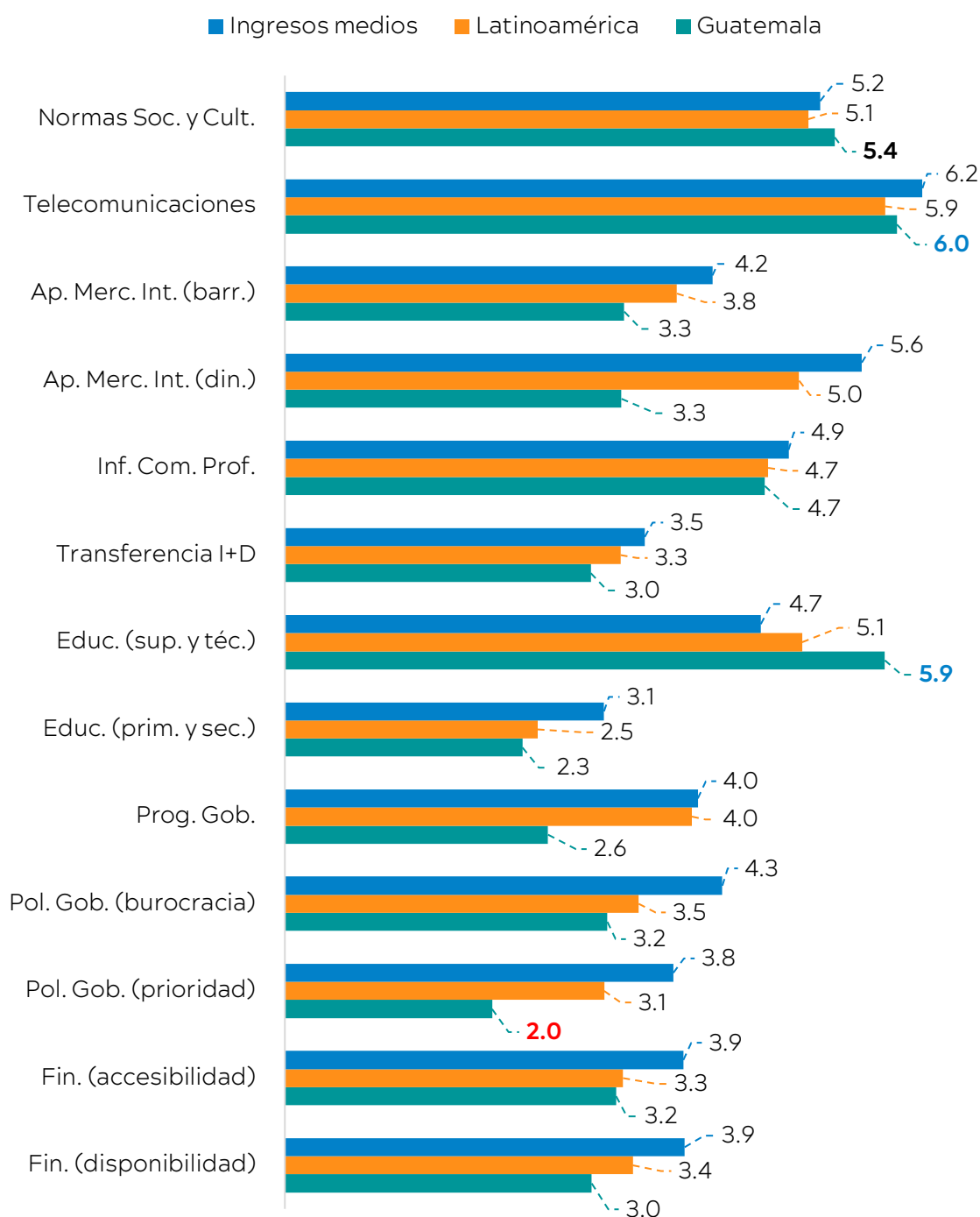
⁴ La NES evalúa 9 categorías, sin embargo, en estas gráficas la categoría de “Apoyo financiero” se subdivide en “Disponibilidad” y “Accesibilidad”. La categoría de “Políticas de gobierno” se subdivide en “Prioridad en políticas públicas” y “Reducción de la burocracia”. La categoría “Educación y formación emprendedora” se subdivide en “Educación primaria y secundaria” y “Educación técnica y superior”. También la categoría de “Apertura del mercado interno” se subdivide en “Dinamismo del mercado” y “Costos de entrada”. Para ver las definiciones de cada una de las 9 categorías, consultar el Recuadro 2 en el capítulo 3.

⁵ Para el ciclo 2024/2025 participaron 51 países en la aplicación de la APS. Estos 51 países más otros cinco aportaron información de la NES, por lo que en total se cuenta con información de la NES para 56 países. Los países que solo participaron en la NES se resaltan en la tabla del Anexo 1.

En la Gráfica 1.15 se compara la puntuación promedio obtenida por Guatemala en cada una de las 13 áreas, contra la puntuación promedio de los países con ingresos medios y países de Latinoamérica y el Caribe (ambos grupos analizados sin incluir a Guatemala, quien forma parte de ambos). Valores cercanos a 10 evidencian que las condiciones evaluadas son más favorables y valores cercanos a 0 indican que los aspectos evaluados son menos favorables. Lo observado en esa gráfica se resume así:

- En dos de las trece áreas (normas sociales y culturales, y calidad de la educación técnica y superior para iniciar y desarrollar nuevas empresas) Guatemala obtiene una mejor puntuación que el promedio de los países de Latinoamérica y el Caribe y que el grupo de países de ingresos medios.
- El área de telecomunicaciones es en la que Guatemala registra el puntaje más alto (6.0). La nota es parecida a la obtenida en promedio por los países de Latinoamérica y del Caribe (5.9); pero es inferior a la obtenida por países de ingresos medios (6.2).
- La categoría de calidad de la educación técnica y superior para iniciar y desarrollar nuevas empresas presenta la mayor diferencia a favor de Guatemala al compararse con la nota obtenida en promedio por los países de Latinoamérica y del Caribe (+0.8) y a la obtenida por países de ingresos medios (+1.2).
- Guatemala obtuvo el puntaje más bajo en la categoría de la prioridad que le da el gobierno al emprendimiento a través de las políticas públicas (2.0).
- La categoría de apertura del mercado interno (dinamismo de los mercados de bienes y servicios) es en la que se presenta una mayor diferencia desfavorable para Guatemala al compararse con la nota obtenida en promedio por los países de ingresos medios (-2.3) y a la obtenida por países de Latinoamérica y del Caribe (-1.7).
- A pesar de que la nota máxima que se puede obtener en cada área son diez puntos, tanto para Guatemala como para el resto de los grupos de comparación, la mayoría de las calificaciones se ubican por debajo cinco puntos (la mitad de la máxima nota posible). Únicamente el área de telecomunicaciones y el área de normas sociales y culturales es en la que Guatemala y los otros dos grupos de comparación poseen una nota promedio superior a cinco.

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



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR GUATEMALTECO Y SUS NEGOCIOS

La caracterización de los emprendedores guatemaltecos y sus negocios, con la metodología del GEM, se hace con la información recopilada en 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 (ver Recuadro 1). Los principales resultados a nivel nacional se comparan en el Capítulo 1 con los demás países que participan en el GEM.

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

En Guatemala, para el ciclo 2024-2025 del GEM, se entrevistaron 2,592 personas con edades comprendidas entre los 18 y 64 años. Para llegar a esta muestra, se realizó una selección aleatoria de 142 municipios de los 340 existentes y se recopiló información representativa a nivel nacional y en las zonas urbanas de las ciudades de Guatemala, Quetzaltenango y Antigua Guatemala. Las encuestas se realizaron de forma aleatoria: partiendo de un punto aleatorio en el municipio, se realizó una caminata en círculos concéntricos para seleccionar los hogares. En éstos se buscó a la persona entre 18 y 64 años cuyo cumpleaños estuviese más cerca al momento de la encuesta. Si no estaba disponible, se hicieron tres visitas más para contactarla; y, si no estaba disponible en ninguna de éstas, se seleccionó un nuevo hogar de forma aleatoria. Se planificó realizar 2,500 encuestas, y finalmente se completaron 2,592. A continuación, se presentan las características de la población obtenidas a partir de los resultados de la APS:

1. El 48.3% de las personas son hombres y 51.7% mujeres.
2. El 23.4% tiene edades comprendidas entre 18 y 24 años, 30.4% entre 25 y 34 años, 22.2% entre 35 y 44 años, 15.2% entre 45 y 54 años, y 8.9% entre 55 y 64 años.
3. El 4.2% no ha estudiado, 13.3% posee primaria completa, 11.8% posee básico completo, 30.7% posee diversificado completo y 8.4% posee universitario completo.
4. El 37.7% se encontraba casado, 41.3% soltero, 16.0% unido, 2.0% viudo, 2.2% separado y el 0.8% divorciado.
5. El 46.7% se identificó como cristiano evangélico, el 44.5% como católico, el 8.7% como ateo y el 0.1% reconoció alguna otra religión.

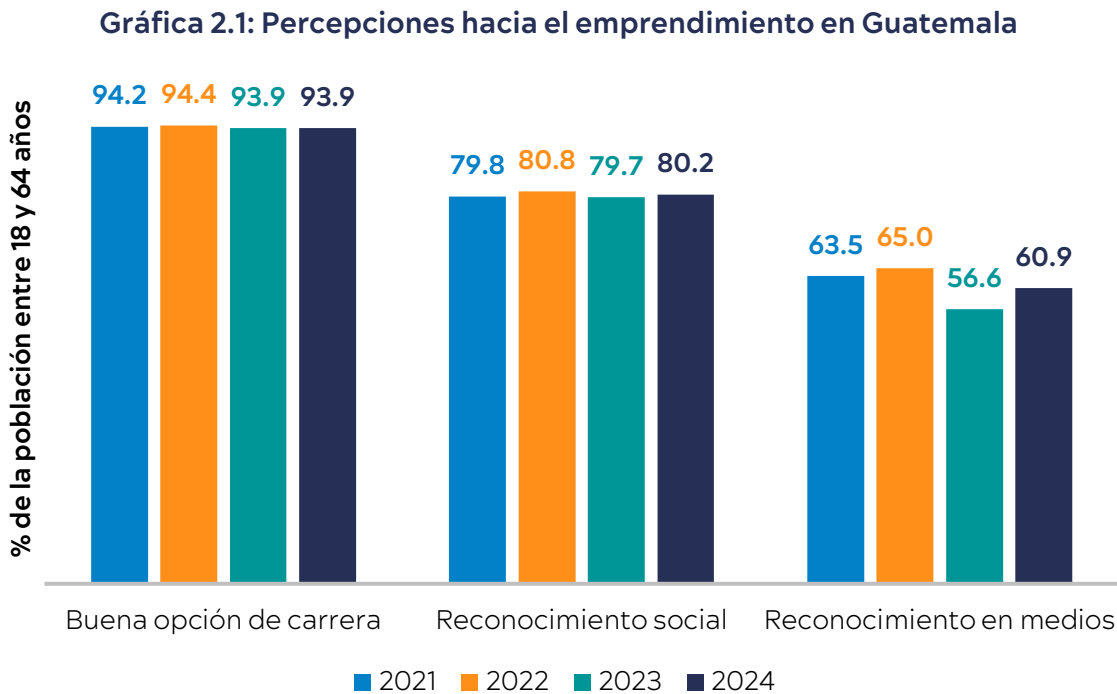
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos armonizada APS 2024.

Este capítulo se divide en cuatro secciones. En la primera sección se muestran los datos sobre las percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala. En la segunda sección se presentan las distintas fases del proceso emprendedor en las que se encuentran los emprendimientos guatemaltecos. En las dos primeras secciones se hace el análisis de cómo las percepciones, las actitudes y las fases del proceso emprendedor, han evolucionado en el país en el periodo de 2021 a 2024.

Por último, en la tercera y cuarta sección se presentan diversas características de los emprendedores guatemaltecos y sus negocios.

a) Percepciones y actitudes hacia el emprendimiento en Guatemala

En Guatemala, 9 de cada 10 personas (93.9%) consideran que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos, ocho de cada diez (80.2%) creen que los emprendedores gozan de reconocimiento social y seis de cada diez (60.9%) considera que los emprendedores son reconocidos en los medios de comunicación.

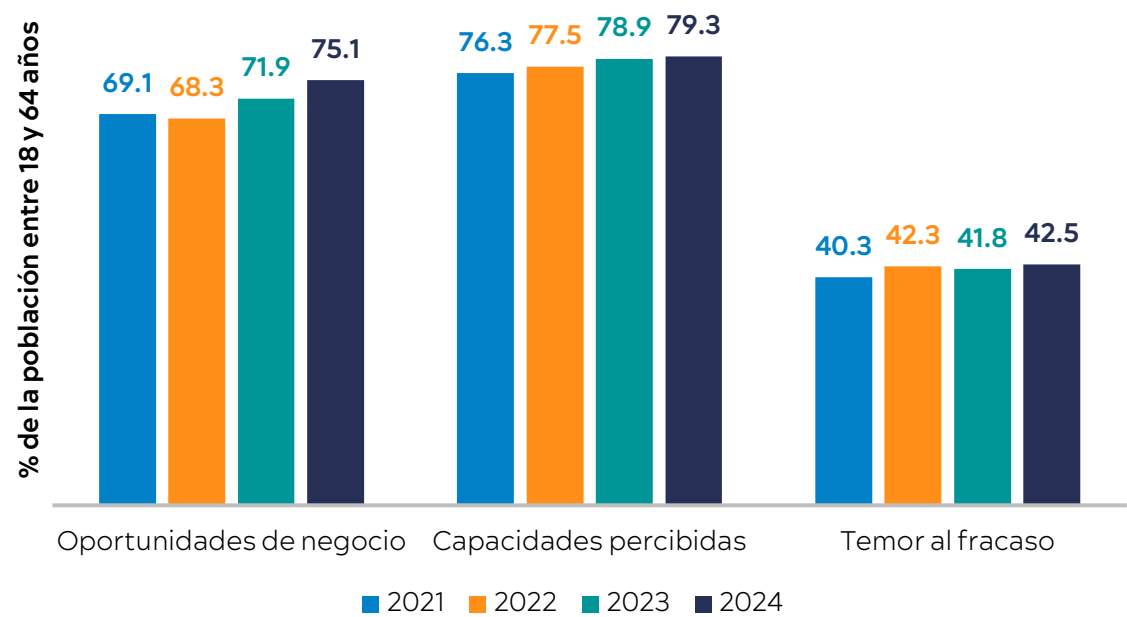


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

De las tres percepciones, la única que ha mostrado variaciones significativas en los últimos años es la del reconocimiento de los emprendedores en los medios de comunicación. Esta percepción se ha reducido en los últimos dos años.

En cuanto a las actitudes ante el emprendimiento, los resultados de 2024 muestran que tres de cada cuatro personas (75.1%) considera que existirán buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses; ocho de cada diez (79.3%) creen poseer los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para aprovechar las oportunidades que perciben; y, cuatro de cada diez (42.5%) considera que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio.

Gráfica 2.2: Actitudes ante el emprendimiento en Guatemala



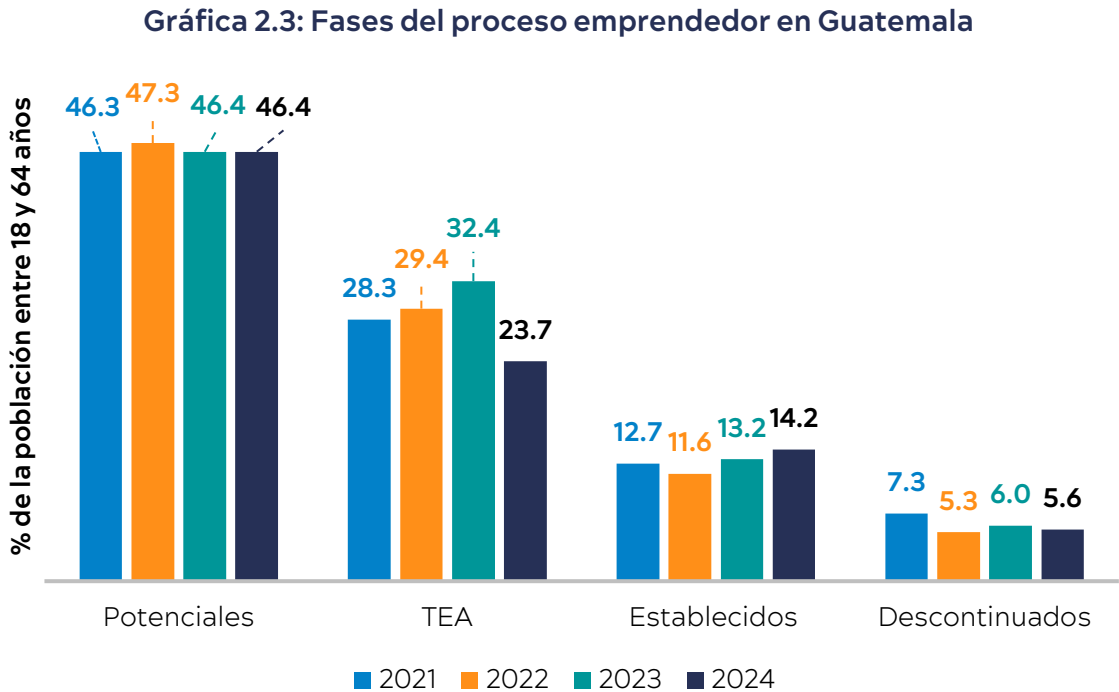
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

De estas tres percepciones, todas registran una tendencia al alza en los últimos años. La que más ha aumentado entre 2021 y 2024 es la de oportunidades de negocio (+6%).

En resumen, hay una mejor perspectiva de oportunidades de negocios en las personas; una mayor confianza en las capacidades que consideran tener; y, un mayor temor al fracaso.

b) Las fases del proceso emprendedor en Guatemala

En la Gráfica 2.3 se muestra la proporción de la población entre 18 y 64 años de edad en las distintas fases del proceso emprendedor. Según los datos obtenidos por la encuesta, el 46.4% de los entrevistados 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.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

En la fase de Emprendimiento Temprano se encuentra el 23.7% de los guatemaltecos adultos. 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 en los que ya se han invertido recursos, pero aún no han generado ingresos para sus dueños, y
- 2. La Tasa Negocios Nuevos, que son negocios que ya han generado ingresos a sus dueños, pero lo han hecho por menos de 3.5 años.

En la actualidad, el 58.2% de la TEA son Emprendedores Nacientes y el 41.8% de la TEA son Negocios Nuevos. Respecto a la población adulta del país, el 13.8% de las personas son Emprendedores Nacientes y 9.9% son dueños de Negocios Nuevos.

En la Gráfica 2.3 también se puede observar que el 14.2% de los entrevistados 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 2024-2025, se encontró que, en los últimos doce meses, casi 6 de cada 100 personas entrevistadas había cerrado un negocio (5.6%). A este grupo se le conoce como el de los Emprendimientos Descontinuados.

De las cuatro fases del proceso emprendedor, entre 2021 y 2024: los Emprendimientos Potenciales se mantuvieron; los Emprendimientos Tempranos se redujeron (-4.5%); los Emprendimientos Establecidos aumentaron (+1.5%); y, los Emprendimientos Descontinuados se redujeron (-1.7%).

Recuadro 2: Características de la TEA 2023 y 2024 en Guatemala

Entre 2023 y 2024, la TEA pasó de 32.4% a 23.7%. Esto significa que la cantidad de personas en las etapas tempranas del emprendimiento pasó de 3.2 a 2.4 millones. Estos cambios equivalen a una reducción de -8.7 puntos porcentuales de la TEA y de 800 mil personas menos emprendiendo en etapas tempranas.

La caída de la TEA entre 2023 y 2024 implicó una reducción en los negocios de menor escala. A continuación se comparan diversos indicadores de la TEA entre 2023 y 2024 que dan cuenta de esta situación:

- **La TEA de 2024 genera más empleo:** en 2023, el 43.6% de los emprendedores generaban al menos un empleo; la proporción aumentó a 45.8% de los emprendedores en 2024 (+2.2%). Las diferencias son significativas al comparar los emprendimientos que generan 20 o más empleos: en 2023 eran solo el 0.5% de los emprendimientos y en 2024 la proporción aumentó a 2.6% (+2.1%).
- **La TEA de 2024 reporta mayores montos de inversión inicial:** en 2023, el 20.6% de los negocios habían iniciado con una inversión de más de Q25 mil; esta proporción aumentó a 25.3% de los negocios en 2024 (+4.7%).
- **La TEA de 2024 se dedica más a actividades de transformación y servicios:** en 2023, el 13.1% de los negocios se dedicaban a actividades de transformación; la proporción aumentó a 17.1% de los negocios en 2024 (+4%). Por otra parte, en 2023 el 4.1% le daba servicio a empresas; esta proporción aumentó a 7.4% en 2024 (+3.3%).
- **La TEA de 2024 es más formal:** en 2023, el 29.4% de los negocios era formal; la proporción aumentó a 33.1% de los negocios en 2024 (+3.7%).

Fuente: Elaboración propia a partir de la APS 2023 y la APS 2024.

c) Características de los emprendedores

La definición de “emprendedor” comprende a las personas que se encuentran en las etapas de emprendimiento temprano (TEA) y emprendimientos establecidos. Bajo esta definición, en Guatemala, el 37.9% de las personas entrevistadas son emprendedores. De éstos, un 14.2% tienen emprendimientos establecidos (con más de 3.5 años de generar ingresos), 9.9% son emprendedores nuevos (tienen menos de 3.5 años de generar ingresos) y 13.8% son emprendedores nacientes (aún no generan ingresos).

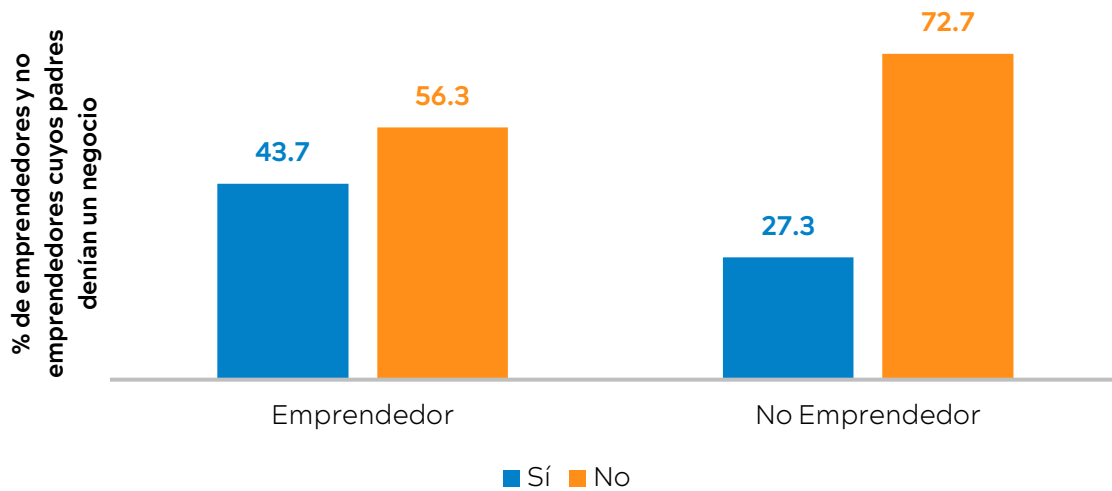
A continuación, se presentan cinco características que describen al emprendedor: modelo a seguir; sexo; edad; educación; e importancia del emprendimiento en la economía del hogar. Lo que se concluye es que en Guatemala el 43.7% de los emprendedores tenían padres quienes también tenían un negocio. El 45.3% de todos los hombres son emprendedores y el 29.8% de todas las mujeres son emprendedoras. Por lo menos una de cada tres personas en cada grupo de edad emprende, alcanzando la tasa más alta de emprendimiento el grupo de edad entre 45 y 54 años (44.3%). Seis de cada diez (56.1%) emprendedores cuentan con al menos diversificado completo y las tasas de emprendimiento más altas se encuentran entre las personas con título universitario (44.2%). Por último, la mitad de los emprendedores aporta la mayoría de los ingresos del hogar.

1. Modelo a seguir: 4 de cada 10 emprendedores tuvieron padres que también lo fueron.

Cuando se les preguntó a los entrevistados si sus padres tuvieron o tienen un negocio, uno de cada tres (33.3%) respondió afirmativamente a esta pregunta (ver Gráfica 2.4).

Al desglosar las respuestas entre emprendedores y no emprendedores, se encuentra una tendencia interesante: del total de emprendedores, el 43.7% reportó que sus padres tuvieron un negocio; mientras que, del total de personas no emprendedoras, el 27.3% reportó que sus padres tuvieron un negocio.

Gráfica 2.4: ¿Tenían sus padres un negocio?



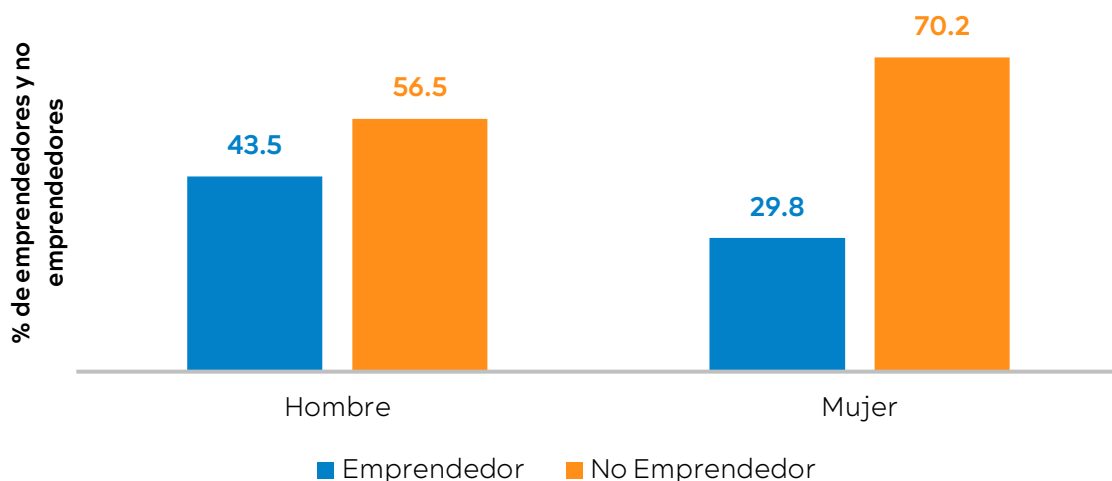
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

2. Sexo: 6 de cada 10 emprendedores son hombres.

Del total de personas entrevistadas que fueron caracterizadas como emprendedores, 57.6% son hombres y 42.4% mujeres; mientras que los no emprendedores 42.9% son hombres y 57.1% mujeres.

Al volver el 100% la categoría del sexo, el dato es más revelador: del total de hombres entrevistados el 43.5% eran emprendedores, mientras que del 100% de mujeres entrevistadas el 29.8% eran emprendedoras.

Gráfica 2.5: Comparación entre la presencia del emprendimiento en hombres y mujeres



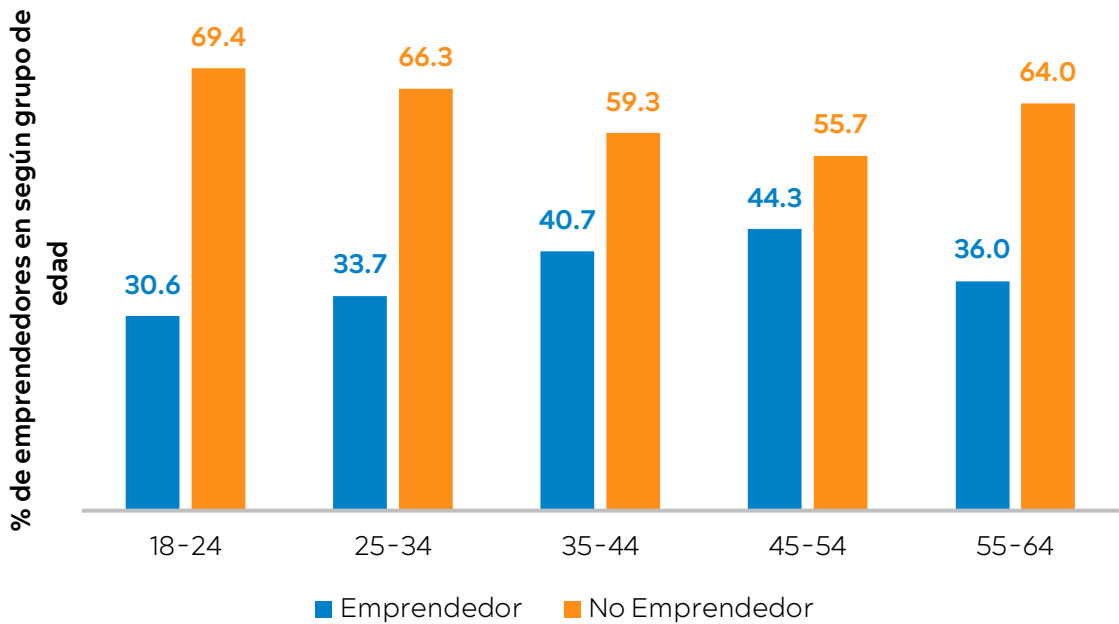
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

3. Edad: 1 de cada 2 emprendedores tiene entre 18 y 34 años.

Alrededor de la mitad de los emprendedores tiene entre 18 y 34 años (47.9%); aunque de todos los entrevistados, el 53.8% se encuentra en ese rango de edad. Es decir, los emprendedores son jóvenes porque la población lo es.

Si se analiza cada grupo de edad como el 100% de la categoría, se encuentra que, de todos los guatemaltecos entre los 18 y 24 años de edad, el 30.6% es emprendedor; mientras que, en el resto de los grupos de edad, la proporción de emprendedores es superior. La mayor proporción se encuentra entre las personas de entre 45 y 54 años, en donde el 44.3% son emprendedores.

Gráfica 2.6: Emprendedores y no emprendedores por grupo de edad



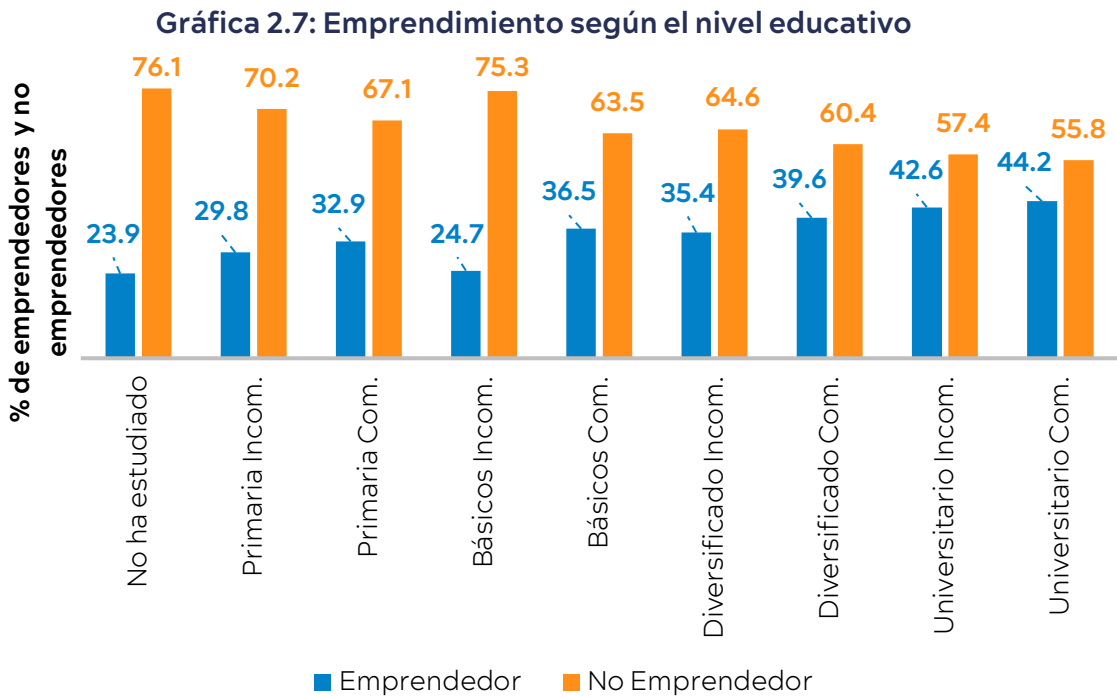
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

4. Educación formal: 6 de cada 10 emprendedores cuenta al menos con diversificado completo.

Del total de la población encuestada, la mitad (49.7%) contaba al menos con diversificado completo; mientras que, entre los emprendedores, seis de cada diez (56.1%) contaba al menos con diversificado completo.

Para analizar la relación entre emprendimiento y educación formal se convirtió cada uno de los niveles educativos en categorías que suman 100% para identificar la porción personas que emprenden según el nivel educativo. En los resultados de 2024 se encuentra que la participación de los emprendedores en cada categoría oscila entre el 23.9% y 44.2%.

En el grupo de personas que no han estudiado se encuentra la menor participación de emprendedores (23.9%); mientras que en el grupo de personas que han culminado la universidad se encuentra la mayor participación de emprendedores (44.2%).



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

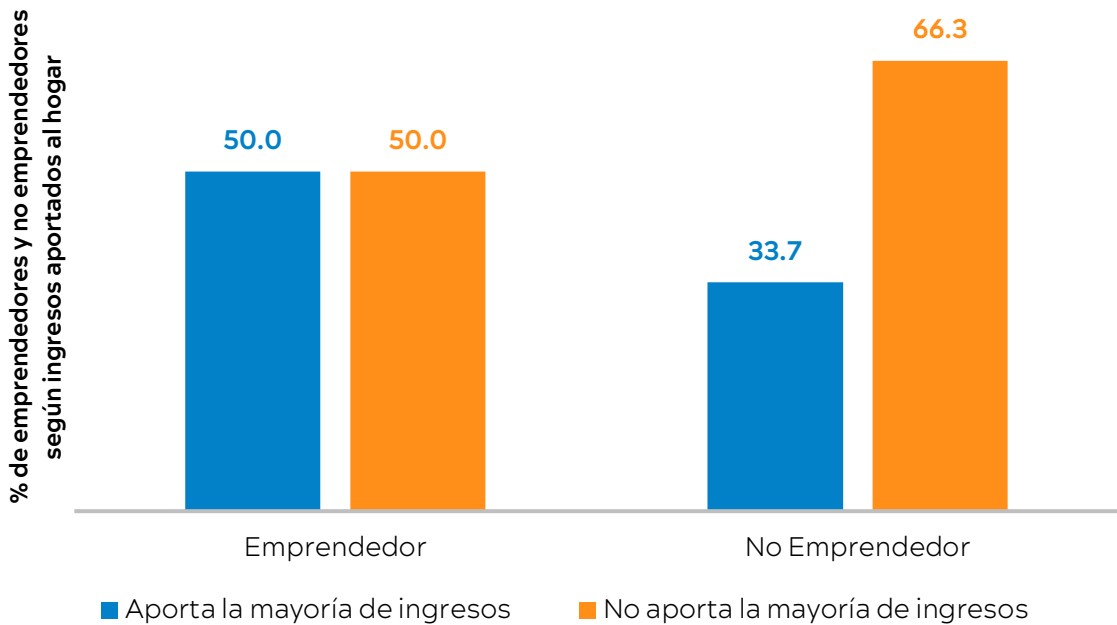
5. Importancia del emprendimiento: se emprende para generar ingresos para el hogar.

Emprender un negocio se ha convertido en la respuesta principal para generar ingresos para las personas que no encuentran un empleo formal y no se arriesgan a migrar ilegalmente a los Estados Unidos. Cuando se les pregunta a los emprendedores su principal motivación para emprender, el 93% indicó que era para sobrevivir debido a la escasez de empleo.

Emprender un negocio es más que una moda o un pasatiempo. Responde a la necesidad de generar ingresos para el hogar. De todas las personas entrevistadas, el 40% indicó que ellos aportaban la mayoría de los ingresos con los que cuenta el hogar al que pertenecen.

Separando los datos en dos grupos: emprendedores y no emprendedores, se encuentra que la mitad de los emprendedores entrevistados aporta la mayoría de ingresos del hogar; mientras que, de los no emprendedores, el 34.7% aporta la mayoría de ingresos del hogar. Los datos muestran la importancia que tienen los ingresos que generan los emprendedores para sus hogares.

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



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

d) Características de los negocios

En esta sección se describen siete características de los negocios de los emprendedores: inversión inicial; actividad económica; generación de empleo; expectativas de generación de empleo; ubicación de los clientes; formalización de los negocios; y, uso de herramientas de mercadeo digital. Lo que se concluye es que seis de cada diez negocios (59.4%) inician con una inversión inicial de Q.10 mil o menos. Esta inversión, en el 67.6% de los casos es con fondos propios del emprendedor. Dos de cada tres negocios están orientados al sector de consumo (65.6%) y la mitad (48.6%) genera al menos un empleo. Además, nueve de cada diez (92.4%) tienen la esperanza de generar al menos un empleo en los próximos cinco años. Los negocios principalmente atienden a clientes en mercados locales: uno de cada dos (46.2%) atiende a clientes en su comunidad, pueblo o aldea. El 66.9% de los emprendimientos en fases tempranas opera de manera informal, pero a medida que los negocios superan los 3.5 años de operación la tasa de informalidad se reduce al 46.4%. El 65% de los emprendedores usa las redes sociales en sus operaciones comerciales diarias y el 31% considera que la IA será muy importante en la implementación de su estrategia de negocios en los próximos tres años.

1. Inversión inicial: 6 de cada 10 emprendimientos inician con Q.10 mil o menos.

El 59.4% de los emprendimientos iniciaron con una inversión de Q.10 mil o menos. El porcentaje es el 58.1% en el caso de los emprendimientos tempranos y del 61.9% de los emprendimientos establecidos (que han operado por más de 3.5 años).

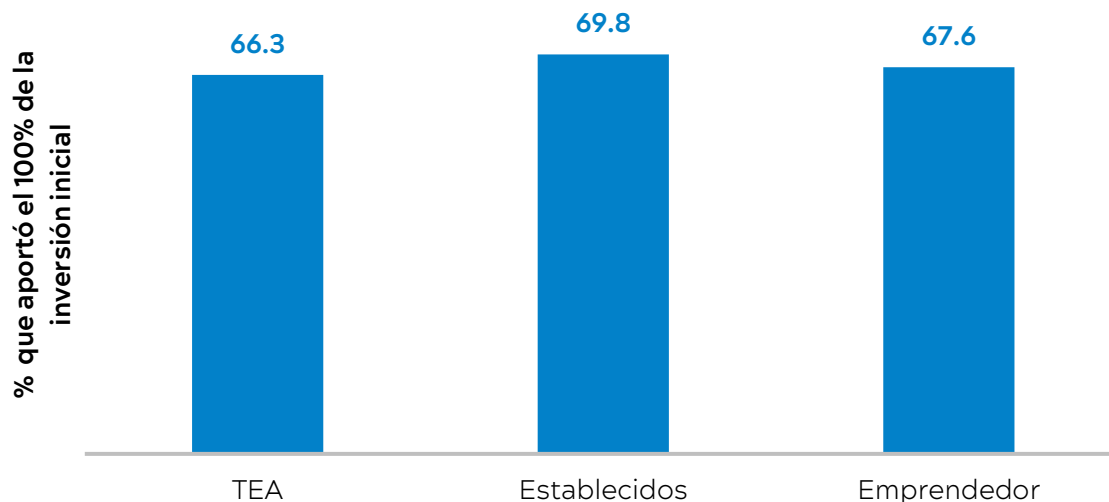
Tabla 2: Inversión al iniciar el negocio

Rangos de inversión inicial	TEA	Establecidos	Emprendedor
Menos de Q1,000	14.7	16.9	15.4
Entre Q1,001 y Q5,000	25.7	30.5	27.3
Entre Q5,001 y Q10,000	17.7	14.5	16.6
Entre Q10,001 y Q25,000	16.6	14.1	15.7
Entre Q25,000 y Q50,000	11.5	15.2	12.8
Entre Q50,000 y Q100,000	9.0	4.9	7.6
Más de Q100,000	4.8	4.0	4.5

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Los datos anteriores hay que complementarlos con la información presentada en las siguientes dos gráficas. La Gráfica 2.9 muestra que el 66.3% de los emprendimientos tempranos y 69.8% de los emprendimientos establecidos fueron financiados exclusivamente con fondos propios del emprendedor; lo cual sería una de las razones de por qué los montos iniciales de inversión suelen ser bajos.

Gráfica 2.9: Emprendimientos que se financiaron con fondos propios

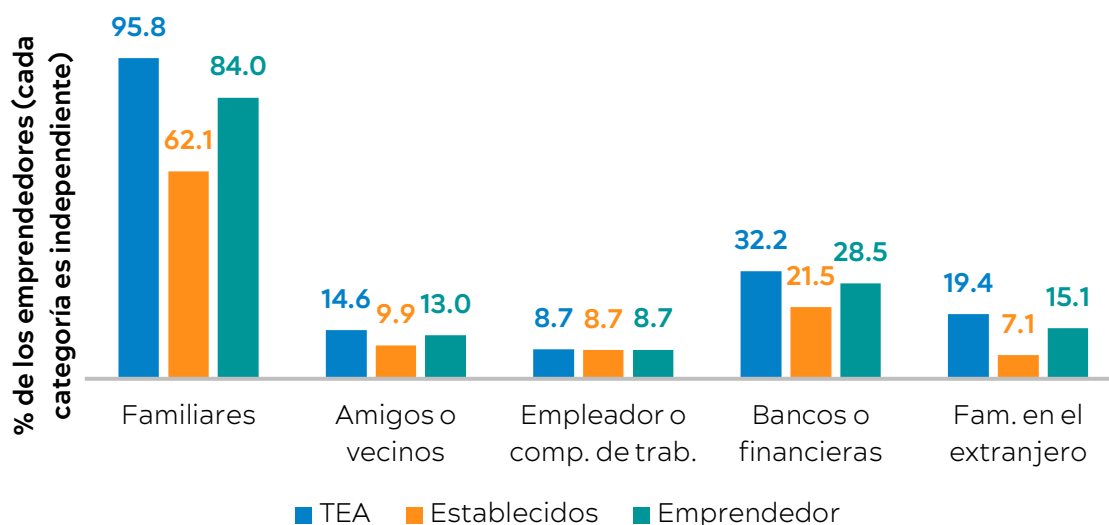


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Por otra parte, la Gráfica 2.10 muestra que, del total de emprendedores que no aportó la totalidad con fondos propios, el 95.8% de los emprendedores en etapas tempranas y el 62.1% de los emprendedores establecidos, obtuvo los recursos por medio de sus familiares.

La segunda fuente de financiamiento más mencionada por los emprendedores fueron los préstamos con bancos o financieras: el 32.2% de los emprendimientos en etapas tempranas y el 21.5% de los emprendimientos establecidos y se financiaron por medio de esa vía.

Gráfica 2.10: Origen del financiamiento que no fue con fondos propios



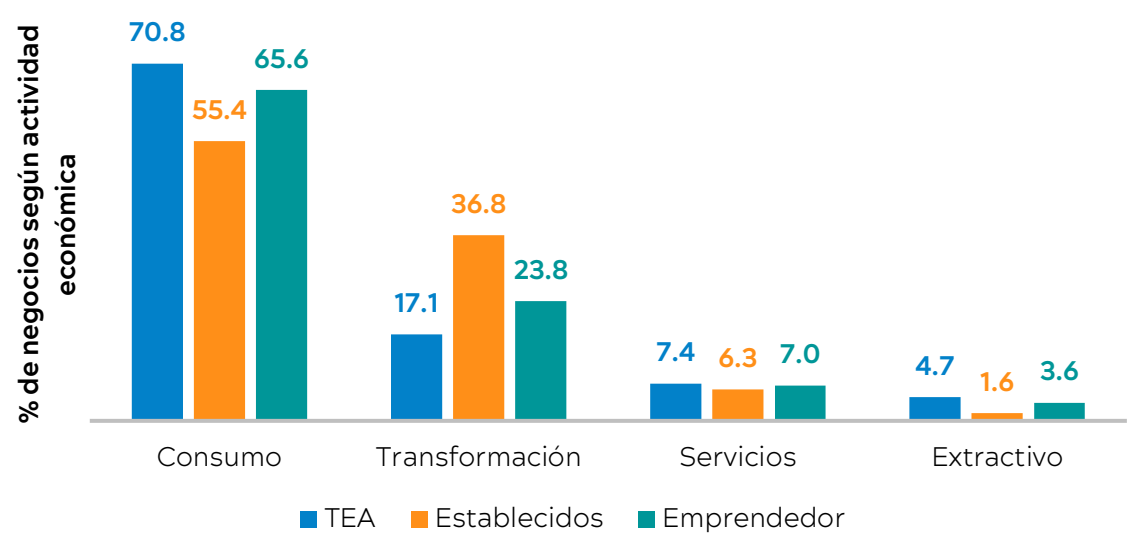
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

2. Actividad económica: 2 de cada 3 emprendimientos está orientado al consumo.

El 65.6% de los emprendimientos están orientados a actividades consumo. En los emprendimientos tempranos esta proporción es mayor (70.8%) que en los emprendimientos establecidos (55.4%). Los negocios orientados al consumo incluyen ventas al detalle como: ventas de comida; tiendas de barrio; ventas de ropa; farmacias; barberías o salones de belleza; y, tortillerías, entre otros (ver Tabla 3).

En los emprendimientos establecidos hay una mayor proporción en actividades de transformación (36.8%) en comparación con los emprendimientos tempranos (17.1%). En los emprendimientos tempranos hay una mayor proporción en actividades de servicios (7.4%) en comparación con los establecidos (6.3%).

Gráfica 2.11: Emprendimientos según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Tabla 3: Tipo de negocios en cada actividad económica

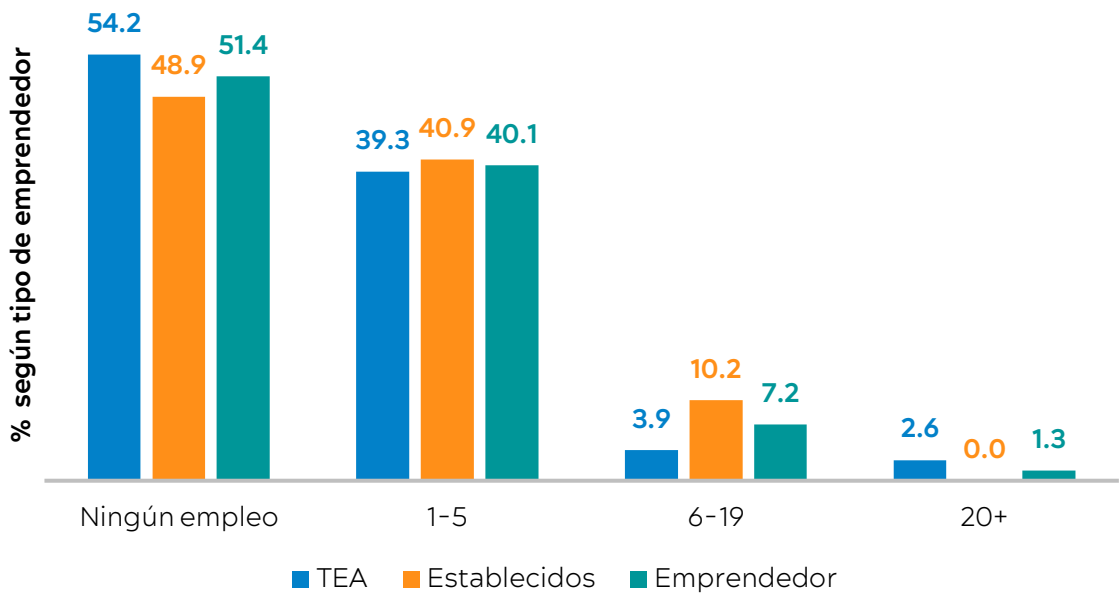
Clasificación	Negocios considerados
Orientado al Consumo	Venta de comida, tienda/abarrotería, venta de ropa, farmacia, barbería/salón de belleza, tortillería, zapatería, venta de repuestos, venta por catálogo.
Transformación	Panadería, taller, sastrería, constructora, imprenta/serigrafía, carpintería, artesanías, fábrica.
Servicios para Empresas	Publicidad, servicios contables, bienes raíces, producción de audio, servicios financieros, servicios técnicos, asesoría jurídica.
Extractivo	Granja de animales, manejo forestal, crianza de peces, cultivos.

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

3. Generación de empleo: 1 de cada 2 emprendimientos genera al menos un empleo.

Uno de cada dos emprendimientos (48.6%) genera al menos un empleo: 40.1% de los emprendimientos genera entre uno y cinco empleos; 7.2% entre 6 y 19 empleos; y, 1.3% más de 20 empleos. Existe una diferencia notable entre los emprendimientos tempranos y los establecidos: el 10.2% de los emprendimientos establecidos genera entre 6 y 19 empleos, mientras que, en los emprendimientos tempranos, la proporción es del 3.9%. En la muestra tomada en el año 2024 no se reportaron emprendimientos establecidos que hubieran generado 20 o más empleos.

Gráfica 2.12: Empleos generados por los emprendedores



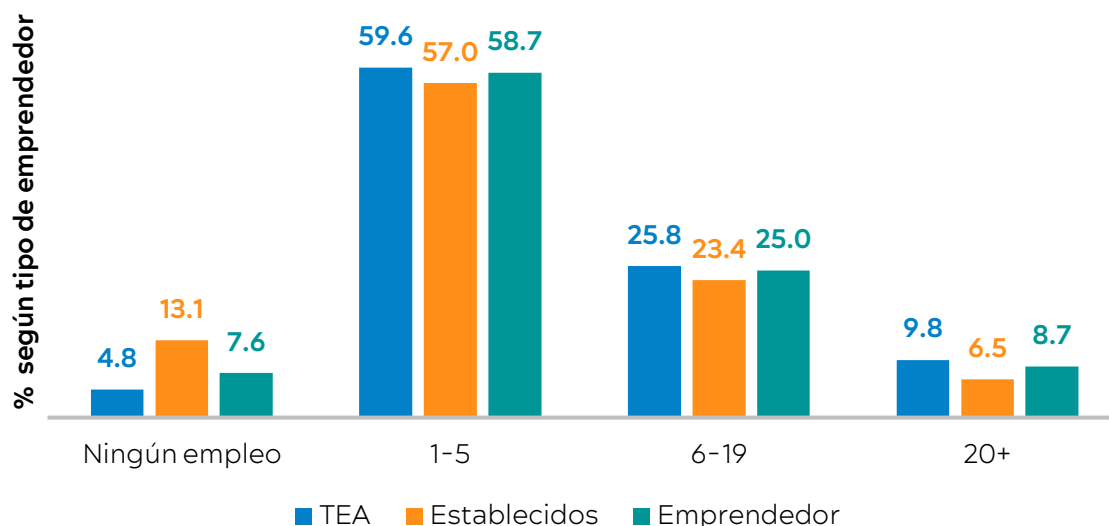
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

4. Expectativas de generación de empleo: 9 de cada 10 emprendedores espera generar al menos un empleo en los próximos 5 años.

El 92.4% de los emprendedores tiene la expectativa de generar por lo menos un empleo adicional en los próximos cinco años; de los cuales, el 58.7% espera generar entre 1 y 5 empleos (ver Gráfica 2.13).

Es interesante observar que la expectativa de generación de empleo es mayor en los emprendimientos tempranos que en los emprendimientos establecidos: mientras que el 95.2% de los emprendimientos tempranos espera generar al menos un empleo en los próximos cinco años; solo el 86.9% de los emprendimientos establecidos lo espera.

Gráfica 2.13: Expectativas de generación de empleo dentro de cinco años



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Es probable que los emprendedores establecidos tengan mayor conocimiento del esfuerzo que implica generar puestos adicionales de trabajo dentro de sus negocios, por eso se muestran más conservadores. Por el otro lado, quizá los emprendedores en etapas tempranas se muestran muy entusiasmados al respecto en los primeros meses o años de funcionamiento del negocio.

5. Ubicación de los clientes: 3 de cada 4 emprendedores atiende en su mayoría a clientes de su comunidad o municipio.

El 75.6% de los emprendedores atiende en su mayoría a clientes de mercados locales cercanos: su comunidad o el municipio. En la muestra tomada en el año 2024 no se reportaron emprendimientos en donde la mayoría de clientes fueran extranjeros.

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

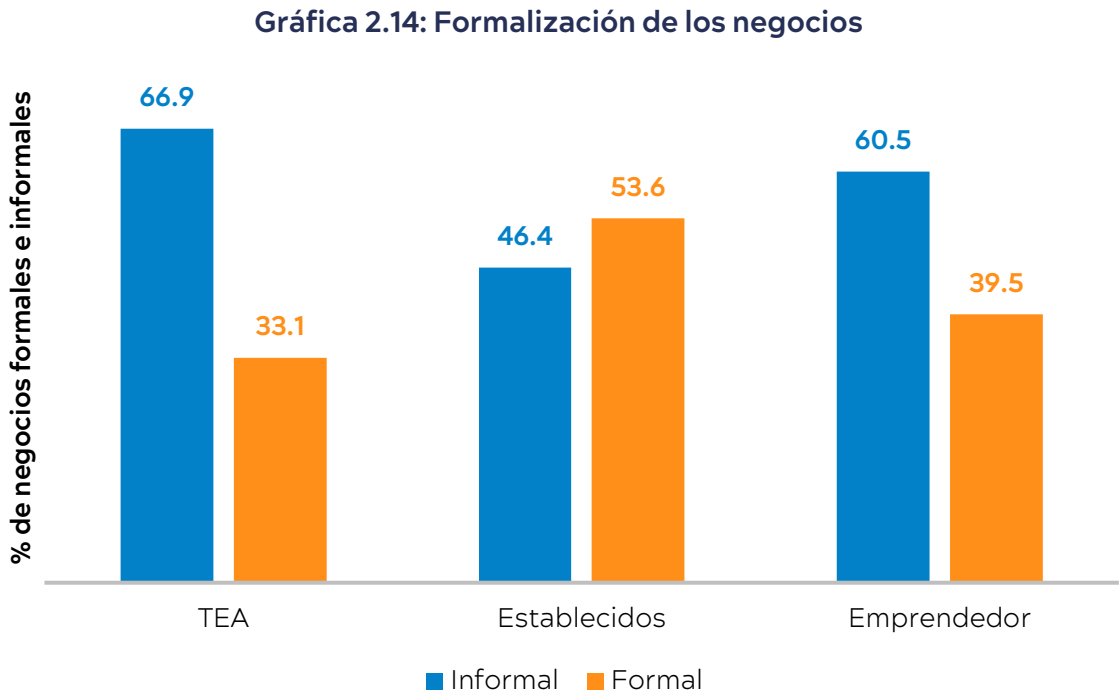
¿En dónde están la mayoría de clientes?	TEA	Establecidos	Emprendedor
En mi comunidad, pueblo, aldea	47.0	44.6	46.2
En mi municipio	30.6	27.1	29.4
En otro municipio de mi departamento	5.2	5.8	5.4
En mi departamento	5.4	7.9	6.2
En otro departamento	3.3	8.8	5.2
En toda Guatemala	8.5	5.7	7.6
En otros países	0.0	0.0	0.0

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

6. Registro del negocio: 6 de cada 10 emprendedores opera informalmente.

La mayoría de los negocios en Guatemala opera sin registrarse (ver Gráfica 2.14). Este es un fenómeno multicausal, que representa una restricción para que los negocios puedan crecer y tener más alcance. Operar en la informalidad les impide a los emprendedores convertirse en proveedores de otras empresas que sí son formales; tener un historial crediticio con el cuál ser sujetos de crédito; y, atender mercados fuera del territorio nacional; entre otros.

La informalidad es mayor en los emprendimientos en fases tempranas (66.9%). A medida que los negocios superan los 3.5 años de operación la tasa de informalidad se reduce (46.4%).



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

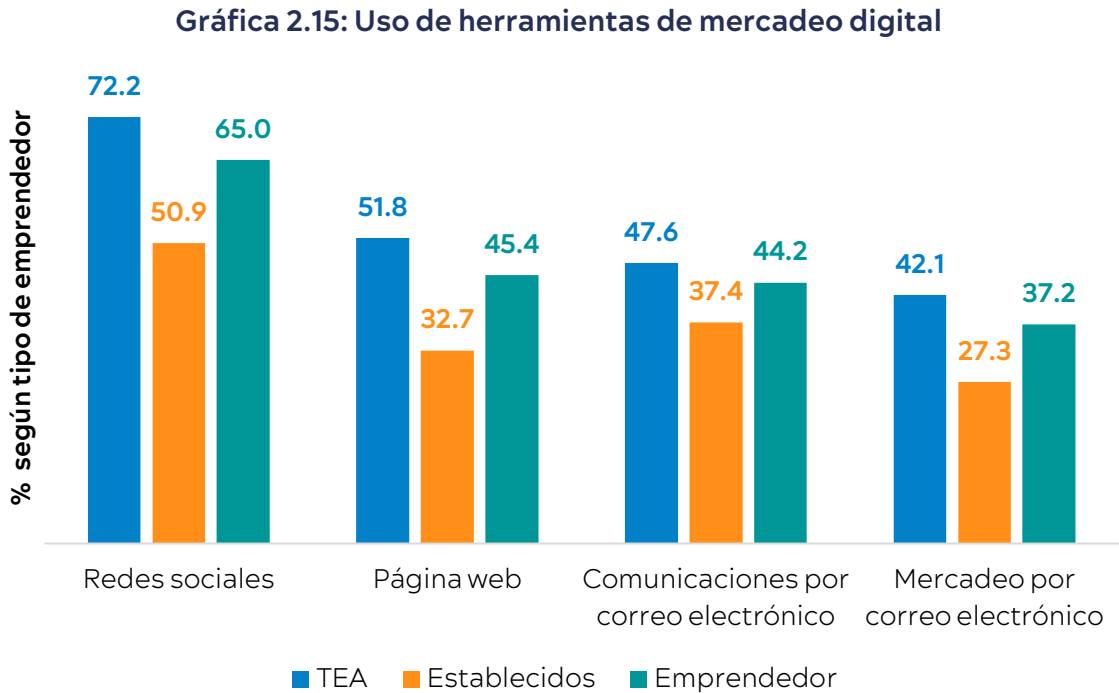
Las principales razones por las cuales los emprendedores dicen que no se formalizan son: no ven el beneficio de hacerlo (47.2%); no saben cómo hacer los trámites (20.5%); y, consideran que es caro operar formalmente (12.5%).

Los anteriores datos muestran que para que los emprendedores se formalicen es necesario simplificar los procesos; reducir los costos de registrar los negocios; y, materializar los beneficios de haberse formalizado.

7. Uso de recursos tecnológicos: 2 de cada 3 emprendedores usa las redes sociales para sus operaciones comerciales.

El 65% de los emprendedores indicó que las redes sociales son un recurso muy importante en sus operaciones comerciales diarias. Otros recursos de mercadeo digital considerados muy importantes por los emprendedores son: contar con una página web (45.4%); las comunicaciones por correo electrónico (44.2%); y, el mercadeo por correo electrónico (37.2%).

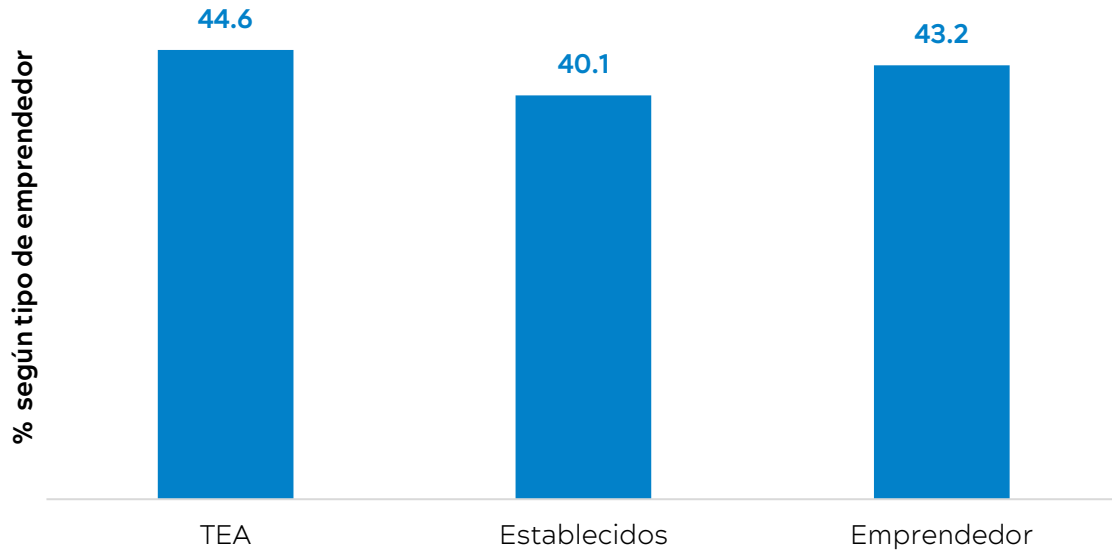
El uso de las diferentes herramientas de mercadeo digital se observa más en los emprendimientos en etapas tempranas que en los emprendimientos establecidos. La brecha de uso entre ambos tipos de emprendedores es del 21.3% en redes sociales; 19% en la página web; 14.8% en el mercadeo por correo electrónico y 10.1% en las comunicaciones por correo electrónico.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Por otra parte, el 43.2% de los emprendedores considera que la Inteligencia Artificial será muy importante en la implementación de su estrategia de negocios en los próximos tres años. La expectativa de uso de la Inteligencia Artificial es mayor en los emprendimientos en etapas tempranas que en los emprendimientos establecidos (ver Gráfica 2.16).

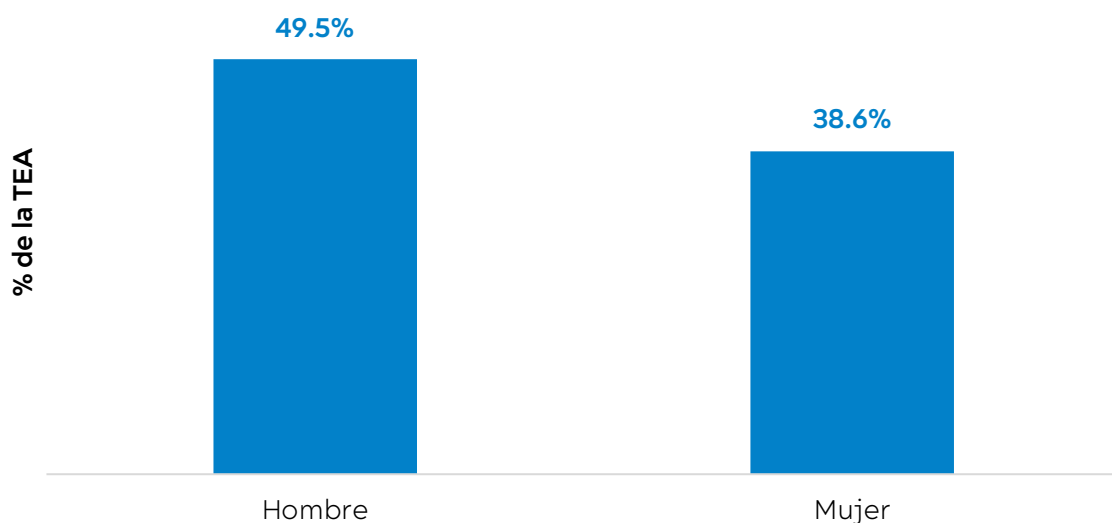
Gráfica 2.16: Expectativas de uso de IA en los próximos tres años



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

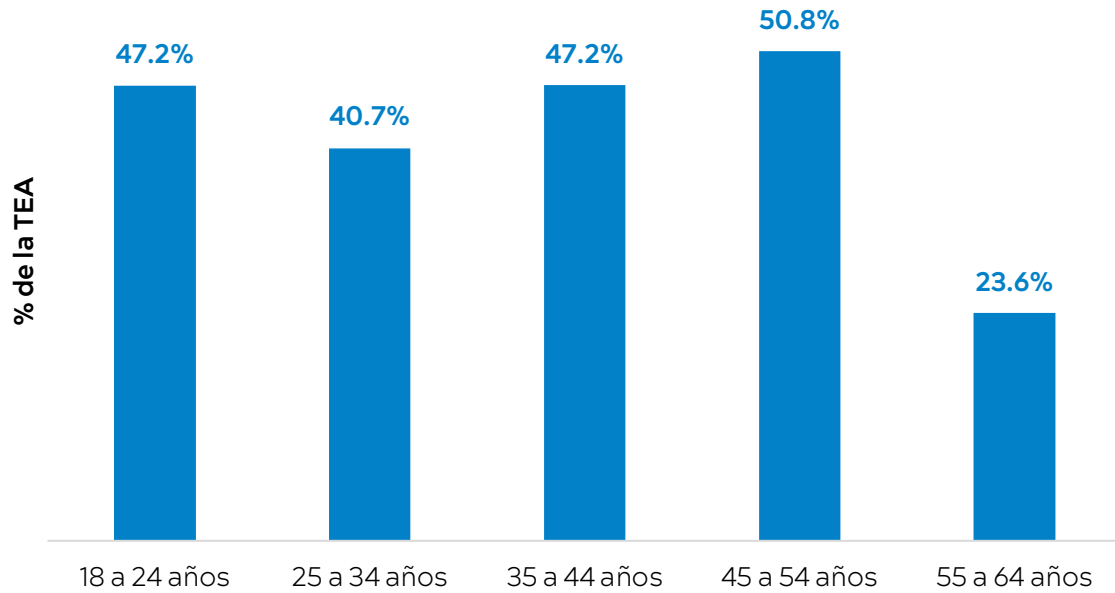
En cuanto a la expectativa del uso de Inteligencia Artificial por parte de los emprendedores en etapas tempranas; la proporción es mayor para los hombres (49.5%); es menor para las personas en las edades entre 55 a 64 años (23.6%); es menor en las personas que no han estudiado (29.1%) que en los que cuentan con estudios universitarios (63.1%); y, es mayor en los emprendedores con negocios en la actividad económica de servicios (60.9%). Ver Gráficas de la 2.17 a la 2.20.

Gráfica 2.17: Expectativas de uso de IA en la TEA según sexo



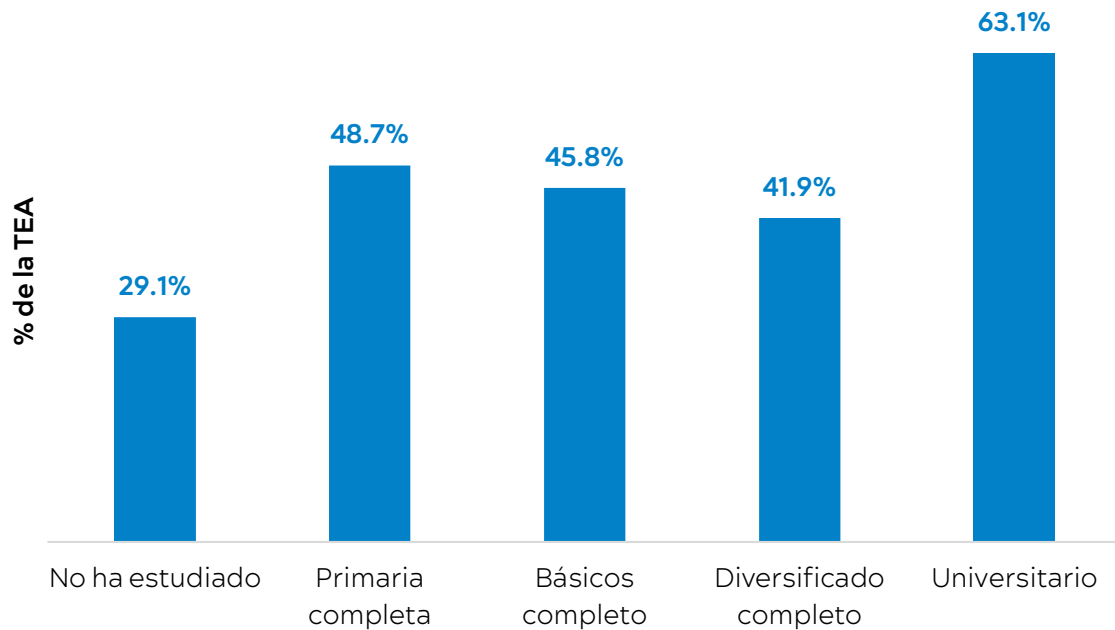
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Gráfica 2.18: Expectativas de uso de IA en la TEA según edad



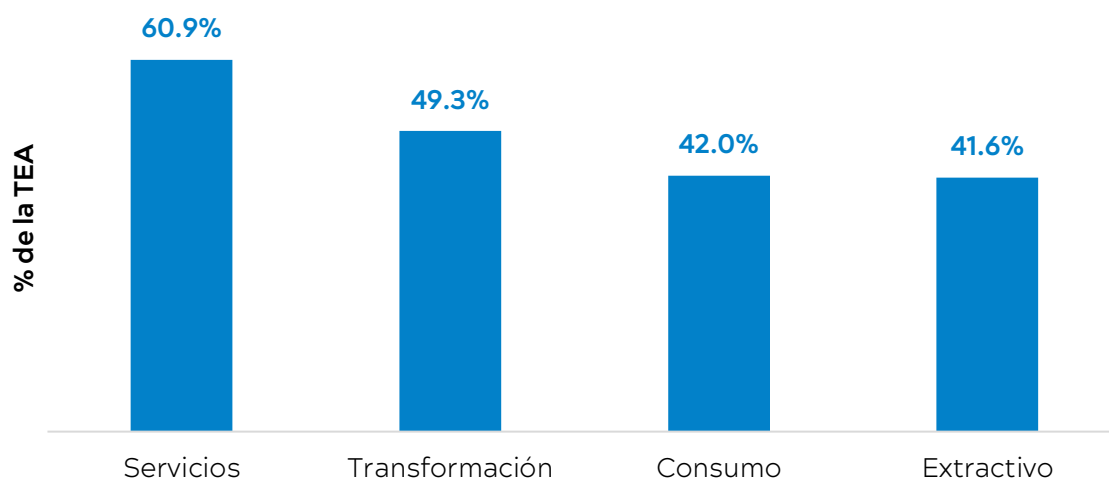
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Gráfica 2.19: Expectativas de uso de IA en la TEA según nivel educativo



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

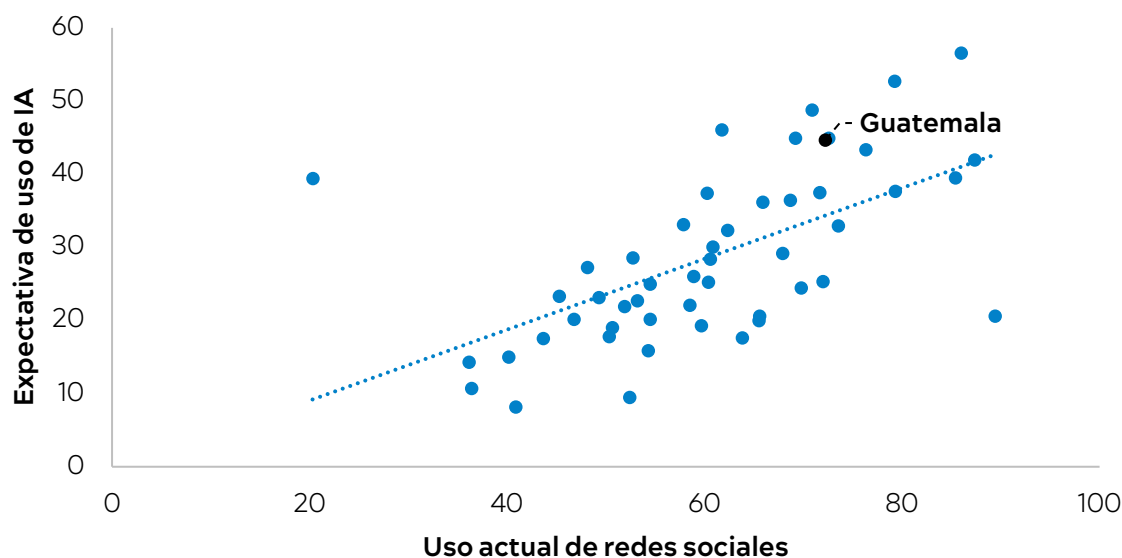
Gráfica 2.20: Expectativas de uso de IA en la TEA según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

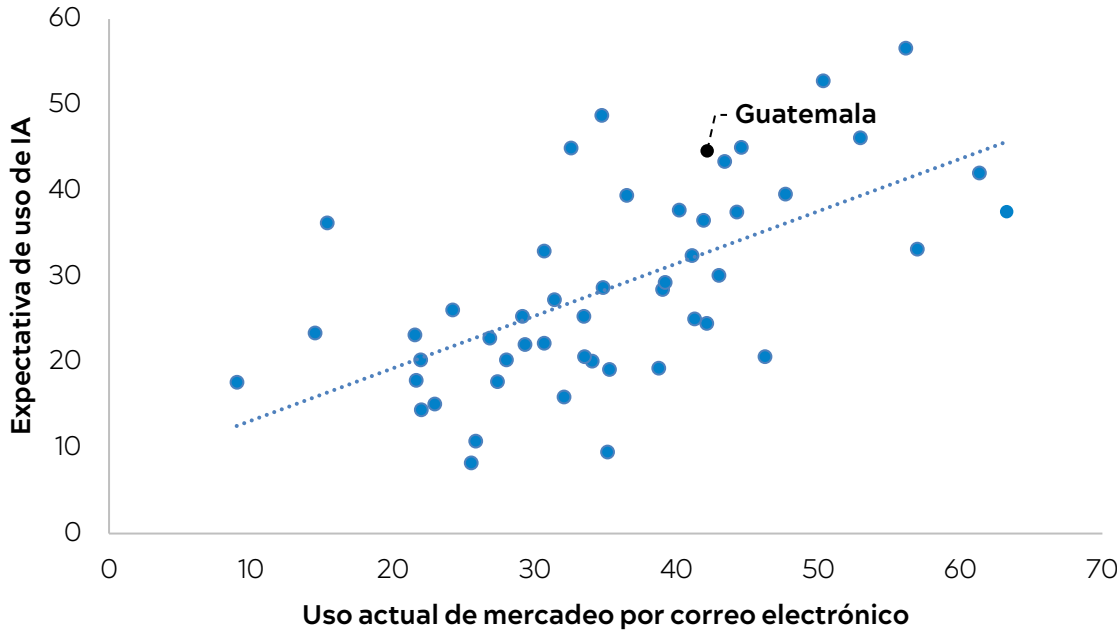
Cuando se hace el cruce de información para los 51 países participantes en el GEM entre el uso de herramientas de mercadeo digital y la expectativa del uso de Inteligencia Artificial en los próximos tres años para la TEA, se encuentran importantes correlaciones en el caso del uso de redes sociales (62%); mercadeo por correo electrónico (60%); y, contar con una página web (56%). Ver Gráficas de la 2.21 a la 2.23. Por otra parte, el simple uso del correo electrónico como medio de comunicación con empleados y clientes no tuvo una relación significativa con la expectativa de uso de IA.

Gráfica 2.21: Expectativas de uso de IA en la TEA si ya usa redes sociales



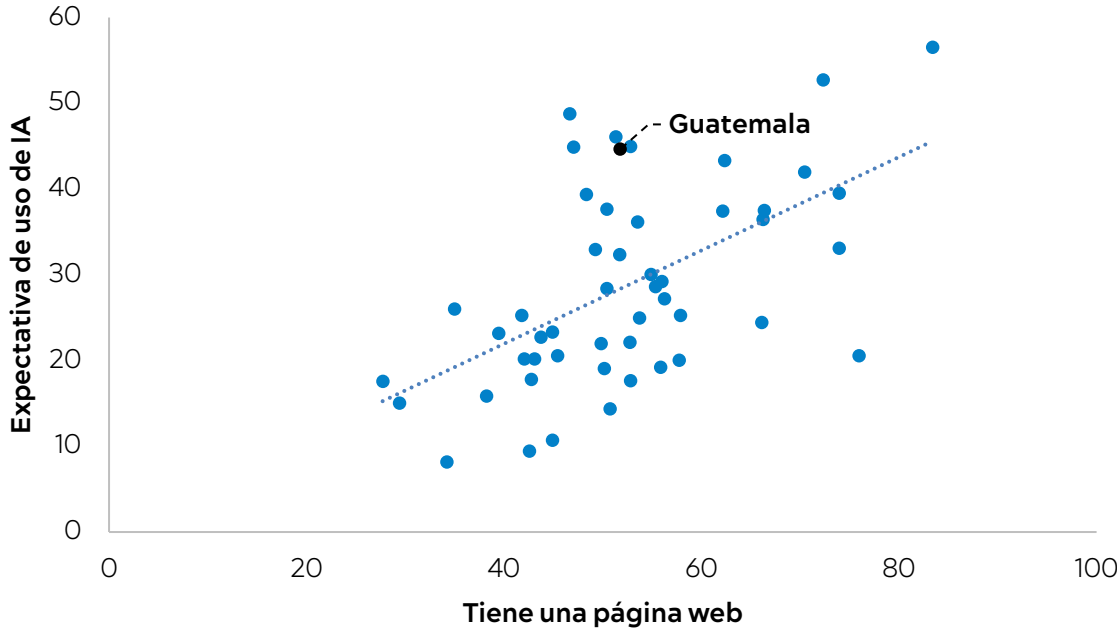
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Gráfica 2.22: Expectativas de uso de IA en la TEA si ya usa un servicio de mercadeo por correo electrónico



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Gráfica 2.23: Expectativas de uso de IA en la TEA si ya tiene una página web

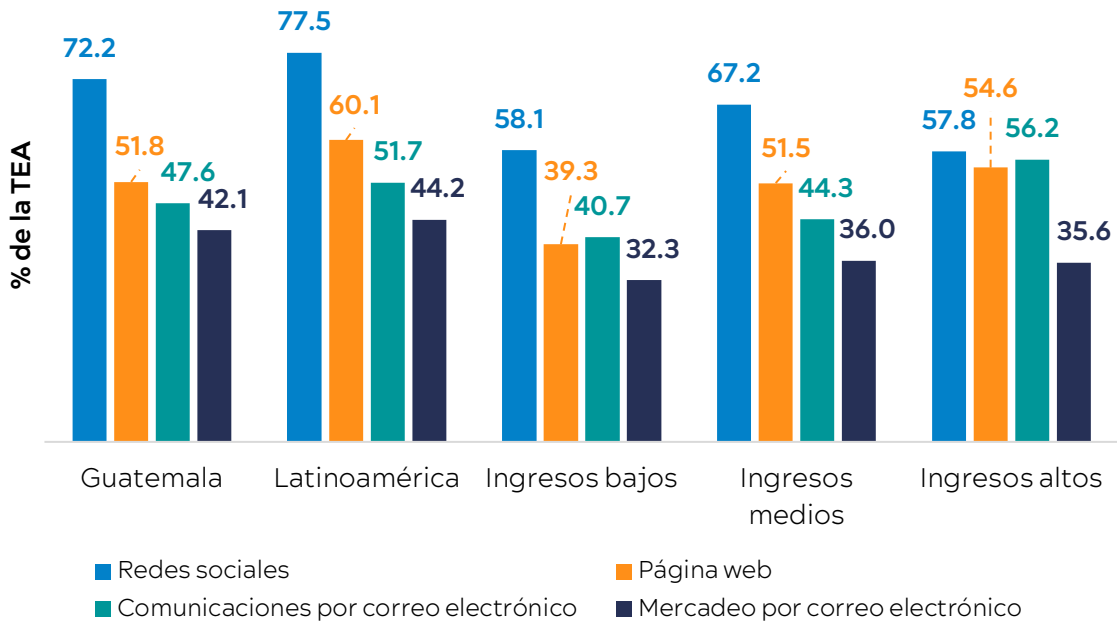


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

De las tres gráficas anteriores, resalta que Guatemala se ubica por arriba de la línea de tendencia promedio; lo cual significa que, dado el uso actual de las diferentes herramientas de mercadeo digital, en el país existe una mayor expectativa de uso de Inteligencia Artificial.

El uso de diferentes herramientas de mercadeo digital por parte de los emprendedores en etapas tempranas en Guatemala es mayor que el promedio de uso en los países de ingresos similares (ingresos medios).

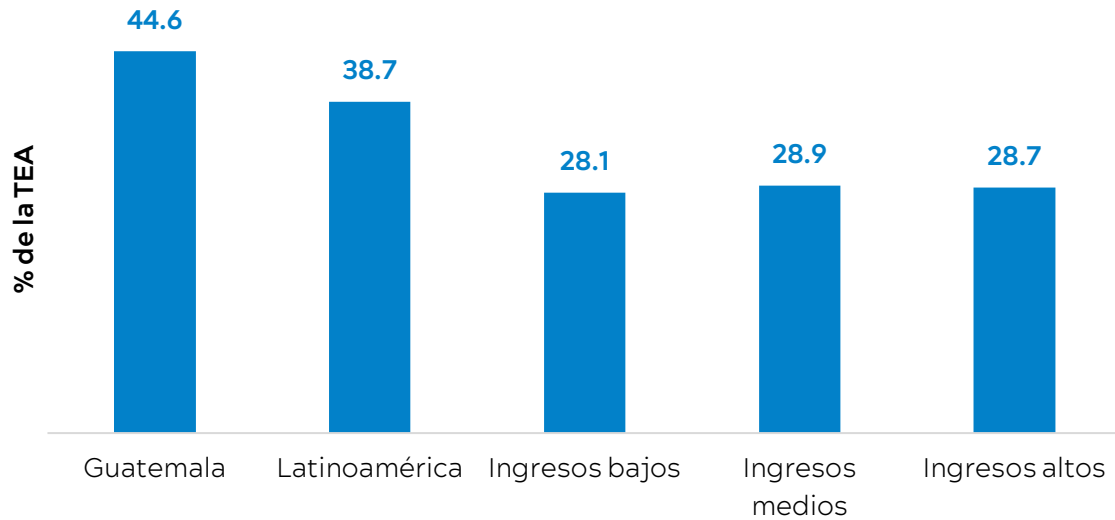
Gráfica 2.24: Uso de herramientas de mercadeo digital, TEA



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Asimismo, la expectativa de uso de Inteligencia Artificial en los próximos tres años por parte de los emprendedores en etapas tempranas es mayor en Guatemala (44.6%), que en los países de ingresos bajos (28.1%), medios (28.9%), altos (28.7%); y que el promedio de los países de Latinoamérica y El Caribe (38.7%). Ver Gráfica 2.25.

Gráfica 2.25: Emprendedores en etapas tempranas que creen que la IA será importante en sus negocios

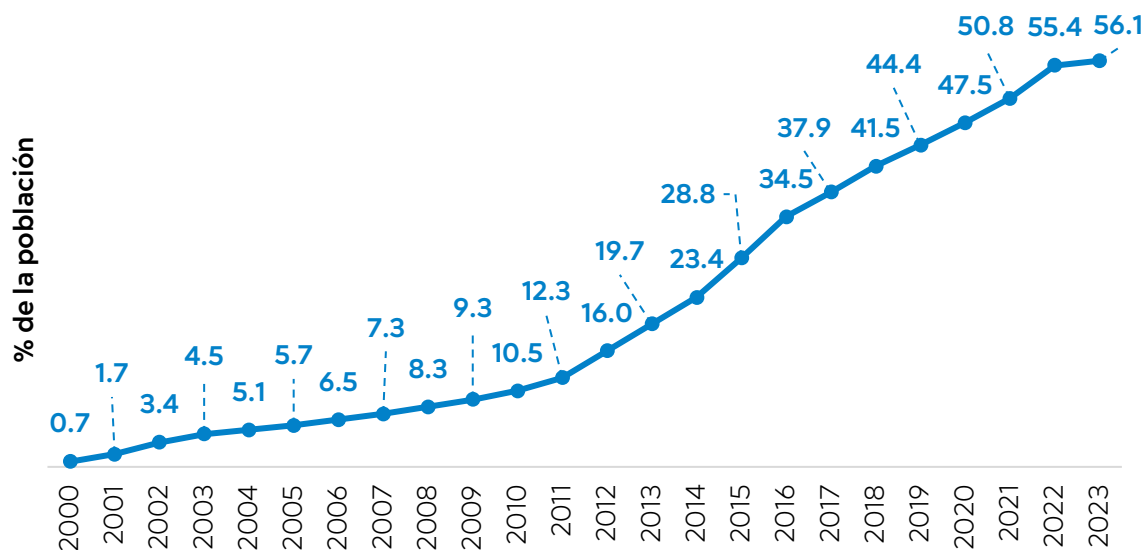


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Lo que esto indica es que en Guatemala existe un entorno tecnológico mucho más favorable que en el resto de los países de ingresos similares, lo cual facilita el uso de herramientas digitales y la expectativa de uso de Inteligencia Artificial.

Los datos muestran que, en el país, la proporción de usuarios de internet aumentó de menos del 1% en el año 2000 a 56.1% en 2023, registrando un incremento más marcado posterior al año 2010.

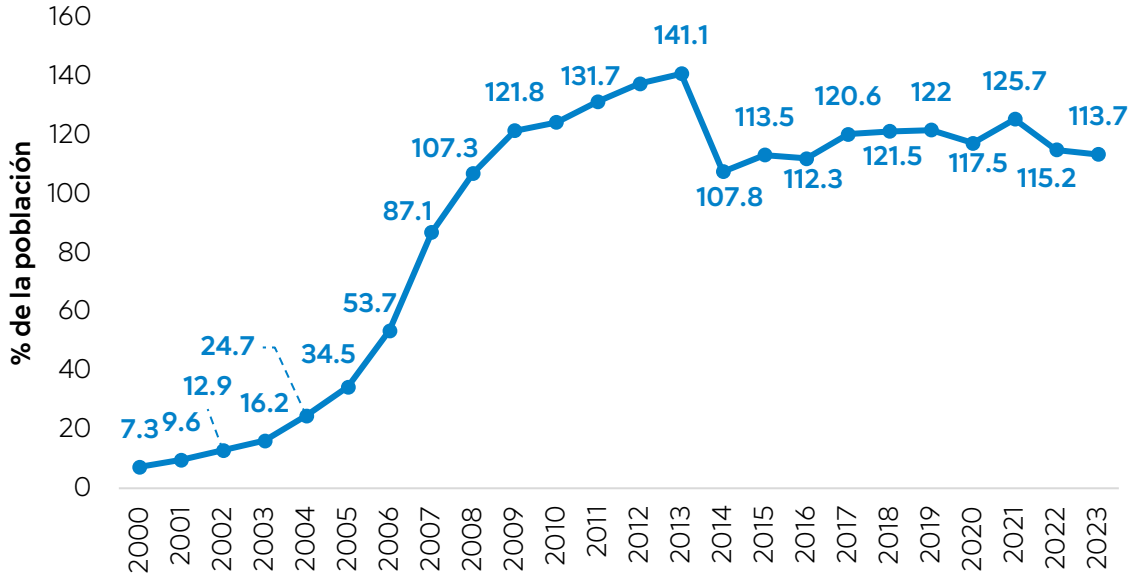
Gráfica 2.26: Usuarios de internet en Guatemala



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones -UIT-.

Por otra parte, entre el año 2000 (7.3%) y el año 2008 (107.3%), el número de suscripciones a telefonía móvil celular aumentó exponencialmente, de tal cuenta que, desde ese último año, en el país hay un mayor número de suscripciones a telefonía móvil celular, que población.

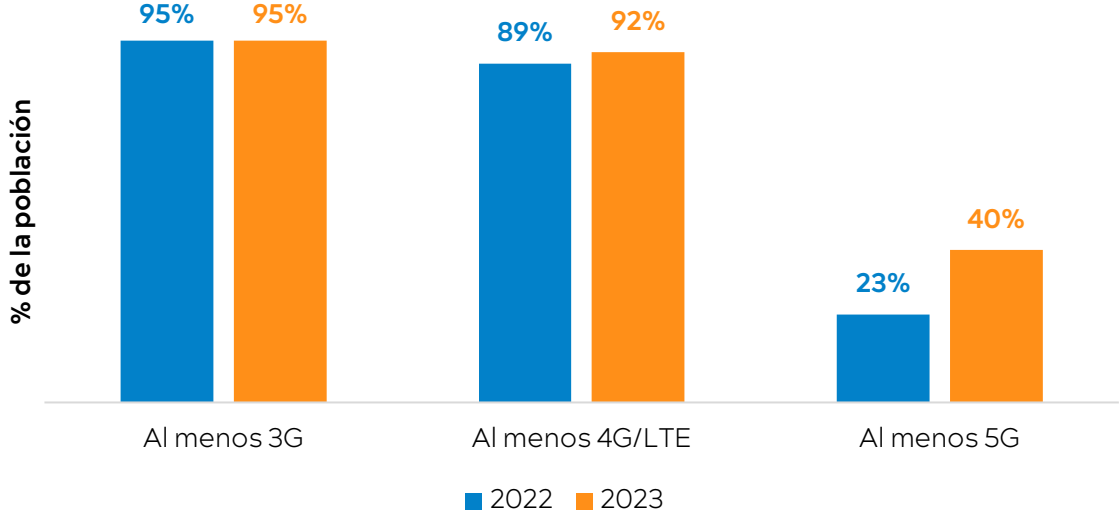
Gráfica 2.27: Suscripciones a telefonía móvil celular en Guatemala



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones -UIT-.

Por último, es importante resaltar que en el año 2023 el 95% de la población vivía en áreas con cobertura de una señal móvil-celular 3G; 92% en áreas con cobertura 4G/LTE; y, 40% en áreas con cobertura 5G.

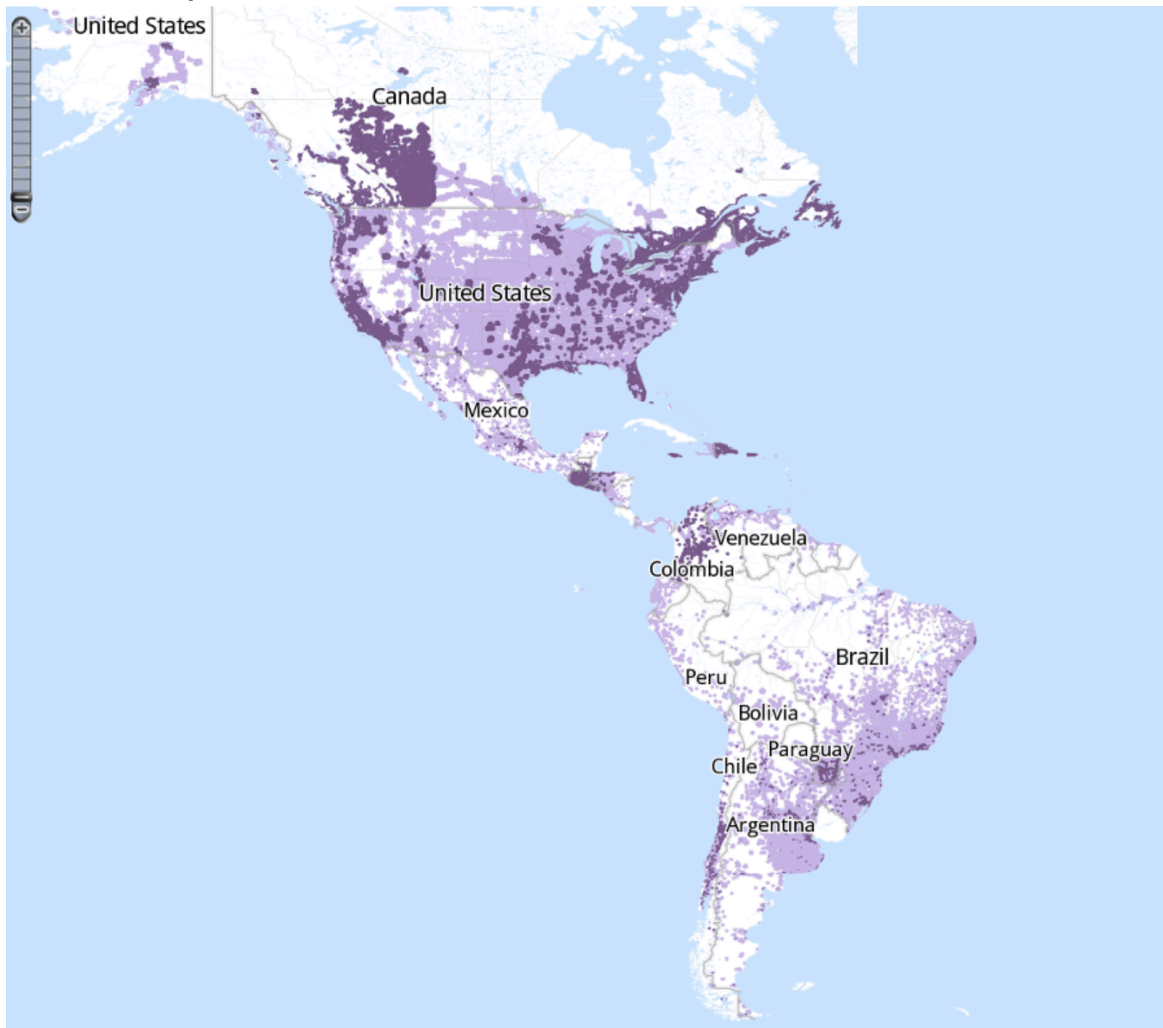
Gráfica 2.28: Población cubierta por tecnología de red móvil en Guatemala



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones -UIT-.

Estos datos confirman lo que se conocía desde el año 2011, cuando ya se reportaba que Guatemala tenía una mejor cobertura de la red 3G que muchos países del continente americano.

Mapa 1: Cobertura 3G en el continente americano en el año 2011



Fuente: Amazon, Kindle Store, 2011.

En el siguiente capítulo se analiza el entorno en el que la actividad emprendedora se lleva a cabo en Guatemala y se intenta encontrar respuestas al por qué los emprendimientos presentan las características previamente mencionadas.

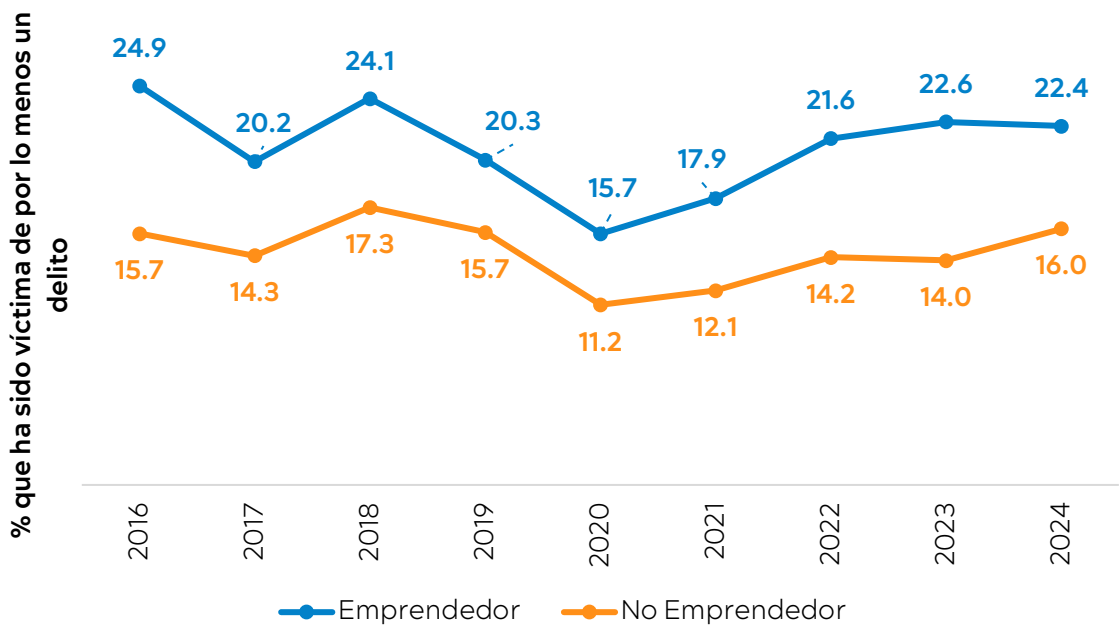
CAPÍTULO 3. EL ENTORNO PARA EMPRENDER EN GUATEMALA

a) Victimización y costo del delito

Antes de presentar la información recopilada en la Encuesta Nacional de Expertos respecto a la percepción que diversos expertos tienen sobre el entorno del emprendimiento en Guatemala, es importante resaltar que la delincuencia en el país impone un costo adicional a los emprendimientos, lo cual en algunos casos puede hacer la diferencia entre que una empresa supere los primeros años de operaciones con éxito o fracase en el intento.

A nivel de país, según la información recopilada con la encuesta del GEM (APS), para el año 2024, un 18.3% de la población fue víctima de al menos un delito en los últimos 12 meses. Sin embargo, existe una diferencia significativa entre emprendedores y no emprendedores: entre la población que no poseía un emprendimiento, la victimización fue del 16.0% y entre los emprendedores, la victimización fue del 22.4%. Esto significa que un emprendedor tiene un 40% más de probabilidad de ser víctima de un delito, que un no emprendedor.

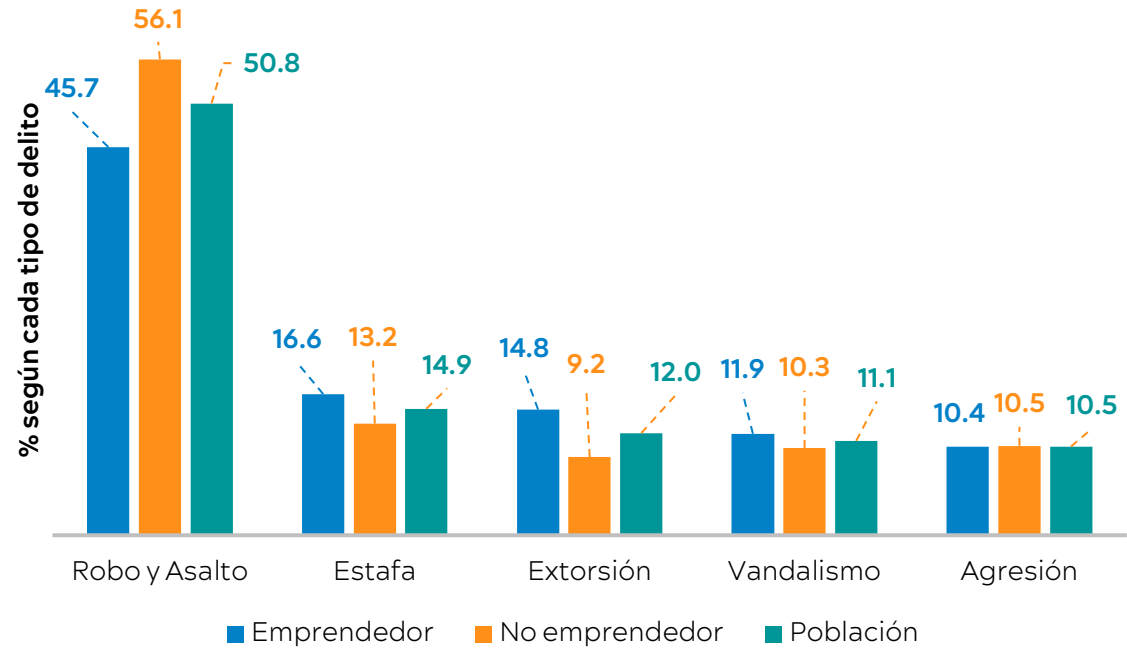
Gráfica 3.1: Tasas de victimización de emprendedores y no emprendedores



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Del total de los delitos por los que los emprendedores fueron víctimas, casi la mitad corresponde a robos o asaltos; mientras que las estafas (16.6%) y las extorsiones (14.8%) son los siguientes delitos más reportados. Además, es importante resaltar que estos últimos dos delitos afectan en mayor proporción a emprendedores que a no emprendedores.

Gráfica 3.2: Delitos más frecuentes



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Como se mostró en la Gráfica 3.1; los emprendedores no solo se ven más afectados en cuanto a la frecuencia con la que son víctimas, sino también enfrentan mayores costos debido a la delincuencia: en promedio, a un emprendedor le cuesta Q16,635 ser víctima; mientras que, a un no emprendedor, le cuesta en promedio Q3,129. La Tabla 5 muestra que la mitad de los emprendedores tienen costos de al menos Q3,500 al ser víctimas de la delincuencia; mientras que la mitad de los no emprendedores tienen costos de al menos Q1,200.

Tabla 5: Costo de los delitos

Categoría	Costo promedio de los delitos	Mediana del costo de los delitos
Emprendedor	Q16,635	Q3,500
No emprendedor	Q3,129	Q1,200

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

b) Encuesta Nacional a Expertos

La Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés, *National Expert Survey*) es el instrumento utilizado para conocer la percepción que los expertos en materia de emprendimiento tienen 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 6 subgrupos de 4 integrantes cada uno, los cuales son catalogados como expertos en aspectos que influyen sobre el entorno para hacer negocios o son emprendedores. En la encuesta los expertos califican 9 áreas respondiendo a un total de 63 ítems. En la selección de los 36 encuestados, se toman en cuenta que por lo menos un encuestado en cada subgrupo sea emprendedor, y que los encuestados tengan experiencia en el sector público y privado.

A través de la NES se sondea el contexto institucional en el que se desarrolla la actividad emprendedora y cuáles aspectos influyen en las condiciones para emprender. La encuesta recoge información cualitativa que se transforma en información cuantitativa para su análisis. En el análisis cuantitativo de esta sección se debe tener presente el origen cualitativo de la información.

Cada una de las 9 categorías analizadas incluye la consideración de distintos ítems que el experto debe calificar en una escala de 0 al 10 (ver Recuadro 3). Calificaciones cercanas a 0 indican que el aspecto evaluado se percibe como poco favorable para los negocios de reciente creación y valores cercanos a 10 reflejan que el aspecto evaluado se percibe como muy favorable. Las gráficas que se presentan en este capítulo representan el promedio de las calificaciones asignadas por los 36 expertos, en cada uno de los ítems que fueron sometidos a su consideración, para cada una de las 9 áreas evaluadas.

Recuadro 3: 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 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 y hacer más eficientes 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 (Telecomunicaciones).** Los recursos físicos existentes, tales como servicios públicos, transporte, telecomunicaciones, entre otros, reducen costos de transacción y facilitan el establecimiento de nuevos negocios.
9. **Normas sociales y culturales.** El contexto cultural tiene gran influencia sobre los incentivos que fomentan o desincentivan la actividad emprendedora.

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

1. Apoyo financiero: la mayor oportunidad de financiamiento está en familiares, amigos y otras personas conocidas.

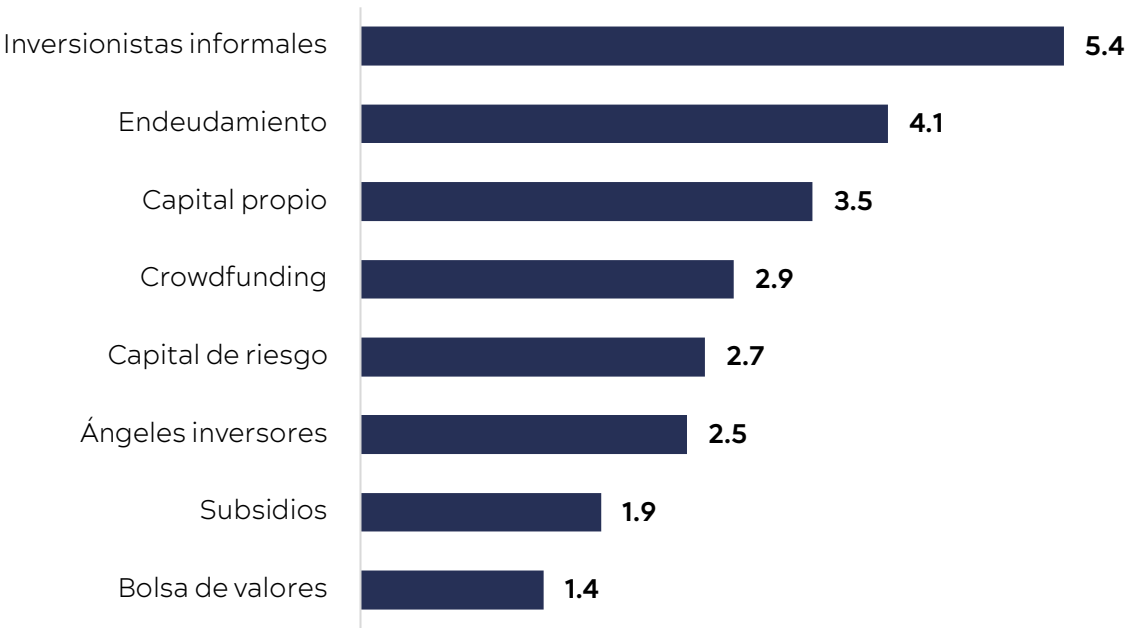
La pregunta que trata de responder esta categoría es sobre la disponibilidad y accesibilidad de distintas fuentes de financiamiento para nuevas empresas y en crecimiento. La importancia del apoyo financiero reside en que las decisiones de iniciar operaciones o de hacer crecer el negocio dependen en gran medida de la variedad, calidad y accesibilidad de distintas fuentes de financiamiento. Esta área se divide en dos secciones en donde los expertos evalúan 12 ítems: la primera sección explora la disponibilidad de distintas formas de financiamiento a través de ocho ítems, y la segunda sección evalúa la facilidad de obtenerlas a través de cuatro ítems.

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

Los expertos encuestados perciben el sector financiero como una restricción para el emprendimiento. Su percepción es que las fuentes de financiamiento para la actividad emprendedora, son escasas.

La única fuente de financiamiento que supera la mitad de la máxima nota posible es la que procede de inversionistas informales (tales como amigos, familiares o conocidos)⁶, la cual fue calificada como la más disponible por los expertos, obteniendo una nota de 5.4/10. Los encuestados consideran que el financiamiento a través de la Bolsa de Valores es el menos accesible para los negocios en crecimiento y de reciente creación, reflejado en la nota promedio de 1.4/10.

Gráfica 3.3: Disponibilidad de fuentes de financiamiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

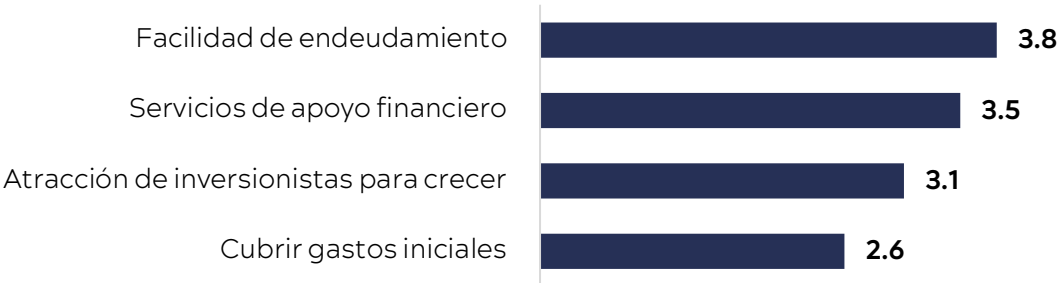
Aunque la bolsa de valores es la fuente de financiamiento considerada menos disponible, el resto de las fuentes tampoco son tan utilizadas por el perfil de los emprendedores analizados en el estudio, quienes en su mayoría aportan todo el capital para iniciar el negocio.⁷

⁶ La Gráfica 2.10 muestra que, de los emprendedores que no aportaron el 100% de los recursos requeridos para poner iniciar sus negocios, las fuentes de financiamiento formales, provenientes de bancos o financieras, solo fueron utilizadas por el 28.5% de ellos.

⁷ La Gráfica 2.9 muestra que el 66.3% de los emprendimientos tempranos y el 69.8% de los establecidos se financia con fondos propios del emprendedor.

En general, los expertos perciben poco accesibles las fuentes de financiamiento. Las notas de todos los ítems de esta sección están por debajo de cuatro. La accesibilidad a financiamiento para cubrir los gastos derivados de iniciar un nuevo negocio fue el ítem con la nota más baja: 2.6/10. Es allí donde se considera que está el mayor desafío.

Gráfica 3.4: Accesibilidad a fuentes de financiamiento



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

2. Políticas de gobierno: no favorecen el emprendimiento.

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

- **Políticas favorables.** Las políticas del gobierno favorecen a empresas nuevas y en crecimiento.
- **Prioridad de gobierno.** El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno.
- **Prioridad municipal.** El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política municipal.
- **Costo para registrar negocios.** Los emprendedores pueden registrar sus negocios a un costo razonable.
- **Rapidez de trámites.** Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.
- **No hay barreras.** Los impuestos y tasas, NO constituyen una barrera para empresas nuevas y en crecimiento.

- **Predictibilidad.** Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales con relación a la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.
- **Facilidad.** Cumplir con los trámites burocráticos y obtener las licencias que establece la ley, NO representan una especial dificultad.

En opinión de los expertos, las políticas de gobierno no favorecen el emprendimiento. Consideran que, el tema de emprendimiento no es prioridad en la política pública, especialmente a nivel de gobierno, el cual fue el ítem con la peor evaluación: 1.9/10. Todas las notas de esta sección están por debajo de 2.5.

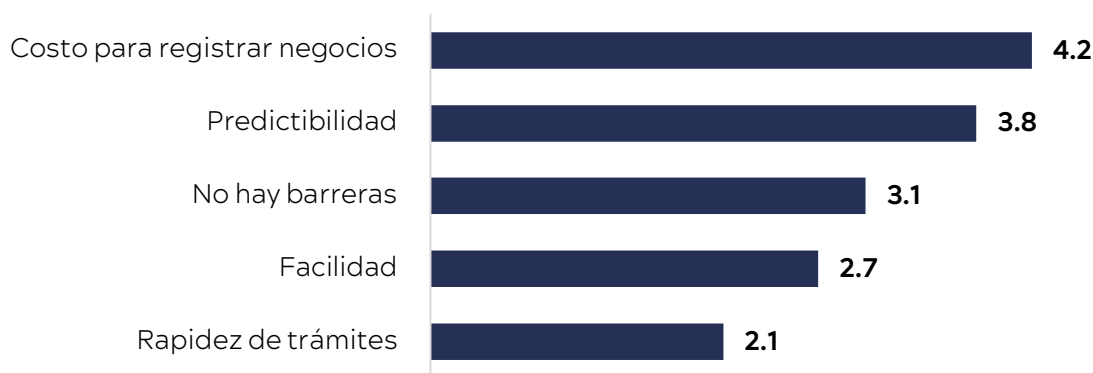
Gráfica 3.5: Prioridad del emprendimiento dentro de las políticas públicas



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

La capacidad de las políticas públicas para reducir la burocracia, tampoco fue bien evaluada. El mayor desafío está en la rapidez para realizar trámites, ítem que recibió la nota más baja: 2.1/10.

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



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

Reducir los costos y la complejidad de abrir, operar y cerrar negocios son objetivos aún pendientes de alcanzar y podrían representar grandes beneficios para los emprendedores.

3. Programas de gobierno: insuficientes 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 se utilizan para promover el emprendimiento. Esta categoría se evalúa a través de siete ítems.

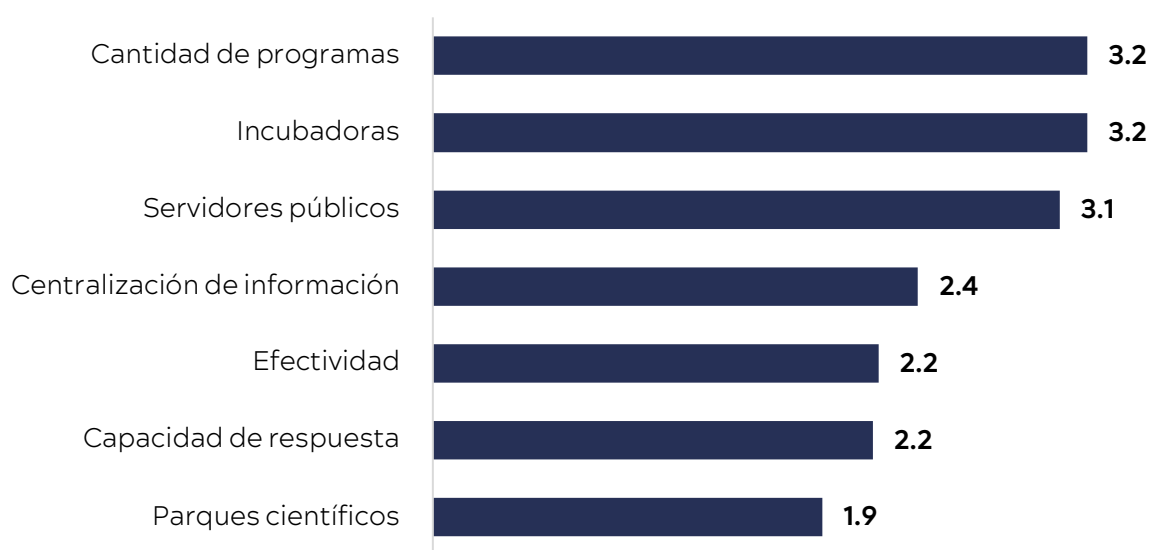
- **Centralización de información.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden obtener información sobre las ayudas gubernamentales poniéndose en contacto con un solo organismo público.
- **Parques científicos.** Existen parques científicos que apoyan a los negocios nuevos y en crecimiento.
- **Incubadoras.** Existen incubadoras de empresas que apoyan a los negocios nuevos y en crecimiento.
- **Cantidad de programas.** Existe un número adecuado de programas de gobierno que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.
- **Servidores públicos.** Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a empresas nuevas y en crecimiento, son competentes y eficaces.
- **Capacidad de respuesta.** Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.
- **Efectividad.** Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.

Según la percepción de los expertos, los programas de gobierno no están apoyando la actividad emprendedora. Las notas de todos los ítems de esta área están por debajo de 3.5/10 (ver Gráfica 3.7).

De los siete ítems, el peor evaluado es la existencia de parques científicos que apoyen negocios en crecimiento y de reciente creación, el cual obtuvo una nota de 1.9/10. Le siguen con las notas más bajas la capacidad de respuesta del gobierno con sus programas y la efectividad de los programas, ambos evaluados con una nota de 2.2/10.

La centralización de la información en un solo organismo público sobre los programas y ayudas gubernamentales específicos para emprendedores, o de los diferentes actores del ecosistema emprendedor, reduciría la falta de información que enfrentan las empresas nuevas y en crecimiento sobre dónde y cómo recibir apoyo.

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



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

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

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

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

Los expertos encuestados están de acuerdo en que la educación y formación emprendedora es adecuada a nivel superior y vocacional.⁸ Todos los ítems de esta sección obtuvieron una puntuación por arriba de cinco.

Gráfica 3.8: Educación técnica y superior



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

Las notas dadas a la educación primaria y secundaria muestran lo contrario. Todos los ítems de esta sección obtuvieron una puntuación menor a tres. Los expertos opinan que en estos niveles educativos no se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal (2.6/10), no se enseña el espíritu empresarial para la creación de empresas (2.2/10) y tampoco se enseñan los principios de una economía de mercado (2.2/10).

Gráfica 3.9: Educación primaria y secundaria



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

⁸ La Gráfica 1.14 muestra que la calificación asignada por los expertos a esta categoría comparada con otros países, ubica a Guatemala en la posición 6 de 56 países evaluados. Es la mejor posición que el país obtuvo en las 13 áreas evaluadas.

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

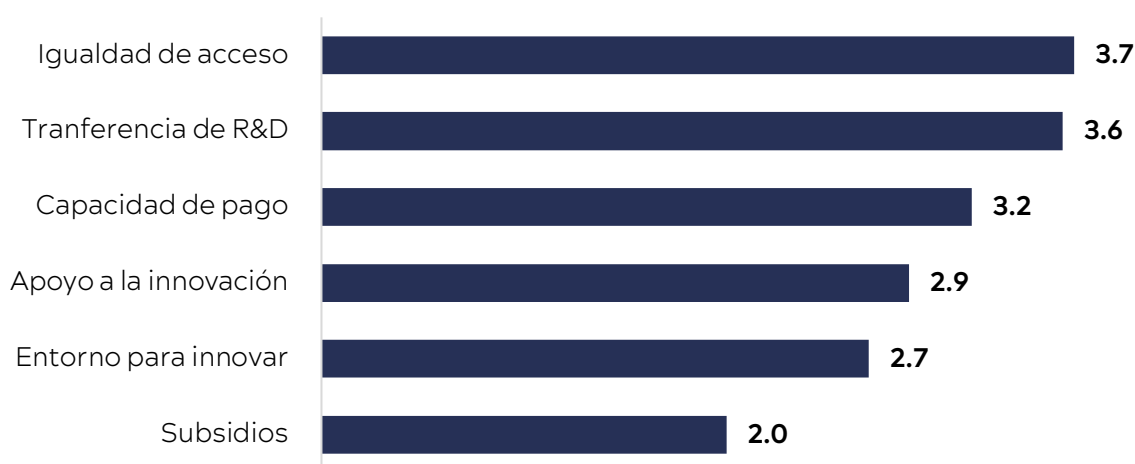
En esta sección se sondea el acceso y transferencia de conocimiento y tecnología a las empresas nuevas y en crecimiento. Esta categoría se evalúa a través de seis ítems.

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

En opinión de los encuestados, la transferencia de conocimientos y tecnología es una de las debilidades del ecosistema de emprendimiento en Guatemala.

Las notas de todos los ítems no son mayores a cuatro. El ítem con la peor calificación es el de subsidios, el cual obtuvo una nota de 2.0/10 (ver Gráfica 3.10). Se considera que no existe el apoyo suficiente para que empresas nuevas y en crecimiento adquieran nuevas tecnologías.

Gráfica 3.10: Transferencia de conocimientos y tecnología



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

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

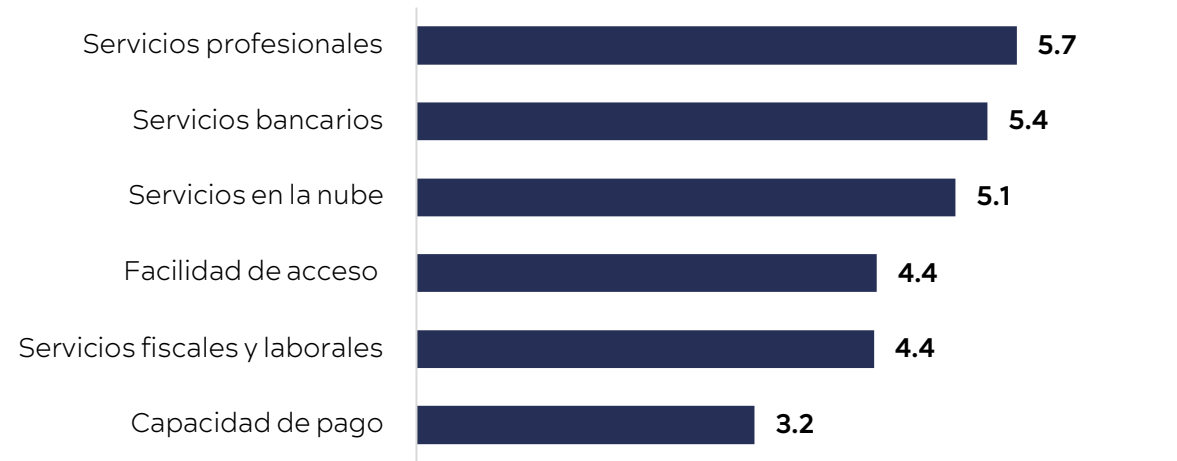
En esta sección se indaga sobre la disponibilidad y facilidad de acceder a proveedores de servicios que pueden apoyar a las empresas nuevas y en etapa de crecimiento. Esta categoría se evalúa a través de seis ítems.

- **Servicios profesionales.** Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.
- **Capacidad de pago.** Las empresas nuevas y en crecimiento pueden pagar el costo de proveedores, consultores y subcontratistas.
- **Facilidad de acceso.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.
- **Servicios fiscales y laborales.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen acceso fácil a buenos servicios profesionales legales y contables.
- **Servicios bancarios.** Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas de cheques, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).
- **Servicios en la nube.** Las empresas nuevas y en crecimiento puede acceder a servicios de informática en la nube a precios accesibles.

Los expertos consideran que existe una aceptable infraestructura comercial y profesional. De los seis ítems evaluados, tres referentes a la disponibilidad de diversos servicios obtuvieron notas superiores a cinco. Por otra parte, los expertos consideran que las empresas nuevas y en crecimiento no pueden pagar el costo de

proveedores, consultores y subcontratistas, ítem que obtuvo la calificación más baja de esta categoría: 3.2/10.

Gráfica 3.11: Infraestructura comercial y profesional



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

Ante la baja capacidad de pago de servicios profesionales que los expertos consideran que tienen los emprendedores, toma relevancia el papel de la educación que éstos poseen, en concreto en temas contables, administrativos y de procesos legales a cumplir, como forma de sustituir la contratación de servicios personales específicos⁹.

Esta sustitución podría darse parcialmente si el emprendedor posee estudios universitarios, logra acceder a algún tipo de capacitación en gestión empresarial, o tiene acceso al sistema de educación vocacional y profesional. Aun así, es probable que haya temas específicos que solo a través de la contratación de algún proveedor, consultor o subcontratista podrá realizar.

7. Apertura del mercado interno: los mercados no son dinámicos y hay dificultades para entrar a nuevos mercados.

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

⁹ Hay que tomar en cuenta que según lo señalado en la página 40 de este informe, solo seis de cada 10 emprendedores contaban con al menos diversificado completo.

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

Respecto a los mercados internos, los expertos perciben que no son dinámicos. Ambos mercados evaluados obtuvieron una nota de 3.3/10¹⁰.

Gráfica 3.12: Dinamismo de los mercados internos



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

En cuanto a las barreras de entrada, el ítem peor evaluado es el de la efectividad y cumplimiento de la legislación antimonopolio, el cual obtuvo una nota de 1.7/10. Por otra parte, el ítem mejor evaluado es el de fácil entrada a nuevos mercados, sin embargo, no alcanzó ni la mitad de la nota máxima posible, pues obtuvo una puntuación de 4.3/10 (ver Gráfica 3.13).

Estos datos es importante analizarlos a la luz de los presentados en los capítulos anteriores. Las Gráficas 1.3 y 2.3 muestran que, aunque casi la mitad de los guatemaltecos tienen ideas de negocios (emprendimiento potencial: 46.4%), solo el 23.7% de los guatemaltecos tienen emprendimientos tempranos y el 14.2% de guatemaltecos logran emprendimientos establecidos. La falta de dinamismo y ciertos costos de entrada a los mercados podrían estar impidiendo que más emprendedores potenciales entren a competir en los mercados y que más empresas en etapas tempranas se consoliden.

¹⁰ La Gráfica 1.14 muestra que la calificación asignada por los expertos a esta categoría comparada con otros países, ubica a Guatemala en la última posición de 56 países evaluados.

Gráfica 3.13: Costos de entrar a mercados internos



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

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 la actividad emprendedora o es un obstáculo para las empresas. Esta categoría se evalúa a través de siete ítems.

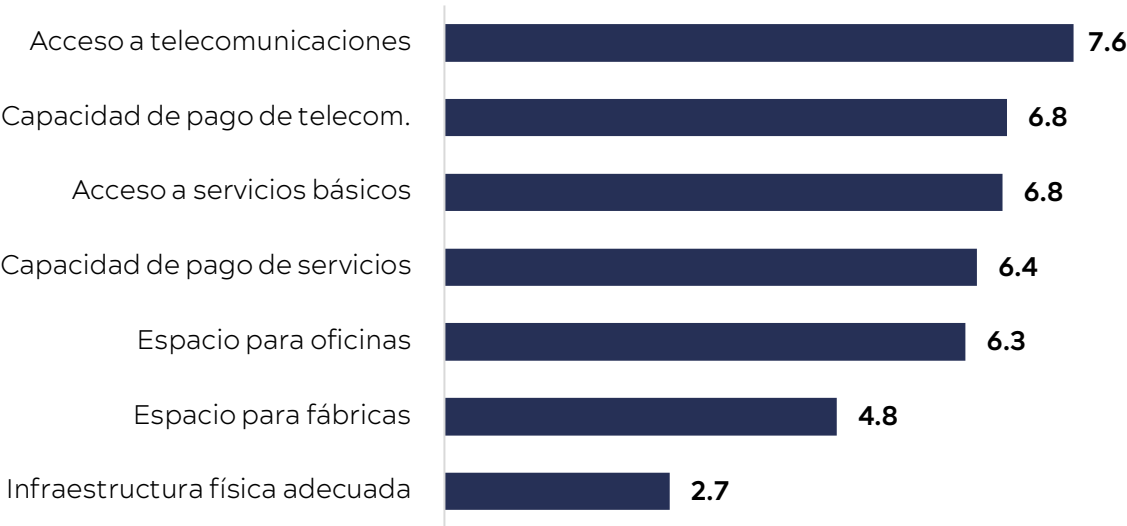
- **Infraestructura física adecuada.** La infraestructura física (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporciona un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.
- **Capacidad de pago de telecomunicaciones.** Para una empresa nueva o en crecimiento NO es excesivamente caro acceder a servicios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

El ítem mejor evaluado, tanto en esta categoría, como en general tomando en cuenta los 63 ítems en total, es el de acceso a telecomunicaciones, que obtuvo una nota de 7.6/10. Los expertos consideran que una empresa puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana.

Cuatro ítems obtuvieron notas superiores a seis: se considera que NO es excesivamente caro para una empresa nueva y en crecimiento acceder a servicios de telecomunicaciones (6.8/10); puede tener acceso a los servicios básicos en aproximadamente un mes (6.8/10); puede afrontar los costos de los servicios básicos (6.4/10); y, existen muchos espacios de oficinas asequibles para alquilar (6.3/10). Por otra parte, no se considera que haya suficientes espacios de producción o manufactura industrial accesibles para alquilar (4.8/10).

El ítem con la nota más baja es el de la infraestructura física, el cual tuvo una evaluación de 2.7/10. Los expertos entrevistados consideran que la infraestructura física del país no apoya a las empresas nuevas y en crecimiento.

Gráfica 3.14: Infraestructura física



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

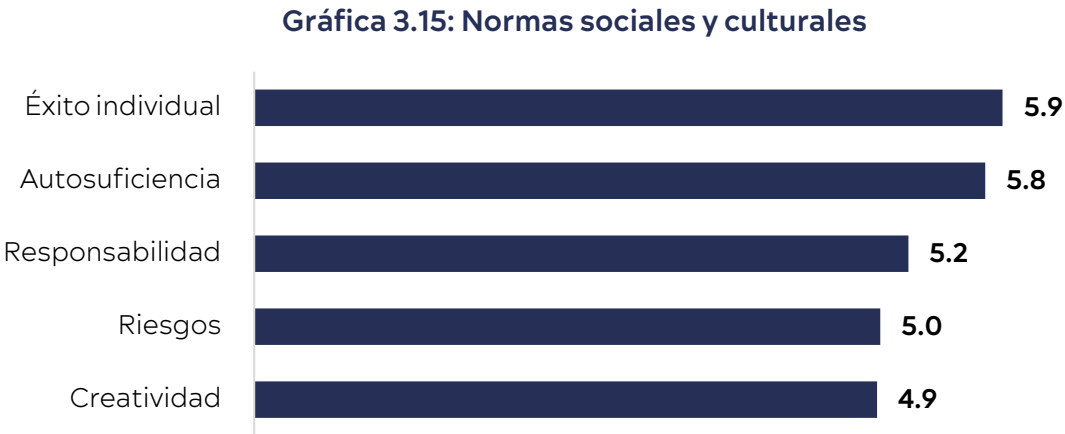
El mal estado de la infraestructura física es un obstáculo para el transporte de los insumos y de los productos de las empresas, lo cual aumenta sus costos, restándoles competitividad a las que exportan. Los altos costos de transporte derivados del mal estado de la infraestructura, desincentivan a los negocios que podrían ampliar sus mercados a nivel nacional o internacional. Esto se ve reflejado en la Gráfica 1.12, en donde se muestra que menos del 2% de los emprendedores guatemaltecos cuentan con clientes en el extranjero.

9. Normas sociales y culturales: sí apoyan a la actividad emprendedora.

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

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

Los expertos encuestados consideran que las normas sociales y culturales apoyan la actividad emprendedora.¹¹ Cuatro de los cinco ítems obtuvieron notas por arriba de cinco, siendo el mejor evaluado el éxito individual (5.9/10) y el peor evaluado la creatividad (4.9/10).



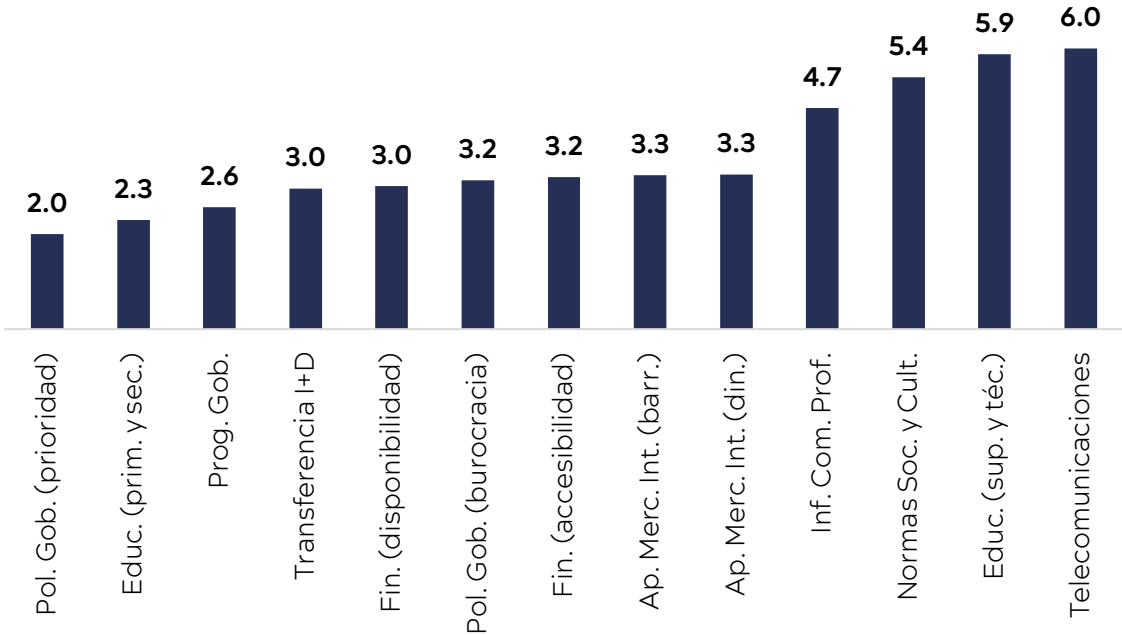
Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

¹¹ La Gráfica 1.14 muestra que la calificación asignada por los expertos a esta categoría comparada con otros países, ubica a Guatemala en la posición 23 de 56 países evaluados. Es la segunda mejor posición que el país obtuvo en las 13 áreas evaluadas.

En resumen, agrupando las notas otorgadas por los expertos a los 63 ítems en las 13 categorías mencionadas en el Recuadro 3, las áreas con mejor nota son las de disponibilidad y acceso a servicios (Telecomunicaciones, 6.0/10), y la educación técnica y superior en emprendimiento (5.9/10).

Por otra parte, el área con la peor nota es la prioridad que tiene el tema de emprendimiento en las políticas públicas, en donde los expertos asignaron una nota de 2.0/10.

Gráfica 3.16: Puntuación por categoría evaluada en la NES



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

CONCLUSIONES

Las altas tasas de emprendimiento registradas en Guatemala se explican en parte por las percepciones y actitudes positivas hacia el emprendimiento y por la escasez de empleos formales. Si bien el estudio identifica negocios con características que evidencian potencial de crecimiento, también revela que enfrentan importantes desafíos, como la baja formalización, dificultad para acceder a mercados financieros formales, acceso restringido a mercados más grandes para vender sus productos y altos costos de inseguridad. Aun así, las expectativas de los emprendedores para el uso de tecnología y para la creación de nuevos empleos, es superior que el promedio de los países de la región. De los indicadores presentados se puede resaltar que, en Guatemala:

- **Las percepciones sociales hacia el emprendimiento son positivas:** Más del 90% de las personas entrevistadas, consideran el emprendimiento como una buena opción de carrera. El 80% considera que los emprendedores exitosos son respetados y reconocidos socialmente. Sin embargo, solo el 61% percibe que los emprendedores exitosos son reconocidos en los medios de comunicación.
- **Guatemala posee la segunda tasa de emprendimiento de Latinoamérica:** Aproximadamente el 40% de la población adulta del país está involucrada en actividades emprendedoras. El promedio de los países latinoamericanos incluidos en el estudio es 28%.
- **La mayoría de los emprendimientos son de pequeña escala y atienden mercados locales:** El 60% de los emprendedores guatemaltecos iniciaron sus negocios con una inversión de Q.10 mil o menos. Además, el 76% de los emprendedores indicó que la mayoría de sus clientes se ubican en su comunidad o municipio.
- **La mitad de los emprendimientos genera al menos un empleo:** El 48% de los emprendimientos genera al menos un empleo; de los cuales el 40% genera entre uno y cinco empleos.
- **La inversión inicial de los negocios se realiza con fondos propios:** El 70% de los emprendedores indicó que toda la inversión inicial de su negocio fue realizada con fondos propios. Del restante 30%; el 90% indicó que también recibió financiamiento de sus familiares; y, el 30% obtuvo un préstamo con un banco.

- **Los emprendimientos operan de manera informal, principalmente en sus etapas iniciales:** El 60% de los emprendedores no ha registrado sus negocios. La informalidad es del 67% de los negocios en sus etapas tempranas y se reduce al 46% en el caso de los negocios con más de 3.5 años de operación.
- **Las redes sociales son muy importantes en las operaciones comerciales de los negocios y existe cierta expectativa de uso de Inteligencia Artificial:** El 65% de los emprendedores indicó que las redes sociales son un recurso muy importante en sus operaciones comerciales diarias. Por otra parte, el 43% de los emprendedores considera que la Inteligencia Artificial será muy importante en la implementación de su estrategia de negocios en los próximos tres años.
- **La inseguridad afecta más a los emprendedores:** Los emprendedores tienen un 40% más de probabilidades de ser víctimas de un delito. El 22.4% de los emprendedores y el 16.0% de los no emprendedores reportó haber sido víctima de algún delito en 2024. Además, el promedio del costo del delito es 5 veces mayor para los emprendedores (Q16,635) que para los no emprendedores (Q3,129).
- **Las fuentes de financiamiento formales no están al alcance de los emprendedores:** Las personas entrevistadas en la Encuesta Nacional de Expertos -NES por sus siglas en inglés- consideran que el acceso de los emprendedores guatemaltecos a fuentes de financiamiento formales es muy limitado. Al asignar una calificación de 0 a 10, siendo 10 la nota más alta que indica que se percibe con mayor disponibilidad la fuente de financiamiento calificada, los expertos consideraron que el financiamiento proveniente de inversionistas informales -familiares y amigos- es la fuente más disponible (5.4 puntos en promedio), y el financiamiento a través de la bolsa de valores como la menos disponible (1.4 puntos).
- **La educación no facilita habilidades para emprender:** Los expertos entrevistados en la NES perciben que el sistema educativo a nivel de primaria y secundaria tiene baja capacidad para estimular la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal; no aporta conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado; y, no dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas (2.3 puntos en promedio, la segunda nota más baja de las 13 áreas).

El presente estudio resalta la importancia de la actividad emprendedora en la generación de ingresos para los hogares guatemaltecos a través del autoempleo y de la generación de empleos para otras personas, lo cual fomenta el desarrollo económico y la prosperidad.

Reducir los obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores es una tarea pendiente. En las páginas que preceden se resaltan aquellas dificultades que más aquejan a la sociedad guatemalteca y a sus emprendedores; así como aquellas oportunidades que existen haciendo uso de herramientas tecnológicas para potenciar el alcance de los negocios.

ANEXOS

Anexo 1. Países participantes en el GEM 2024/2025

Países participantes en el ciclo 2024/2025, agrupados por región geográfica y nivel de ingresos

Región	Altos ingresos	Ingresos medios	Bajos ingresos
Asia (9)	Corea del Sur, Taiwán, Japón* (3)	Armenia, Kazajistán, República Popular China, Tailandia (4)	India, Indonesia* (2)
Europa y Norte América (27)	Alemania, Austria, Canadá, Chipre, Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Noruega, Polonia, Reino Unido, Rumania, Suecia, Suiza (23)	Bielorrusia, Bosnia y Herzegovina, Serbia, Ucrania (4)	
Latinoamérica y El Caribe (10)	Chile, Puerto Rico (2)	Argentina, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Uruguay*, Venezuela (8)	
Oriente Medio y África (10)	Arabia Saudita, Baréin*, Emiratos Árabes Unidos, Israel, Omán, Qatar (6)	Sudáfrica* (1)	Egipto, Jordania, Marruecos (3)
Total (56)	34 economías	17 economías	5 economías

*Realizaron únicamente la encuesta a expertos (NES).

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos armonizada APS 2024.

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

a) Marco conceptual

El Marco Conceptual del GEM mostrado en la Figura 1 ilustra la relación del emprendimiento con su entorno. La decisión de iniciar un negocio se enmarca en un contexto social, cultural, político y económico que condiciona dicha decisión en términos de sector de operación, escala del negocio e innovación, entre otros. Este marco influye indirectamente en los valores sociales que se tienen sobre la actividad emprendedora y en los atributos de los individuos para identificar y aprovechar las oportunidades de negocios. A su vez, la actividad emprendedora genera nuevos empleos y nuevo valor agregado que contribuye al desarrollo socioeconómico. Al mismo tiempo, la creación de nuevos negocios puede empezar a cambiar los valores sociales, generando actitudes más positivas hacia el emprendimiento y, a su vez, influyendo en los nuevos emprendedores potenciales.

El contexto social, cultural, político y económico es representado a través del Marco Nacional de Condiciones, que incluye finanzas empresariales, políticas y programas de gobierno, educación para el emprendimiento, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructura legal, comercial y física, dinámica del mercado interno, barreras de entrada y normas sociales y culturales.

Los valores sociales que se tienen sobre el emprendimiento incluyen las creencias sociales sobre si el emprendimiento es una buena opción de carrera, si ser empresario tiene un alto reconocimiento social, el grado en que los medios de comunicación presentan al emprendimiento de forma positiva, y si es fácil iniciar un negocio.

Los atributos individuales incluyen características demográficas (género, edad, etc.) autopercepciones (capacidades y oportunidades percibidas, miedo al fracaso) y motivaciones para iniciar un negocio (necesidad versus oportunidad).

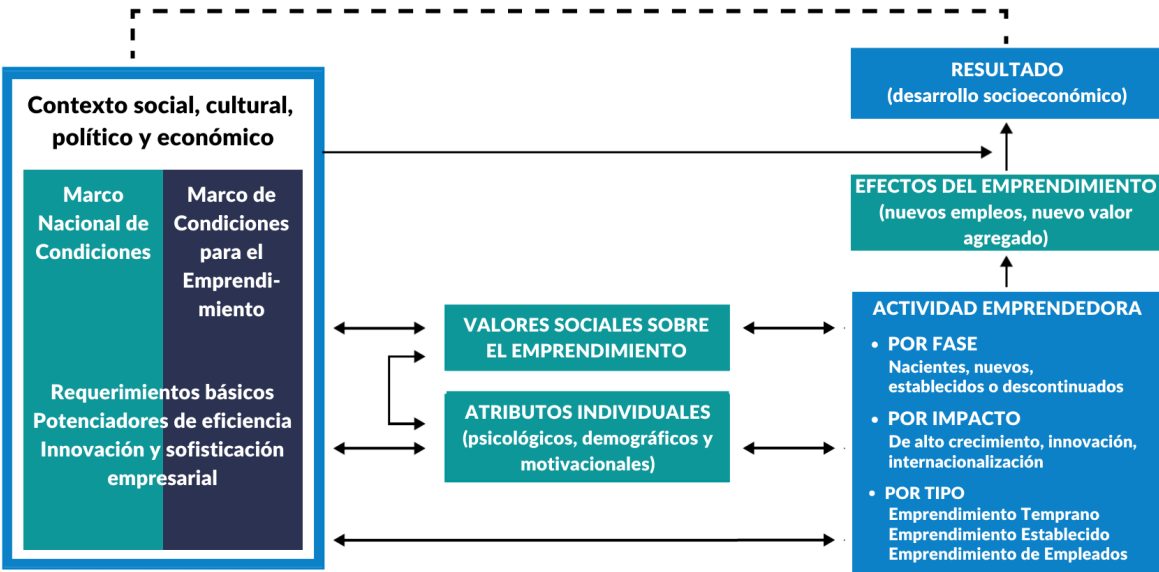
La actividad emprendedora abarca diferentes fases del proceso emprendedor (naciente, nuevo, establecido, discontinuado), impacto potencial (valor agregado, creación de empleo, innovación, internacionalización), y tipo de actividad (Emprendimiento Temprano -TEA-, Emprendimiento Establecido -EE-, e Intra-emprendimiento¹² -EEA-).

¹² Actividad empresarial por parte de los empleados.

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

- Descubrir factores que fomentan u obstaculizan la actividad empresarial (valores sociales, atributos individuales y el Marco de Condiciones para el Emprendimiento).
- Proponer una plataforma para evaluar en qué medida la actividad empresarial influye en el desarrollo socioeconómico.
- Descubrir implicaciones políticas para mejorar la capacidad empresarial.

Figura A1: Marco Conceptual del GEM



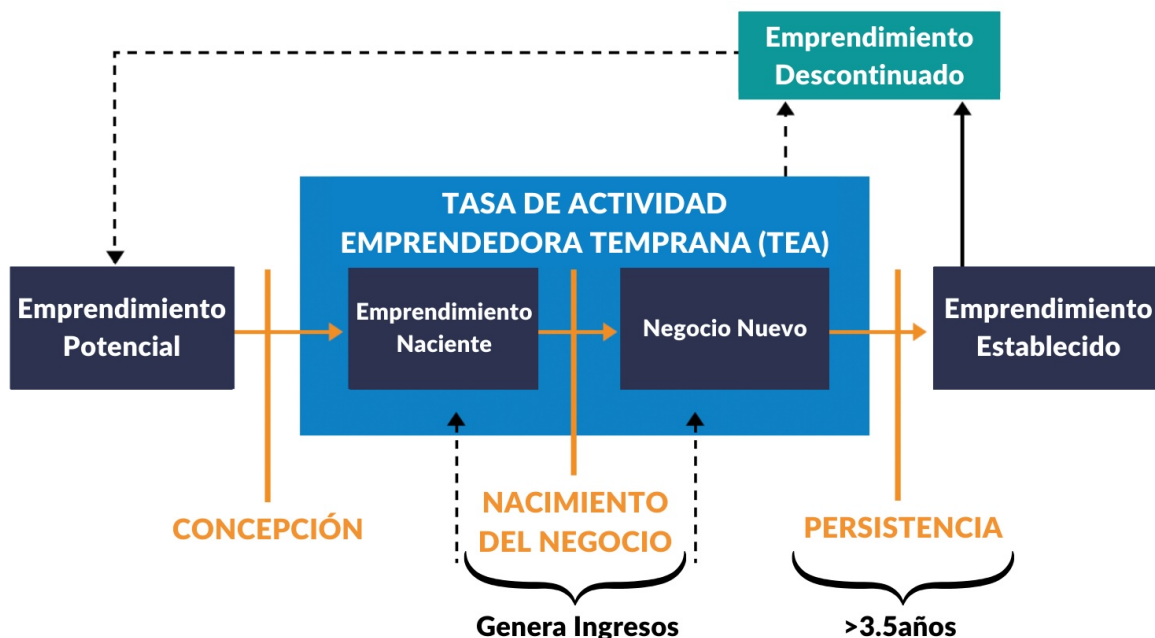
Fuente: Elaboración propia con base en el marco conceptual del GEM.

b) Fases del proceso emprendedor

El GEM 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 A2).

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

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



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

Anexo 3. Glosario

Indicadores del GEM

Indicador	Descripción
Percepciones y Actitudes hacia el Emprendimiento	
Buena Opción de Carrera	Porcentaje de población de 18 a 64 años que está de acuerdo con la afirmación que en su país la mayor parte de los individuos consideran que es positivo iniciar un negocio.
Reconocimiento Social	Porcentaje de población de 18 a 64 años que están de acuerdo que emprendimientos exitosos son retribuidos con un estatus destacable.
Reconocimiento en Medios	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 que tienen éxito en sus negocios.
Oportunidades percibidas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que mira buenas oportunidades de iniciar un negocio en el área donde vive.
Capacidades percibidas	Porcentaje de población de 18 a 64 años que cree que tiene las habilidades y el conocimiento para iniciar un negocio.
Temor al Fracaso	Porcentaje de población de 18 a 64 años que percibe oportunidades positivas para emprender un negocio, pero el miedo al fracaso les impide iniciar su emprendimiento.
Fases del Proceso Emprendedor	
Emprendimiento Potencial	Porcentaje de población de 18 a 64 años (excluyendo los individuos en cualquier etapa de la actividad emprendedora) que espera iniciar un negocio en los próximos tres años.
Tasa de Emprendedores Nacientes	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente están activamente involucrados en el inicio de una empresa que les pertenece o son socios; empresas que todavía no han pagado salarios, sueldos o alguna compensación a los dueños por un período de tres meses máximo.
Tasa de Propietarios de Negocios Nuevos	Porcentaje de población de 18 a 64 años que actualmente son dueños de una nueva empresa, son dueños y administran un negocio propio que ha pagado salarios, sueldos y otras compensaciones a los dueños por un periodo menor a 42 meses.

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

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



La misión de la Universidad Francisco Marroquín es *la enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables.*

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Francisco Marroquín
Calle Manuel F. Ayau (6 Calle final), zona 10
Guatemala, Guatemala 01010

Teléfono (+502) 2338-7723
gem@ufm.edu
gem.ufm.edu